



Zhodnocení vybraných ubytovacích zařízení v Jičíně

Bakalářská práce

Studijní program:

B6208 Ekonomika a management

Studijní obor:

Ekonomika a management služeb – Cestovní ruch

Autor práce:

Bohdana Balšánková

Vedoucí práce:

Ing. Sylvie Kotíková, Ph.D.

Katedra ekonomie





Zadání bakalářské práce

Zhodnocení vybraných ubytovacích zařízení v Jičíně

Jméno a příjmení: **Bohdana Balšánková**
Osobní číslo: E17000439
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Ekonomika a management služeb – Cestovní ruch
Zadávací katedra: Katedra ekonomie
Akademický rok: **2019/2020**

Zásady pro vypracování:

1. Stanovení cílů a formulace výzkumných otázek.
2. Vymezení základních pojmů cestovního ruchu a trendy v regionálním cestovním ruchu.
3. Podnikání v cestovním ruchu a klasifikace ubytovacích zařízení.
4. Komparace vybraných ubytovacích zařízení v Jičíně na základě spokojenosti hostů.
5. Formulace závěrů a zhodnocení výzkumných otázek.

Rozsah grafických prací:
Rozsah pracovní zprávy:
Forma zpracování práce:
Jazyk práce:

30 normostran
tištěná/elektronická
Čeština



Seznam odborné literatury:

- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. 2012. Jak uspět v domácí i světové konkurenci – 2. vydání. Praha: GRADA. ISBN 978-80-247-4209-0.
- KOTÍKOVÁ, Halina. 2013. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. Praha: GRADA. ISBN 978-80-247-4603-6.
- RAŠOVSKÁ, Ida a Kateřina, RYGLOVÁ. 2017. Management kvality služeb v cestovním ruchu: Jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků. Praha: GRADA. ISBN 978-80-247-5021-7.
- YGLOVÁ, Kateřina, Michal, BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. 2011. Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi. Praha: GRADA. ISBN 978-80-247-4039-3.
- PROQUEST. 2019. Databáze článků ProQuest [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. [cit. 2019-07-08]. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz/>.

Konzultant: Ing. Karolína Pavlů

Vedoucí práce:

Ing. Sylvie Kotíková, Ph.D.
Katedra ekonomie

Datum zadání práce:

31. října 2019

Předpokládaný termín odevzdání:

31. srpna 2021

prof. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.
děkan

L.S.

prof. Ing. Jiří Kraft, CSc.
vedoucí katedry

V Liberci dne 31. října 2019

Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně jako původní dílo s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Jsem si vědoma toho, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu Technické univerzity v Liberci.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti Technickou univerzitu v Liberci; v tomto případě má Technická univerzita v Liberci právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Současně čestně prohlašuji, že text elektronické podoby práce vložený do IS/STAG se shoduje s textem tištěné podoby práce.

Beru na vědomí, že má bakalářská práce bude zveřejněna Technickou univerzitou v Liberci v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů.

Jsem si vědoma následků, které podle zákona o vysokých školách mohou vyplývat z porušení tohoto prohlášení.

10. července 2020

Bohdana Balšánková

Poděkování

Ráda bych touto cestou vyjádřila poděkování Ing. Sylvii Kotíkové, Ph.D. za odborné vedení mé bakalářské práce, za její čas a podnětné rady. Taktéž bych chtěla poděkovat Ing. Karolíně Pavlů za vstřícnost a cenné poznámky.

Anotace

Předmětem bakalářské práce je zhodnocení spokojenosti zákazníků s poskytovanými službami vybraných ubytovacích zařízení a na základě výsledků provedeného dotazníkového šetření u stávajících zákazníků vybraných ubytovacích zařízení navrhnout optimálních řešení vedoucí ke zkvalitnění stávajících nabízených služeb vedoucí k větší spokojenosti zákazníků. Zkoumaná ubytovací zařízení, vybrané čtyřhvězdičkové hotely, EA Hotel Tammel ***** a Hotel reSTART ***** v Jičíně, byly zákazníky hodnoceny velmi pozitivně, avšak z vyhodnocení dotazníkového šetření bylo zjištěno, že slabým místem je ve vybraných ubytovacích zařízeních zejména strava v restauraci. Na základě tohoto zjištění bylo doporučeno zaměřit se na nabízenou stravu a do nabídky začlenit regionální produkty. Dále šetření ukázalo rostoucí zájem seniorů, pročež bylo doporučeno investovat do pobytových balíčků pro tento segment. Důležitým doporučením je v neposlední řadě snažit se o lepší spolupráci s informačním centrem v Jičíně.

Klíčová slova

ubytovací zařízení, cestovní ruch, zákazníci, hotel, dotazníkové šetření, Jičín, turistický region, Český ráj

Annotation

The subject of the bachelor's thesis is to evaluate customer satisfaction with the services provided by selected accommodation facilities and based on the results of a questionnaire survey of existing customers of selected accommodation facilities to propose optimal solutions to improve existing services leading to greater customer satisfaction. The examined accommodation facilities, selected four-star hotels, EA Hotel Tammel ***** and Hotel reSTART ***** in Jičín, were evaluated very positively by customers, but from the evaluation of the questionnaire survey it was found that the weak point in selected accommodation facilities is mainly food in the restaurant. Based on this finding, it was recommended to focus on the food offered and to include regional products on the menu. Furthermore, the survey showed a growing interest of seniors. It was, therefore, recommended to invest in packages for this segment. Last but not least, an important recommendation is to strive for better cooperation with the information center in Jičín.

Keywords

accommodation facilities, tourism, customers, hotel, questionnaire survey, Jičín, tourist region, Bohemian Paradise

Obsah

Seznam obrázků.....	10
Seznam tabulek.....	11
Seznam použitých zkratk	12
Úvod	13
1 Ubytovací služby v cestovním ruchu	14
1.1 Vývoj ubytovacích služeb.....	14
1.2 Cestovní ruch v současnosti.....	15
1.3 Základní pojmy	16
1.3.1 Regionální CR	16
1.3.2 Typy CR	16
1.4 Charakteristika služeb.....	17
1.5 Kvalita.....	18
1.5.1 Kvalita služeb v CR.....	18
1.5.2 Český systém kvality služeb.....	19
1.6 Legislativa.....	19
1.6.1 Podnikání v ubytovacích službách	21
1.7 Spokojenost zákazníků	22
1.7.1 Sledování spokojenosti.....	22
1.8 Očekávání zákazníků	25
1.9 Trendy v CR a ubytovacích službách	26
2 Ubytovací zařízení.....	29
2.1 Členění ubytovacích zařízení.....	30
2.2 Hromadná ubytovací zařízení	31
2.3 Individuální ubytovací zařízení	32
2.4 Charakteristika kategorií a klasifikace ubytovacích zařízení.....	32
3 Charakteristika regionu	36
3.1 Cestovní ruch v Jičíně.....	36
3.2 Regionální produkty	37
3.3 Stav ubytovacích zařízení v Jičíně.....	37
4 Dotazníkové šetření.....	42
4.1 Výsledky dotazníkového šetření.....	43
4.2 Vyhodnocení výzkumných otázek.....	56

4.3	Zhodnocení výsledků dotazníkového šetření a návrhy na zlepšení	57
	Závěr	60
	Seznam použité literatury	62
	Seznam příloh	69
	Příloha A: Dotazník	70

Seznam obrázků

Obrázek 1 Počet přenocování v HUZ podle krajů 2017-2019	30
Obrázek 2 Účel pobytu – EA Hotel Tammel ****	44
Obrázek 3 Účel pobytu – Hotel reSTART ****	44
Obrázek 4 Recepce – EA Hotel Tammel ****	45
Obrázek 5 Recepce – Hotel reSTART ****	45
Obrázek 6 Pokoj – EA Hotel Tammel ****	46
Obrázek 7 Pokoj – Hotel reSTART ****	46
Obrázek 8 Personál – EA Hotel Tammel ****	47
Obrázek 9 Personál – Hotel reSTART ****	47
Obrázek 10 Strava – EA Hotel Tammel ****	49
Obrázek 11 Strava – Hotel reSTART ****	49
Obrázek 12 Odhlášení – EA Hotel Tammel ****	50
Obrázek 13 Odhlášení – Hotel reSTART ****	50
Obrázek 14 Spokojenost – EA Hotel Tammel ****	51
Obrázek 15 Spokojenost – Hotel reSTART ****	51
Obrázek 16 Kde jste se o hotelu dozvěděl? – EA Hotel Tammel ****	52
Obrázek 17 Kde jste se o hotelu dozvěděl? – Hotel reSTART ****	52
Obrázek 18 Doporučil byste hotel svým známým? – Hotel reSTART ****	53
Obrázek 19 Doporučil byste hotel svým známým? – EA Hotel Tammel ****	53
Obrázek 20 Bylo vaše očekávání naplněno? – EA Hotel Tammel ****	54
Obrázek 21 Bylo Vaše očekávání naplněno? – Hotel reSTART ****	54
Obrázek 22 Věk – EA Hotel Tammel ****	55
Obrázek 23 Věk – Hotel reSTART ****	55
Obrázek 24 Pohlaví – EA Hotel Tammel ****	55
Obrázek 25 Pohlaví – Hotel reSTART ****	55

Seznam tabulek

Tabulka 1 Formát check-listů.....	23
Tabulka 2 Likertův formát.....	24
Tabulka 3 Verbální formát	24
Tabulka 4 Numerický formát	24
Tabulka 5 Porovnání jednotlivých tříd hotelů	33
Tabulka 6 Porovnání jednotlivých tříd penzionů	34
Tabulka 7 Hotely v Jičíně.....	38
Tabulka 8 Apartmány v Jičíně.....	39
Tabulka 9 Penziony v Jičíně.....	40
Tabulka 10 Recepce.....	45
Tabulka 11 Pokoj.....	46
Tabulka 12 Personál	47
Tabulka 13 Hotelová strava a nabídka	49
Tabulka 14 Odhlašovací proces.....	50
Tabulka 15 Celková spokojenost.....	51

Seznam použitých zkratk

AHR ČR	Asociace hotelů a restaurací České republiky
CR	cestovní ruch
ČSÚ	Český statistický úřad
HUZ	hromadná ubytovací zařízení
MMR ČR	Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky
ROH	Revoluční odborové hnutí

Úvod

Cestovní ruch je důležitou součástí našich životů a také ekonomiky. Souvisí se stravovacími a ubytovacími službami, dopravou a všeobecným rozvojem nejen jednotlivých zemí, ale také jejich regionů. Pro nynější účastníky cestovního ruchu, a tedy zákazníky ubytovacích zařízení, není dostačující pouze stroze vybavený pokoj, jsou mnohem náročnější než kdy dříve, a to nejen na ubytování a stravu, ale také na poskytované doplňkové služby. Avšak vzhledem k nečekané situaci ohledně pandemie COVID-19 bylo mnoho poskytovatelů služeb v cestovním ruchu silně zasaženo. Dle Enta (2020), vlastníka některých ubytovacích zařízení v Jičíně, je ovšem podpora státu podnikatelům v cestovním ruchu v této situaci nedostatečná. Konkrétně Hotel Jičín musel po 18 letech fungování kvůli ekonomickým ztrátám svou činnost ukončit, zrovna tak i restaurace U Dělové koule 1866, která k hotelu patří. Nicméně je možné, že se v budoucnu hotel i restaurace znovu otevrou, tedy za podmínek lepší finanční situace objektů. S ohledem na to, že zákazníci ubytovacích zařízení v Jičíně jsou zejména turisté a hosté ze zahraničí, krizi COVID-19 jistě pocítily i ostatní ubytovací zařízení ve městě i jeho okolí.

Bakalářská práce je rozdělena do čtyř částí. První část je zaměřena na ubytovací služby v cestovním ruchu, tedy jaký byl jejich vývoj a jaké služby ubytovací zařízení poskytují. Dále je zde legislativa, podmínky podnikání v oblasti ubytovacích služeb, kvalita služeb v cestovním ruchu, trendy v sektoru ubytovacích služeb a definice vybraných pojmů. V návaznosti na cíl je zde také podkapitola o sledování spokojenosti zákazníků. Druhá část práce popisuje členění ubytovacích služeb s příklady ze zkoumané oblasti – města Jičína a jeho okolí, porovnání jednotlivých kategorií a možnosti udělování certifikátů. Ve třetí části je uvedena charakteristika regionu, cestovní ruch v této turistické oblasti, regionální produkty a také stav ubytovacích zařízení. Čtvrtá a poslední část práce je věnována výzkumné části. Zde jsou podrobně rozebrány výsledky šetření dvou zkoumaných hotelů, tedy EA Hotel Tammel **** a Hotel reSTART ****, jejich vzájemné porovnání a návrhy na zlepšení.

1 Ubytovací služby v cestovním ruchu

Cestovní ruch je fenoménem dnešní doby a v některých zemích silně ovlivňuje ekonomiku. Je svázán s dalšími odvětvími, jako je stravování či ubytování. Význam ubytovacích služeb je neopomenutelný, neboť je významnou součástí cestovního ruchu. Ubytovací služby a další služby s tím spojené jsou dnes a denně využívány po celém světě, ať už při pracovních cestách nebo dovolené. Jak uvádí Český statistický úřad (2020a), v roce 2018 tvořil cestovní ruch 2,9 % HDP (hrubý domácí produkt) v České republice, což bylo 153 miliard korun. Kromě podílu na HDP je cestovní ruch významný i v oblasti zaměstnanosti, neboť zde v roce 2018 bylo zaměstnáno 240,6 tisíce osob, z toho zaměstnanci tvořili 82 % a osoby zde podnikající 18 %. Na tvorbě hrubé přidané hodnoty v národním hospodářství byl podíl cestovního ruchu 2,8 % a podíl CR (cestovní ruch) na celkové zaměstnanosti v národním hospodářství činil 4,5 %.

1.1 Vývoj ubytovacích služeb

Ubytovací služby a tedy i ubytovací zařízení se úzce pojí s cestovním ruchem. Ačkoliv dle Kotíkové (2013) lidé cestovali od pradávna, cestovní ruch se začal rozvíjet až od poloviny 19. století. Počátek vývoje CR v České republice lze datovat k roku 1888, kdy byl založen Klub českých turistů. Tento klub byl založen zejména proto, aby byl posílen cestovní ruch a také propagace za hranicemi. Mimo to pomohl s organizací základních činností CR, tedy pořádání výletů, vydávání turistických map a k rozvoji infrastruktury pro ubytovací zařízení, především chaty, noclehárny, budování turistických cest atp. (Vystoupil, Šauer a kol., 2011).

Předchůdci hotelů byly tzv. zájezdní hostince, což byly první ubytovací zařízení. Vznikaly s rozvojem cestování za obchodem, dostavníkové dopravy a později i železnice. Na časové ose lze hotely zařadit na přelom 18. a 19. století. Jak také dále uvádějí Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011), vývoj ubytovacích zařízení je také spojován s rozvojem cyklistiky a také automobilové dopravy. Na přelomu 19. a 20. století se začaly objevovat první velké a luxusní hotely. V tomto období také začalo docházet k prvnímu sdružení hotelů v hotelové podniky. Po druhé světové válce byl ve výstavbě hotelů výrazný rozmach, který je znatelný i v současnosti. V nynější době se na obratu největší vahou podílejí mezinárodní hotelové řetězce.

Dle Vystoupila, Šauera a kol. (2011) vývoj, druhy a zejména prostorové rozmístění ubytovacích zařízení se pojily s dlouhodobou oblíbeností forem a druhů CR na našem území. Od 2. poloviny 19. století se ubytovací zařízení koncentrovaly hlavně do města Prahy a ostatní velkých měst a významných lázní. Během poválečného období v letech 1946-1960 zde nebyl žádný výraznější nárůst ubytovací základny cestovního ruchu, ovšem od 60. let minulého století u nás začal rozvoj výběrové a podnikové rekreace ROH (revoluční odborové hnutí) a masových sociálních forem, jednalo se zejména o rekreaci u vody. V této spojitosti došlo k výstavbám kempů, chatových osad a také tábořišť. Díky těmto událostem nastal dynamický růst ubytovacích zařízení se střední a nižší kvalitou, a to od poloviny 60. let až do konce 70 let, a ještě znatelnější nárůst byl v 80. letech minulého století. Teprve v tomto období se začal dokumentovat vývoj lůžkových kapacit v hromadných ubytovacích zařízení na území České republiky. Po roce 1990 nastaly na našem území změny v oblasti ubytovací základny cestovního ruchu. Byla vystavěna nová ubytovací zařízení a zvýšil se počet čtyřhvězdičkových a pětihvězdičkových hotelů, buď ve formě zcela nových zařízení, nebo ve formě rekonstrukce těch postarších. Nová výstavba byla koncentrována především v oblasti Prahy, dále na Šumavě, v Jižních Čechách nebo na Vysočině.

1.2 Cestovní ruch v současnosti

Současnost cestovního ruchu je ovlivněna zejména pandemií COVID -19. Díky rostoucímu fondu volného času a ekonomické situaci se na cestovním ruchu mohly donedávna podílet téměř všechny vrstvy společnosti bez potíží a podle UNWTO (2018) patřily mezi země s nejvyšší účastí na cestovním ruchu vzhledem k populaci Finsko, Švédsko, Lucembursko, Nizozemí a Česká republika. Avšak tuto situaci byla narušena karanténou kvůli COVID-19, dotčeny byly nejen ubytovací zařízení, ale také například letecké společnosti či cestovní kanceláře. Po utlumení turismu nyní nastává situace pro znovunastartování odvětví cestovního ruchu. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (2020) ve spolupráci s Národní ekonomickou radou vlády a agenturou CzechTourism připravuje plán pro záchranu a restart cestovního ruchu na období 2020-2022. Cílem by mělo být podpořit poptávku formou státních poukazů na dovolenou v tuzemsku a snížení DPH. Kromě samotného cestování jsou touto situací ohroženi také zaměstnanci v CR, neboť jak uvádí Gastro&Hotel (2020), cestovní ruch zaměstnává až 240 000 lidí. Pokud by například v České republice poklesly spotřeby turistů z Itálie, Číny a Jižní Koreje o 50 %, pravděpodobně by došlo během tohoto roku ke snížení počtu pracovních míst až o 8 tisíc.

