Příloha č. 1

Strukturovaný dotazník Hotel Orion

Dotazovaná osoba: Alexandr Poláček – provozní společnosti Becherplatz a.s.

18.11.2022

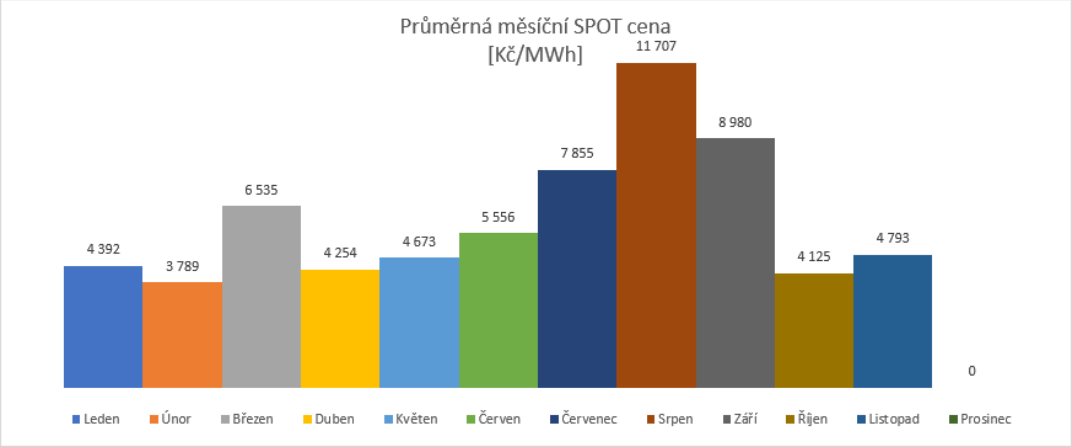
- Jak současná situace ovlivňuje váš byznys model? (Po Covidu a v souvislosti nyní s energetickou krizí)

  „Během pandemie Covid-19 se v důsledku zavření služeb mnoho zaměstnanců přeorientovalo do jiného odvětví. Zjistili, že peníze lze vydělat za méně náročnou práci a proto jich 50 % hotel opustilo. Co se týče podnikání v oboru, naším hlavním cílem nyní není utváření zisku, ale především udržení zaměstnanců a zabezpečení provozu ke kterému se váží nutné údržby majetku.

  Pokud jde o energetickou krizi tak v roce 2021 jsme elektřinu nakupovali za 2100 Kč za MWh. Dle mého předpokladu bude nákup v prosinci obdobný jako v srpnu 2022.

  Provoz hotelu Orion nespadá pod vládou vyhlášené za stropované ceny energií a zároveň nemá nárok na dotace.

  Samotné podnikání v oboru aktuálně nevytváří zisk, náklady na energie se zvyšují a s těmi jsou spojeny také další zvyšující se náklady na mzdy či zboží. Naše situace je taková, že z obavy ze ztráty zákazníků se zdražuje méně, než by bylo třeba.



- Co se zhroutilo jako první? (Např. které zákaznické segmenty...)

  Zatím jsme úplné zhroucení nezaznamenali. Velmi se ale změnilo jednání hostů a to například při rušení rezervací. Ve většině případů se již neuplatňují storno poplatky v důsledku Covidu.

- Co drží? (Např. zdroje, vztahy se zákazníky či partnery...)

  Vše, co fungovalo dříve funguje i nyní. Náš business je postaven především na dobrých vztazích, a to týká jak zaměstnanců, partnerů i hostů. Největší podporu v tomto směru dostává hotel od majitele, čímž je Karel Holoubek – Trade Group a.s.

- Co se dramaticky mění?

  Mění se především přístup zaměstnanců k práci a také ceny vstupů, oba tyto faktory nám celkově nepřináší pozitivní vliv na podnikání.

- Jaká poučení můžete identifikovat pro strukturu svých nákladů?

  Hotel stojí na vrcholu kopce Plešivec, kde je vše pouze na elektřinu, největší náklady jsou tak právě na tuto komoditu. Nepřistoupili jsme např.: ke snížení teplot při vytápění prostor ani ke snížení teploty bazénové vody, protože by to omezovalo naše hosty. Díky tomu, že byl hotel vystavěn nedávno, je vybaven úspornou technologií což je v tomto směru pozitivní.

  Do budoucna bychom chtěli investovat do využití fotovoltaických panelů a využití malých větrníků, bohužel nás ani tento krok a vysoká investice nezbaví celkové závislosti na nákupu elektřiny.

- Jaké jsou vaše hlavní zdroje příjmů?

  Z pohledu investorů je to rozhodně podpora ze strany majitele Karel Holoubek Trade Group a.s.

Pokud jde o hotel, jsou to rozhodně příjmy z prodeje ubytovacích služeb a gastro služeb. Nedílnou součástí jsou také příjmy z navštěvovaného adrenalinového centra.

- Na čem je ukotvena vaše hodnotová nabídka a kde naopak vidíte nedostatky?

  Naše hodnotová nabídka je ukotvena především v kvalitě poskytovaných služeb, dále a v pohodlí, které se snažíme hostům poskytovat. Naší přidanou hodnotou je také okolí, protože hotel se nachází na samotném vrcholu Plešivce a v jeho bezprostřední vzdálenosti je celý skiareál.

- Jaké klíčové zdroje potřebujete posílit? Bez čeho se obejdete?

  Určitě bychom se v budoucnu měli stále zaměřovat na zajištění financí a udržení personálu. Posílit bychom měli marketingové strategie, které by pomohly k propagaci jak hotelu, restaurace tak adrenalinového centra. Zaměřit bychom se také chtěli na zkvalitnění webových stránek, zlepšení rezervačního systému a budování vztahů s dodavateli

- Co ještě vám ukázala/ukazuje současná situace kolem COVID-19 z hlediska vašeho podnikání?...

  Pouze jak již bylo řečeno, změna komunikace hostů a těžší podmínky pro udržení zaměstnanců.

- Máte v rámci byznys modelu sestavenou SWOT analýzu?

  Bohužel nemáme, v mnoha ohledech často improvizujeme.

  Potvrzuje se vaše SWOT analýza? O které silné stránky se opíráte? Které slabiny vás dohnaly? Jaké příležitosti se (pro vás) otevřely díky Covidu?

