JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Analýza činnosti ubytovacího zařízení ve vztahu k cestovnímu ruchu

Vedoucí bakalářské práce

Ing. Roman Švec

Autor

Iveta Večerková

2011

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Ekonomická fakulta

Katedra: Obchodu a cestovního ruchu Akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení: Iveta Večerková

Studijní program: Ekonomika a management
Studijní obor: Obchodní podnikání

Název tématu: Analýza činnosti ubytovacího zařízení ve vztahu k cestovnímu ruchu
Anglicky: Operation analysis of accommodation facility in relation to tourism

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :
(v zásadách pro vypracování uveďte cíl práce a metodický postup)

Cíl práce:
Analyzovat trh ubytovacích služeb ve vymezené oblasti Příbramska a okolí.
Formulace doporučení pro rozvoj cestovního ruchu, ubytovacích služeb a služeb návazných.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a pramenů

2. Situační analýza poskytování ubytovacích služeb v regionu Příbramsko

3. Příprava a realizace terénního šetření

4. Návrh rozvoje služeb pro šetřenou oblast

Rámcová osnova:

1. Úvod 2. Literární rešerše 3. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání
4. Vlastní návrhy 5. Závěr 6. Seznam literatury

Rozsah grafických prací: dle potřeby
Rozsah průvodní zprávy: 30 - 40 stran

Seznam odborné literatury:

HESKOVÁ, M. a kol.: Cestovní ruch. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3

KIRAL´OVÁ, A.: Marketing hotelových služeb. Praha: Ekopress, 2002. ISBN 80-86119-44-0

BERÁNEK, J., KOTEK, P.: Řízení hotelového provozu. Praha: MAG Consulting s.r.o., 2003. ISBN 80-86724-00-X

PETRŮ, Z.: Základy ekonomiky cestovního ruchu. Praha: Idea servis, 2007.

INDROVÁ J.: Hotelový management (Vybrané kapitoly). Praha: VŠE, 1996. ISBN 80-7079-750-9

INDROVÁ, J., PETRŮ, Z., VAŠKO, M.: Podnikatelská činnost ve stravování a hotelnictví. Praha: VŠE, 1996. ISBN 80-7079-739-8

METZ, R., GRÜNNER, H., KESSLER, T.:Restaurace a host. Praha: Europa – Sobotáles cz., 2008

BERÁNEK, J.: Provozujeme pohostinství a ubytování. Praha: MAG Consulting, 2004

Kolektiv aut.: Lázeňský hotel - kontaktní a specifické profese pro hotelový a lázeňský provoz. Praha: MMR 2007

STÁREK, V., VACULKA, J.: Ubytovací úsek v oblasti cestovního ruchu. Praha: MMR 2008

ČERNÝ, J., KRUPIČKA, J.: Moderní hotel. Úvaly: Ratio, 2007.

Management Consulting Group, s.r.o.: Pohostinství pro cestovní ruch, Praha: MMR, 2000

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Roman Švec

Datum zadání bakalářské práce: 10. 2. 2010

Termín odevzdání bakalářské práce: 20. 4. 2011

L. S.

Ing. Kamil Pícha, Ph.D.
vedoucí katedry

prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

V Českých Budějovicích dne 9. 2. 2010

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Analýza činnosti ubytovacího zařízení ve vztahu k cestovnímu ruchu“ vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 sb. v plném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze stag provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly, v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 sb., zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací theses.cz provozovanou národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne…… Podpis studenta ……..…….

Poděkování

Touto cestou bych ráda poděkovala všem, kteří mi pomohli při vzniku této bakalářské práce. Zejména bych ráda poděkovala panu Ing. Romanu Švecovi za čas a úsilí, které mi věnoval a mnohé cenné rady. Dále bych ráda poděkovala paní Mgr. Ivaně Hájkové, jednatelce a majitelce hotelu Hájek za ochotu a spolupráci během tvorby.

Obsah

1 Úvod 7

2 Cíl práce a metodika 8

2. 1 Pracovní hypotézy 8

2. 2 Metody a techniky 8

3 Literární rešerše 10

3.1 Obchod 10

3.2 Produkt 11

3.3 Cestovní ruch 13

3.3.1 Subjekt cestovního ruchu 14

3.3.2 Objekt cestovního ruchu 15

3.3.2.1 Primární nabídka 15

3.3.2.2 Sekundární nabídka 15

3.4 Služby v cestovním ruchu 16

3.4.1 Ubytovací služby 20

3.4.2 Stravovací služby 25

3.4.3 Ubytovací zařízení 28

3.4.3.1 Ubytovací úsek ubytovacího zařízení 28

3.4.3.2 Stravovací úsek ubytovacího zařízení 30

3.4.3.3 Technický úsek ubytovacího zařízení 32

3.4.3.4 Služby ubytovacích zařízení 32

4 Analýza primárních a sekundárních dat 34

4.1 Analýza sekundárních dat 34

4.1.1 Analýza předpokladů cestovního ruchu 36

4.1.1.1 Přírodní předpoklady 36

4.1.1.2 Kulturně-historické předpoklady 38

4.1.1.3 Materiálně technické předpoklady 41

4.1.1.4 Hotel Hájek 47

4.2 Analýza primárních dat 50

4.2.1 Získání informací 50

4.2.2 Dotazníkové šetření 51

4.2.3 Řízené rozhovory 64

4.3 Syntéza zjištěných údajů 67

5 Návrhy a opatření 73

5.1 Balíček Asijský tygr 73

5.2 Týdny asijské kultury 75
5.3 Výstavba konferenční místnosti 76
5.4 Vytvoření jednotných internetových stránek 77
5.5 Zajištění parkoviště 79
5.6 Značení hotelu Hájek 79
5.7 Výstavba úschovny kol v hotelu Hájek 79
5.8 Navýšení počtu stravovacích zařízení ve zkoumané oblasti 80

6 Závěr **81**

7 Summary **83**

8 Použité zdroje **84**
8.1 Literární zdroje 84
8.2 Internetové zdroje 86
8.3 Použité informační materiály 87

Přehled použitých zkratek

Seznam schémat, tabulek, obrázků a grafů

Seznam příloh

1 Úvod

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace nejen za účelem rekreace, ale i poznáváním. Je pozoruhodnou součástí spotřeby a způsobu života obyvatel, zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím. (Hesková, 2006)

Tato práce se zaměřuje na region Příbramsko, který láká turisty mnoha přírodními i historickými zajímavostmi. Krásná neporušená příroda Brd je již 100 let cílem turistů, kteří zde mohou provozovat pěší turistiku, cykloturistiku, v zimě jsou zde výborné trasy na běžky a v neposlední řadě je zde možnost i sjezdového lyžování. Nejvýznamnější z měst je Příbram, která patří ke známým historickým královským horním městům, nesmíme opomenout ani Březnici a Rožmitál pod Třemšínem, kde se nachází krásné stavební památky. Soustava přehrad na Vltavě tvoří výborné podmínky pro rekreaci, kde jsou mnohá rekreační zařízení, kempy a hotely.