Důsledky COVID-19 mohou být nejen pro ubytovací zařízení fatální, příkladem je Hotel Jičín a restaurace U Dělové koule 1866, která k hotelu patří. Provoz těchto zařízení byl kvůli výpadku hostů a s tím spojených finančních ztrát zastaven a zůstanou na dobu neurčitou zavřeny. Aby další hotely svůj provoz nemusely ukončit, doporučuje Sawier (2020) zejména zaměřit se na dlouhodobý horizont a nenabízet mnoho speciálních nabídek za zlevněné ceny, poněvadž než se ekonomika plně nastartuje a bude možné ceny znovu zvednout, mělo by to dlouhodobý dopad na fungování.

1.3 Základní pojmy

Tato kapitola obsahuje charakteristiku regionálního cestovního ruchu a definici typů cestovního ruchu.

1.3.1 Regionální CR

Regionální cestovní ruch je takový CR, který se vztahuje k určitému regionu. Obecně je region území, které je vymezeno na základě společných znaků. Jedno z mnoha pojetí regionalizace uvádí i CzechTourism, kde hlavní kritérium spočívá v organizačně-ekonomických vazbách, ochotě obcí, mikroregionů daného regionu mezi sebou komunikovat atd. Hranice regionů nejsou tedy pevně vymezeny, ale vyvíjejí se v čase. Město Jičín patří do regionu Český ráj (Holešinská, 2016).

1.3.2 Typy CR

Vzhledem k tématu této bakalářské práce se v regionálním cestovním ruchu lze setkat především s těmito typy CR, které uvádějí Kesner, Moravec, Novotný a Škodová-Parmová (2008):

- rekreační – uskutečňuje se ve vhodném prostředí, cílem je odpočinek a zlepšení jak fyzické, tak i psychické kondice, např.: víkendová rekreace na chatách a chalupách v okolí Jičína a v blízkosti přírodních krás, které Český ráj nabízí,
- kulturně poznávací – poznávání historie, kultury a tradic národa, např.: prohlídka sakrálních staveb jako je třeba jičínská synagoga či návštěva společenské události Jičín – město pohádky,
- poznávání přírody – např.: návštěva chráněné krajinné oblasti Český ráj.

1.4 Charakteristika služeb

Služby mají specifické vlastnosti, které komplikují jednoznačnou definici a vymezení. Nicméně existuje spousta definic, které jsou přizpůsobeny pro svůj účel a kontext, kde jsou zmiňovány. Jednoduše lze službu definovat jako činnost, kdy je něco děláno pro někoho nebo pro něco. Také je možno službu charakterizovat na základě jejich vlastností.

Dle Palatkové (2011) jsou hlavními specifickými vlastnostmi služeb zejména v turismu například:

- nehmotnost a nehmatatelnost – nelze si službu prohlédnout dopředu ani vyzkoušet, např.: návštěva vzdělávací akce v Lodžii v Jičíně,
- neoddělitelnost – zpravidla poskytnutí služby a její spotřeba se odehrává současně, např.: návštěva Jičína kvůli zúčastnění se Festivalu Jičín město pohádky,
- různorodost – různé služby v různé kvalitě a pro různé cílové skupiny, např.: různá kvalita a obsahová podstata místních kosmetických salonů,
- netrvanlivost – služba zaniká při nevyužití v daný čas, např. koupenu vstupenku na film v daný den a čas do Biografu Český Ráj nelze skladovat a prodat ji později,
- neexistence vlastnění nebo dočasného vlastnění – koupí a spotřebou nedochází ke vzniku vlastnického vztahu, např.: použití místní veřejné dopravy.

Jak uvádí Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s. 96) se službami obecně rozumí *„ekonomická činnost, jejímž výsledkem jsou nemateriální hodnoty, které se projevují jako užitečné efekty pro spotřebitele služeb“*.

Poskytované služby dále dělí Beránek (2016) na dvě základní skupiny:

- základní – patří sem služby ubytovací a stravovací (tyto služby se dále mohou dělit v návaznosti na kategorii, třídy a velikost ubytovacího zařízení),
- doplňkové – např.: směnárna, donáška zavazadel, animační programy atd.

Dle Českého systému kvality služeb (2015) je s cestovním ruchem a službami spojena i kvalita a její hodnocení. WTO uvádí, že kvalita v cestovním ruchu je definována jako *„uspokojení všech legitimních požadavků a očekávání klienta v rámci akceptované ceny,*

zahrnujících určující kvalitativní faktory jako je bezpečnost, hygiena, dosažitelnost služeb cestovního ruchu, harmonie vztahu člověka s přírodou” (WTO Quality Support Committee, Varadero, květen 2003).

S ohledem na cíl této bakalářské práce, kterým je zhodnotit vybraná ubytovací zařízení pomocí dotazníkového šetření hosty vybraných zařízení se práce ztotožňuje zejména s pohledem na kvalitu v cestovním ruchu dle WTO. Dotazník by měl zhodnotit spokojenost klientů s poskytovanými službami ubytovacích zařízení a také umožnit srovnání ubytovacích zařízení mezi sebou na základě jejich hodnocení.

1.5 Kvalita

Rašovská a Ryglová (2017) uvádějí dvě základní složky kvality, technickou a funkční. Technickou kvalitou služeb se rozumí taková kvalita, která se orientuje na objektivně měřitelné složky, jako jsou kupříkladu vybavenost hotelového pokoje či interiér daného ubytovacího zařízení. Funkční kvalita služeb je zaměřena na proces poskytování služby, tudíž vztah poskytovatele služby a zákazníka, příkladem může být atmosféra prostředí či profesionálnost zaměstnanců.

KPMG (2010) uvádějí všeobecnou definice kvality. Uvádí, že je to schopnost podniku nebo služby uspokojit potřeby zákazníků i jejich očekávání.

1.5.1 Kvalita služeb v CR

Jak uvádí KPMG (2010), existují dva druhy faktorů, které ovlivňují kvalitu služeb v cestovním ruchu, faktory interní a externí. Interními faktory jsou například:

- vize, strategie a politika hotelových organizací, které jsou založená na potřebách a očekávání zákazníků,
- kompetence a odborná způsobilost zaměstnanců,
- systém a úroveň řízení rizik v podniku,
- řízení poznatků z monitorování a měření spokojenosti zákazníků.

Jako externí faktory lze uvést legislativu a vynutitelnost práva ve společnosti a v oblasti ubytovacích služeb, konkurence, odborová organizovanost či atraktivnost regionu.

Důvody, proč se snažit zvýšit kvalitu služeb, je několik. Český systém kvality služeb (2015) uvádí například tyto:

- zvyšování zisku – pokud jsou nabízené služby kvalitní, zákazníci reagují opakovanými návštěvami, delšími pobyty a pozitivními recenzemi na dané ubytování a služby, což vede ke zvyšování zisku,
- snižování nákladů – pokud budou služby nabízeny v lepší kvalitě, sníží se počet reklamací a zredukují se náklady,
- zvýšená konkurenceschopnost – kvalita služeb je rozhodující faktor pro zákazníky, rozhoduje o tom, kde zákazník svůj čas stráví a jaké služby využije,
- spokojení pracovníci – motivace zaměstnanců podílet se na kvalitě a možnost přinášet nápady vytváří přátelskou atmosféru pracovního prostředí, což vede ke snížení fluktuace zaměstnanců.

1.5.2 Český systém kvality služeb

Jak uvádí Český systém kvality služeb (2020), tak tento systém napomáhá ke zvyšování kvality služeb v cestovním ruchu a jeho dalších službách. Tato koncepce vychází ze zásad řízení kvality. Snahou tohoto systému je poznat potřeby zákazníků a pracovat na zkvalitňování poskytovaných služeb. Český systém kvality služeb byl vytvořen pomocí licence německého systému Service Qualität Deutschland. Organizace zapojené v tomto systému mohou bezplatně získat odborné a praktické znalosti z oblasti řízení kvality a také mnoho dalších kompetencí, které mohou být využity pro rozvoj podnikání.

Mezi hlavní principy systému kvality služeb patří zejména:

- rozvoj firemní kultury,
- zaměření se na očekávání a spokojenost zákazníka,
- respektování specifických potřeb zapojených organizací,
- podpora efektivní komunikace mezi vedením společnosti a jejími zaměstnanci, zákazníky či dodavateli.

1.6 Legislativa

Základní vztahy v legislativě pro ubytovací služby jsou upraveny občanským zákoníkem č. 40/1964 Sb. V případě, že jde o provozování tzv. pronájmu, nejedná se o podnikatelskou činnost a není potřeba mít živnostenský list, pokud tedy podnikatel neposkytuje další služby.

Platí pouze daň podle skutečně dosaženého příjmu a případně místní poplatky. Jestliže se podnikatel rozhodne poskytovat i další služby ve větším rozsahu, pak postupuje podle ustanovení živnostenského zákona (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Dle Fialy (2016) spadají ubytovací služby do ohlašovací živnosti volné a jedná se o nařízení vlády č. 278/2008 Sb. o poskytování ubytování v ostatních ubytovacích zařízeních, které jsou stanoveny zvláštním předpisem a bez poskytování stravovacích služeb, jako je tomu v chatových osadách, kempech atd. Ovšem pokud provozovna připravuje a prodává stravu a nápoje, k jejichž prodeji a konzumaci dochází přímo v provozovně, jedná se dle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011) o hostinskou činnost, což je živnost ohlašovací řemeslná, nařízení vlády č. 278/2008 Sb. Tuto činnost lze provozovat buď samostatně, nebo ve spojení s poskytováním ubytování dle zvláštního právního předpisu ve stanovených ubytovacích zařízeních, kde jsou poskytovány stravovací služby, např. hotel či penzion.

Kromě uvedených nařízení Vlády ČR, které popisují Fiala (2016) a Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011), se s poskytováním ubytovacích služeb pojí i daně. Jak uvádí Buchvaldek (2016), příjem z poskytování ubytovacích služeb je příjmem dle § 7 odst. 1 písm. b) zák. č. 586/1992 Sb. o daních z příjmů, tedy ne příjem dle § 9 Zákona o daních z příjmů (příjmy z nájmu). Je tomu tak proto, že nejde čistě o nájem bytu, ale o poskytování ubytovacích služeb podle živnostenského zákona. Dále jsou zde místní poplatky, avšak obecní úřady si mohou rozhodnout, zda je budou vybírat, jedním z poplatků je i poplatek z ubytovací kapacity, který například město Jičín zatím nevybírání, ačkoliv se o tom znovu. Pokud poskytovatel ubytovacích služeb má na pokoji pro hosty rozhlasový nebo televizní přijímač, je povinen platit rozhlasové a televizní poplatky a také poplatky ochranným svazům autorským.

Jak uvádí Asociace hotelů a restaurací České republiky (2015), dále jen AHR ČR, povinnosti pro provozovatele ubytovacích zařízení jsou uvedeny v zákoně č. 356/1999 Sb. Provozovna, ve které se prodává zboží nebo v ní jsou poskytovány služby spotřebitelům, musí být trvale a zvenku viditelně označena také:

- jménem a příjmením osoby, která je odpovědná za činnost provozovny,
- prodejní/provozní dobou, která je vyhrazena styku se spotřebiteli, pokud to není stánek apod.,
- kategorií a třídou ubytovacího zařízení určeného pro přechodné ubytování.

1.6.1 Podnikání v ubytovacích službách

Dle Houška a kol. (2007) má podnikání v této oblasti jistá specifika. Nejdůležitějším specifikem je zde sama podstata služeb, které jsou vázány na místo, kde se vyskytují atraktivita pro realizaci CR za, kterými spotřebitel jde, dále je zde časovost, protože tvorba atraktivit, jejich realizace i spotřeba jsou místně a časově propojeny. Posledním bodem je pomíjivost, tedy že produkty CR nelze skladovat, zkrátka jsou určeny ke spotřebě v době jejich dispozice. Při zvažování podnikání v ubytovacích službách je třeba mít na paměti:

- podnikat se nedá všude – je nezbytné služby nabízet na místech, která vyvolávají a podněcují poptávku účastníků CR,
- znalost okolního prostředí – ubytovací služby jsou propojeny s přírodními, kulturními a společenskými vlastnostmi daného místa,
- vnější vlivy – ubytovací služby jsou závislé na politických, společenských a hospodářských faktorech, které na stranu poptávky působí a mohou ji ovlivňovat,
- sezónnost a nerovnoměrnost poptávky – ubytovací služby jsou silně ovlivněny sezónou, rozvojem volného času, dovolenou atd.,
- komplexnost – ubytovací služby nevystupují samostatně, ale v komplexu, který zahrnuje dopravu, stravování atp.,
- nové zážitky a seberealizace – každý účastník touží po zajímavých prožitcích, tedy nevyhledává služby, ale především zážitky.

Výše zmíněná specifika jsou za běžných podmínek aplikovatelná, ale s ohledem na situaci způsobenou covidem se pohled na problematiku podnikání dle Houšky a kol. (2007) nyní komplikuje, jde zejména o uvedený faktor vnějších vlivů na podnikání, který byl pandemií narušen. Pro podporu podnikatelů v oblasti ubytovacích služeb dle Hospodářské komory ČR (2020) schválili poslanci tzv. protikrizový daňový balíček, který mimo jiné právě přináší snížení DPH na ubytovací služby, což schvaluje i AHR ČR. K opětovnému otevření ubytovacích zařízení, která poskytují ubytovací a stravovací služby, došlo 25. května 2020, s tímto datem AHR ČR (2020) zveřejnila návrh podmínek pro obnovení provozu ubytovacích zařízení Základní hygienicko-bezpečnostní standard pro ubytovací a stravovací služby v ubytovacích zařízeních.

1.7 Spokojenost zákazníků

Jak uvádí Kotler, Wong, Saunders a Armstrong (2007), pro firmy, které jsou orientované na zákazníky, je spokojenost zákazníků nejen cíl, ale také základní faktor úspěchu. Tyto firmy jsou si vědomy, že spokojení zákazníci znamenají pro firmu mnoho přínosů. Spokojený zákazník je totiž méně citlivý na změny cen a zůstává věrný po dlouhou dobu.

Pojem spokojenost zákazníka lze definovat více způsoby, jeden z nich uvádí norma ČSN EN ISO 9000:2006, která popisuje spokojenost jako vnímání zákazníka, jenž se týká stupně splnění jeho požadavků. Spokojenost zákazníka tedy se pojí s jeho pocity (Fiala, Becková a kolektiv, 2013).

1.7.1 Sledování spokojenosti

Pro sledování spokojenosti zákazníka lze použít řadu metod. Kotler, Wong, Saunders a Armstrong (2007) zmiňují například tyto metody:

- metoda přání a stížnosti – např.: kniha přání a stížností, kterou lze najít v některých ubytovacích zařízeních, která slouží ke zkvalitňování poskytovaných služeb,
- průzkum spokojenosti zákazníků – tento průzkum probíhá pomocí dotazníků nebo telefonických rozhovorů, často se provádějí nezávislé průzkumy časopisy,
- analýza ztracených zákazníků – firmy by měly zjišťovat úbytek zákazníků, proč přešli ke konkurenci atd., rostoucí míra ztráty zákazníků naznačuje neuspokojení svých zákazníků.

V bakalářské práci je využita metoda průzkumu spokojenosti zákazníků za pomoci dotazníkového šetření. Dotazníkové šetření a jeho výsledky jsou uvedeny v kapitole 4.1 Výsledky dotazníkového šetření.

Oproti tomu uvádí Fiala, Becková a kolektiv (2013) dva přístupy k měření spokojenosti zákazníků. Jsou jimi:

- přístupy, které využívají tzv. výstupní ukazatele vnímání zákazníků.
- přístupy, které využívají tzv. interní ukazatele výkonnosti.

Výstupními ukazateli se rozumí úroveň vnímání jednotlivých produktů různými skupinami zákazníků. Typický ukazatel spokojenosti zákazníků jsou různé indexy spokojenosti, ty se

realizují pomocí poměru reality a optima a vyjadřují se v procentech, bodech atp. Interní ukazatele se vyznačují tím, že vedení dané organizace je využívá k rozhodování v rámci managementu. Je pro ně charakteristické, že jejich vývoj či změny ovlivňují i vývoj výstupních ukazatelů (Fiala, Becková a kolektiv 2013).

Nenadál, Petříková, Hutýra a Halfarová (2004) uvádějí mezi modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků dotazníky, což je základní nástroj a zároveň záznamové medium pro měření spokojenosti. Dotazníky mají tyto elementární funkce:

- jednotná základna pro dotazování zákazníků,
- jsou souborem otázek pro všechny dotazované ve stejném pořadí,
- zabraňují tomu, aby se při dotazování zákazníka zapomnělo na některý znak spokojenosti,
- poskytují strukturovaný sběr údajů a jejich následné objektivní zpracování.

Dále uvádějí, že struktura dotazníků by měla mít minimálně tyto části:

- vstupní informace pro respondenta,
- část pro vyhodnocení celkové spokojenosti zákazníka,
- část, která hodnotí jednotlivých znaky spokojenosti,
- část, která umožňuje segmentaci odpovědí.

Míra spokojenosti je hodnocena použitím vhodné škály a formátu, v praxi se lze setkat s těmito formáty:

- check-listy,
- Likertův formát,
- verbální formát,
- numerický formát.

Formát check-listů je nejjednodušší varianta hodnocení. Respondent si zde volí pouze ze dvou možných odpovědí, kupříkladu níže uvedený vzor: chování obsluhujícího personálu: spokojen – nespokojen.

Tabulka 1 Formát check-listů

Chování obsluhujícího personálu	Spokojen	Nespokojen
---------------------------------	----------	------------

Zdroj: Nenadál, Petříková, Hutýra, Halfarová (2004)

Likertův formát má přesně definované hraniční hodnoty – od absolutně pozitivního až po absolutně negativní vnímání daného prvku. Mezi těmito krajními póly je pak stanovena škála hodnocení.

Tabulka 2 Likertův formát

Chování obsluhujícího personálu bylo bezvadné	Silný souhlas	Slabý souhlas	Ani souhlas, ani nesouhlas	Slabý nesouhlas	Silný nesouhlas
---	------------------	------------------	----------------------------------	--------------------	--------------------

Zdroj: Nenadál, Petříková, Hutýra, Halfarová (2004)

Verbální formát se používá u kladených otázek vztahujících se ke znakům spokojenosti. Respondenti tedy odpovídají označením míry spokojenosti, často se lze setkat s rozsahem odpovědí od „velmi spokojen“ až po „velmi nespokojen“.

Tabulka 3 Verbální formát

Chování obsluhujícího personálu	Velmi spokojen	Spokojen	Ani spokojen, ani nespokojen	Nespokojen	Velmi nespokojen
---------------------------------------	-------------------	----------	---------------------------------------	------------	---------------------

Zdroj: Nenadál, Petříková, Hutýra, Halfarová (2004)

Numerický formát umožňuje zákazníkovi „oznámkovat“ svou spokojenost pomocí několikastupňové hodnotící škály.