  Tuto otázku nejsem schopen zodpovědět, z důvodu absence SWOT analýzy.

- Na které zainteresované strany se můžete spolehnout? (dodavatelé, partneři, investoři)

Zde je to jednoznačně podpora majitele hotelu Karel Holoubek Trade Group a.s.

- (Jak nyní působí 5 (Porterových) konkurenčních sil ve vašem odvětví?) Co hraje v odvětví ve váš prospěch? Co nikoliv?

  Nikdy jsme tento model nesestavovali, a proto nejsem schopen toto určit. Ohrozit by nás svým způsobem mohla výstavba nových apartmánů na Božím daru a přeorientování zákazníků na jiné typy služeb na úkor nižších cen.

- Jak jste na tom s kontinuitou podnikání? Jaké scénáře jste už odhalili pro další vývoj?

  Hotel je v provozu 7. rokem, za tuto dobu se setkali s horšími i lepšími časy. Snažíme se být optimističtí a věříme že po těžkém období, kterým jsme si procházeli poslední dva roky budou vyhlídky do budoucna už pouze jen lepší.

- Je provoz hotelu a adrenalinového centra celoroční?
  Ano provoz hotelu i restaurace je celoroční. Adrenalinové centrum je otevřeno pouze v letní sezóně.

- Které měsíce jsou nejsilnější a které nejslabší?
  Nejsilnějším obdobím je zima, na druhém místě léto a za nejslabší lze považovat jaro a podzim.

- Je u vás využívaná služba pořádání firemních večírků, svateb a obecně nějakých hromadných akcí?
  Ano, pořádáme firemní akce, a to především mimosezóně ve všední dny. Svatby nepořádáme, protože tím nechceme omezovat hosty.

- Děláte nějaké zvýhodněné balíčky na ubytování a zábavu v rámci vašeho komplexu? (Myšleno buď v létě na lanové centrum nebo v zimě na skipas)
  Neděláme, skiareál nepatří přímo nám a ani žádné zvýhodněné skipasy neposkytuje.

- Půjčujete ubytovaným hostům lyže, běžky či sáňky?
  V létě jsou hostům k dispozici horská kola a v zimě boby a sáňky. Lyže a běžky nepůjčujeme, protože skiareál disponuje profi půjčovnami.

- Dokážete identifikovat, zda k vám jezdí spíše rodiny s dětmi nebo páry, nebo jednotlivci?
  Našimi hosty jsou převážně páry všech věkových kategorií a rodiny s dětmi.

- Máte navázanou spolupráci s nějakým lokálním farmářem? Pokud ne, zvažovali jste tuto příležitost?
  Zatím máme navázanou spolupráci s dodavateli mléčných výrobků a masa. Do budoucna bychom uvítali i další spolupráce s místními farmáři.

- Hoteloví hosté jsou spíše Češi nebo cizinci?
  Klientelu tvoří ze 65 % Češi, zbytek je směs zahraničních turistů.

- Máte vytvořenou organizační strukturu?
  Naše organizační struktura není pevně dána. Po covidovém období jsme se také rozhodli rozdělení práce přetransformovat, protože nám polovina zaměstnanců odešla a na náš horský hotel je složité nabrat nové zaměstnance. Nyní máme pozice a odpovědnosti rozděleny následovně:
  2x správce – tyto osoby mají na starost zajištění chodu recepce, správu rezervací, údržbu hotelu, servis bazénu, servis ČOV, servis tepelných čerpadel, zásobování, venkovní úklid, obsluha v restauraci, pomoc v kuchyni
  1x správcová – tato osoba má na starost zajištění chodu recepce, správu rezervací, pomoc hostům v průběhu ubytování, zásobování, úklid hotelu a pokojů, obsluhu v restauraci, obsluhu lanového parku, vedení všech zaměstnanců včetně zaměstnanců lanového parku.
  3x Číšníci – ti mají na starost obsluhu v restauraci, v případě nepřítomnosti správců zajištění chodu recepce a rezervací, údržbu hotelu a pomocné práce v kuchyni

2x Kuchař – každý je šéfem své směny

3x pomocný personál – vykonává pomocné práce v kuchyni, má na starost úklid hotelu a pokojů a také venkovní úklid

Příloha č. 2

Ubytování

Dvoulůžkové studio

Zdroj: (hotelorion.cz)

Třílůžkové studio

Zdroj: (hotelorion.cz)

Čtyřlůžkové studio

Zdroj: (hotelorion.cz)

Čtyřlůžkový apartmán

Zdroj: (hotelorion.cz)

Apartmán deluxe

Zdroj: (hotelorion.cz)

Příloha č. 3

Dotazníkové šetření

Default Report

Explore the data behind your survey responses. Gain a better perspective of your survey data and uncover insights for further planning.