Celá tato práce se věnuje výzkumu podniků provozujících ubytovací služby v daném regionu, přičemž bude vybrán a podrobněji analyzován i konkrétní podnik. Tímto podnikem je hotel Hájek, který patří k největším hotelům v Příbrami a nachází se na výhodném místě, ke kterému je snadný přístup pro turisty přijíždějící směrem od Plzně, Českých Budějovic i od Prahy.

Na základě výsledků z provedené situační analýzy bych na závěr celé práce ráda navrhla opatření a doporučení, která by přispěla k rozvoji ubytovacích služeb, a tím i k rozvoji celé oblasti.

2 Cíl práce a metodika

Hlavním cílem bakalářské práce je analyzovat trh ubytovacích služeb v regionu Příbramsko, analyzovat současný produkt hotelu Hájek Příbram a na základě situační analýzy navrhnout doporučení pro rozvoj služeb v destinaci a rozvoj služeb hotelu Hájek.

Dílčím cílem je zjistit, zda je oblast Příbramska zajímavá z hlediska cestovního ruchu a jaké atraktivity cestovního ruchu nejvíce lákají turisty přijíždějící do Příbramska.

2. 1 Pracovní hypotézy

1. Ve vybraném regionu se nachází dostatek ubytovacích zařízení v různých úrovních.
2. Hotel Hájek provozuje dostatečný sortiment veškerých služeb.
3. V hlavní sezoně jsou dostatečně využity kapacity v ubytovacích zařízeních.
4. Příbramsko má velký potenciál cestovního ruchu a nachází se zde dostatek atraktivit cestovního ruchu, které lákají návštěvníky z celé České republiky.

2. 2 Metody a techniky

Z hlediska metodického postupu bude možné bakalářskou práci rozdělit na část analytickou a část syntetickou.

Analytická část

Součástí analytické práce bude literární rešerše sepsaná na základě prostudování odborné literatury.

V následující části bude využito situační analýzy, která pomůže zmapovat daný region. Nejprve bude analyzována primární nabídka cestovního ruchu, se zaměřením na přírodní a kulturně-historické zajímavosti, které přitahují nejvíce turistů.
Důležitou část bude tvořit analýza sekundární nabídky cestovního ruchu, která se zaměří na ubytovací služby a služby návazné.

Syntetická část

Hlavním úkolem syntetické části bude terénní šetření, které bude provedeno přímo ve vybraném hotelu Hájek formou dotazníků mezi turisty. Dále budou provedeny řízené rozhovory s pracovníky, kteří stojí na straně nabídky služeb.

Po získání veškerých potřebných dat bude provedeno vyhodnocení výsledků, které budou porovnány s aktuálními údaji.

3 Literární rešerše

Literární rešerše se bude zabývat zejména cestovním ruchem a službami v cestovním ruchu, konkrétně ubytovacími a stravovacími službami. Cestovní ruch vnímáme jako službu, která spadá do terciárního sektoru národního hospodářství a je také důležitou součástí obchodu.

3.1 Obchod

Národním hospodářstvím rozumíme úsek, část ekonomiky. Petrželová (2007) rozlišuje 4 sektory národního hospodářství. Primární, sekundární, terciární a kvartérní. Terciární sektor charakterizuje jako soubor odvětví, které poskytuje služby (doprava, telekomunikace, bankovnictví, osobní služby, zdravotnictví, školství, státní správa atd.). Mezi služby řadíme i obchod, cestovní ruch, stravovací a ubytovací služby.

V nejširším pojetí označujeme obchodem činnost, v jejímž rámci je uskutečňována směna – nákup a prodej zboží. Touto činností se mohou zabývat jak obchodníci (velké obchodní firmy i malí živnostníci), tak výrobci. Předmětem směny mohou být běžné výrobky, služby (související s prodejem zboží, ale i výhradní prodej služeb), elektrická energie, cenné papíry apod. (Boučková a kol., 2003)

Pražská (2002) definuje obchod jako činnost zahrnující nákup a prodej zboží. V nejširším slova smyslu patří do obchodu i služby. Jde jednak o služby související s prodejem zboží (prodej fyzických, organizačních či informačních úkonů, např. rezervace zboží, úprava velikosti, montáž - uvedení do provozu, pronájem předmětů, doprava zboží do bytu apod.), jednak jde o výhradní prodej služeb – prodej pobytů, dopravních úkonů, služby osobní, prodej bankovních produktů atd.

Cílem obchodu je tedy výměna zboží a služeb (tj. produkt) za peníze. (Kotler, Armstrong 2004)

3.2 Produkt

Pod pojmem produkt rozumíme vše, co tvoří nabídku na trhu. Jedná se o veškeré hmotné i nehmotné statky, které mohou být nakupovány, používány a spotřebovávány a které mohou uspokojovat potřeby a přání. (Kotler, Armstrong 2004).

Horner a Swarbrooke (2003) rozumí produktem cokoli, co lze nabídnout trhu k prozkoumání, získání, užívání nebo ke spotřebě a co může uspokojit nějakou potřebu nebo požadavek. Mohou to být hmotné předměty, služby, osoby, místa a myšlenky.

Produkt není omezen pouze na fyzické předměty – produktem je nazýván jakýkoliv statek, který je schopen uspokojit potřebu. Oproti hmotnému zboží produkty zahrnují i služby. (Kotler, Armstrong, 2004)

Produkt se tedy dělí na hmotné zboží a služby.