Tabulka 4 Numerický formát

Chování obsluhujícího personálu									
Velmi nespokojen									Velmi spokojen
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Zdroj: Nenadál, Petříková, Hutýra, Halfarová (2004)

Metoda dotazníkového šetření byla využita například Ševcem, Martíškovou a Štensovou (2017) v článku Preference zákazníků při výběru ubytovacího zařízení a jejich vztah k PR firem. Pomocí dotazníku zjišťovali důležitost kritérií pro výběr ubytovacího zařízení ve

vztahu k věku respondentů. Byla stanovena zkoumaná kritéria a respondenti vybírali ze dvou protichůdných odpovědí na stupnici 1-5. Výsledky jejich šetření například ukázaly, že mezi nejdůležitější faktory patřily lokalizace ubytovacího zařízení, kde byla nejčastěji zvolena varianta lokalizace v centru města, dalším faktorem byl pokojový servis s nejčastěji volenou odpovědí servis na pokojích ráno a večer. Jako další příklad lze uvést článek Preference stravování seniorů jako možný prvek rozvoje cestovního ruchu od Ševce (2017), kde bylo využito dotazníkové šetření k analýze jednotlivých preferencí. Jednotlivé preference byly popsány a na základě zjištěných výsledků byly formulovány významné faktory, které ovlivňují spokojenost se stravovacími službami a zařízeními. Mezi zjištěné informace patřilo kupříkladu to, že ženy preferují stravovací zařízení bez hudby a preferují klid, naproti tomu muži volili reprodukováné hudební kulisy a zapnutou televizi, ovšem jako významné zjištění se jevílo vyhledávání regionálních produktů ve stravě.

Vzhledem k cíli této bakalářské práce je využita metoda dle Kotlera, Wong, Saundese a Armstronga (2007), a to průzkum spokojenosti zákazníků pomocí dotazníkového šetření. Pro potřeby šetření byly v dotazníku použity jak otázky uzavřené, tedy s možností výběrů odpovědi z uvedených variant, tak i otázky s hodnotícími škálami v rozsahu „souhlasím/nesouhlasím/nevím (nemohu posoudit)“, tedy obměněný Likertův formát. U jedné otázky, konkrétně u: „7. Ohodnoťte prosím Vaši celkovou spokojenost s hotelem“, byla využita upravená varianta numerického formátu hodnocení, a to pomocí hvězdiček v rozsahu jedna až pět hvězdiček, tedy hodnocení jako ve škole - * velmi spokojen až po ***** velmi nespokojen. Celkem je dotazník tvořen 12 otázkami, z nichž je šest otázek uzavřených a šest otázek formulovaných pomocí hodnotící škály. Otázky byly vytvořeny tak, aby pokryly základní kritéria zkoumaného ubytovacího zařízení - od recepce, pokoj, personál, stravu až po odhlašovací proces s doplňkovými otázkami zaměřenými na celkovou spokojenost, věk, pohlaví atd. Dále byly dotazníky distribuovány elektronickou cestou za pomoci e-mailu, Facebooku a Twitteru. Cílem pro vyhodnocení obou zvolených hotelů bylo získat ke každému 100 řádně vyplněných dotazníků, které byly zpracovány do grafů a použity pro vzájemné porovnání vybraných ubytovacích zařízení.

1.8 Očekávání zákazníků

Dle Křížka a Neufuse (2014) lze očekávání definovat jako soubor předchozích podobných zkušeností, poznatků a aktuálních informací, které si každý zákazník vlastním způsobem vyhodnocuje v očekávání dalšího. Zkušenosti zákazník nabude vlastnímižitky, když dané

služby čerpá a od další zkušenosti očekává, že mu bude poskytnuta služba minimálně tak kvalitní, jako ta předchozí. Toto očekávání platí při srovnatelných podmínkách obou služeb, jedná se o podobnou cenu, produkt či místo, kde je daná služba poskytována. Za relevantní poznatky se považují takové informace, které zákazník zjišťuje skrze ústní doporučení od ostatních zákazníků nebo přes různé sociální sítě a další média. Mezi aktuální informace patří konkrétní informace o daném ubytovacím zařízení, destinaci či třeba restauraci. Velkou roli u těchto informací hrají také propagační materiály ubytovacích zařízení, jako jsou různé brožury, katalogy nebo PR aktivity.

Avšak Hazdra, Jiřinová, Kypus, Harazínová a Lunga (2013) uvádějí, že zákazník považuje poskytovatele a jeho služby za kvalitní pouze tehdy, převýší-li poskytnutá služba jeho očekávání. Nicméně na druhou stranu, ačkoliv je jednodušší překonat menší očekávání, může zde být problém se získáváním zákazníků. Dále uvádějí, že kvalitní služba stojí na hraně mezi dvěma stranami – potřebou vyvolat dostatečně vysoké očekávání a vyvolaná očekávání naplnit a nejlépe i překonat.

Jak Neufus a Křížek (2014), tak i Hazdra, Jiřinová, Kypus, Harazínová a Lunga (2013) se shodují v tom, že očekávání si zákazníci tvoří na podkladě informací, které čerpají z několika zdrojů. Tím nejdůležitějším jsou vlastní zkušenosti či doporučení od přátel a příbuzných. V současné době se zákazníci také rozhodují na základě recenzí na různých sociálních stránkách.

1.9 Trendy v CR a ubytovacích službách

Cestování je neodmyslitelnou součástí života, a aby bylo možné rozvíjet cestovní ruch v regionech, je nezbytné sledovat aktuální trendy v cestovním ruchu. Vzhledem k tomu, že trh je přesycený, část účastníků masového cestovního ruchu přechází na individuální formu cestování. Lidé mají zájem cestovat „na vlastní pěst“, poznávat jiné kultury z blízka a také poznat život lidí v různých koutech světa.

Ačkoliv do nedávna platil rostoucí trend globalizace, kdy lidé mohli cestovat po celém světě volněji než kdy předtím, nyní se situace značně změnila. COVID-19 změnil životy lidí téměř po celém světě, byly uzavřeny hranice států a cestovní ruch byl pozastaven. Nyní, když se situace v České republice a sousedících státech relativně stabilizovala, došlo k opětovnému otevření hranic, avšak ještě nějakou chvíli potrvá, než bude ekonomika zasažených států

a cestovní ruch restartovány, tudíž lze také předpokládat, že významným trendem v současné době bude zejména turismus v tuzemsku. Dále je zde trend stárnoucí populace, na to upozorňují Costa, Panyik a Buhalis (2013). Dochází k nezastavitelným demografickým změnám a starší populace, kolem 65 let, má čas a peníze na cestování, s čímž souvisí specializovaný cestovní ruch pro seniory.

Na fakt, že stárnutí populace je globálním trendem, upozorňuje i Šulcová (2017). Ačkoliv je senior ve většině literatury osoba starší 60 let, nemusí se bezpodmínečně jednat o člověka v důchodu. I přes stárnoucí populaci je zde tendence rostoucího zájmu seniorů o cestovní ruch, tudíž seniorský cestovní ruch je velmi vyhledávaný. Pro ubytovací zařízení znamená rostoucí počet starších hostů například možnost investovat více do bezbariérovosti. Dále upozorňuje na to, že starší populace většinou upřednostňuje sociální kontakt před internetem, tedy je třeba správně proškolený personál, který je schopný se staršími klienty dobře jednat. Ubytovací zařízení by měla být uzpůsobena těm věkovým kategoriím, na které dané zařízení cílí, pokud jde o stárnoucí populaci, ti čím dál více vyhledávají větší klid, maximální pohodlí, větší kulturní vyžití či vhodnou dopravní dostupnost.

Do budoucnosti turismu České republiky patří lokální místa, která nenavštěvují davy lidí. Trend mezinárodních hotelů začíná ustupovat na pozadí a do popředí se dostávají menší penziony nebo také statky s individuálním přístupem jejich majitelů. V současné době se začíná propagovat lokální trh, kde na sociálních sítích jsou nabízena nová místa v České republice a na Slovensku (Newsroom TTG, 2019).

Dle Nováka (2018) je velmi oblíbeným a vyhledávaným trendem v ubytování Airbnb. Mezi výhody toho typu ubytování jistě patří možnost ubytování více osob, poznávání místní kultury u místních obyvatelů, možnost vařit si sám a levnější ubytování při návštěvě akce, kdy při velkých akcích hotely své ceny zvyšují, naopak hostitelé si své ceny nechávají stejné. Jak uvádí Nguyen (2019), podle starších vládních analýz mohlo v Praze být komerčně pojatých nabídek přes Airbnb až 80 %. Ovšem oblíbenost ubytování typu Airbnb je znatelná také v Jičíně a potažmo v celém Českém ráji. Služba je vyhledávána zejména mladšími cestujícími, kteří cestují na „vlastní pěst“. Ačkoliv ČSÚ (Český statistický úřad) data o krátkodobých pronájmech přes Airbnb sbírat bude, zatím k dispozici žádné statistiky nejsou. Nicméně podle online aplikace Airbnb počet hostů po celé ČR předloni meziročně

vzrostl zhruba o 52 % (Česká tisková kancelář, 2019). Avšak nejen hotelový sektor, ale i ostatní trhy čelí konkurenci ze strany sektoru soukromého pronájmu (BMI Research, 2017).

Některé trendy z mezinárodního či národního cestovního ruchu se promítají i do regionálního – konkrétně do turistického regionu Český ráj, ve kterém se kromě jiných nachází i Jičín. Český ráj poskytuje větší turistickou nabídku s využitím nových možností, které nabízí projekt „Český ráj – nové trendy v cestovním ruchu“. Dle Wildové (2014) se jedná zejména o filmový turismus pod názvem „Za filmem a pohádkou do Českého ráje“ a o bezbariérovou turistiku „Český ráj bez bariér“. Dále je pod záštitou Sdružení Český ráj připravováno vydání elektronických tipů na výlety, které budou zobrazeny v mapovém portálu. Hlavním výstupem bude interaktivní turistický průvodce. Tento interaktivní průvodce je nový trend, kdy se odstupuje od papírové propagace ve prospěch té elektronické. Mezi nové trendy v Jičíně se řadí zážitkové pobyty, netypické interaktivní prvky, které využívají jedinečnost regionu. Kromě toho je zde snaha napojit město na sociální sítě a tím vytvořit „živé město“ dostupné každý den od rána do večera. Dalším trendem je i zkracování doby pobytu a požadavky na růst kvality ubytovacích a stravovacích zařízení. Trendem, především u mladé generace, je využívání mobilních aplikací, které jsou na cestování zaměřené a také záliba ve vybavenosti města interaktivními prvky (Město Jičín, 2018).

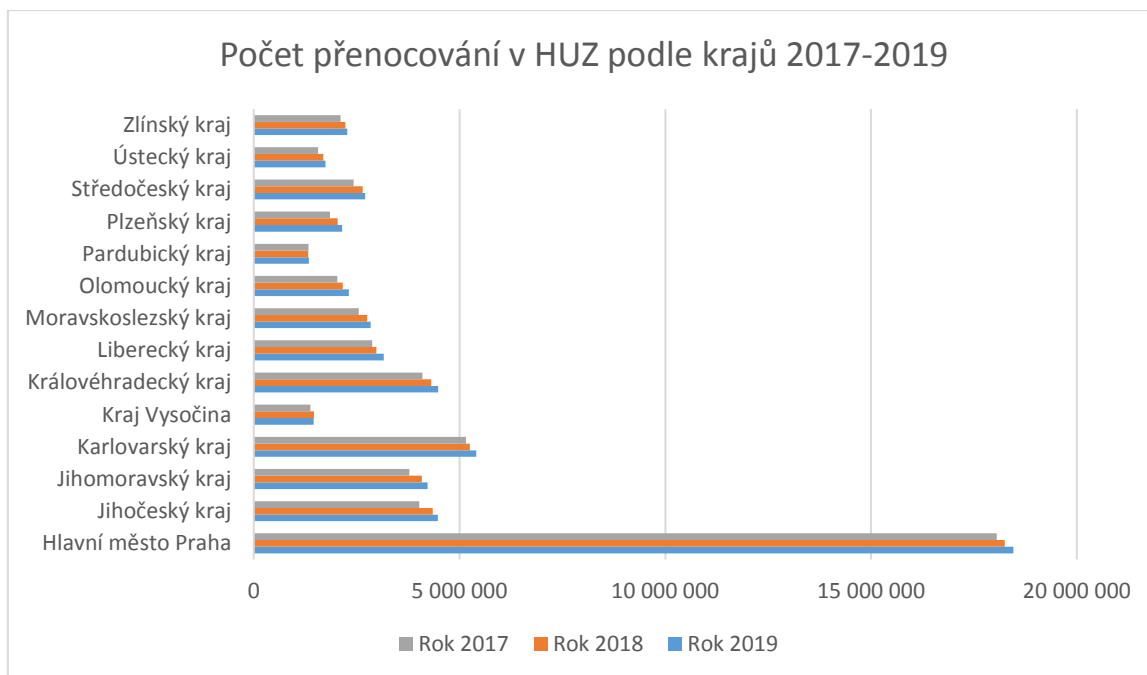
Nyní jsou ovšem uvedené trendy znatelně dotčeny pandemií COVID-19, a to nejen na regionální úrovni, ale také národní a mezinárodní. S uzavíráním hranic, pozastavením sektoru cestovního ruchu a dalšími restrikcemi došlo k potížím jak v ubytovacích službách, tak stravovacích i ostatních oblastech, díky čemuž také dochází ke krachu některých společností.

2 Ubytovací zařízení

Ubytovací zařízení se člení podle nejrůznějších charakteristik. Tato zařízení umožňují účastníkům CR přenocování mimo svůj obvyklý pobyt, kromě toho i další doplňkové služby, které uspokojují potřeby s přenocováním spojené.

AHR ČR s pomocí Ministerstva pro místní rozvoj ČR a České centrály cestovního ruchu CzechTourism vytvořila Oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel pro období 2015-2020. Tato klasifikace se stala součástí evropského systému Hotelstars Union, který v současné době sjednocuje kritéria jak pro Českou republiku, tak i pro Maďarsko, Rakousko, Dánsko, Lucembursko, Lotyšsko, Maltu atp. Zařazení ubytovacího zařízení do příslušné kategorie a třídy je podle české technické normy ČSN 76 1110 Služby cestovního ruchu – Klasifikace ubytovacích zařízení – Kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel (Asociace hotelů a restaurací České republiky, 2015a).

Vývoj počtu přenocování v jednotlivých krajích za období 2017-2019 v hromadných ubytovacích zařízeních ukazuje níže uvedený graf. V drtivé většině krajů se ukazuje rostoucí trend v počtu přenocování, výjimkou jsou kraj Vysočina a Pardubický kraj, kde došlo k nepatrnému snížení v roce 2018 oproti roku 2017. Avšak jak ukazuje graf, v obou případech se jedná o kraje s nízkou návštěvností a lze se domnívat, že jde o kraje s relativně nízkou atraktivitou pro potřeby cestovního ruchu. Nejvyšších čísel dosáhla Praha, což je pravděpodobně dáno její atraktivitou a jejími kulturními a historickými předpoklady, díky čemuž je také nejnavštěvovanějším městem v České republice. Na posledním místě je Pardubický kraj, který i přes mnohé předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu svůj potenciál pravděpodobně zcela nevyužívá a odráží se to i na vývoji počtu přenocování, kdy dlouhodobě patří v mezikrajském srovnání k nejnižším. Pokud jde o Královéhradecký kraj, kde se zkoumaná ubytovací zařízení nacházejí, ze zjištěných čísel lze tento kraj považovat za poměrně atraktivní. Trend rostoucí návštěvnosti a počtu přenocování potvrzují data za období 2017-2019 (Český statistický úřad, 2020b).



Obrázek 1 Počet přenocování v HUZ podle krajů 2017-2019

Zdroj: Český statistický úřad (2020b), upraveno autorem

Je však otázkou, jak bude pokračovat vývoj přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v roce 2020, neboť z důvodu uzavření hranic lze očekávat významný propad. I přes to, že postupně k otevírání hranic některých států dochází, lze se jen stěží domnívat, kdy se ekonomika opět nastartuje a poskytovatelé ubytovacích služeb budou opět bez finančních a jiných potíží způsobených koronavirem v běžném provozu.

2.1 Členění ubytovacích zařízení

V literatuře lze najít různá členění ubytovacích zařízení podle několika charakteristik. S uvedeným členěním dle Rygllové, Buriana a Vajčnerové (2011) se lze v literatuře setkat velmi často, tedy s drobnými obměnami, podobné členění uvádí například Jakubíková (2012), které uvádí kupř.: podle časového využití na celoroční a sezónní (jednosezónní i dvousezónní), podle výstavby na pevná, částečně pevná, přenosná a pohyblivá atd. Oproti tomu uvedené dělení podle Křížka a Neufuse (2014), jak uvádějí, ubytovací zařízení jsou především z marketingových důvodů dělena z hned z několika perspektiv, a uvádějí tak ta dělení nejobvyklejší.

K uvedeným příkladům možného členění jsou uvedeny příklady z Jičína a jeho okolí, potažmo Českého ráje.

Dle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011) jsou ubytovací zařízení možné členit například takto:

Podle charakteru se ubytovací zařízení člení na:

- pevná (např. motely, hotely, kempy) – např.: Hotel Paříž ***, Kemp Rumcajs,
- pohyblivá (např. botely, lodě, lůžkové vozy) – např.: obytné přívěsy s možností parkování v Autocampu Sedmihorky,

Členění z hlediska využití:

- celoroční – např.: EA Hotel Tammel *****,
- dvousezónní – např.: rekreační domek Pod Prachovskými skalami fungující jak v letní, tak zimní sezóně,
- jednosezónní – např.: Autocamp Milovice fungující v letní sezóně.

Členění podle způsobu využití:

- zařízení volného CR – např.: Pension U Všech čertů, Hotel Jičín ***,
- zařízení vázaného CR – např.: Lázně Bělohrad (lázeňská léčba, účastníkem hrazená jen z části).

Oproti tomu uvádějí Křížek a Neufus (2014) jiná další možná členění, např.: podle umístění (přímořské, horské, městské atd.) či dle doplňkových služeb nebo zaměření ubytovacího zařízení (kongresové, lázeňské, sportovní atd.).