Visited
103

Started
53

Avg. Time to Complete
2m

Completed
53

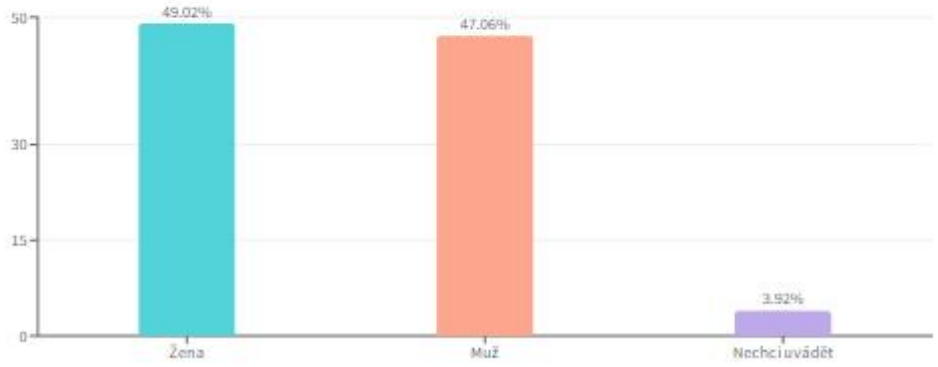
Completion Rate
100.00%

Made with SurveySparrow

QUESTION 01 | MULTIPLE CHOICE

Vyberte pohlaví

Answered: **51** Skipped: **2**



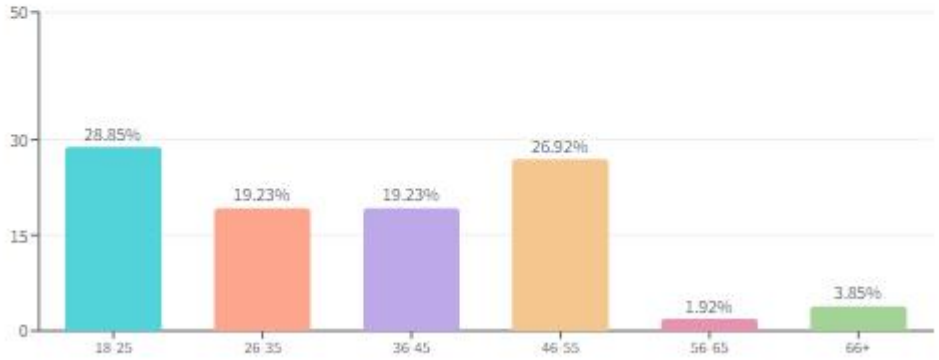
ANSWER CHOICES	RESPONSES	RESPONSE PERCENTAGE
Žena	25	49.02%
Muž	24	47.06%
Nechci uvádět	2	3.92%

Made with SurveySparrow

QUESTION 02 | MULTIPLE CHOICE

Do které věkové kategorie spadáte?

Answered: **52** Skipped: **1**



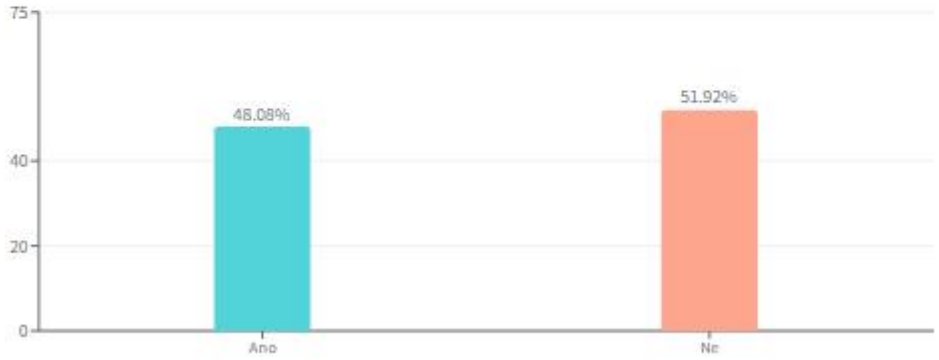
ANSWER CHOICES	RESPONSES	RESPONSE PERCENTAGE
18-25	15	28.85%
26-35	10	19.23%
36-45	10	19.23%
46-55	14	26.92%
56-65	1	1.92%
66+	2	3.85%

Made with SurveySparrow

QUESTION 03 | MULTIPLE CHOICE

Máte děti?

Answered: **52** Skipped: **1**



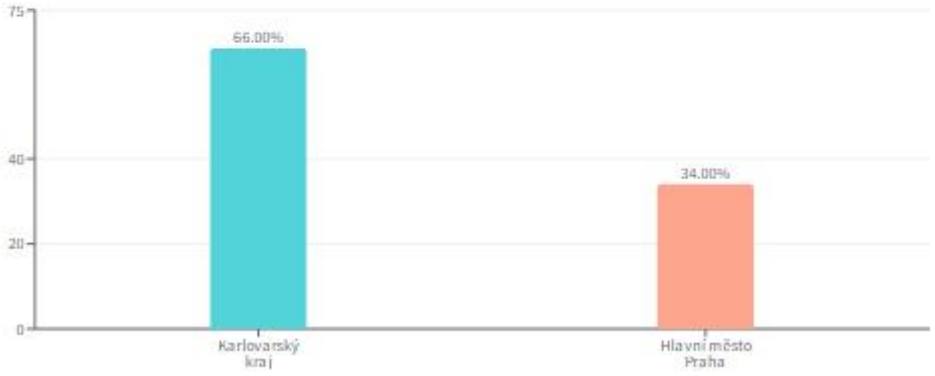
ANSWER CHOICES	RESPONSES	RESPONSE PERCENTAGE
Ano	25	48.08%
Ne	27	51.92%

Made with SurveySparrow

QUESTION 04 | MULTIPLE CHOICE

Kde nyní bydlíte?

Answered: **50** Skipped: **3**



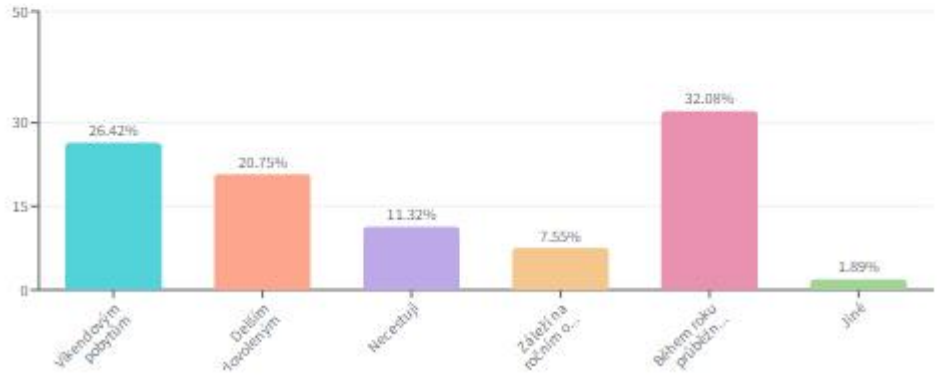
ANSWER CHOICES	RESPONSES	RESPONSE PERCENTAGE
Karlovarský kraj	33	66.00%
Hlavní město Praha	17	34.00%

Made with SurveySparrow

QUESTION 05 | MULTIPLE CHOICE

Dáváte přednost častějším víkendovým pobytům nebo spíše méně četným delším dovoleným?