Zboží

Zboží je fyzická věc, můžeme ji vidět, dotýkat se jí. Když si jej koupíme, můžeme si je vyzkoušet, snadno vidíme, co dostáváme a vlastníme je. (Vaníček, Křesťan, 2007)

Orieška (2010) definuje zboží jako výrobek, resp. statek určený na trh, tj. na prodej. V cestovním ruchu jsou to například jídla a nápoje, turistické mapy, automapy, knižní průvodce, upomínkové předměty, suvenýry, případně další zboží.

Služby

Přestože se mnoho autorů snažilo najít konečnou a jednoznačnou definici služeb, žádná z nich dosud nebyla obecně uznána za adekvátní. Služba je činnost, která v sobě má určitý prvek nehmatatelnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo s majetkem. Výsledkem služby není převod vlastnictví. Služba může vést ke změně podmínek a její produkce může či nemusí být úzce spojena s fyzickým produktem. (Masnikosová, Kuzim, 2007)

Kotler (2004) definuje služby jako nehmotné statky ve formě různých aktivit či poskytování jiného užitku jedním subjektem druhému subjektu, u kterých při koupi či prodeji nedochází k převodu vlastnictví.

Malá (1999) charakterizuje služby jako ekonomickou činnost lidí, jejímž výsledkem jsou nemateriální hodnoty, které se projevují jako užitečné efekty pro spotřebitele služeb.

Služby mají vlastnosti, které je odlišují od výrobních produktů. Boučková (2003) uvádí následující:

- Nehmotnost – zákazník nemůže před uskutečněním koupě službu ověřit, přezkoušet, otestovat, ochutnat ani ohmatat. Její nákup zůstává v podstatě vždy nákupem něčeho nehmatatelného.

- Nestálost – zákazník nemůže počítat se stabilním provedením a neměnnou kvalitou služeb, protože služba do značné míry závisí na lidech, kteří mají rozdílné a proměnlivé schopnosti.

- Neoddělitelnost – zákazník ve většině případů nemůže oddělit službu od místa poskytování a osoby poskytovatele a musí respektovat, že její výroba a spotřeba probíhají ve stejném čase

- Neskladovatelnost – zákazník nemůže službu odebírat ze skladu a nemůže si ji trvale rezervovat.

V celkové nabídce firmy v některých případech převažují výrobky, v jiných zase služby. A proto Kotler (2007) rozlišuje několik kategorií tržní nabídky:

1. Čistě hmotné zboží (mýdlo, zubní pasta)

2. Hmotný produkt spolu se službou – zboží je nabízeno spolu se službou. Jedná se o technologicky vyspělé produkty (automobily)

3. Smíšená nabídka (hybrid) – skládá se ze dvou stejných částí zboží a služba (restaurace má vysokou úroveň díky obsluze i kvalitě pokrmů)

4. Hlavní služba spolu s malým podílem zboží (letecké služby – je zajištěna především doprava, avšak během letu dostávají cestující i jídlo, nápoje a časopisy)

5. Čistá služba (hlídání dětí)

3.3 Cestovní ruch

Cestovní ruch byl terčem bádání již od začátku minulého století. V nejstarších dostupných pracích z tohoto období se již autoři snažili odlišit cestovní ruch od pojmu cestování. A proto v současnosti Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO – World Tourism Organization) sjednotila definici cestovního ruchu: „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“.

Parmová (2003) definuje cestovní ruch jako celkový pobyt mimo stálé bydliště, který slouží především k odpočinku, návštěvě přírodních krás, kulturních památek, sportu nebo jiným požitkům a s tím spojené cestování. Tato zkrácená definice ze zákona o cestovním ruchu je dokladem, že člověk – subjekt cestovního ruchu – mění zcela dobrovolně a převážně pro své potěšení svůj pobyt a navštěvuje objekty cestovního ruchu mimo své obvyklé bydliště.

Většina autorů dělí systém cestovního ruchu na dvě základní složky: subjekt a objekt. Avšak v chápání těchto dvou pojmů se mnoho z nich liší. Např. Ryglová (2005) chápe subjekt cestovního ruchu jako veškeré účastníky cestovního ruchu, tedy jak kupující (účastníci, kteří uspokojují své potřeby v oblasti odpočinku, zotavení, poznání, aj.), tak prodávající (podniky, firmy či jednotlivci, kteří prodávají služby a zboží cestovního ruchu – ubytovací zařízení, stravovací zařízení, aj.) Objektem cestovního ruchu se rozumí veškeré hmotné a nehmotné statky, které se stávají předmětem koupě a prodeje

(služby, zboží, volné statky). Většina autorů, jako je Hesková (2006), Orieška (2010), Parmová (2003), chápe subjekt cestovního ruchu pouze jako kupující, kteří spotřebovávají statky a služby. Objekt pak definují jako cíl změny trvalého pobytu účastníka cestovního ruchu.

3.3.1 Subjekt cestovního ruchu

Subjekt cestovního ruchu (tourist subject) reprezentuje účastník cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu. (Hesková, 2006)

Petrů (2007) rozlišuje následující pojmy, pokud jde o účastníky cestovního ruchu:

- Návštěvník (visitor) je osoba, která cestuje mimo místo svého trvalého bydliště, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti.

- Turista (tourist) je dočasný návštěvník, který se zdrží v navštívené zemi (místě) alespoň 24 hodin, realizuje alespoň jedno přenocování a motivem jeho cesty je buď využití volného času (zábava, dovolená, odpočinek, sport aj.), nebo vyřizování různých záležitostí.

- Výletník (excursionist, same day visitor) je dočasný návštěvník, který se zdrží pouze jeden den v navštívené zemi (místě), aniž by v této zemi (místě) přenocoval.

Malá (1999) rozšiřuje druhy účastníků cestovního ruchu o pojem stálý obyvatel (rezident). V mezinárodním cestovním ruchu ve vztahu k dané zemi se pod tímto pojmem rozumí osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku. V domácím cestovním ruchu ve vztahu k určitému místu je za stálého obyvatele považována osoba, která v tomto místě žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší šesti měsíců.