Hotely jsou v Jičíně hlavně střední a vyšší třídy a to jak hotely starší, například Hotel Rieger *** s více jak 20 letou tradicí, tak i novější, například EA Hotel Tammel *****, který zde funguje od roku 2019, je moderně vybavený a nabízí spoustu doplňkových služeb. Z hlediska velikosti se jedná o zařízení malá.

2.2 Hromadná ubytovací zařízení

Jak uvádí AHR ČR (2015a), hromadnými ubytovacími zařízeními se rozumí takové stavby, které jsou určeny pro přechodné ubytování. Tato zařízení podléhají kolaudaci a příslušné legislativě. Do hromadných ubytovacích zařízení patří:

- hotel,
- hotel garní,

- motel,
- penzion,
- hotel.

Mezi ostatní HUZ (hromadná ubytovací zařízení) patří:

- kemp – možné použití vlastního ubytovacího zařízení, např. stan,
- chatové osada – pronájem individuálních objektů (chatek),
- turistická ubytovna – jednodušší zařízení, větší počet lůžek, nižší komfort.

Díky své poloze je Jičín a jeho okolí turisty vyhledáváno, což dává prostor mnohým ubytovacím zařízením. V centru města jsou zejména hotely a penziony. Nicméně v okolí je díky blízkosti přírodních atraktivit mnoho kempů, jako je například oblíbený kemp na okraji Jičína – Kemp Rumcajs a několik turistických ubytoven.

2.3 Individuální ubytovací zařízení

Individuálními ubytovacími zařízeními neboli ubytováním v soukromí, se rozumí taková ubytovací zařízení, která nejsou určena zejména k přechodnému ubytování, ale byla postavena pro trvalé bydlení či individuální rekreaci. Příkladem individuálního ubytovacího zařízení může být pronájem obytné místnosti, chaty či bytu (Svaz venkovské turistiky a agroturistiky, 2017).

Oblíbenými individuálními ubytovacími zařízeními jsou apartmány, kterých je v Jičíně také několik. Jsou jak v centru města, tak i v okolí a na kraji města, kde je větší klid. Příkladem jsou Apartmán Nerudova či Apartmán Dvořák.

2.4 Charakteristika kategorií a klasifikace ubytovacích zařízení

Pro potřeby této bakalářské práce a pro lepší porovnání poskytovaných služeb a jejich charakteristik jsou uvedeny a popsány dvě kategorie ubytování, které se v Jičíně a jeho blízkém okolí běžně vyskytují, a to hotel a penzion. Dle Asociace hotelů a restaurací České republiky (2015a) jsou tyto kategorie ubytovacích zařízení definovány následovně.

Hotel

Hotel je ubytovací zařízení, kde je minimálně 10 pokojů pro hosty. Je vybaven pro poskytování přechodného ubytování a pro poskytnutí ostatních služeb s tím souvisejících, zejména pro stravování. Zatímco hotel je členěn do pěti tříd, hotel garni se člení pouze do čtyř tříd a je vybaven jen pro omezené stravování (minimálně pro snídani). Dále jak uvádí Beránek (2016) je hotel takové zařízení, kde je recepce, která často funguje 24 hodin denně, se službami a dalším příslušenstvím. Jako základní kritéria dělení hotelů uvádí kupříkladu podle velikosti, počtu lůžek, umístění či doby provozu. Běžně poskytované služby jsou stravovací, ubytovací a doplňkové, jako je směnárna nebo donesení zavazadel k pokoji.

Penzion

V penzionu je minimálně 5 a maximálně 20 pokojů pro hosty, jsou zde omezené doplňkové služby a je členěn do čtyř tříd. Co se týče stravování, to je omezené, neboť zde chybí restaurace. Ovšem penzion musí mít alespoň jednu místnost pro stravování, která může sloužit i k dennímu odpočinku hostů. Penziony mají často rodinnou atmosféru, tudíž je často vyhledávají rodiny s dětmi.

Pro porovnání jednotlivých tříd a jejich služeb v hotelech a penzionech je vycházeno z informací uvedených na stránkách hotelstars.eu, respektive z Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2015-2020. Tento portál je navázán na kupříkladu na CzechTourism, AHR ČR či MMR ČR (Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky). V níže uvedených tabulkách jsou uvedeny jednotlivé třídy pro hotely a penziony a pro jejich porovnání základní služby, které by v daných třídách měly být dostupné (Asociace hotelů restaurací České republiky, 2015b).

Tabulka 5 Porovnání jednotlivých tříd hotelů

Třída	Základní služby
*	služby recepce, každodenní úklid pokojů, nabídka snídaně, přijetí a odesílání faxů,...

**	každodenní úklid pokoje, na požádání výměna ručníků každý den, snídaně formou bufetu/odpovídající snídaňový lístek, nabídka základních hygienických potřeb (zubní pasta, kartáček atd.),...
***	připojení k internetu, recepce otevřena 14 hodin denně (na telefonu 24 hodin), personál mluvící česky + jeden světový jazyk, donáška zavazadel, minimálně 5 dní v týdnu otevřena restaurace,...
****	připojení k internetu, alespoň 18 hodin otevřena recepce (24 hodin na telefonu), donáška zavazadel, hotelový bar, room service – minibar nebo nápoje 24 hodin denně, minimálně šest dní v týdnu otevřená restaurace s à la carte nabídkou,...
*****	nabídka kosmetických/hygienických produktů na pokoji, připojení k internetu na pokojích, donáška zavazadel, otevřená recepce 24 hodin, personál ovládá český jazyk a dva světové jazyky, sedm dní v týdnu otevřena restaurace s à la carte nabídkou,...

Zdroj: Asociace hotelů a restaurací České republiky (2015b), upraveno autorem

Tabulka 6 Porovnání jednotlivých tříd penzionů

Třída	Základní služby
*	na požádání snídaňová nabídka, kontaktní osoba přítomna pouze ve stanoveném čase (24 hodin dostupná telefonicky), výměna ložního prádla a ručníků alespoň jedenkrát týdně, nabídka nápojů,...
**	na požádání snídaňová nabídka, recepce či jiný prostor pro přijímání hostů, znalost cizího jazyka, dostupnost internetu, ručníky a ložní prádlo měněno alespoň dvakrát týdně, kontaktní osoba jen v uvedený čas (24 hodin dostupná na telefonu),...
***	rozšířená nabídka snídaní, znalost cizího jazyka personálem, dostupný internet, nabídka hygienických potřeb, místo pro přijetí hostů (recepce/jiný prostor),...

****	snídaně ve formě bufetu, jídlo večer na přání, kontaktní osoba neustále přítomná, na požádání výměna ložního prádla denně, Wi-Fi, parkoviště penzionu,...
------	---

Zdroj: Asociace hotelů a restaurací České republiky (2015b), upraveno autorem

Klasifikační třídy, tedy hvězdičky, naznačují zákazníkovi, jaký rozsah služeb poskytuje zvolené ubytovací zařízení. Těmto hvězdičkám by měla odpovídat kvalita i cena poskytovaných služeb. Požadavky na jednotlivé třídy se mohou v určitých chvílích lišit nejen mezi zeměmi, ale také mezi městy či oblastmi, kde se ubytovací zařízení nachází. Ačkoliv je provozovatel povinen svou provozovnu označit, živnostenský zákon neříká podle jakého pravidla. Provozovatel tedy povinnost označení splní tím, že si ji hvězdičkami označí sám podle své úvahy, avšak ve vlastním zájmu by mělo značení odpovídat mezinárodním zvyklostem (Křížek, Neufus, 2014).

Asociace hotelů a restaurací České republiky (2015a) uvádí následující rozdělení tříd:

- * Tourist,
- ** Economy,
- *** Standard,
- **** First Class,
- ***** Luxury.

Jak ale uvádí Česká tisková kancelář (2016), tak nejvíce za poslední roky přibýlo čtyřhvězdičkových hotelů. Turisté v České republice jsou čím dál více nároční jak na ubytování, tak na poskytované služby, proto často hledají značky kvality (hvězdičky, certifikáty). V posledních letech také hraje čím dál větší roli při výběru ubytovacího zařízení jeho hodnocení lidmi na internetu. Vzhledem k dobrovolnosti zapojení se do klasifikace a přidělení hvězdiček, může často ubytovací zařízení být označeno, aniž by splňovalo potřebnou kvalitu. Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR (2019) dodává, že v roce 2018 bydlelo v hotelech více než tři čtvrtě všech návštěvníků hromadných ubytovacích zařízeních, to znamená 77,4 %, tedy 14,835 milionů hostů. Z toho téměř třetina celkové návštěvnosti byla právě ubytována ve výše zmíněných čtyřhvězdičkových hotelech, tedy 31,7 % (6,732 milionů hostů).

3 Charakteristika regionu

Historické město Jičín se nachází v krajině Jičínské pahorkatiny a také v turistickém regionu Český ráj. Vzhledem ke své poloze je v blízkosti přírodních i historických památek, čímž přitahuje turisty nejen tuzemské, ale také zahraniční. Díky tomu je zde prostor i pro poskytovatele ubytovacích služeb, stravovacích a mnoha dalších. V Jičíně, i v jeho okolí, se nachází mnoho možností pro ubytování, od hotelů až po kempy a turistické ubytovny.

3.1 Cestovní ruch v Jičíně

Jak uvádí Šeps (2018), rok 2018 byl pro město Jičín velmi úspěšný. Mezi neopomenutelný úspěch patří návštěvnost Městského informačního centra, kdy v roce 2018 bylo navštíveno 26 835 osobami, což je historicky druhý nejlepší výsledek. Městské informační centrum v Jičíně je jedno z nejnavštěvovanějších v České republice a bezesporu nejnavštěvovanějším informačním centrem v Českém ráji. Až 93 % návštěvníků bylo tvořeno návštěvníky tuzemskými a zbylých 7 % připadá na Polsko, Německo a Nizozemí. Nárůst turistů byl zaznamenán i u turistů z Izraele, kteří si v České republice cení hlavně bezpečnosti a velkého množství židovských památek.

Město Jičín má totiž mimořádně příznivé podmínky pro trvalé a dlouhodobé využití svého postavení v cestovním ruchu. Toto tvrzení vychází z několika důvodů, zejména kvůli příznivé geografické poloze či kvůli tomu, že je Jičín vnímán jak v tuzemsku, tak i okolních zemích jako „Město Rumcajsovo“ atd. Dle Stillerové (2015) je v Jičíně tím nejdůležitějším předpokladem pro rozvoj CR dodržování principů partnerství v cestovním ruchu. V tomto případě jde o partnerství na úrovni turistické destinace a na místní úrovni. V obecné rovině se zde setkávají tři hlavní partneři, jsou jimi: veřejná, podnikatelská a nezisková sféra. Pro veřejnou sféru je klíčovým partnerem město Jičín a jím zřízené organizace, Kulturní zařízení města Jičina a Sportovní zařízení města Jičina. Dalším partnerem je Královéhradecký kraj, který zřizuje Regionální muzeum a galerie. Kromě těchto partnerů mají vliv na rozvoj cestovního ruchu v Jičíně i zahraniční partnerská města – Martin na Slovensku, Erbach v Německu a Swidnica v Polsku. Na pozici podnikatelské sféry v nezemědělské oblasti Krajská hospodářská komora Královéhradeckého kraje, které má v Jičíně své jednatele.

V zájmu rozvoje CR města Jičína je potřeba motivovat návštěvníka k vícedennímu pobytu jak ve městě, tak v jeho blízkém okolí. Je třeba také pracovat na zkvalitňování ubytovacích zařízení a jimi poskytovaných služeb pro klienty, neboť je Jičín jako historické město v blízkosti památek a přírodních krás hojně navštěvováno, přičemž účastníci CR také využívají ubytovacích služeb. Pro odlehčení zatíženého centra je návštěvníky nutno lákat na méně navštěvovaná místa, kde se nacházejí krajinné i architektonické památky. Aby bylo podpořeno využití historických a jiných lokalit města, je v zájmu města rozvíjet jedinečnost města a jeho okolí, zachovávat dosavadní jedinečnost památek a přírody v Jičíně a jeho okolí a podporovat využití kulturních a historických objektů a jejich prostor (Městský úřad Jičín, 2018).

3.2 Regionální produkty

Podle Sdružení Český ráj (2019) je v Českém ráji mnoho regionálních výrobců a jejich produktů. Jsou zde produkty od tradiční gastronomie, sklářství, prodej různých výrobků až po místní pivovary. S regionálními produkty je možné se setkat například v Penzionu Holín, který leží u Jičína. Tento penzion nabízí regionální snídaně s produkty místních farem, které podporují udržitelnost regionu a nezatěžují životní prostředí náklady na přepravu a zbytečnými obaly. Pořádá se zde mnoho exkurzí, které jsou zaměřeny na ukázky zpracování českého granátu a výroby granátových šperků v Turnově, exkurze do Pivovaru Nová Paka či ukázka Mýdlárny v Ráji na Malé Skále.

Významnou regionální tradicí a produktem cestovního ruchu v Jičíně je Festival Jičín – město pohádky. Tento festival se koná pravidelně každý druhý týden v září a do města přijíždí nespočet tuzemských, ale i zahraničních turistů. Dle Městského úřadu Jičín (2018) druhou významnou událostí v kulturním životě Jičína jsou Valdštejnské slavnosti. Tyto oblíbené kulturní akce lákají nejen místní návštěvníky, ale i ty zahraniční.

3.3 Stav ubytovacích zařízení v Jičíně

V roce 2016 získalo město Jičín titul Historické město roku. Nejen díky přírodním krásám, ale i kvůli historickým památkám je Jičín oblíbeným místem pro výlety a různé exkurze a s tím se pojí i potřeba dostatečné kapacity pro ubytování.

V první tabulce jsou uvedeny hotely přímo v Jičíně s kapacitou, příslušnou třídou a příklady doplňkových služeb. Uvedené orientační ceny jsou za jednu noc.

Tabulka 7 Hotely v Jičíně

Název hotelu	Kapacita	Doplňkové služby	Orientační ceny
Hotel Jičín ***	16 pokojů 40 + 7 přistýlek	Nekuřácké prostředí, minibar, Wi-Fi zdarma, bezbariérový přístup do restaurace,...	1.490 Kč 1/1 pokoj 1.990 Kč 1/2 pokoj 2.390 Kč 1/3 pokoj 2.850 Kč 1/4 apartmán Děti do 2 let zdarma
Hotel U krále ***	11 pokojů pro 2-4 osoby 29 lůžek	Minibar a Wi-Fi na pokoji, telefon, SAT, TV, směnárna, půjčovna a úschovna kol,...	1.300-2.000 Kč 1/1 pokoj 1.500-2.000 Kč 1/2 pokoj 2.300-2.500 Kč 1/3 pokoj 2.800-3.100 Kč pokoj Děti do 3 let zdarma
Hotel Rieger ***	13 pokojů 27 + 4 přistýlky	Nekuřácké prostředí, sauna, parkoviště, zdarma Wi-Fi, půjčovna kol,...	1.370 Kč 1/1 pokoj 1.870 Kč 1/2 pokoj 2.270 Kč 1/3 pokoj 2.650 Kč 1/4 apartmán Přistýlka 300 Kč Děti do 2 let zdarma
Grand Hotel Praha ****	19 pokojů 43 lůžek 12 přistýlek	Wi-Fi, minibar, trezor, vysoušeč vlasů, telefonní spojení s recepcí,...	1.050-1.900 Kč 1/1 pokoj 1.450-1.900 Kč 1/2 pokoj 1.700-1.900 Kč 1/2 apartmán 2.700-3.200 Kč 1/4 apartmán Možnost přistýlek
Hotel Paříž ***	33 pokojů Až 76 lůžek	Squash, golfový simulátor, bowling, pivnice, psi zdarma, kavárna se zahrádkou,...	900 Kč 1/1 pokoj 1.390 Kč 1/2 pokoj 1.690 Kč 1/3 pokoj Děti do 3 let zdarma
Hotel Bohemia ***	42 lůžek 13 pokojů 2 apartmány	Parkoviště, praní prádla, žehlení, možnost Wi-Fi, domácí mazlíčci povoleni, TV, satelit,...	950 Kč 1/1 pokoj 1.240 Kč 1/2 pokoj 1.520 1/3 pokoj přistýlka 405 Kč 1.520 Kč apartmán

Hotel reSTART ****	44 pokojů 100 lůžek	Restaurace, 3 školící místnosti, konferenční sál, sauna, plavecký bazén, tenisové kurty,...	1.880 Kč 1/1 pokoj 2.480 Kč 1/2 pokoj 2.980 Kč 1/3 pokoj 3.980 Kč 1/4 pokoj 4.500 Kč apartmán
EA Hotel Tammel ****	45 pokojů 92 lůžek	Klimatizace, elektronický trezor, minibar, Wi-Fi zdarma, sauna, vířivka,...	1.890 Kč 1/1 pokoj 2.200 Kč 1/2 pokoj 2.090 Kč 1/3 pokoj 2.990 Kč 1/4 pokoj

Zdroj: Městské informační centrum Jičín (2018), upraveno autorem

Kromě těchto hotelů se nabízejí i další možnosti, a to v blízkém okolí Jičína. V Železnici u Jičína je možné se ubytovat v Hotelu Prostřední Mlýn ***, v Pařezské Lhotě v Hotelu Pod Šikmou věží ** nebo je zde Hotel Filip *** na místě Brada – Rybníček.

V Jičíně se vyskytují hotely převážně střední a vyšší třídy s průměrnou kapacitou 24 pokojů a 59 lůžek. Všechny hotely disponují vybavením, jako je Wi-Fi, TV či telefon na pokoji. Průměrná cena za dvoulůžkový pokoj je 1.824 Kč. Z hlediska ceny se jako nejméně konkurenceschopný jeví hotel Hotel Bohemia ***. Ačkoliv má nižší ceny za pokoje, nachází se zhruba 500 m od centra města a není delší dobu rekonstruovaný a modernizovaný. Na druhou stranu z pohledu kvality služeb si velmi dobře stojí EA Hotel Tammel ****, který ač nabízí pokoje za vyšší ceny, je nově postavený, moderní a nabízí široké spektrum služeb.

V této tabulce jsou apartmány, které se nacházejí v Jičíně. Nachází se jich zde mnoho, proto jsou uváděny jen některé, a to s informacemi o kapacitě, orientačních cenách a doplňkových službách.