Answered: **53** Skipped: **0**



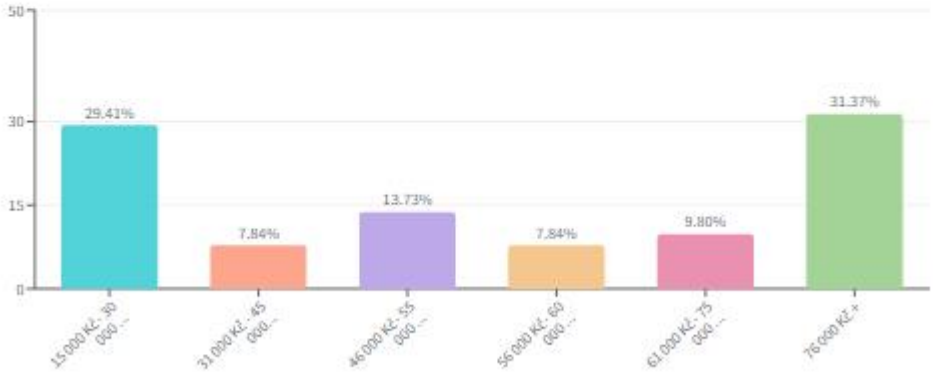
ANSWER CHOICES	RESPONSES	RESPONSE PERCENTAGE
Víkendovým pobytům	14	26.42%
Delším dovoleným	11	20.75%
Necestuji	6	11.32%
Záleží na ročním období	4	7.55%
Během roku průběžně uskutečňuji oba druhy pobytů	17	32.08%
Jiné	1	1.89%

Made with SurveySparrow

QUESTION 06 | MULTIPLE CHOICE

Jaký je váš čistý měsíční příjem v domácnosti?

Answered: **51** Skipped: **2**



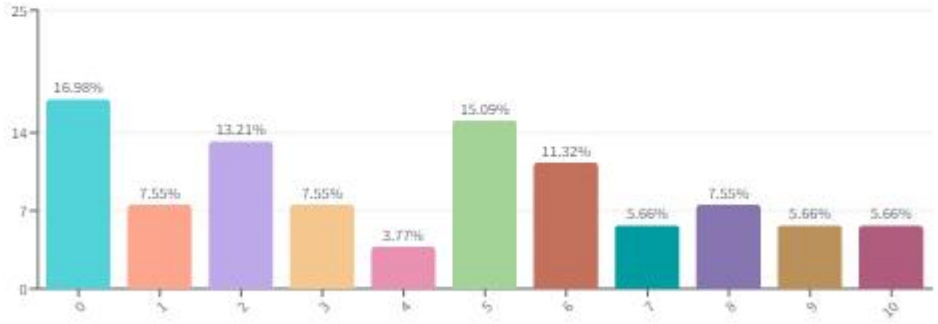
ANSWER CHOICES	RESPONSES	RESPONSE PERCENTAGE
15 000 Kč - 30 000 Kč	15	29.41%
31 000 Kč - 45 000 Kč	4	7.84%
46 000 Kč - 55 000 Kč	7	13.73%
56 000 Kč - 60 000 Kč	4	7.84%
61 000 Kč - 75 000 Kč	5	9.80%
76 000 Kč +	16	31.37%

Made with SurveySparrow

QUESTION 07 | OPINION SCALE

Navštěvujete pravidelně Krušné Hory?

Answered: **53** Skipped: **0**



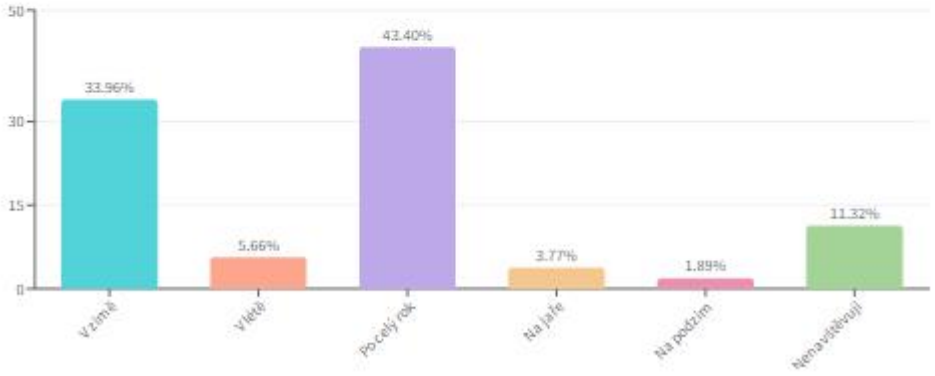
ANSWER CHOICES	RESPONSES	RESPONSE PERCENTAGE
0	9	16.98%
1	4	7.55%
2	7	13.21%
3	4	7.55%
4	2	3.77%
5	8	15.09%
6	6	11.32%
7	3	5.66%
8	4	7.55%
9	3	5.66%
10	3	5.66%

Made with SurveySparrow

QUESTION 08 | MULTIPLE CHOICE

Kdy spíše hory navštěvujete?

Answered: **53** Skipped: **0**



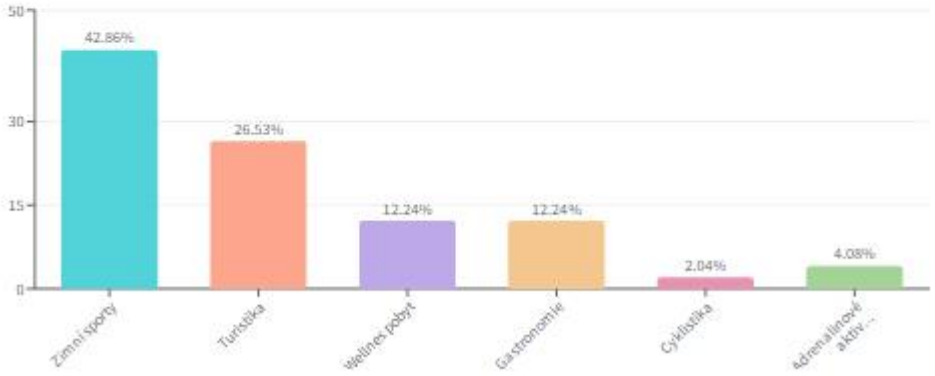
ANSWER CHOICES	RESPONSES	RESPONSE PERCENTAGE
V zimě	18	33.96%
V létě	3	5.66%
Po celý rok	23	43.40%
Na jaře	2	3.77%
Na podzim	1	1.89%
Nenavštěvuji	6	11.32%

Made with SurveySparrow

QUESTION 09 | MULTIPLE CHOICE

Co bývá cílem vaší návštěvy hor?