3.3.2 Objekt cestovního ruchu

Objektem cestovního ruchu (object of tourism) je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Objekt cestovního ruchu je tak nositelem nabídky. Tvoří ho cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu. (Hesková, 2006)

Cílové místo musí mít nejen přírodní a kulturně-historický potenciál (primární nabídka), ale také nutnou infrastrukturní vybavenost (sekundární nabídka).

3.3.2.1 Primární nabídka

Lze říci, že určujícím faktorem rozvoje cestovního ruchu jsou přírodní podmínky, přírodní prostředí. Vhodné přírodní prostředí je hlavní podmínkou pro rozvoj destinací cestovního ruchu, resp. rekreačního prostoru. (Petrů, 2007)

Podle Malé (1999) jsou základní složkou primární nabídky atraktivity cílových míst, které jsou reprezentovány přírodními atraktivitami (klimatické podmínky, terén, fauna, flora), kulturně historickými atraktivitami (architektonické památky, kulturní zařízení, technické památky), organizovanými atraktivitami (veletrhy, výstavy, festivaly) a sociálními atraktivitami (tradice, zvyky).

3.3.2.2 Sekundární nabídka

Sekundární nabídkou rozumíme podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které umožňují návštěvníkům cílového místa přechodně se ubytovat, stravovat a vykonávat různé rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity typické pro cestovní ruch. (Hesková, 2006)

Petrů (2007) nazývá sekundární nabídku materiálně-technickou základnou, která zahrnuje:

a) Budovy a stavby (hotely a jiná ubytovací zařízení, stravovací zařízení, sportovní zařízení, parkoviště atd.).

b) Stroje a zařízení (energetická, hnací a technologická zařízení).

c) Dopravní prostředky (pro dopravu účastníků cestovního ruchu a jejich zavazadel).

d) Předměty postupné spotřeby (předměty a inventář k zabezpečení zejména realizačních funkcí cestovního ruchu).

3.4 Služby v cestovním ruchu

Služby jsou rozhodující součástí produktu cestovního ruchu. Představují heterogenní soubor užitečných efektů určených na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Mají průřezový charakter, tj. produkují je nejen podniky cestovního ruchu, ale i další subjekty soukromého a veřejného sektoru. (Hesková, 2006)

Cestovní ruch je založen na všestranném poskytování služeb od základních služeb typu stravování, ubytování, dopravy, přes zprostředkování služeb, služby doplňkové až po poskytování informací. Všechny druhy doplňkových služeb se ve větší nebo menší míře prolínají se službami pro domácí obyvatelstvo. Zvláštní skupinou služeb je zprostředkování služeb v cestovním ruchu, které provádějí především cestovní kanceláře a touroperátoři, také ale ve stále rostoucí míře informační střediska vedle své hlavní služby – poskytování ověřených aktuálních informací. (Minář a kol., 1996)

Základní rozdělení služeb v cestovním ruchu dle Oriešky (2010):

- Služby cestovního ruchu – tj. ty, které výlučně nebo převážně uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu a jež produkují podniky cestovního ruchu. Jde o služby producentů služeb (dopravních, ubytovacích, pohostinských, lázeňských, sportovně-rekreačních a kulturně-společenských zařízení) a zprostředkovatelů služeb (cestovních kanceláří, cestovních agentur, turistických informačních kanceláří, informačních a distribučních systémů)

- Ostatní služby – které produkují podniky s polyfunkčním charakterem, jejich produkci částečně spotřebovávají účastníci cestovního ruchu, ale v rozhodující

míře je určena k uspokojování potřeb místního obyvatelstva. Jsou to podniky poskytující specializované služby pro cestovní ruch (peněžní ústavy včetně pojišťoven, pasové a celní orgány) a služby místní infrastruktury v cílových místech (např. obchodní a komunální podniky, zdravotnická zařízení, policie, pošta a další).