Tabulka 8 Apartmány v Jičíně

Název apartmánu	Kapacita	Doplňkové služby	Orientační ceny
Apartmán Nerudova	2 pokoje 4 lůžka + 1 přistýlka	vybavená kuchyň, koupelna s vanou, WC, TV, Wi-Fi,...	1.250 Kč 1-2 os./noc 1.500 Kč 3 os./noc 2.000 Kč 4 os./noc 2.400 Kč 5 os./noc

Apartmán Dvořák	4 lůžka 1/4 apartmán	TV, Wi-Fi, parkování, plně vybavená kuchyň, koupelna s vanou,...	1.000 Kč/noc za celý apartmán bez ohledu na počet osob
Apartmán Soudná 22	8 + 1 přistýlka 1/2, 2/3	vlastní vchod, společná kuchyň, zahradka, krb, TV,...	350 Kč os./noc 300 Kč os./noc při pobytu na více nocí Děti 200 Kč do 10 let
Apartmán Tylova 516	1/4 apartmán	TV, rádio, plně vybavená kuchyň, koupelna se sprchou,...	1.250 Kč 1-2 os./noc 1.500 Kč 3 os./noc 1.750 Kč 4 os./noc
Apartmán Komenského nám.	6 lůžek 2 x 1/2 ložnice + 2 přistýlky	TV, rádio, plně vybavená kuchyň, koupelna s vanou,...	1.250 Kč 1-2 os./noc 1.500 Kč 3 os./noc 2.000 Kč 4 os./noc

Zdroj: Městské informační centrum Jičín (2018), upraveno autorem

Apartmány jsou zde s rozmanitými kapacitami, nicméně z hlediska doplňkových služeb jsou si všechny podobné. Průměrná cena za osobu na noc je 1.020 Kč.

Penzionů a privátů je zde taky několik, proto je uvedeno jen několik z nich, opět s kapacitou, doplňkovými službami a orientačními cenami.

Tabulka 9 Penziony v Jičíně

Název penzionu	Kapacita	Doplňkové služby	Orientační ceny
Penzion Iveta	4 pokoje 16 lůžek + 1 přistýlka	zahradka, stolní tenis, TV, trampolína, nekuřácké prostředí,...	350-360 Kč os./noc děti do 15 let sleva
Penzion Lucie	4 dvoulůžkové pokoje Možnost přistýlek	Wi-Fi, satelit, TV, možnost snídání, parkování,...	700 Kč os. 1.000 Kč 2 os./noc 1.400 Kč 3 os./noc dítě do 6 let zdarma

Penzion Barborka	3 pokoje 8 lůžek	venkovní bazén, vybavená kuchyňka, grilování pod pergolou, Wi-Fi,...	400 Kč os./noc dítě do 6 let – 50 % ceny
Pension U Všech čertů	7 pokojů 18 lůžek Možnost přistýlky	TV, SAT, Wi-Fi, parkoviště, letní terasa,...	780-1.300 Kč 1/1 pokoj 1.300 Kč 1/2 pokoj 2.200-2.500 Kč apartmán přistýlka 450 Kč děti do 6 let zdarma
Penzion U České koruny	2 pokoje 4 lůžka + 3 přistýlky	TV, parkování, domácí mazlíčci po dohodě,...	800-950 Kč pokoj ubytování pouze v hlavní sezonně

Zdroj: Městské informační centrum Jičín (2018), upraveno autorem

Průměrný počet pokojů u výše zmíněných penzionů je 18 a průměrný počet lůžek činí 12. Běžná vybava u těchto penzionů je u všech podobná – disponují TV, Wi-Fi či možností parkování. Jako nejméně konkurenceschopný se jeví Penzion U České koruny, který funguje jen v hlavní turistické sezonně, avšak na druhou stranu se nachází v centru města – na rohu náměstí.

Mezi další ubytovací možnosti v Jičíně patří i ubytovny, jako jsou například Ubytování Vladimír Novotný, Ubytovna Sport či Ubytovna TJ Jičín. Nachází se zde i jeden velmi oblíbený kemp na okraji Jičína – Kemp Rumcajs, který nabízí 150 lůžek a funguje od června do září (Městské informační centrum Jičín 2018).

4 Dotazníkové šetření

Předmětem výzkumu jsou vybraná ubytovací zařízení v Jičíně a jejich zhodnocení za pomoci provedení dotazníkového šetření, pro které byli osloveni stávající zákazníci.

Pro tuto bakalářskou práci byla zvolena metoda dotazníkového šetření. Dotazník obsahuje 12 otázek, které jsou zaměřeny na účel pobytu, recepci, pokoj, personál, hotelovou stravu a nabídku, odhlašovací proces, celkovou spokojenost, kde se o hotelu dozvěděli, zda by hotel doporučili známým, očekávání, jejich věk a pohlaví. Cílovou skupinu dotazníkového šetření tvořili zákazníci, kteří ve vybraných ubytovacích zařízeních realizovali alespoň jednu návštěvu bez ohledu na věk či pohlaví. Podobné dotazníkové šetření také provedl například Adam (2013), který zkoumal spokojenost hostů s ubytovacími službami ve vybraných ubytovacích zařízeních v Pelhřimově či Doležalová (2012), která provedla průzkum, na základě kterého zhodnotila ubytovací služby na Znojemsku.

V rámci dotazníkového šetření byly stanoveny výzkumné otázky, které měly být potvrzeny či vyvráceny, těmito výzkumnými otázkami byly:

1. Doporučilo by alespoň 75 % respondentů za každý hotel toto ubytování svým známým?
2. Bylo v každém hotelu ubytováno alespoň 25 % respondentů z důvodů turistiky?

Před hlavním dotazníkovým šetřením byl proveden předvýzkum. Předvýzkum byl použit k ověření srozumitelnosti a jednoznačnosti otázek. Během předvýzkumu bylo rozesláno 10 dotazníků. Zpět se vrátilo plně vyplněných všech 10 s tím, že všem otázkám bylo bez potíží rozuměno. Vlastní výzkumné šetření poté proběhlo u zákazníků, které do konce března 2020 v ubytovacích zařízeních realizovali alespoň jednu návštěvu. Základní soubor tvořili hosté hotelů, kteří absolvovali minimálně jednu návštěvu. Do výběrového souboru bylo pomocí kvótního výběru vybráno 100 dotazníků pro každý hotel. Kvótní výběr byl zvolen za účelem zvýšení reprezentativnosti z pohledu pohlaví. Základní soubor pro EA Hotel Tammel ***** tvořilo 51 % žen a 49 % mužů z čehož poté výběrový soubor tvořilo 48 % žen a 52 % mužů. Základním souborem pro Hotel reSTART ***** bylo 57 % žen a 43 % mužů, ve výběrovém souboru poté bylo 55 % žen a 45 % mužů. Dotazníky byly vyhodnoceny online pomocí nástrojů webové stránky Survio, kde byly dotazníky také vytvořeny a sbírány. Pro rozbor dotazníků byla použita popisná statistika.

Dotazník byl zpracován na webové stránce Survio, kde byl z části využit vzor dotazníků týkající se spokojenosti s ubytovacími zařízeními a z části doplněn otázkami, kde se host o hotelu dozvěděl či otázky na věk a pohlaví. Vzhledem k nečekané situaci pandemie COVID-19 byla pro distribuci dotazníků zvolena elektronická cesta, dotazníky byly tedy rozeslány přes sociální sítě Twitter a Facebook a také přes e-mail. Pro účely této bakalářské práce byly vybrány dva hotely nacházející se v Jičíně, konkrétně EA Hotel Tammel **** a Hotel reSTART ****, oba jsou čtyřhvězdičkové a moderně vybavené. Vzhledem k tomu, že hotely mezi sebou nespolupracují, budou výsledky dotazníkového šetření pro potřeby každého hotelu k dispozici odděleně, ovšem pro účely bakalářské práce jsou výsledky vyhodnoceny dohromady, aby bylo možné je porovnat. Níže jsou oba hotely stručně popsány:

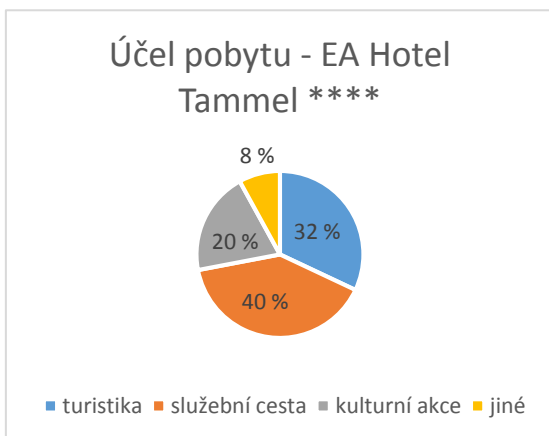
- EA Hotel Tammel **** - v Jičíně funguje od června roku 2019 a nabízí 45 moderně vybavených pokojů ve dvou propojených budovách, tedy 44 dvoulůžkových pokojů a 1 čtyřlůžkový. Tento čtyřhvězdičkový hotel je bezbariérový a nachází se v bezprostřední blízkosti centra Jičína. Hotel také nabízí konferenční sály, wellness centrum s fitness prostorem, kryté garáže, venkovní parkoviště, má vlastní restauraci a mnoho dalšího.
- Hotel reSTART **** - byl původně vystavěn jako Hotel Start, avšak téměř po třiceti letech přestal fungovat, nicméně noví majitelé hotel během let 2010-2018 zrekonstruovali a nyní je hotel znám pod názvem Hotel reSTART. Hotel je po rekonstrukci zmodernizovaný, nabízí 44 pokojů, tedy 8 jednolůžkových pokojů, 26 dvoulůžkových, 6 rodinných, 4 apartmány a 1 bezbariérový pokoj. Přímo v areálu hotelu je restaurace, dětská herna a hlídané parkoviště. Stojí také v bezprostřední vzdálenosti plaveckého a sportovního areálu a v docházkové vzdálenosti od centra města Jičína.

Pro každý hotel a jednotlivé otázky byly vypracovány grafy se zjištěnými údaji. Údaje jsou mezi sebou porovnány a pečlivě popsány.

4.1 Výsledky dotazníkového šetření

Otázka č. 1 – Účel pobytu

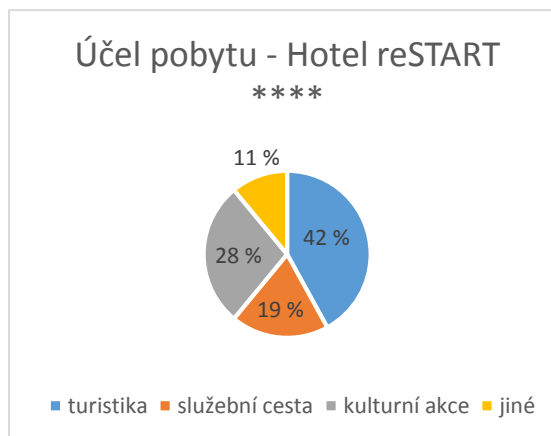
V této otázce respondenti volili, z jakého důvodu zde byli ubytováni. Volit mohli z možností: turistika, služební cesta, kulturní akce, jiné.



Obrázek 2 Účel pobytu

- EA Hotel Tammel ****

Zdroj: vlastní (2020)



Obrázek 3 Účel pobytu

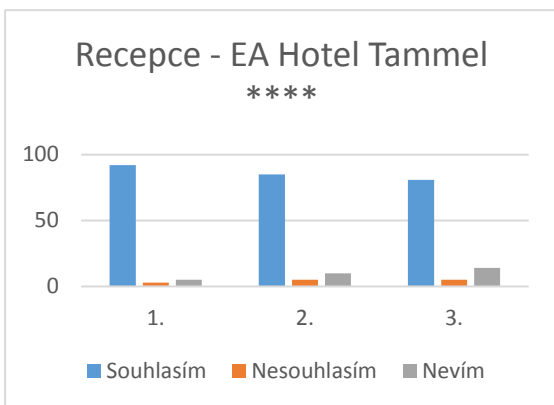
- Hotel reSTART ****

Zdroj: vlastní (2020)

Vzhledem k poloze obou hotelů a tedy jejich lokalizaci v historickém městě a v Českém ráji není nijak překvapivé, že důvodem pobytu byla turistika zvolena tolikrát. Potenciálu většího počtu ubytování z důvodů turistiky ovšem nejvíce využívá Hotel reSTART ****. Na rozdíl od EA Hotel Tammel **** nabízí kromě pobytových balíčků zaměřených na odpočinek balíčky se zaměřením na aktivity v přírodě či půjčení koloběžek. Dle těchto zjištění lze EA Hotel Tammel **** doporučit zaměřit se svými balíčky i na hosty, které pobyt chtějí strávit aktivněji.

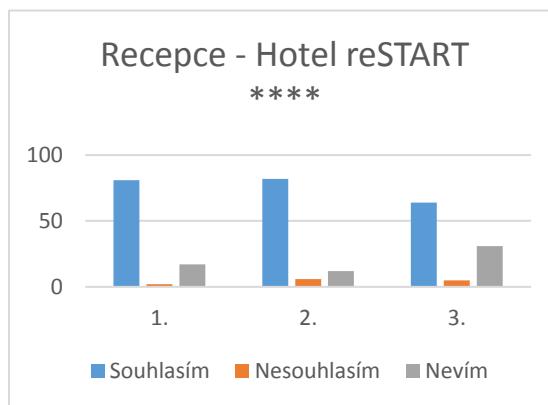
Otázka č. 2 - Recepce

Recepce byl hodnocena podle těchto hledisek – při příchodu jsem byl přátelsky pozdraven, jednání bylo rychlé a efektivní, byly mi poskytnuty potřebné informace s možnostmi odpovědi souhlasím/nesouhlasím/nevím.



Obrázek 4 Recepce - EA Hotel Tammel ****

Zdroj: vlastní (2020)



Obrázek 5 Recepce - Hotel reSTART ****

Zdroj: vlastní (2020)

Tabulka 10 Recepce

Tvrzení	Souhlasím		Nesouhlasím		Nevím	
	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****
1. Při příchodu jsem byl přátelsky pozdraven.	92	81	3	2	5	17
2. Jednání bylo rychlé a efektivní.	85	82	5	6	10	12
3. Byly mi poskytnuty potřebné informace.	81	64	5	5	14	31

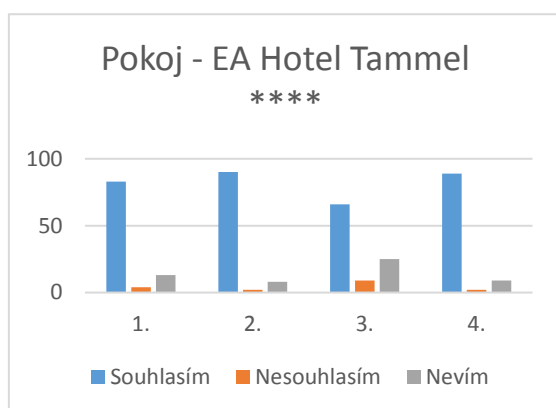
Zdroj: vlastní (2020)

V obou případech byla recepce hodnocena velmi dobře. Lze se domnívat, že za tak dobrým hodnocením pravděpodobně stojí kromě proškoleného personálu i fakt, že oba hotely jsou čtyřhvězdičkové, tudíž lze předpokládat, že jsou svými službami na úrovni. Respondenti za oba hotely s výše uvedenými tvrzeními v tabulce v drtivé většině souhlasili.

Otázka č. 3 – Ohodnoťte prosím Váš pokoj

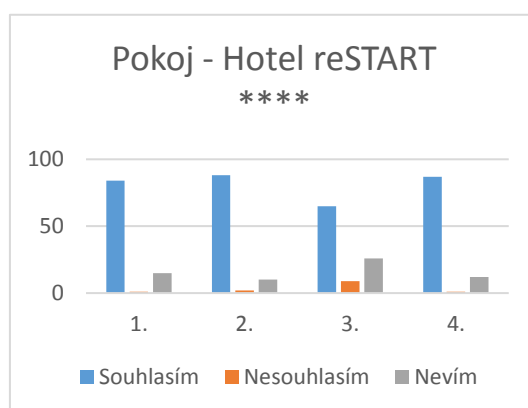
Tato otázka byla zaměřena na pokoj, jeho vybavení, čistotu a úklid. Dále také na koupelnu

a její vybavení vzhledem ke kategorii hotelu.



Obrázek 6 Pokoj - EA Hotel Tammel ****

Zdroj: vlastní (2020)



Obrázek 7 Pokoj - Hotel reSTART ****

Zdroj: vlastní (2020)

Tabulka 11 Pokoj

Tvrzení	Souhlasím		Nesouhlasím		Nevím	
	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****
1. Můj pokoj byl vhodně vybaven vzhledem ke kategorii hotelu.	83	84	4	1	13	15
2. Můj pokoj byl čistý a pohodlný.	90	88	2	2	8	10
3. Můj pokoj byl denně uklízen.	66	65	9	9	25	26
4. Koupelna byla čistá a vhodně vybavená vzhledem ke kategorii hotelu.	89	87	2	1	9	12

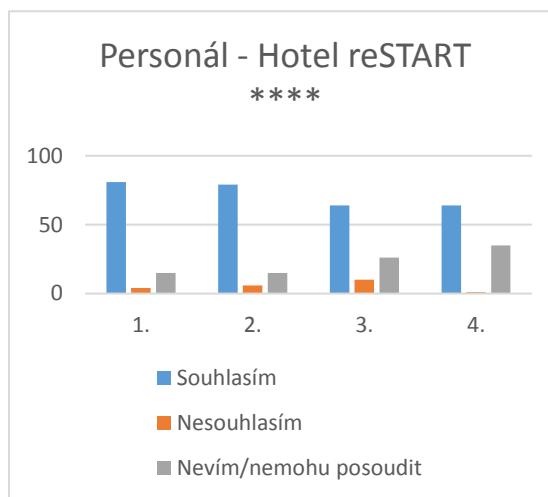
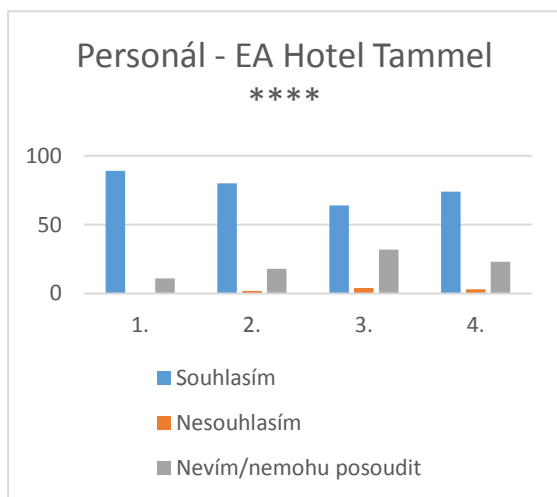
Zdroj: vlastní (2020)

I v případě hodnocení pokojů jsou oba hotely hodnoceny velmi dobře. Lze se domnívat, že s tvrzeními ohledně vhodného vybavení pokojů a čistoty většina dotázaných souhlasila z důvodu, že oba hotely nabízejí moderní a nově vybavené pokoje. Ohledně tvrzení denního úklidu může být hodnocení ovlivněno délkou pobytu, avšak i přes to s tímto tvrzením za oba hotely více než polovina dotázaných souhlasila, pouze shodně za každý hotel devět

nesouhlasilo, to lze tedy vysvětlit i tím, že mohli zůstat pouze přes noc a denní úklid nezaznamenali, s čímž může také souviset i odpověď nevím.