Answered: **49** Skipped: **4**



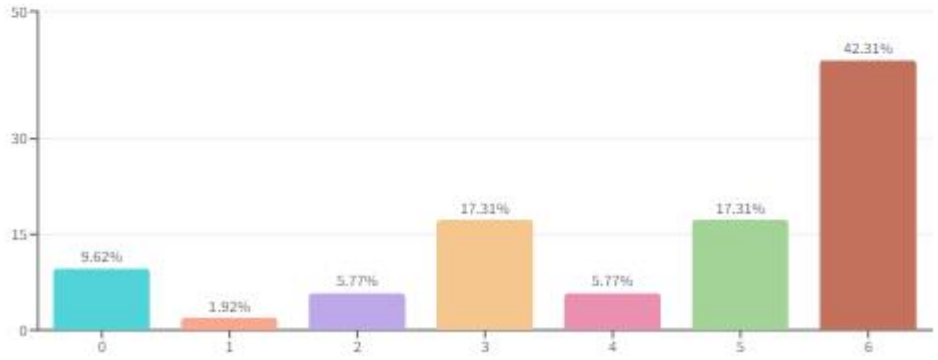
ANSWER CHOICES	RESPONSES	RESPONSE PERCENTAGE
Adrenalinové aktivity	2	4.08%
Cyklistika	1	2.04%
Gastronomie	6	12.24%
Turistika	13	26.53%
Wellnes pobyt	6	12.24%
Zimní sporty	21	42.86%

Made with SurveySparrow

QUESTION 10 | OPINION SCALE

Jste ochotní v rámci České republiky cestovat, za neobvyklým zážitkem či gastronomií?

Answered: **52** Skipped: **1**



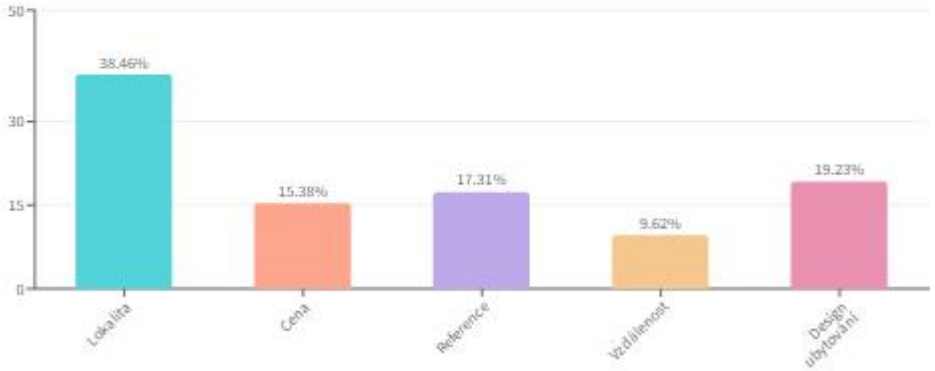
ANSWER CHOICES	RESPONSES	RESPONSE PERCENTAGE
0	5	9.62%
1	1	1.92%
2	3	5.77%
3	9	17.31%
4	3	5.77%
5	9	17.31%
6	22	42.31%

Made with SurveySparrow

QUESTION 11 | MULTIPLE CHOICE

Co nejvíce ovlivňuje výběr vašeho pobytu?

Answered: **52** Skipped: **1**



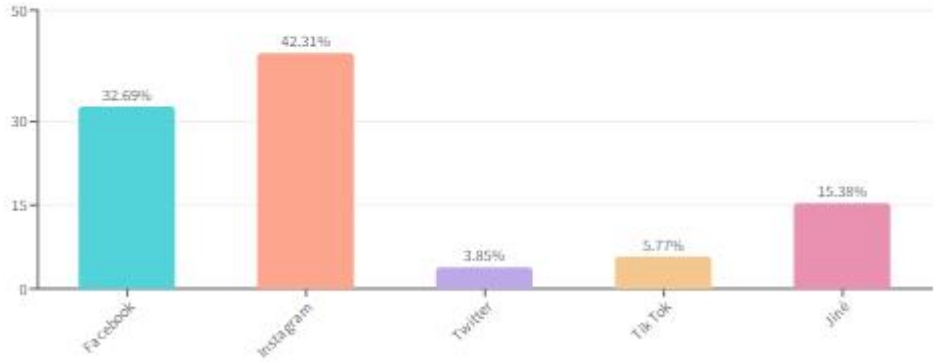
ANSWER CHOICES	RESPONSES	RESPONSE PERCENTAGE
Lokalita	20	38.46%
Cena	8	15.38%
Reference	9	17.31%
Vzdálenost	5	9.62%
Design ubytování	10	19.23%

Made with SurveySparrow

QUESTION 12 | MULTIPLE CHOICE

Kterou sociální síť nejvíce využíváte?

Answered: **52** Skipped: **1**



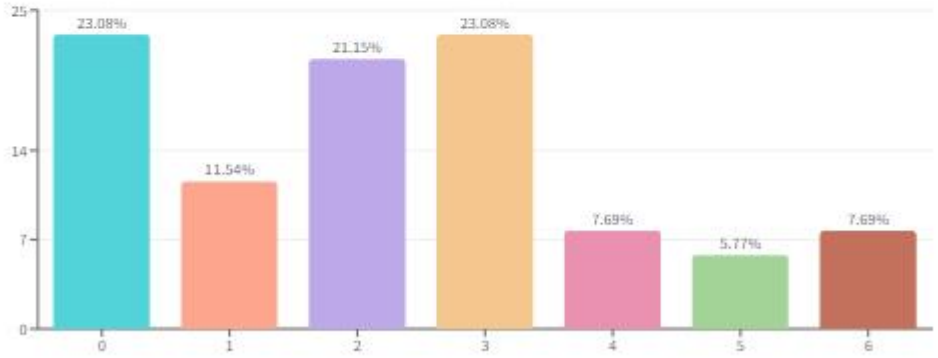
ANSWER CHOICES	RESPONSES	RESPONSE PERCENTAGE
Facebook	17	32.69%
Instagram	22	42.31%
Twitter	2	3.85%
Tik Tok	3	5.77%
Jiné	8	15.38%

Made with SurveySparrow

QUESTION 13 | OPINION SCALE

Necháváte se ovlivnit reklamou?