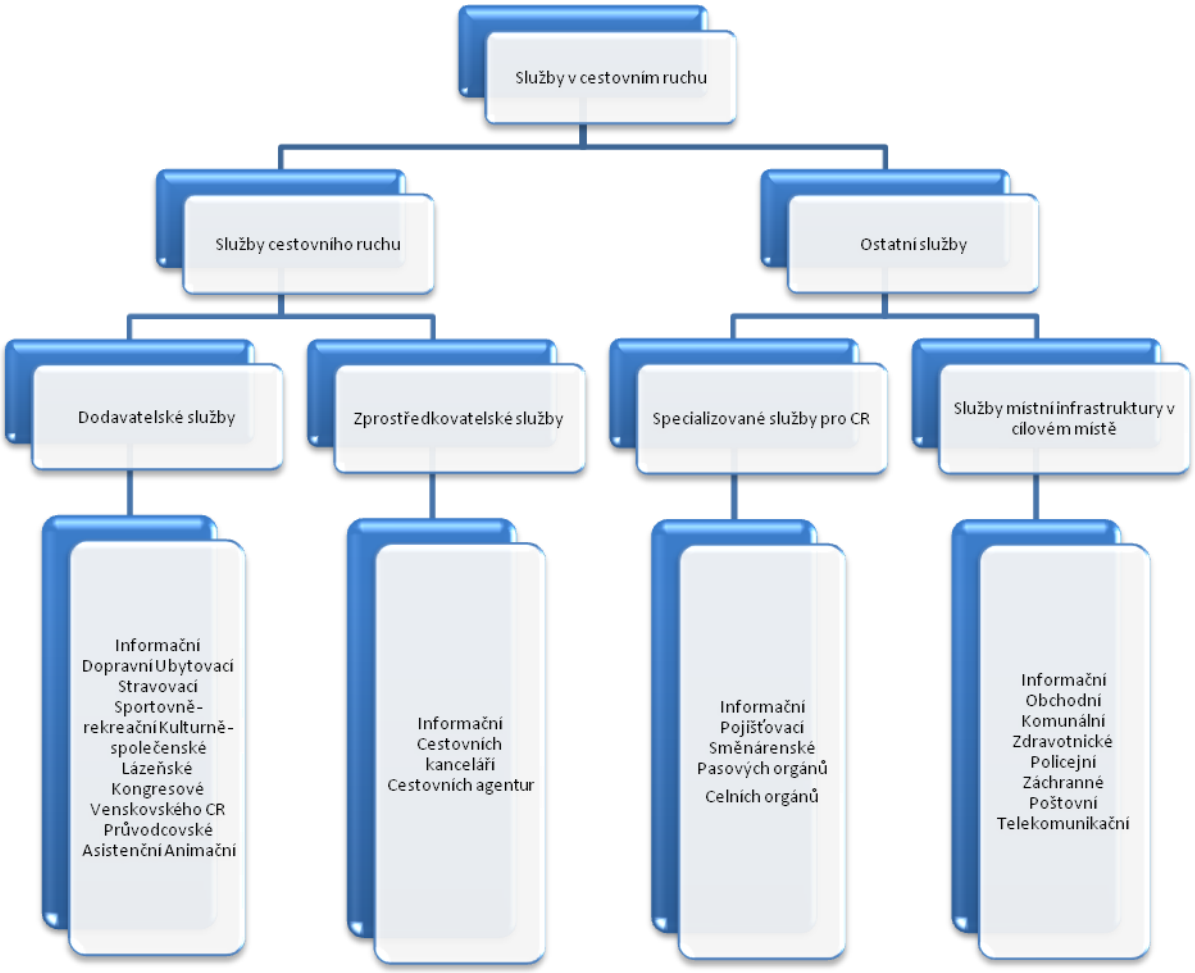


Schéma č. 1: Struktura služeb v CR (Orieška, 2010)

Služby v cestovním ruchu představují pestrý soubor, který se skládá z prvků, jež je možno členit podle různých kritérií. Nejčastějšími kritérii, která uvádí Attl a Nejdl (2004) jsou:

- Podle druhů služeb – přepravní, ubytovací, stravovací služby

- Základní a doplňkové služby
    - Základní – zahrnují služby dopravní, ubytovací a stravovací
    - Doplňkové – zahrnují služby motivační k cestě a návštěvě konkrétního místa, např. kulturní, poznávací, sportovní, rekreační, společensko-zábavní atd. a dále služby, které doplňují, rozšiřují, kompletují nabídku základních služeb, např. směnárenské, obchodní, pojišťovací, aj. a přispívají ke komplexnímu uspokojení účastníků cestovního ruchu.
- Podle funkce
    - Zajišťující přepravu účastníků cestovního ruchu do místa přechodného pobytu a dopravu uvnitř těchto míst, resp. v destinaci.
    - Zabezpečující pobyt účastníků cestovního ruchu v místě cestovního ruchu resp. v destinaci.
    - Tvořící podmínky pro využití volného času, včetně programové nabídky, např. kulturní, sportovní, lázeňské, kongresové, zábavní atd.
    - Usnadňující vztah mezi nabídkou a poptávkou, např. informační, průvodcovské, cestovních kanceláří atd.
    - Dotvářející komplexní nabídku a komplexní uspokojení poptávky, např. bankovní, pojišťovací, obchodní, servisní, půjčoven atd.

Nejpoužívanější členění služeb cestovního ruchu je členění dle druhů služeb. Orieška (2010) uvádí tyto:

1. Ubytovací služby – souvisí s pobytovou stránkou cestovního ruchu, jejich poskytování je předpokladem rozvoje zejména pobytového cestovního ruchu. Umožňují přenocování nebo přechodné ubytování v cílovém místě.
2. Stravovací služby – zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy účastníků cestovního ruchu. Jde o služby základního stravování, doplňkového

stravování a občerstvení, jakož i o společensko-zábavní služby, spojené s hudební produkcí, kulturním programem, případně další služby.

3. Dopravní služby – umožňují přepravu účastníků cestovního ruchu z místa trvalého bydliště do cílového místa a zpět a rovněž pohyb v cílovém místě.

4. Informační služby – umožňují šíření objektivních poznatků o cílových místech cestovního ruchu, objektech cestovního ruchu a službách, čímž napomáhají rozhodování účastníků cestovního ruchu a usměrňují je.

5. Sportovně-rekreační služby – umožňují aktivně využívat přírodní i uměle vytvořené podmínky k rozvoji sportu, rekreace a turistiky.

6. Kulturně-společenské služby – uspokojují společenské a kulturní potřeby účastníků cestovního ruchu.

7. Lázeňské služby – představují komplex činností souvisejících s lázeňskou léčbou a pobytem v lázních. Jejich poskytování vyžaduje existenci přírodních léčivých zdrojů, balneoterapeutických zařízení a zařízení umožňujících pobyt během lázeňské léčby.

8. Kongresové služby – jsou určeny k uspokojování potřeb účastníků kongresových akcí, které mají předem připravený odborný program kombinovaný s doprovodnými akcemi.

9. Služby venkovského cestovního ruchu – jejich poskytování vyžaduje vhodná zařízení lokalizovaná ve venkovském prostředí a bezprostřední interakci producenta služeb a hosta.

10. Průvodcovské a asistenční služby – osobní služby spojené s doprovázením skupin nebo jednotlivých účastníků cestovního ruchu. Tyto služby jsou součástí péče o účastníky cestovního ruchu.

11. Animační služby – jsou spojeny s péčí o návštěvníka cestovního ruchu. Animace znamená oživení, rozveselení, zábavu.

12. Zprostředkovatelské služby – souvisejí se zprostředkováním, často i organizováním a zajišťováním činností podmiňujících a umožňujících účast na cestovním ruchu. Jsou výsledkem činnosti především cestovních kanceláří a cestovních agentur.

13. Pojistné služby – umožňují účastníkům cestovního ruchu obstarat si cestovní pojištění proti následkům nepředvídaných událostí během cestování a pobytu v tuzemsku a v zahraničí.

14. Směnárenské služby – jsou součástí obchodu s devizovými hodnotami, kterým se rozumí nákup nebo prodej devizových hodnot a jejich směna.

15. Služby pasových orgánů – souvisejí s vydáváním cestovních dokladů při cestách do zahraničí a jejich kontrolou na hraničních přechodech určených pro mezinárodní styk za účelem identifikace cestujících.

16. Obchodní služby – souvisejí s nabídkou takového zboží, které požadují účastníci cestovního ruchu (potraviny, nápoje, sportovně-rekreační potřeby aj.).

17. Komunální služby – představují sortiment různorodých služeb určených nejen pro místní obyvatelstvo, ale i pro účastníky cestovního ruchu (kadeřnictví, manikúra, taxislužba, veřejné osvětlení aj).