Otázka č. 4 – Ohodnoťte prosím personál

Hodnoceným personálem zde byli recepční a jejich informovanost, obsluha restaurace, ochota pokojové služby a dostupnost managementu v případě řešení potíží.



Obrázek 8 Personál - EA Hotel Tammel ****

Obrázek 9 Personál - Hotel reSTART ****

Zdroj: vlastní (2020)

Zdroj: vlastní (2020)

Tabulka 12 Personál

Tvrzení	Souhlasím		Nesouhlasím		Nevím/nemohu posoudit	
	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****
1. Recepční byli informováni a plně zodpověděli moje otázky.	89	81	0	4	11	15
2. Obsluha v restauraci byla zdvořilá a vstřícná.	80	79	2	6	18	15

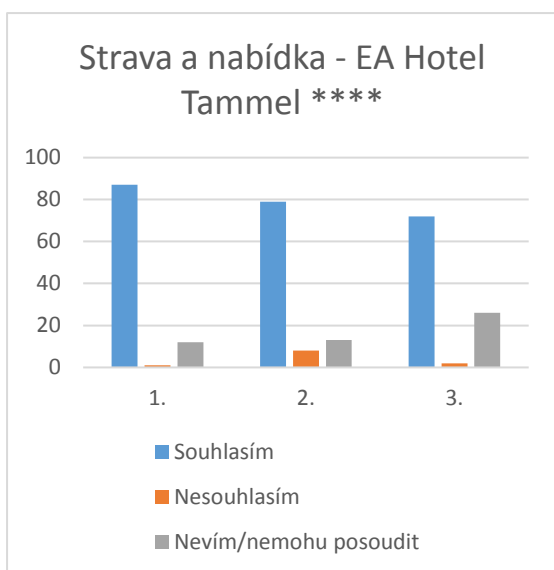
3. Pokojová služba byla ochotná.	64	64	4	10	32	26
4. Management byl dostupný a ochotný řešit problémy.	74	64	3	1	23	35

Zdroj: vlastní (2020)

Jak za EA Hotel Tammel ****, tak za Hotel reSTART **** byli recepční, obsluha v restauraci, pokojová služba a management hodnoceni velmi podobně. Se všemi tvrzeními uvedenými výše v tabulkách souhlasila většina dotázaných. Z těchto výsledků lze usuzovat, že jsou ve všech zmíněných oblastech zaměstnání kvalitní a profesionální lidé. Co se týče nesouhlasu, tato odpověď navazuje i na celkovou spokojenost, kde byla výtky na pomalejší obsluhu či malý výběr. Dá se předpokládat, že odpověď nevím/nemohu posoudit byla zvolena zejména z důvodu nenavštívení restaurace během pobytu. I v případě pokojové služby za odpovědi nevím/nemohu posoudit bylo zejména nevyužití této služby. Stejně tak i v případě posledního tvrzení o managementu, jeho dostupnosti a ochotě řešit problémy stálo nejspíše především to, že žádné problémy nevznikly, tudíž nedošlo ke kontaktu a nebylo možné toto tvrzení posoudit.

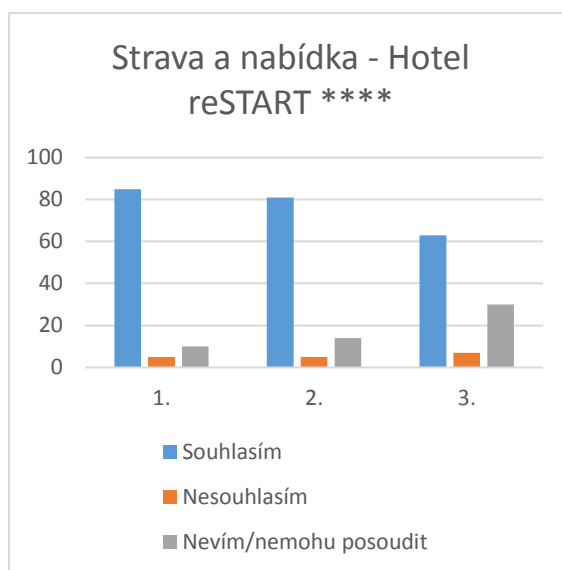
Otázka č. 5 – Prosím ohodnoťte hotelovou stravu a nabídku

Strava a nabídka byla hodnocena z hlediska kvality a rozmanitosti. Dále byla také hodnocena restaurace a její kapacita.



Obrázek 10 Strava - EA Hotel Tammel ****

Zdroj: vlastní (2020)



Obrázek 11 Strava - Hotel reSTART ****

Zdroj: vlastní (2020)

Tabulka 13 Hotelová strava a nabídka

Tvrzení	Souhlasím		Nesouhlasím		Nevím/nemohu posoudit	
	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****
1. Kvalita jídla byla dobrá.	87	85	1	5	12	10
2. Nabídka jídel i nápojů byla rozmanitá.	79	81	8	5	13	14
3. Kapacita restaurace byla dostačující.	72	63	2	7	26	30

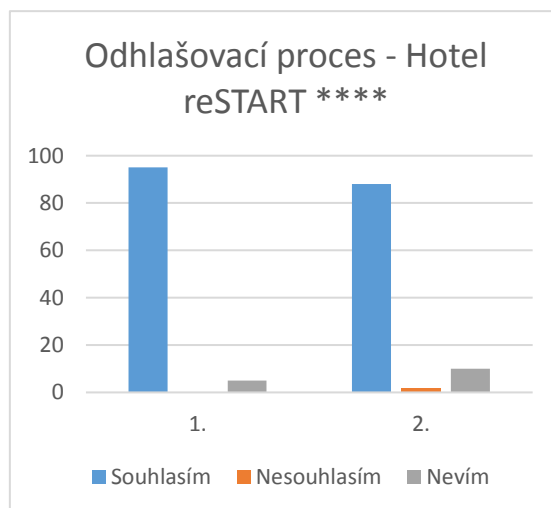
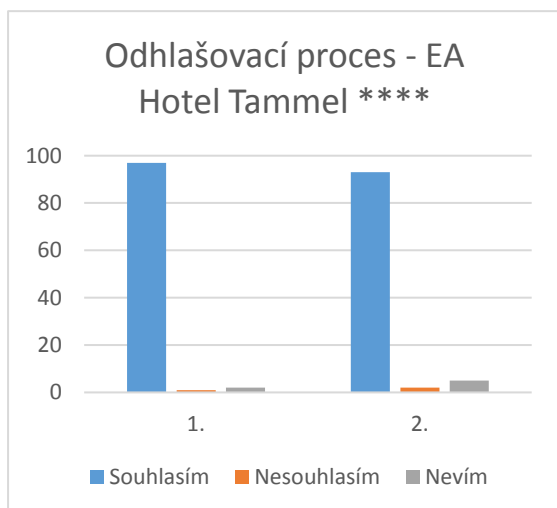
Zdroj: vlastní (2020)

Vzhledem k tomu, že oba hotely mají svou restauraci a stravování nabízejí, byla do dotazníku zařazena i otázka ohledně stravy a její nabídky. V oblasti stravování, a tedy restaurací obou zkoumaných ubytovacích zařízení, byly oba hotely ohodnoceny nadprůměrně. V případě volené odpovědi nevím/nemohu posoudit je možné předpokládat zejména to, že respondenti restauraci nenavštívili, tudíž nemohli daná tvrzení posoudit.

S nesouhlasem ohledně stravy nejpravděpodobněji opět souvisí celkové hodnocení, kde byly připomínky ohledně kvality stravy či většího výběru.

Otázka č. 6 – Ohodnoťte prosím odhlašovací proces

Odhlašovací proces byl respondenty hodnocen z pohledu, zda obdrželi kompletní a přesné vyúčtování a zda bylo odhlašování rychlé a efektivní.



Obrázek 12 Odhlášení

- EA Hotel Tammel ****

Zdroj: vlastní (2020)

Obrázek 13 Odhlášení

- Hotel reSTART ****

Zdroj: vlastní (2020)

Tabulka 14 Odhlašovací proces

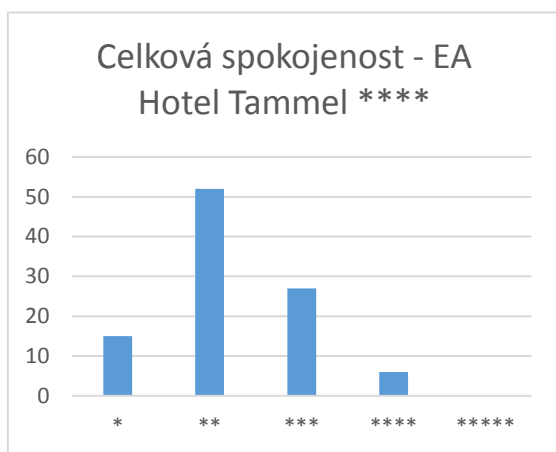
Tvrzení	Souhlasím		Nesouhlasím		Nevím	
	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****
1. Obdržel jsem kompletní a přesné vyúčtování.	97	95	1	0	2	5
2. Odhlašování bylo rychlé a efektivní.	93	88	2	2	5	10

Zdroj: vlastní (2020)

S ohledem na trend digitalizace a automatizace bylo možné předpokládat, že odhlašovací proces bude rychlý a v pořádku. Není tedy překvapivé, že tvrzení ohledně kompletního a přesného vyúčtování a rychlého a efektivního odhlášení bylo odsouhlaseno téměř v 100 %. EA Hotel Tammel **** měl jednoho respondenta, který nesouhlasil s tvrzením kompletního a přesného vyúčtování, avšak vzhledem k tomu, že to byla pouze jedna osoba, nelze z toho usuzovat, že šlo o nějaké závažné pochybení, respektive lze se domnívat, že šlo pouze o výjimku z důvodu nedorozumění či omyl. Za nesouhlasem s rychlým a efektivním odhlašováním mohlo stát kupříkladu zdržení z důvodu obsluhy více hostů, což proces mohlo zpomalit.

Otázka č. 7 – Ohodnoťte prosím Vaši celkovou spokojenost s hotelem

Celková spokojenost s hotelem byla respondenty hodnocena na škále od jedné hvězdičky až do pěti hvězdiček. Hodnocení zde bylo jako ve škole: * velmi spokojen - ***** velmi nespokojen.



Obrázek 14 Spokojenost

- EA Hotel Tammel ****

Obrázek 15 Spokojenost

- Hotel reSTART ****

Zdroj: vlastní (2020)

Zdroj: vlastní (2020)

Tabulka 15 Celková spokojenost

Hodnocení	Responzí		Podíl	
	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****	EA Hotel Tammel ****	Hotel reSTART ****
1/5	15	18	15 %	18 %

2/5	52	45	52 %	45 %
3/5	27	23	27 %	23 %
4/5	6	13	6 %	13 %
5/5	0	1	0 %	1 %

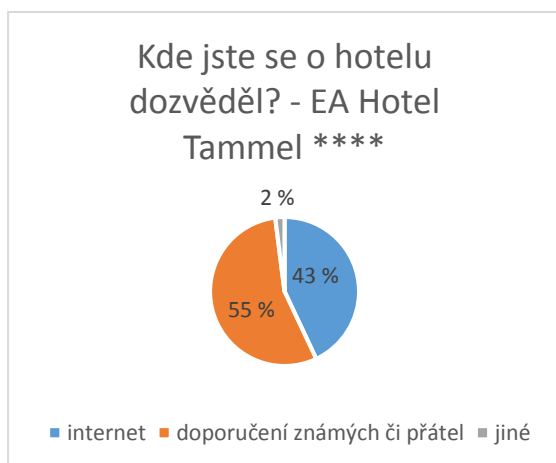
Zdroj: vlastní (2020)

Celková spokojenost s hotelem a jeho službami byla v obou hotelech hodnocena jako na stupnici ve škole, tedy jedna hvězdička znamenala „velmi spokojen“ (výborně) a pět hvězdiček „velmi nespokojen“ (nedostatečně). Jak EA Hotel Tammel *****, tak i Hotel reSTART ***** byly nejčastěji hodnoceny dvěma hvězdičkami, tedy „chvalitebně“.

Výsledky hodnocení celkové spokojenosti nejsou nijak zarážející. Spokojenost s hotely vyplývá i z předešlých otázek a jejich primárně kladně hodnocených částí. Avšak je třeba podotknout, že v tomto případě je na tom EA Hotel Tammel ***** o trochu lépe.

Otázka č. 8 – Kde jste se o hotelu dozvěděl?

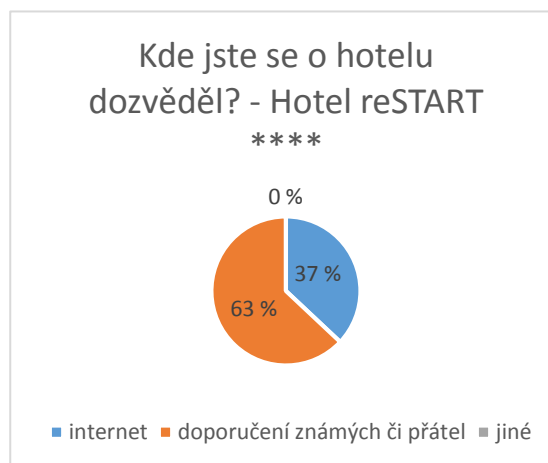
Pro tuto otázku byly vytvořeny tři možné odpovědi: na internetu, na doporučení od známých/přátel nebo jinde s vlastní odpovědí.



Obrázek 17 Kde jste se o hotelu dozvěděl?

- EA Hotel Tammel *****

Zdroj: vlastní (2020)



Obrázek 16 Kde jste se o hotelu dozvěděl?

- Hotel reSTART *****

Zdroj: vlastní (2020)

Hosté EA Hotel Tammel ***** se nejčastěji ubytovali na radu svých známých a přátel, druhou nejčastější odpovědí byl internet. Odpověď „jiné“ zvolili jen dva dotázaní a v obou

případech uvedli, že se o hotelu dozvěděli v Městském informačním centru v Jičíně. I v případě Hotelu reSTART **** byla nejčastější odpověď doporučení známých či přátel, druhou nejčastější odpovědí byl internet a nikdo nezvolil odpověď „jiné“. Na základě tohoto zjištění je možné doporučit snažit se o lepší spolupráci zejména s informačním centrem v Jičíně.

Otázka č. 9 – Doporučil byste hotel svým známým?

Pro otázku, zda by dotazovaní hotel doporučili svým známým, zde byly pouze dvě odpovědi, buď ano, nebo ne.



*Obrázek 19 Doporučil byste hotel svým známým? – EA Hotel Tammel *****
Zdroj: vlastní (2020)



*Obrázek 18 Doporučil byste hotel svým známým? - Hotel reSTART *****
Zdroj: vlastní (2020)

Na otázku, zda by respondenti hotel doporučili svým známým, odpověděli v obou případech velmi podobně. V 95 % odpověděli dotázaní za EA Hotel Tammel ****, že ano. Pouze 5 % odpovědělo, že ne. Hosté Hotelu reSTART **** by hotel doporučili v 91 %, jen 9 % dotázaných by ho nedoporučilo. Lze se domnívat, že v obou případech mohlo být důvodem pro nedoporučení hotelu známým výše zmíněná nespokojenost se stravou či v případě Hotelu reSTART **** jeho větší vzdálenost od centra.

Otázka č. 10 – Bylo Vaše očekávání naplněno?

Možné odpovědi na otázku, zda bylo respondentovo očekávání naplněno, byly pouze dvě, ano-ne. Avšak v případě záporné odpovědi bylo požadováno uvést důvod, v čem bylo respondentovo očekávání od skutečnosti odlišné.



Obrázek 20 Bylo Vaše očekávání naplněno?

- EA Hotel Tammel *****

Zdroj: vlastní (2020)

Obrázek 20 Bylo Vaše očekávání naplněno?

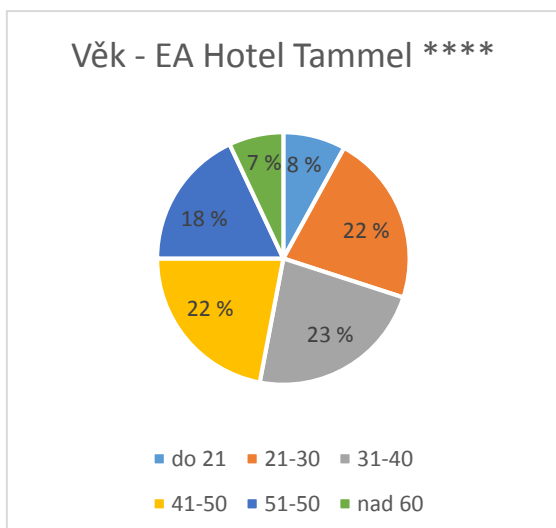
- Hotel reSTART *****

Zdroj: vlastní (2020)

Celých 97 % respondentů za EA Hotel Tammel ***** uvedlo, že jejich očekávání bylo naplněno, pouhá 3 % dotázaných odpovědělo, že ne. Mezi uvedenými důvody, v čem se jejich očekávání lišilo od skutečnosti, bylo: očekávání chutnější stravy a lepší vybavení pokoje, pomalejší obsluha v restauraci a neochotná obsluha restaurace. Respondenti za Hotel reSTART ***** uvedli, že jejich očekávání bylo naplněno v 92 %, ve zbylých 8 % uvedli, že ne. Důvody, v čem se jejich očekávání lišilo od skutečnosti, byly: očekávání lépe vybaveného pokoje, pomalejší obsluha v restauraci, lepší pokoj a jeho vybavení, lepší servis, dlouhé čekání na pokoj, nedostačující výběr jídel a dvakrát bylo uvedeno, že bylo očekáváno lepší jídlo a větší výběr.