Answered: **52** Skipped: **1**



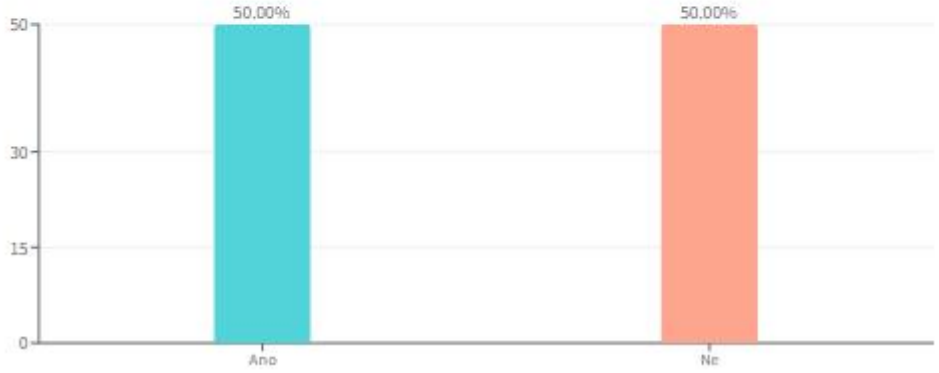
ANSWER CHOICES	RESPONSES	RESPONSE PERCENTAGE
0	12	23.08%
1	6	11.54%
2	11	21.15%
3	12	23.08%
4	4	7.69%
5	3	5.77%
6	4	7.69%

Made with SurveySparrow

QUESTION 14 | MULTIPLE CHOICE

Máte své oblíbené místo, které v Krušných Horách navštěvujete?

Answered: **52** Skipped: **1**



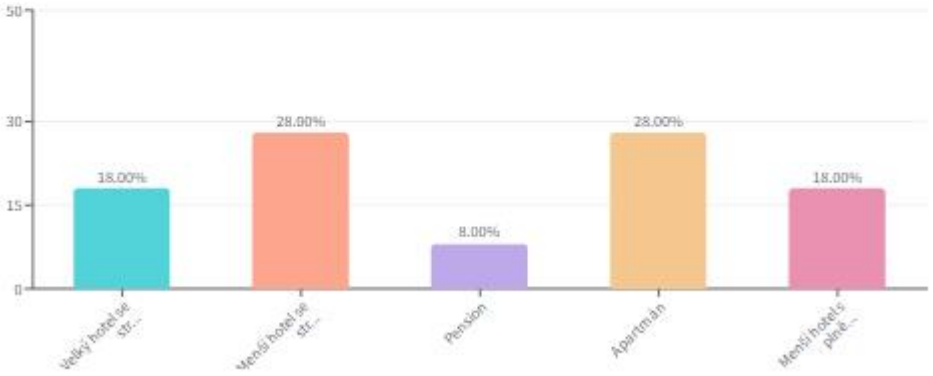
ANSWER CHOICES	RESPONSES	RESPONSE PERCENTAGE
Ano	26	50.00%
Ne	26	50.00%

Made with SurveySparrow

QUESTION 15 | MULTIPLE CHOICE

Jaký typ hotelu preferujete?

Answered: **50** Skipped: **3**



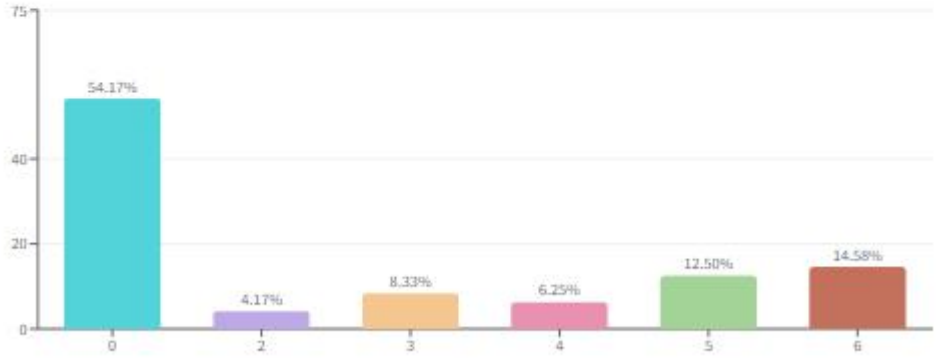
ANSWER CHOICES	RESPONSES	RESPONSE PERCENTAGE
Velký hotel se stravou all inclusive	9	18.00%
Menší hotel se stravou all inclusive	14	28.00%
Pension	4	8.00%
Apartmán	14	28.00%
Menší hotel s plně vybaveným pokojem včetně kuchyňské linky se zajištěním hotelových snídaní	9	18.00%

Made with SurveySparrow

QUESTION 16 | OPINION SCALE

Zohledňujete při výběru, zda hotel nabízí vyžití pro vaše děti?

Answered: **48** Skipped: **5**

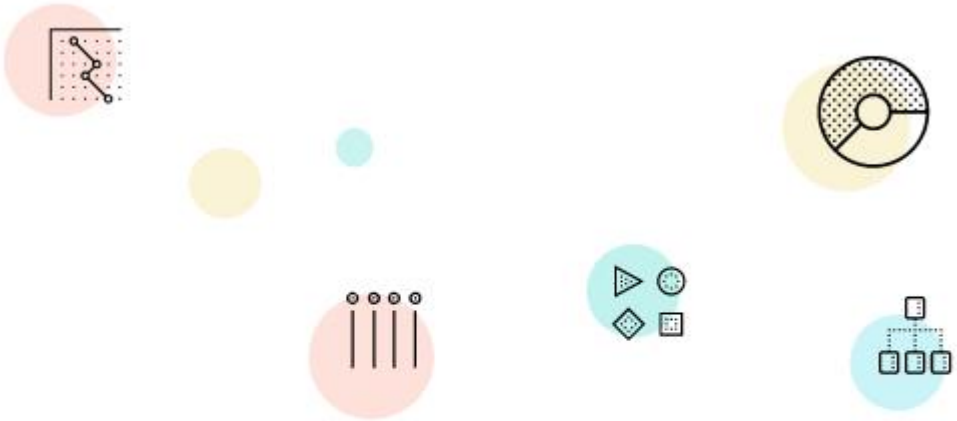


ANSWER CHOICES	RESPONSES	RESPONSE PERCENTAGE
0	26	54.17%
2	2	4.17%
3	4	8.33%
4	3	6.25%
5	6	12.50%
6	7	14.58%

Made with SurveySparrow

Thank You !