18. Zdravotnické služby, policejní, záchranné, poštovní a telekomunikační služby, horské služby, vodní záchranné služby.

Na základě výše uvedené typologie služeb cestovního ruchu se tato práce dále zabývá ubytovacími a stravovacími službami.

3.4.1 Ubytovací služby

Ubytovací služby jsou charakterem produktu neskladovatelné, tj. nevyužití ubytovacích kapacit se rovná ekonomické ztrátě. Podílejí se značným rozsahem na zajištění a realizaci cestovního ruchu. (Ryglová, 2005)

Indrová a kol. (2004) charakterizuje ubytovací služby jako umožnění přechodného ubytování mimo místo trvalého bydliště. Rozvoj ubytovacích zařízení je nerozlučně spjat s politickými, hospodářskými a sociálními změnami ve společnosti, které zprostředkovaně ovlivňují pohyb obyvatelstva mimo místo trvalého bydliště a působí na vznik různých druhů ubytovacích zařízení.

Posláním ubytovacích služeb je umožnit přenocování nebo přechodné ubytování účastníkům cestovního ruchu mimo místo jejich trvalého bydliště, včetně uspokojení dalších potřeb, které s přenocováním nebo přechodným ubytováním souvisejí, především potřeby stravování. (Orieška, 2010)

Ubytovací služby poskytují ubytovací zařízení. Indrová a kol. (2004) člení ubytovací zařízení:

- Podle velikosti:
  - malá, od 5-100 pokojů
  - střední, od 101 – 250 pokojů
  - velká, od 251 pokoje a výše
- Podle doby provozu:
  - celoroční
  - sezónní
- Podle umístění:
  - městská zařízení
  - lázeňská zařízení
  - horská zařízení
- Podle převažující klientely:
  - pro obchodníky

- rodiny s dětmi
- sportovce
- zařízení specializující se na kongresovou turistiku

- Podle druhu zařízení a jeho funkce při uspokojování potřeb cestující veřejnosti:
  - hotel
  - hotel garni
  - motel
  - botel
  - penzion
  - turistická ubytovna
  - chatová osada
  - kemp

Základní členění ubytovacích zařízení dle Čertíka a kol. (2000):

- Ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních – hromadná ubytovací zařízení jsou především hotely, motely, botely, horské hotely, hostely a obdobná zařízení (penzion, turistická ubytovna, kemp apod.)
- Ubytování v soukromí – rozumíme ubytování v domech, chalupách, chatách, pokojích apod., které jsou pronajímány majitelem.

Doporučení UNWTO se využívá ke klasifikaci a kategorizaci ubytovacích zařízení v mnoha zemích světa, včetně Evropské unie. Stanovuje zásady označování a zařazování ubytovacích zařízení podle druhu do kategorií (např. hotel, penzion apod.) a podle vybavení, úrovně a rozsahu poskytovaných služeb do tříd, které jsou značeny určitým počtem hvězdiček. (Orieška, 2010)

V těchto pojmech se ovšem mnozí autoři liší. Orieška (2010), Indrová (1996), Čertík a kol.(2001), Malá (2004), Houška a kol. (2007) aj. rozumí kategorizací rozčlenění ubytovacích zařízení podle druhů do kategorií (hotel, motel, penzion aj.) a klasifikaci definují jako zařazení kategorií podle vybavení, úrovně a rozsahu poskytovaných služeb do tříd. Jiní autoři, jako je Vaníček a Křesťan (2007), mají opačný názor pro definici klasifikace a kategorizace.

Profesní svazy jako AHR ČR, UNIHOST a Česká centrála cestovního ruchu – Czech Tourism sestavily „Oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky“ upravující doporučení o klasifikaci a kategorizaci ubytovacích zařízení. Tato oficiální jednotná klasifikace není obecně závazným právním předpisem, provozovatel se sám rozhodne, zda certifikaci podstoupí či nikoliv. (Management Consulting Group, 2008)

Kategorie ubytovacích zařízení dle oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky:

- Kategorie Hotel – ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených (zejména stravovací). Člení se do pěti tříd.

- Kategorie Hotel garni – má vybavení jen pro omezený rozsah stravování (nejméně snídaně) a člení se do čtyř tříd.

- Kategorie Motel – ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služby s tím spojené zejména pro motoristy a člení se do čtyř tříd. Zařízení se nachází v blízkosti pozemních komunikací s možností parkování. Recepce a restaurace může být mimo ubytovací část.

- Kategorie Pension – ubytovací zařízení s nejméně 5 a maximálně 20 pokoji pro hosty, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb. Člení se do čtyř tříd. Omezené služby stravování spočívají v absenci restaurace. Penzion

však musí disponovat minimálně místností pro stravování, která zároveň může sloužit k dennímu odpočinku hostů.

- Kategorie Botel – je ubytovací zařízení umístěné v trvale zakotvené osobní lodi, zařazuje se nejvýše do čtyř hvězdiček. Pokoj v botelu se označuje pojmem kajuta.

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky doplňuje ostatní kategorie ubytovacích zařízení. Jsou jimi kemp, chatová osada, turistická ubytovna a ubytování v soukromí.

Indrová a kol. (2004) charakterizuje tyto kategorie takto:

- Kemp – ubytovací zařízení pro přechodné ubytování buď ve vlastním zařízení hostů (stan, obytný přívěs) popřípadě v ubytovacích objektech provozovatele (chaty, sruby, bungalovy), nebo v jejich samostatně pronajímaných částech. Kempy jsou zařazovány od jedné do čtyř hvězdiček.

- Chatová osada – je ubytovací zařízení pro přechodné ubytování hostů výhradně v ubytovacích objektech provozovatele (chaty, sruby, bungalovy). Chatové osady jsou zařazovány od jedné do tří hvězdiček.

- Turistická ubytovna – je jednodušší ubytovací zařízení pro přechodné ubytování hostů s větším počtem lůžek v ubytovacích místnostech. Zařazuje se od jedné do dvou hvězdiček.

- Ubytování v soukromí – jde o přechodné ubytování turistů v samostatných místnostech k tomu určených v rodinných domcích, bytech, chatách, srubech, chalupách apod.