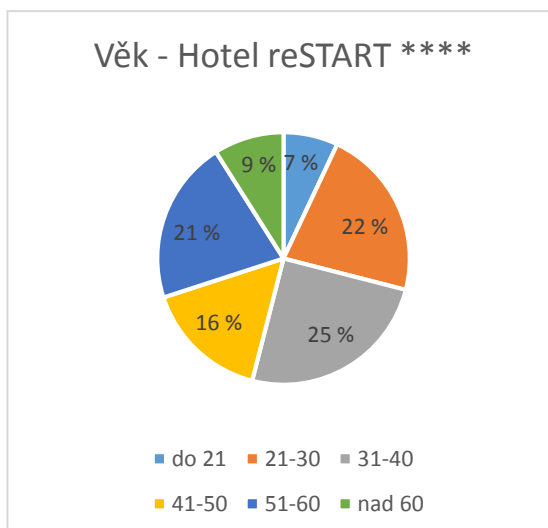
Otázka č. 11 – Věk

Věkové kategorie byly rozděleny do šesti skupin: do 21 let, 21-30 let, 31-40 let, 41-50 let, 51-60 let a nad 60 let.



Obrázek 21 Věk - EA Hotel Tammel ****

Zdroj: vlastní (2020)



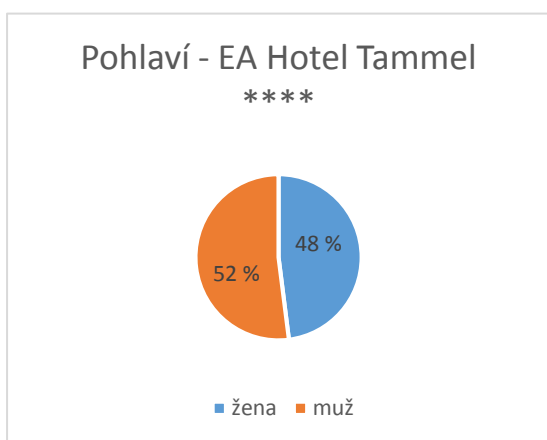
Obrázek 22 Věk - Hotel reSTART ****

Zdroj: vlastní (2020)

V obou hodnocených hotelech byla nejobsazenější věková skupina respondentů 31-40 let. Tito respondenti zde byly ubytováni nejčastěji z důvodů turistiky. Kategorie seniorů, respektive věková skupina 60 let a výše, je obsazena malým procentem dotazovaných, nicméně se to tak pouze jeví, neboť dotazník potvrzuje, že v pro oba hotely je to rostoucí číslo, což značí příležitost více se zaměřit na tento segment.

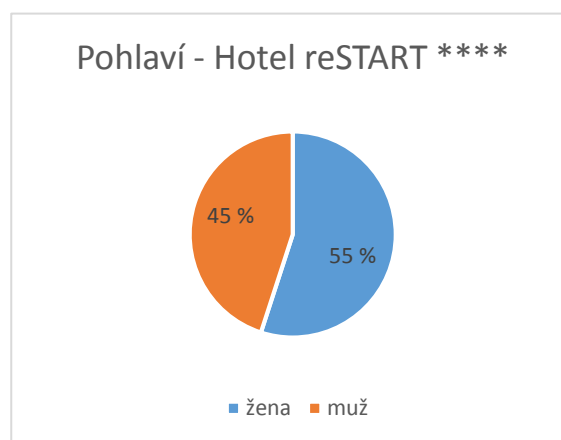
Otázka č. 12 – Pohlaví

Poslední otázka byla zaměřena na pohlaví dotazovaného s dvěma možnostmi odpovědi žena-muž.



Obrázek 23 Pohlaví - EA Hotel Tammel ****

Zdroj: vlastní (2020)



Obrázek 24 Pohlaví - Hotel reSTART ****

Zdroj: vlastní (2020)

Z hlediska pohlaví je dotazníkové šetření pro oba hotely poměrně vyrovnané. Jsou zde pro oba hotely shodné i nejčastější důvody ubytování, a to služební cesta či turistika. Respondentky za EA Hotel Tammel **** si toto ubytovací zařízení zvolili podle internetu, muži dali naopak na rady svých přátel a známých. V případě Hotelu reSTART **** si ženy i muži hotel nejčastěji vybírali dle doporučení známých či přátel. Oba hotely ale například na booking.com reagují na veškeré recenze hostů oba hotely velmi aktivně. Překvapivě dotazníkové šetření ukázalo téměř mizivou účast na výběru hotelů informační centrum v Jičíně. Pouze jeden muž a jedna žena si EA Hotel Tammel **** vybrali na jejich doporučení, na Hotel reSTART **** nedostal doporučení od informačního centra žádný respondent. S ohledem na vysokou návštěvnost se doporučení od informačního centra zdála jako významný zdroj pro doporučení, ale průzkum ukázal pravý opak. Pro toto zjištění by bylo vhodné doporučit pro oba lépe s informačním centrem spolupracovat.

4.2 Vyhodnocení výzkumných otázek

1. Doporučilo by alespoň 75 % respondentů za každý hotel toto ubytování svým známým?

Z provedeného dotazníkového šetření vyplynulo, že první výzkumná otázka se potvrdila. EA Hotel Tammel **** by svým známým toto ubytování doporučilo 95 % dotázaných, Hotel reSTART **** by známým doporučilo 91 % respondentů. Mezi důvody, proč zbylá procenta dotázaných hotely nedoporučila, byly pravděpodobně v obou případech zejména výtky ke stravě. U Hotelu reSTART **** mohla být důvodem také vzdálenost od centra, neboť leží téměř na okraji města.

2. Bylo v každém hotelu ubytováno alespoň 25 % respondentů z důvodů turistiky?

Druhá výzkumná otázka se taktéž potvrdila, neboť důvodem, proč se hosté v EA Hotel Tammel **** ubytovaly, byla turistika druhý nejčastější důvod, tvořila 32 % odpovědí. V případě Hotelu reSTART **** byla turistika nejčastějším důvodem ubytování – 42 %. Ačkoliv je pro EA Hotel Tammel **** typizovaným zákazníkem muž ve věku 51-60 let a pro Hotel reSTART **** žena ve věku 31-40 let, v obou případech je turistika klíčovým důvodem pobytu v těchto zařízeních. Město Jičín je známé zejména pro svůj historický titul a nespočet památek, tudíž dotazníky potvrzený předpoklad, že alespoň ¼ dotázaných si hotely vybrala pro turistiku, byl pravděpodobný.

4.3 Zhodnocení výsledků dotazníkového šetření a návrhy na zlepšení

Typizovaným zákazníkem EA Hotel Tammel **** jsou muži ve věku 51-60, kteří jsou zde ubytováni z důvodů služební cesty nebo turistiky, ovšem z dotazníkového šetření vyplynulo jako klíčové slabé místo strava a restaurace. Toto slabé místo by se dalo vyřešit úpravou nabízených jídel a zapojením regionálních produktů do nabídky. Problémem tohoto řešení může být nákladovost v návaznosti na pandemii COVID-19, kdy došlo k přerušení provozu a výpadku příjmů. Na druhou stranu o významu regionálních produktů hovoří ve svém výzkumu Švec (2017), který je zmíněn v kapitole 1.7.1 Sledování spokojenosti, konkrétní regionální produkty typické pro oblast Jičínska jsou uvedeny v kapitole 3.2 Regionální produkty. Kromě trendu, kdy jak muži i ženy dle Ševce (2017) vyhledávají regionální produkty ve stravě, toto řešení může podpořit místní výrobce těchto produktů a více je uvést do podvědomí dalších a nových hostů.

Typickým zákazníkem Hotelu reSTART **** jsou ženy ve věku 31-40 let, které se zde ubytovávají zejména kvůli turistice. Z dotazníkového šetření vyplynuly výtky na stravu a restauraci zrovna tak, jako v pro EA Hotel Tammel ****. Zde by bylo možné doporučit zapojit do stravy více regionálních produktů z důvodů stejných jako výše uvedených, nicméně i tento hotel byl dotčený pozastavením provozu kvůli covidu, ovšem oba zkoumané hotely nyní opět fungují.

Oba hotely byly dle provedeného dotazníkového šetření zhodnoceny nadprůměrně, zrovna tak tomu bylo i na různých portálech nabízejících ubytování, jako je například booking.com, ovšem nově dotazníkové šetření ukazují nepopiratelný růst trendu seniorského cestovního ruchu v Jičíně, kdy hosté ve věku 60 let a výše neustále přibývají, čehož by oba hotely mohly využít a na tento segment se více zaměřit, ať už za využití vhodných pobytových balíčků či lépe cílit na tuto věkovou skupinu formou reklam.

I přes to, že potvrzená výzkumná otázka „1. Doporučilo by alespoň 75 % respondentů za každý hotel toto ubytování svým známým?“ ukázala, že oba hotely by doporučilo více jak 90 % dotázaných, je nezbytné mít na paměti, že nynější situace po pandemii COVID-19 vyžaduje i přes tuto spokojenost nepolevit v cílení na zákazníky, ba dokonce cílit více než před karanténou. Proto lze provozovatelům zmíněných ubytovacích zařízení doporučit, aby více spolupracovali s cestovními kancelářemi či agenturami, poskytovateli reklam na

internetu a zejména s informačním centrem, aby zaujali více potenciálních zákazníků. Informační centrum se zde jeví jako významný prvek možného zdroje potenciálních zákazníků, neboť dosahuje vysoké návštěvnosti turisty a dle potvrzené výzkumné otázky „2. Bylo v každém hotelu ubytováno alespoň 25 % respondentů z důvodů turistiky?“ a dle typizovaných zákazníků obou hotelů je právě turistika primárním důvodem pobytu, tudíž lepší spolupráce s informačním centrem by byla žádoucí. Mnoho turistů si ubytování zřizuje předem, tudíž by bylo vhodné započít spolupráci již na webových stránkách informačního centra formou např.: reklamních bannerů. Ovšem jiní návštěvníci si ubytování hledají až na místě. V tomto případě by bylo vhodné využít propagační materiály ve formě např.: letáčků či vizitek, a to jak přímo v informačním centru, tak i ve venkovních stojanech. Vzhledem k tomu, že oba hotely se nacházejí v Českém ráji, je zde stále nevyužitý potenciál. Ačkoliv v celkovém hodnocení dopadl lépe EA Hotel Tammel ****, jeho speciální nabídky (pobytové balíčky) nejsou tak rozmanité, neboť nabízí pouze balíčky spojené s wellness. Lze tedy doporučit, aby byl přidán i balíček se zaměřením na aktivity v přírodě, jako je tomu u nabízených balíčků od Hotelu reSTART ****. V pobytových balíčcích Hotelu reSTART **** je možné vybírat jak z balíčků zaměřených na relaxaci, se zapůjčením elektrokol a koloběžek, tak i balíčků zaměřených na rodinné pobyty s doplňky, jako jsou dětské koloběžky či aktivita hledání pokladů „Rumcajsova stezka“ a tak dále. Ovšem pobytové balíčky pro seniory lze doporučit oběma hotelům.

Ve spojitosti s uvedenými příklady v kapitole 1.7.1 Sledování spokojenosti je možné uvést další doporučení. Švec (2017) kromě už výše zmíněných regionálních produktů uvádí předpověď nepopíratelně rostoucího významu segmentu seniorů, což souvisí s výše uvedeným doporučením pro oba hotely zaměřit se na seniorský cestovní ruch a pobytové balíčky pro tuto skupinu. Krom toho se o seniorském cestovním ruchu zmiňuje kapitola 1.9 Trendy, kde lze převzít pro EA Hotel Tammel **** i Hotel reSTART **** doporučení pro větší investici do bezbariérovosti pokojů. Neboť Hotel reSTART **** nabízí pouze jeden bezbariérový pokoj. Druhý příklad dotazníkového šetření Ševcem, Martíškovou a Štensovou (2017) se týkal preferencí zákazníků při vybírání ubytovacího zařízení a jejich vztahu k PR firm. Z jejich výzkumu například jasně vyplývá fakt, že mezi nejdůležitější faktor patří lokalizace ubytovacího zařízení v centru města, což naznačují i výsledky šetření pro tuto bakalářskou práci, kde byl pozitivněji hodnocen EA Hotel Tammel ****, který je znatelně blíže centra oproti Hotelu reSTART ****.

Z hlediska nákladů a jejich úspory je nezbytné zvážit investování do segmentu seniorů a pobytových balíčků pro ně v návaznosti na pandemii COVID-19. Na jednu stranu to může přinést nové zákazníky z této oblasti, a tedy větší finanční zisk i z pohledu rostoucího trendu tuzemského cestovního ruchu. Avšak na druhou stranu zde stojí pandemie COVID-19, která přinesla nemalé ztráty kvůli pozastavení činnosti, tudíž úspora financí místo investování do nového segmentu a pobytových balíčků se v současné situaci jeví jako vhodnější. Z hlediska časové náročnosti implementace do praxe se jako nejvíce vhodné jeví nové pobytové balíčky či zařazení regionálních produktů do nabídky. Z hlediska nákladovosti je nutné zvažovat, zda je vhodné nyní investovat do reklam. Po porovnání je možné uvést Facebook a Twitter. Z hlediska ceny za placenou reklamu vychází lépe Facebook, kde dle Bauera (2020) je reklama za cca 25 Kč/den, a alespoň pro Českou republiku je více využíván než například Twitter, kde se cena dle Lamberta (2015) pohybuje kolem cca 37 Kč/klik na web. Cena za klasickou reklamu v rozhlasu se např.: dle Českého rozhlasu (2019) na stanici Český rozhlas pohybuje kolem 420 Kč/30 sekund na den v Královéhradeckém kraji, ovšem reklamy v rozhlasu se jako efektivní nejeví. Jako nejvíce nákladová se jeví televizní reklama, jak uvádí Česká televize (2020), orientačně za třicetisekundový reklamní spot na kanálu se cena pohybuje kolem 25.000-175.000 Kč, na TV Nova s.r.o. (2019) se cena může za takový spot vyšplhat více než na 500.000 Kč.

Závěr

V bakalářské práci byla zhodnocena vybraná ubytovací zařízení v Jičíně s cílem zjistit pomocí dotazníkového šetření spokojenost klientů s poskytnutým ubytováním a jeho službami a na základě tohoto zjištění porovnat vybrané hotely mezi sebou a navrhnout řešení či možnosti vylepšení zjištěných nedostatků.

Ve výzkumné části bylo vyhodnoceno dotazníkové šetření pro oba vybrané hotely. Hotely byly záměrně zvoleny tak, aby byly ve stejné kategorii. Ačkoliv je EA Hotel Tammel **** v provozu zhruba rok a Hotel reSTART **** mnohem déle (ovšem prošel rekonstrukcí), oba hotely měly velmi dobré ohlasy i před provedením dotazníkového šetření. S rozdílností v jejich poloze, kdy jeden stojí téměř v centru a druhý spíše na okraji města, jsou oba hotely vyhledávány zejména pro služební cesty a turistiku a lidmi v různých věkových kategoriích. Nejméně zastoupenou věkovou kategorií jsou respondenti ve věku do 21 let, avšak zde je možné se domnívat, že zde dominuje spíše trend v ubytování typu Airbnb.

Nově ovšem dotazníky ukazují výtky ke stravě obou ubytovacích zařízení. Dále šetření nově ukázalo, že i když nepopíratelnou roli při výběru má hodnocení jiných zákazníků na internetu, nelze upřít velkou roli doporučení známých, která mají poměrně zásadní vliv na výběr zařízení. Vcelku překvapivé se jeví zjištění, že dle dotazníků pouze dva respondenti dostali doporučení na hotel v Městském informačním centru v Jičíně, které podle statistik návštěvností je velmi vytížené, tudíž by bylo vhodné zaměřit se také na lepší spolupráci s informačním centrem. Novým zjištěním je i rostoucí zájem seniorů, který postupně narůstá. Ti preferují ubytování ve vybraných hotelech zejména z důvodů turistiky.

Mezi hlavní doporučení patří:

- zaměření se na segment seniorů formou cílených reklam či pobytových balíčků,
- lepší spolupráce s cestovními kanceláři či informačním centrem v Jičíně,
- zařazení regionálních produktů do stravy.

Na základě výsledků dotazníkového šetření byly potvrzeny obě výzkumné otázky. První výzkumná otázka „Doporučilo by alespoň 75 % respondentů za každý hotel toto ubytování svým známým?“ byla potvrzena 95 % dotázaných za EA Hotel Tammel **** a 91 % respondentů za Hotel reSTART ****. Důvodem, proč zbylá procenta respondentů vybraná

ubytovací zařízení nedoporučila, byla zejména strava, respektive její rozmanitost a kvalita. Tímto zjištěním je možné podpořit doporučení ohledně zařazení regionálních produktů do stravy, což je také podpořeno výzkumem provedeným Ševcem (2017) zmíněným v kapitole 1.7.1 Sledování spokojenosti. Druhá otázka „*Bylo v každém hotelu ubytováno alespoň 25 % respondentů z důvodů turistiky?*“ byla potvrzena 32 % respondenty za EA Hotel Tammel **** a 42 % respondentů za Hotel reSTART ****. Typizovaný zákazník obou hotelů se v těchto zařízeních ubytovává právě z důvodů turistiky, což navazuje na další doporučení snažit se o lepší spolupráci zejména s informačním centrem. Jičínské informační centrum bylo nejnavštěvovanějším informačním centrem Českého ráje právě turisty, ovšem jak dotazníkové šetření ukázalo, doporučení na hotely v informačním centru dostaly pouhá dvě procenta.

V návaznosti na zmíněný příklad podobného dotazníkového šetření provedený Adamem (2013), který zkoumal spokojenost hostů s ubytovacími službami ve vybraných ubytovacích zařízeních v Pelhřimově, lze shledat podobnost v doporučeních na základě vyhodnocení dotazníků. Jedná se zejména o doporučení lepší propagace ubytovacích zařízení a spolupráce s jinými subjekty, které mohou hotely doporučit. Snahu o lepší spolupráci s cestovními kanceláři či poskytovateli reklam na internetu ve své práci doporučuje i Doležalová (2012). Mimo to klade důraz zaměřením se na určitý segment zákazníků a vytvoření vhodného pobytového balíčku, což je jedno z hlavních doporučení i této bakalářské práce, konkrétně se zde jedná o segment seniorů.