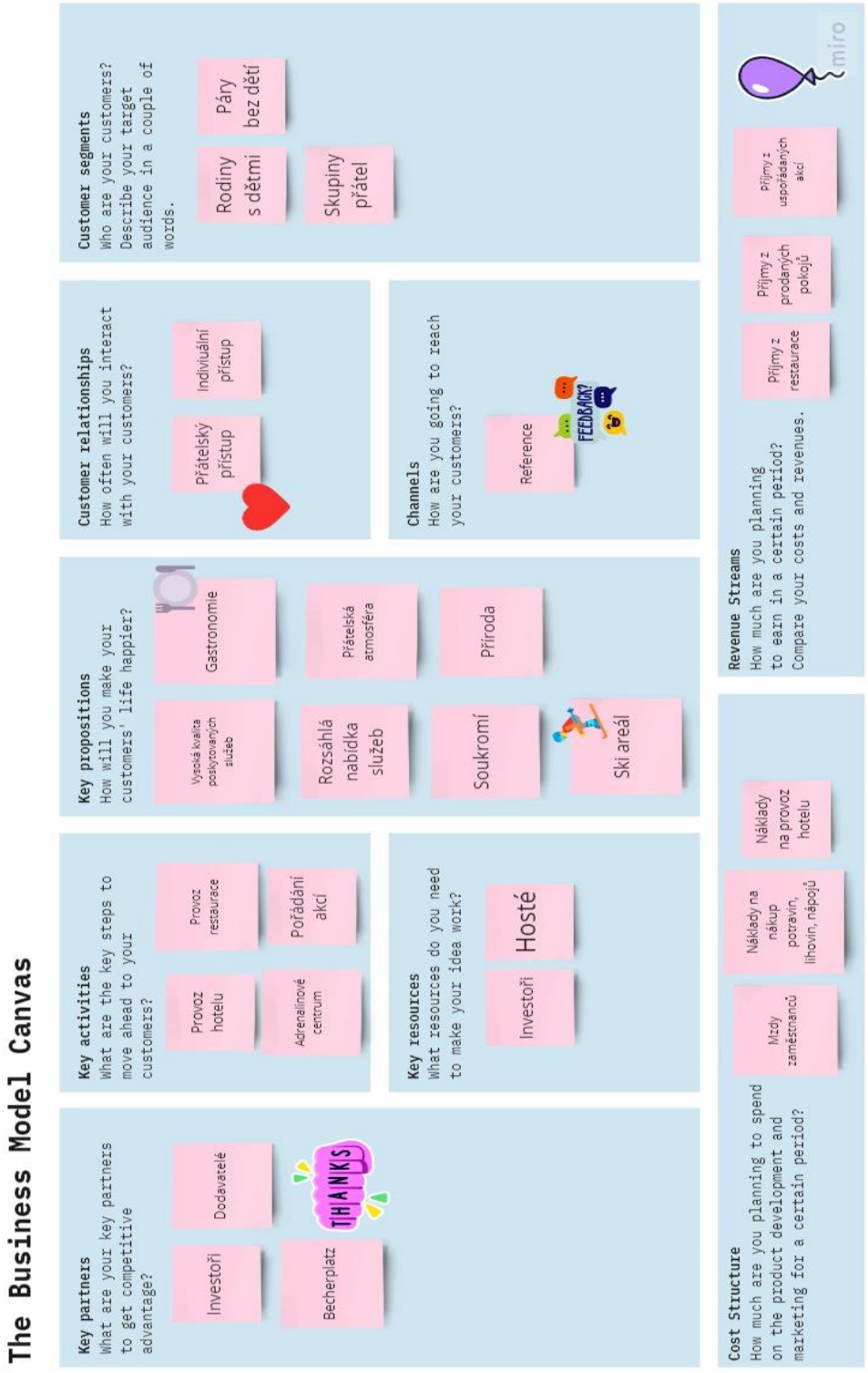
We really appreciate your time and feedback.