Klasifikace ubytovacích zařízení (rozdělení do tříd) – podle požadavků na vybavení a poskytovaný servis podle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky:

* Tourist

** Economy

*** Standard

**** First Class

***** Luxury

Typ ubytovacího zařízení	Třída				
Hotel	*	**	***	****	*****
Hotel garni	*	**	***	****	
Motel	*	**	***	****	
Botel	*	**	***	****	
Penzion	*	**	***		
Turistická ubytovna	*	**			
Chatová osada	*	**	***		
Kemp	*	**	***	****	

Tabulka č. 1: Základní rozdělení veřejných ubytovacích zařízení do kategorií a tříd dle Ministerstva obchodu a cestovního ruchu ČR z roku 1991 (Houška a kol., 2007)

3.4.2 Stravovací služby

Stravovací službou je dle ustanovení § 23 zákona č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů, výroba, příprava nebo rozvoz pokrmů za účelem jejich podávání zejména v rámci provozované hostinské živnosti, při podávání občerstvení a při podávání pokrmů jako součásti ubytovacích služeb a služeb cestovního ruchu.

Teoretici jako Hesková (2006) a Orieška (2010) uvádějí, že stravovací služby uspokojují základní potřeby výživy, přispívají k zotavení a vytvářejí větší fond volného času využitelného k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Jedná se o služby

základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení a společensko-zábavní služby.

Dle Management consulting group (2008) se ve stravovacím zařízení poskytují stravovací služby, jimiž rozumíme výrobu, přípravu a rozvoz pokrmů, za účelem jejich podávání v rámci provozování hostinské živnosti ve školní jídelně, při stravování zaměstnanců a podávání pokrmů jako součásti ubytovacích služeb a služeb cestovního ruchu.

Hesková (2006) objasňuje jednotlivé služby a přiřazuje k nim druhy stravovacích zařízení:

a) Služby základního stravování obsahují pohostinská zařízení s převážně stravovací funkcí (restaurace, motorest, jídelna se samoobsluhou).

b) Služby doplňkového stravování a občerstvení jsou realizovány v provozovnách denní bar, aperitivbar, grilbar, snackbar, pizzeria a dalších. Dále to jsou i zařízení tzv. rychlého stravování nebo občerstvení.

c) Společenské a zábavní služby poskytují zařízení se společensko-zábavní funkcí, a to kavárna, espresso, vinárna, pivnice a další.

Pohostinská zařízení poskytují služby účastníkům cestovního ruchu nejen v cílovém místě, ale i během cestování. Během cestování se poskytují služby základního a doplňkového stravování v dopravních prostředcích nebo při silničních tazích. Orieška (2010) uvádí tyto typy: restaurační nebo bufetový vůz zařazený ve vlakové soupravě, restaurace na lodi či na palubě letadla. V cílových místech poskytují stravovací služby stravovací zařízení.

Kategorizace stravovacích zařízení

V současné době neexistuje obecně závazné rozdělení stravovacích zařízení do jednotlivých kategorií a tříd. Oborová norma vydaná tehdejším Ministerstvem obchodu a cestovního ruchu pozbyla platnosti k 31. 12. 1993 (Čertík a kol., 2001). Avšak v roce 1994 vypracovalo tehdejší Ministerstvo hospodářství Doporučení upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských zařízení. (Orieška, 2010)

Hostinská zařízení rozdělujeme na restaurační a barové zařízení. (Orieška, 2010)

a) Restaurace – pro tuto kategorii hostinských provozoven je dominantní prodej pokrmů s možností zakoupení nápojů a možností různých forem společenské zábavy. Jedná se zejména o tyto druhy provozoven: restaurace, jídelny, rychlé občerstvení, železniční jídelní vozy a jiná zařízení pro přepravu cestujících.

b) Bary – pro tuto kategorii hostinských provozoven je dominantní prodej nápojů s možností různých forem společenské zábavy, je možno prodávat také výrobky studené kuchyně, cukrářské výrobky, podle místních podmínek teplé pokrmy. Jedná se o provozovny: bary, noční kluby, pivnice, vinárny, kavárny espressa aj.

Jak již bylo uvedeno výše, ubytovací a stravovací služby jsou poskytovány v ubytovacích a stravovacích zařízeních.

3.4.3 Ubytovací zařízení

Ubytovací zařízení je tvořeno třemi úseky, a to ubytovacím úsekem, stravovacím úsekem a úsekem technickým.

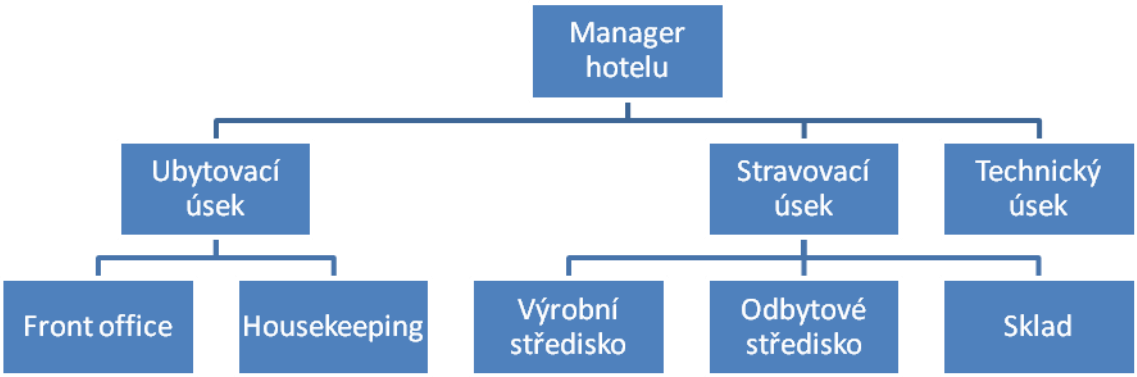


Schéma č. 2: Organizace hotelového provozu (Metz, Gruner, Kessler, 2008)

3.4.3.1 Ubytovací úsek ubytovacího zařízení

Ubytovací úsek zahrnuje oddělení a personál, který zajišťuje ubytovací služby hostům v průběhu jejich pobytu v hotelu. Ubytovací úsek se podle funkcí dělí na dvě části, a to na úsek Front office a Housekeeping.