Ačkoliv by bylo přínosné, kdyby se jeden hotel mohl přiučít od druhého, mezi sebou hotely nespolupracují, z toho důvodu jsou výsledky dotazníkového šetření pro každý hotel k dispozici odděleně. S ohledem na pandemii COVID-19 nelze nyní předpokládat, že dojde k využití zjištěných informací a na jejich základě navrnutí doporučení, neboť se nyní finanční prostředky soustřeďují na jiné oblasti. Hotely se momentálně zaměřují na znovu otevřený chod svých provozoven, ovšem zjištěné informace z dotazníkového šetření a uvedená doporučení bude možné využít za opět stabilní situace v blízkém budoucnu.

Seznam použité literatury

Bibliografie

BERÁNEK, Jaromír a kolektiv. 2016. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: MAG Consulting. ISBN: 978-80-86724-46-1.

COSTA, Carlos, Emese PANYIK a Dimitrios BUHALIS. 2013. *Trends in European Tourism Planning and Organisation*. Bristol: Channel View Publications. ISBN: 978-1845414108.

FIALA, Alois a Monika BECKOVÁ a kolektiv. 2013. *Management procesů – Průvodce manažera kvality*. Praha: Verlag Dashöfer. ISSN: 1802-1697.

HAZDRA, Adam, JIŘINOVÁ, Kateřina, KYPUS, Lukáš, Veronika HARAZÍNOVÁ a Vojtěch LUNGA. 2013. *Skvělé služby – Jak dělat služby, které vaše zákazníci nadchnou*. Praha: Grada Publishing. ISBN: 978-80-247-4711-8.

HOLEŠINSKÁ, Andrea. 2016. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN: 978-80-210-5847-7.

HOUŠKA, Petr a kolektiv. 2007. *Klasifikace ubytovacích zařízení jako způsob podpory kvality služeb v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. ISBN: 978-80-87147-00-9.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. 2012. *Marketing v cestovním ruchu – Jak uspět v domácí i světové konkurenci -2., aktualizované a rozšířené vydání*. Praha: Grada Publishing. ISBN: 978-80-247-4209-0.

KESNER, Ladislav, MORAVEC, Ivo, Radek NOVOTNÝ a Dagmar ŠKODOVÁ-PARMOVÁ. 2008. *Management kulturního cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. ISBN: 978-80-87147-18-4.

KOTÍKOVÁ, Halina. 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: GRADA. ISBN 978-80-247-4603-6.

KOTLER, Philip, WONG, Veronica, John SAUNDERS a Gary ARMSTRONG. 2007. *Principles of Marketing: fourth european edition*. London: Pearson Education Limited. ISBN: 9780273684565.

KŘÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS. 2014. *Moderní hotelový management 2. aktualizované a rozšířené vydání*. Praha: Grada Publishing. ISBN: 978-80-247-4835-1.

NENADÁL, Jaroslav, PETŘÍKOVÁ, Růžena, Milan HUTYRA a Petra HALFAROVÁ. 2004. *Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků*. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti. ISBN: 80-02-01672-6.

PALATKOVÁ, Monika. 2011. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing. ISBN: 978-80-247-3750-8.

RAŠOVSKÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. 2017. *Management kvality služeb v cestovním ruchu – Jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada Publishing. ISBN: 978-80-247-5021-7.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal, BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4039-3.

UNWTO. 2018. *European Union Tourism Trends*. Madrid: UNWTO. ISBN: 978-92-844-1946-3.

VYSTOUPIL, Jiří a Martin, ŠAUER a kol. 2011. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Praha: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o. ISBN: 9788073803407.

Citace

ADAM, Pavel. 2013. *Spokojenost hostů s ubytovacími službami vybraných ubytovacích zařízení v Pelhřimově*. Jihlava. Bakalářská práce (Bc.). Vysoká škola polytechnická Jihlava, Katedra cestovního ruchu. Vedoucí práce Ing. Petr Scholz, Dis.

Asociace hotelů a restaurací České republiky. 2015b. Kategorie ubytovacích zařízení. *Hotelstars.eu* [online]. [cit. 2019-12-22]. Dostupné z: <https://www.hotelstars.cz/porovnani-trid>

Asociace hotelů a restaurací České republiky. 2020. Návrh AHR ČR – uvolňování ubytovacích služeb. *ahrcr.cz* [online]. [cit. 2019-12-22]. Dostupné z: <https://www.ahrcr.cz/Upload/xxx/navrh-ahr-cr-uvolnovani-ubytovacich-sluzeb.pdf>

Asociace hotelů a restaurací České republiky. 2015a. Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2015-2020 metodika. *Hotelstars.cz* [online]. [cit. 2019-12-22]. Dostupné z: https://www.hotelstars.cz/resources/files/metodika%202015-2020-13_5.pdf

BAUER, Daniel. 2020. Cena reklamy na Facebooku a Instagramu (Jak platit méně). *Socials* [online]. [cit. 2020-07-07]. Dostupné z: <https://www.socials.cz/cs/blog/cena-reklamy-na-facebooku-a-instagramu-jak-platit-mene-28/>

BMI Country Industry Reports. 2017. *Czech Republic Tourism Report* [online]. [cit. 2019-12-17]. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/1935052648/fulltextPDF/18BC525F9FED4625PQ/2?accountid=17116>

BUCHVALDEK, Jiří. 2016. Povinnosti poskytovatele krátkodobého ubytování. *Hrubý & Buchvaldek* [online]. [cit. 2020-02-05]. Dostupné z: <https://www.hblaw.eu/l/povinnosti-poskytovatele-kratkodobeho-ubytovani/>

Český rozhlas. 2019. Ceník reklamy Českého rozhlasu. *Český rozhlas* [online]. [cit. 2020-07-07]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/sites/default/files/documents/30a43a564d1c9a1b8c937b62b4e06915.pdf>

Český statistický úřad. 2020a. Satelitní účet cestovního ruchu. *CZSO* [online]. [cit. 2019-12-17]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu

Český statistický úřad. 2020b. Hromadná ubytovací zařízení České republiky 2016-2019. *Marketingový informační systém* [online]. [cit. 2019-12-17]. Dostupné z: <https://tourdata.cz/analyzy/navstevnost-huz-2016-2019/>

Český systém kvality služeb. 2015. Kvalita a její význam v cestovním ruchu. *CSKS* [online]. [cit. 2020-01-05]. Dostupné z: <http://www.csks.cz/filemanager/files/10524.pdf>

Český systém kvality služeb. 2020. O Českém systému kvality služeb. *CSKS* [online]. [cit. 2020-01-05]. Dostupné z: <https://www.csks.cz/cs/o-ceskem-systemu-kvality-sluzeb/>

Česká televize. 2020. Televizní reklama. *Česká televize* [online]. [cit. 2020-07-07]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/reklama/televizni-reklama/>

Česká tisková kancelář. 2016. Nejvíce přibylo čtyřhvězdičkových hotelů. Zájem o ně mají zahraniční turisté. *ČT24* [online]. [cit. 2020-02-05]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/ekonomika/1843186-nejvice-pribylo-ctyrhvezdickovych-hotelu-zajem-o-ne-maji-zahranicni-turiste>

Česká tisková kancelář. 2019. ČSÚ bude sbírat data z Airbnb. Údaje chce využívat pro statistiky o cestovním ruchu. *Hospodářské noviny* [online]. [cit. 2020-02-05]. Dostupné z: <https://domaci.ihned.cz/c1-66560620-csu-bude-sbirat-do-svych-statistik-data-z-platformy-airbnb>

DOLEŽALOVÁ, Petra. 2012. *Hodnocení ubytovacích služeb na Znojemsku*. Znojmo. Bakalářská práce (Bc.). Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo s.r.o., Katedra ekonomie, marketingu a managementu. Vedoucí práce Ing. Ondřej Dufek, Dis.

ENT, Jan. 2020. Po 18 letech kvůli koronaviru končí Hotel Jičín i s restaurací. *Hradecká drbna* [online]. [cit. 2020-06-15]. Dostupné z: <https://hradecka.drba.cz/koronavirus/5861-v-jicine-kvuli-koronaviru-skoncil-hotel-jicin-i-s-restauraci.html>

FIALA, Vojtěch. 2016. Právní povaha krátkodobého ubytování. *EPRAVO.CZ* [online]. [cit. 2020-02-05]. Dostupné z: <https://www.epravo.cz/top/clanky/pravni-povaha-kratkodobeho-ubytovani-102612.html>

Gastro&Hotel. 2020. Koronavirus a předpokládané dopady do cestovního ruchu v České republice. *G&H* [online]. [cit. 2020-06-23]. Dostupné z: <https://gastroahotel.cz/koronavirus-predpokladane-dopady-cestovniho-ruchu-ceske-republice/>

Hospodářská komora ČR. 2020. Aktuální informace pro podnikatele k dopadům COVID-19. *komora.cz* [online]. [cit. 2020-06-23]. Dostupné z: <https://www.komora.cz/koronavirus/>

KPMG. 2010. Analýza systémů řízení kvality služeb v oblasti hotelnictví. *CSKS* [online]. [cit. 2020-01-06]. Dostupné z: <https://www.csks.cz/filemanager/files/120.pdf>

LAMBERT, Vojtěch. 2015. Twitter Ads v akci. *Focus agency s. r. o.* [online]. [cit. 2020-07-07]. Dostupné z: https://www.focus-age.cz/m-journal/internet/socialni-site/twitter-ads-v-akci__s416x11658.html

Městské informační centrum Jičín. 2018. Ubytování v Jičíně a okolí. *KZMJ* [online]. [cit. 2019-12-17]. Dostupné z: <https://www.kzmj.cz/wp-content/uploads/2016/02/Katalog-ubytov%C3%A1n%C3%AD-aktualizace-04-2018.compressed-1.pdf>

Městský úřad Jičín. 2018. Strategický plán rozvoje města Jičína. *MU Jičín* [online]. [cit. 2019-09-05]. Dostupné z: http://m.mujiicin.cz/assets/File.ashx?id_org=5954&id_dokumenty=1298128

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. 2018. Návštěvnost České republiky stále stoupá. *MMR ČR* [online]. [cit. 2019-12-17]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/ostatni/web/novinky/navstevnost-ceske-republiky-stale-stoupa?feed=Novinky>

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. 2020. MMR: Cestovní ruch v Česku disponuje řadou volných kapacit na léto. *MMR ČR* [online]. [cit. 2020-06-23]. Dostupné z: <https://mmr.cz/cs/ostatni/web/novinky/mmr-cestovni-ruch-v-cesku-disponuje-radou-volnych>

Newsroom TTG. 2019. Budoucnost turismu v ČR jde podle odborníků v lokálních místech. *TTG* [online]. [cit. 2020-01-06]. Dostupné z: <https://www.ttg.cz/budoucnost-turismu-v-cr-je-podle-odborniku-v-lokalnich-mistech/>

NGUYEN, Thuong Ly. 2019. Z Airbnb je profi byznys. Trh ovládli podnikatelé, běžným lidem se pronájem vlastního bytu nevyplácí. *E15.cz* [online]. [cit. 2020-01-06]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/reality-a-stavebnictvi/z-airbnb-je-profi-byznys-trh-ovladli-podnikatele-beznym-lidem-se-pronajmy-vlastniho-bytu-nevyplaci-1363818>

NOVÁK, Tomáš. 2018. Airbnb – co je to a jak to funguje. *E&T Abroad* [online]. [cit. 2020-01-06]. Dostupné z: <https://etabroad.com/cs/airbnb-co-je-to-a-jak-to-funguje/>

SAWIER, Claire. 2020. A Covid-19 mitigation plan for hotels. *Bookassist* [online]. [cit. 2020-06-23]. Dostupné z: <https://bookassist.org/blog/a-covid-19-mitigation-plan-for-hotels/>

Sdružení Český ráj. 2019. Exkurze, ukázky výroby. *Regionální produkt* [online]. [cit. 2020-02-02]. Dostupné z: <http://www.regionalniprodukt.cz/cs/exkurze-ukazky-vyroby.html>

STILLEROVÁ, Alena. 2015. Koncepce rozvoje cestovního ruchu města Jičína. *MU Jičín* [online]. [cit. 2020-02-05]. Dostupné z: https://www.mujiicin.cz/assets/File.ashx?id_org=5954&id_dokumenty=1285898

STILLEROVÁ, Alena. 2018. Jičín město pohádky. *Turistický portál Jičín* [online]. [cit. 2020-03-01]. Dostupné z: <http://www.jicin.org/cs/kultura/pravidelne-kulturni-akce/jicin-mesto-pohadky.html>

Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR. 2019. Hotely: návštěvnost v nejvyhledávanějších tří- a čtyřhvězdičkových hotelech v ČR v letních měsících meziročně stoupla. *SOCR ČR* [online]. [cit. 2020-03-01]. Dostupné z: <http://www.socr.cz/clanek/hotely-navstevnost-v-nejvyhledavanejsich-tri-a-ctyrhvezdickovych-hotelech-v-cr-v-letnich-mesicich-mezirocne-stoupla/>

Svaz venkovské turistiky a agroturistiky. 2017. Oficiální jednotná klasifikace ubytování v soukromí. *Eagri.cz* [online]. [cit. 2020-03-01]. Dostupné z:

http://eagri.cz/public/web/file/538496/Oficialni_jednotna_klasifikace_ubytovani_v_soukromi_1812017.pdf

ŠEPS, Jakub. 2018. Jičín jako oblíbená turistická destinace – i v roce 2018. *KZMJ* [online]. [cit. 2019-12-17]. Dostupné z: <https://www.kzmj.cz/jicin-jako-oblibena-turisticka-destinace-i-v-roce-2018/>

ŠULCOVÁ, Michaela. 2017. Trendy cestovního ruchu: senioři na cestách. *Gastro&Hotel* [online]. [cit. 2019-12-17]. Dostupné z: <https://gastroahotel.cz/trendy-cestovniho-ruchu-seniori-na-cestach/>

ŠVEC, Roman, Petra, MARTÍŠKOVÁ a Antónia Štensová. 2017. Preference zákazníků při výběru ubytovacího zařízení a jejich vztah k PR firem. *Mladá Veda*, 5(6), 97-112. [online]. [cit. 2020-03-05]. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/1966385490/fulltextPDF/BFD5F96C152A463BPQ/1?accountid=17116>

ŠVEC, Roman. 2017. Preference stravování seniorů jako možný prvek rozvoje cestovního ruchu. *Mladá Veda*, 5(3), 112-127. [online]. [cit. 2020-03-05]. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/1929036097/fulltextPDF/972FFCC59EC64360PQ/33?accountid=17116>

TV Nova s.r.o. 2019. Cenové podmínky propagace na televizních kanálech Nova. *Nova group* [online]. [cit. 2020-07-07]. Dostupné z: https://www.novagroup.cz/images/documents/obchod/TELEVIZE_2019/Cenove_podminky_2020.pdf

WILDOVÁ, Vladka. 2014. Nabídka pro turisty bude bohatší. Posílí o filmový turismus. *Zprávy Český ráj* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <http://zpravyceskyraj.cz/nabidka-pro-turisty-bude-bohatsi-posili-i-filmovy-turismus/>

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník

Příloha A: Dotazník

Spokojenost s ubytováním a poskytnutými službami v EA Hotel Tammel *****/Hotel reSTART *****

Vážení respondenti, vážené respondentky,

věnujte prosím několik minut svého času na vyplnění následujícího dotazníku, který mi poslouží jako podklad pro mou bakalářskou práci "Zhodnocení vybraných ubytovacích zařízení v Jičíně". Dotazník je zaměřen na zhodnocení spokojenosti s ubytovacím zařízením a jeho poskytnutými službami. Dotazník je anonymní a zabere Vám jen pár minut. Předem děkuji za Váš čas.

Bohdana Balšánková, studentka Ekonomické fakulty Technické univerzity v Liberci

1. Účel pobytu

Vyberte jednu odpověď

- a) turistika
- b) služební cesta
- c) kulturní akce
- d) jiné

2. Recepce

Vyberte jednu odpověď v každém řádku

	Souhlasím	Nesouhlasím	Nevím
Při příchodu jsem byl přátelsky pozdraven.			
Jednání bylo rychlé a efektivní.			
Byly mi poskytnuty potřebné informace.			

3. Ohodnoťte prosím Váš pokoj:

Vyberte jednu odpověď v každém řádku

	Souhlasím	Nesouhlasím	Nevím

Můj pokoj byl vhodně vybaven vzhledem ke kategorii hotelu.			
Můj pokoj byl čistý a pohodlný.			
Můj pokoj byl denně uklízen.			
Koupelna byla čistá a vhodně vybavená vzhledem ke kategorii hotelu.			

4. Ohodnoťte prosím personál:

Vyberte jednu odpověď v každém řádku

	Souhlasím	Nesouhlasím	Nevím/nemohu posoudit
Recepční byli informovaní a plně zodpověděli moje otázky.			
Obsluha v restauraci byla zdvořilá a vstřícná.			
Pokojová služba byla ochotná.			
Management byl dostupný a ochotný řešit problémy.			

5. Prosím ohodnoťte hotelovou stravu a nabídku:

Vyberte jednu odpověď v každém řádku

	Souhlasím	Nesouhlasím	Nevím/nemohu posoudit
Kvalita jídla byla dobrá.			
Nabídka jídel i nápojů byla rozmanitá.			
Kapacita restaurace byla dostačující.			

6. Ohodnoťte prosím odhlašovací proces:

Vyberte jednu odpověď v každém řádku

	Souhlasím	Nesouhlasím	Nevím
Obdržel jsem kompletní a přesné vyúčtování.			

Odhlašování bylo rychlé a efektivní.			
--------------------------------------	--	--	--

7. Ohodnoťte prosím Vaši celkovou spokojenost s hotelem:

Ohodnoťte jako ve škole, * velmi spokojen - ***** velmi nespokojen

*	**	***	****	*****
---	----	-----	------	-------

8. Kde jste se o hotelu dozvěděl?

Vyberte jednu odpověď

- a) internet
- b) doporučení známých či přátel
- c) jiné, prosím, vypište kde

9. Doporučil byste hotel svým známým?

Vyberte jednu odpověď

- a) ano
- b) ne

10. Bylo Vaše očekávání naplněno?

Vyberte jednu odpověď

- a) ano
- b) ne, uveďte prosím, v čem se Vaše očekávání lišilo od skutečnosti

11. Věk

Vyberte jednu odpověď

- a) do 21
- b) 21-30
- c) 31-40
- d) 41-50
- e) 51-60
- f) nad 60

12. Pohlaví

Vyberte jednu odpověď

a) žena

b) muž