Made with SurveySparrow

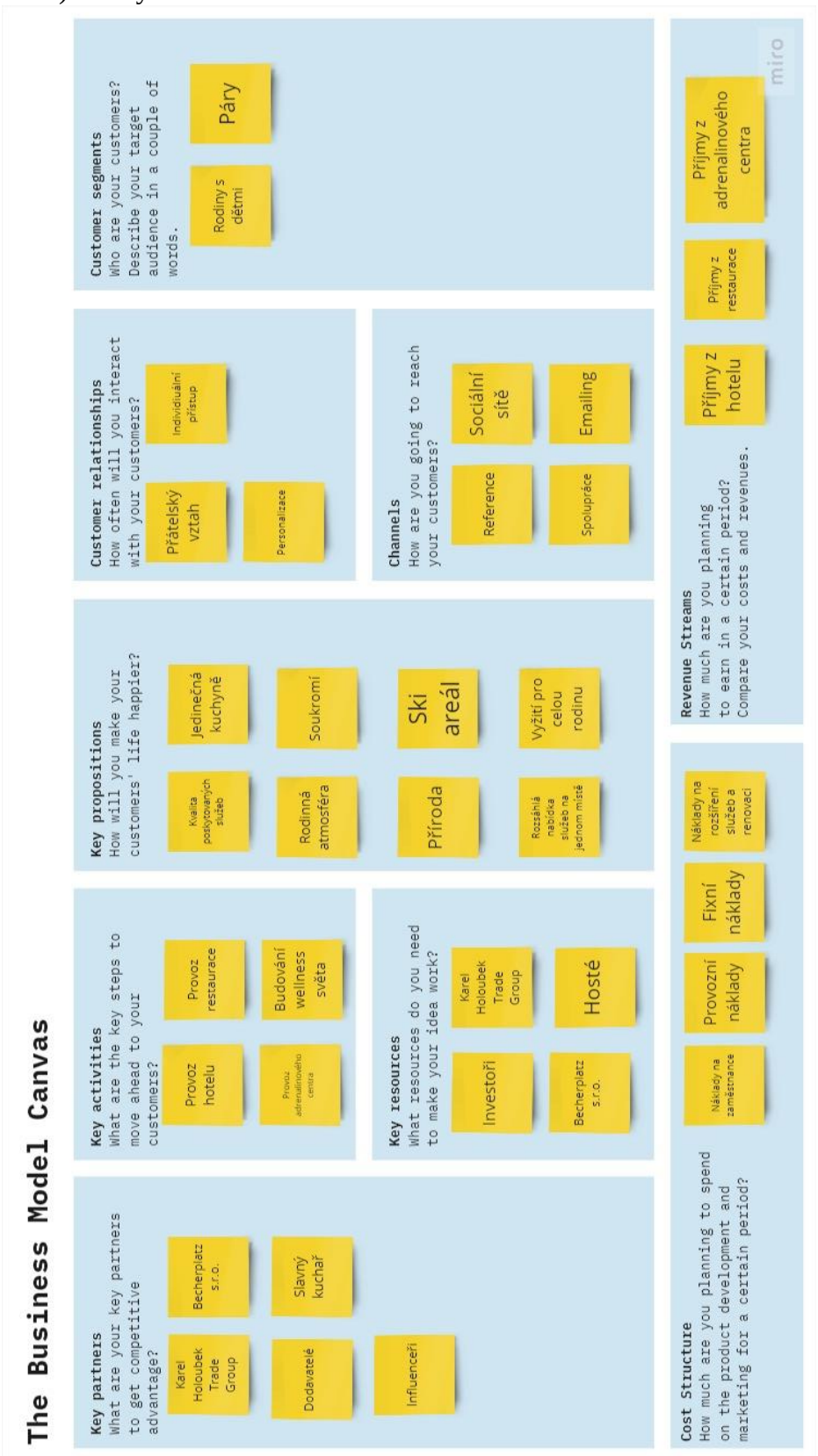
Příloha č. 4
Business modely

1) Stávající business model Canvas Hotel Orion



Zdroj: vlastní zpracování

2) Nový business model Canvas Hotel Orion



Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 5

Projekt hřiště business case pro Hotel Orion

IRIS Spielwelten

Pädagogisch wertvolle Spiel- und Lebensräume

30.05.2022
max. Fallhöhe: - | -
Schwerstes Teil: 80 kg
Gesamtgewicht Holz: 480 kg

Wasserspielanlage Papiliorama

Zeichnung

copyright © IRIS-Spielwelten GmbH

IRIS-Spielwelten GmbH | Hagstrasse 5 | 6078 Lungern
Telefon 041 931 03 96 | Fax 041 931 03 97 | info@iris-spielwelten.ch | www.iris-spielwelten.ch

IRIS Spielwelten

Pädagogisch wertvolle Spiel- und Lebensräume

Wasserspielanlage Papiliorama

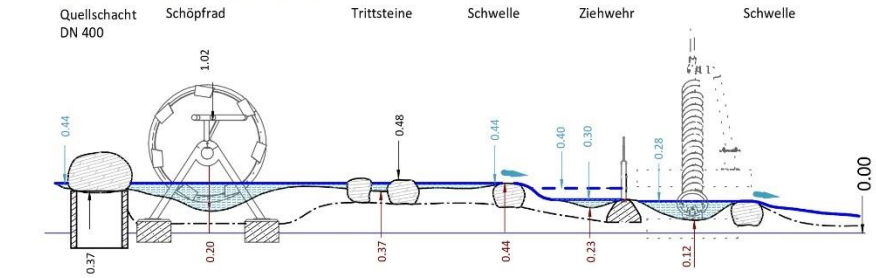
Planung 30.05.2022

Schöpfrad

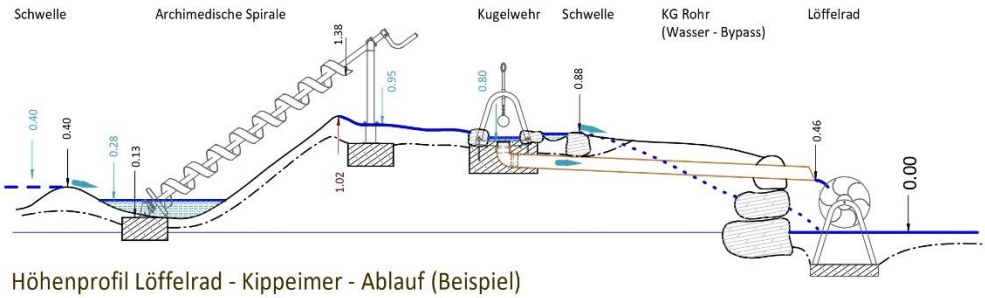
Ansicht Gesamtanlage

copyright © IRIS-Spielwelten GmbH

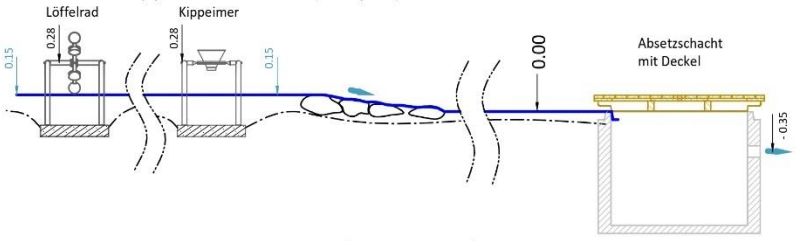
Höhenprofil Schöpfrad (Beispiel)



Höhenprofil Archimedische Spirale (Beispiel)



Höhenprofil Löffelrad - Kippeimer - Ablauf (Beispiel)



IRIS-Spielwelten GmbH | Hagstrasse 5 | 6078 Lungern
Telefon 041 931 03 96 | Fax 041 931 03 97 | info@iris-spielwelten.ch | www.iris-spielwelten.ch

Zdroj: (Irisspielwelten.de, 2023)