Front office dle Stárka a Vaculky (2008) tvoří přední, čelní, frontální linii, která zajišťuje prvotní kontakt s hosty. Front office zahrnuje středisko recepce. Recepční pult je obvykle ohniskovým místem aktivit celého oddělení recepce, a proto má také prominentní postavení v interiéru celé vstupní haly. Je to komunikační místo, které provází hosty celým jejich pobytem. Mezi základní úkoly Front office, potažmo recepce, patří zejména:

- Prodávat hotelové pokoje hostům, provádět jejich registraci, tzv. Check-in, stanovovat status hotelových pokojů v systému.

- Koordinovat služby hostům.
- Zajišťovat informace o hotelu, místě, ve kterém se hotel nachází, informovat o zajímavostech a událostech místa, které představují zájem hosta.
- Udržovat aktuální informace o stavu ubytovací kapacity hotelu.
- Starat se o účty hotelových hostů během pobytu.
- Pečovat o účetnictví ve vztahu k hotelovým účtům hostů a zajišťovat kompletně finanční vyrovnání s hosty.
- Odhlašovat hosty z hotelu při jejich odjezdu, tzv. Check-out.

Indrová (1996) zahrnuje do front office, neboli části příjmu hostů, ještě rezervační oddělení a vrátnici.

Rezervační oddělení vede přehled o objednávkách. Dále zpracovává statistiky, analýzy a přehledy o využití lůžkové kapacity. Soustřeďuje informace o příjezdech turistických skupin, VIP hostů apod.

Vrátnice vydává hostům klíče od pokojů a přijímá je od nich, obstarává poštovní agendu hotelových hostů, vede předepsanou operativně-technickou evidenci, zabezpečuje placené i neplacené služby hotelovým hostům.

Orieška (2010) zmiňuje pracovníky front office, kterými jsou vedoucí recepce, recepční, směnárník, pokladník, vedoucí vrátnice, vrátný, nosič zavazadel, pochůzkář, dveřník a další.

Druhou částí ubytovacího úseku je část lůžková neboli **housekeeping**. Toto pracoviště zajišťuje přípravu a úklid hotelových pokojů a přilehlých prostor a zabezpečuje služby hostům. Škála poskytovaných služeb je rozdílná podle velikosti a třídy ubytovacího zařízení. (Indrová, 1996)

Úsek lůžkové části zpravidla zahrnuje následující prostory: hotelové pokoje, veřejné prostory vně hotelu, restaurační prostory, veřejné prostory uvnitř hotelu, prostor bazénu,

prostory pro administrativu, personální oblast, sanitární prostor, prostor prádelny. (Černý, Krupička, 2004)

Management consulting group (2008) uvádí, že činnost lůžkové části je zaměřena na zajištění vlastního ubytování hosta. Jedná se o přípravu pokoje k ubytování, předání pokoje hostu, běžný úklid v průběhu ubytování, zajištění bezporuchové funkce pokoje a jeho zařízení, obstarání drobných služeb a úklid pokoje po odjezdu hosta. Vedle těchto základních činností sem patří také generální úklid pokojů včetně jejich údržby, dezinfekce a dezinsekce, úklid chodeb a přilehlých prostor. Tyto činnosti se provádějí podle předem stanoveného časového plánu a v souladu se sanitačním řádem.

Housekeeping nezahrnuje pouze úklid, jak uvádí Vaculka a Stárek (2008). Kromě jiného obsahuje plánování, řízení, organizování zaměstnanců a jejich směn, komunikaci, motivaci, řízení spotřeby, útulnost, aby byl hostovi naplněn pocit druhého domova, ovládání PC techniky aj.

Orieška (2010) opět doplňuje pracovníky lůžkové části. Jsou jimi hotelová hospodyně, pokojské, pomocná pokojská, pokojový zřízenec a další pracovníci.

3.4.3.2 Stravovací úsek ubytovacího zařízení

Úkolem stravovacího úseku hotelu je poskytovat stravovací služby především ubytovaným hostům. Podle typu hotelu jde buď o všechny, nebo jen o některé z následujících druhů stravovacích služeb (Beránek, Kotek, 1996):

- Snídaně od časných ranních hodin
- Celodenní stravování
- Oddělené, vyhrazené stravování (pro skupiny hostů, na objednávku)
- Podávání pokrmů a nápojů do hotelových pokojů (etážová služba)
- Rychlé občerstvení

Stravovací úsek představuje spojení dvou sfér. Sféry výroby a přímé spotřeby neboli odbytu. Ve stravování představuje výroba proces kuchyňského opracování surovin do podoby pokrmů resp. nápojů tak, aby byly vhodné ke konzumaci. Pro kompletní poskytnutí služby, je však třeba zajistit organizačně a materiálně i uvedení výrobku do oběhu nebo přímo umožnit jeho spotřebu, přičemž dochází ke kompletaci produktu. V produktu je realizován nejen vlastní výrobek, ale jeho součástí jsou i zboží a služby. (Mlejnková a kol., 2005)

Úsek výroby je rozdělen z hygienických důvodů na jednotlivé prostory odlišné podle typu provozu a jeho kapacity. Mezi výrobní prostory podle Mlejnkové a kol. (2005) patří:

a) Varna – zde procházejí pokrmy tepelnou úpravou. Bývá vybavena technikou, jako jsou sporáky, sklopné pánve, kotle, pece atd.

b) Studená kuchyně – zde se upravují potraviny konzumované za studena. Bývá vybavena pracovními plochami, mycím stolem, chladící a mrazící technikou apod.

c) Cukrářská výroba – jako samostatná je typická pro velké kuchyně či hotelové kuchyně.

V každém provozu stravovacího úseku jsou důležité i prostory ke skladování. Sklady jsou určeny pro uložení zboží a materiálů do doby jejich dalšího pracování nebo potřeby. Jejich členění má odpovídat charakteru provozu, systému práce a vyráběnému sortimentu. (Mlejnková a kol., 2005)

Při nevhodném skladování mohou být potravinové suroviny, polotovary a hotové výrobky znečištěny a může být porušena jejich zdravotní nezávadnost a snížena biologická hodnota. Proto je skladové hospodářství rozděleno na několik druhů skladů: suché (do 18^{o}C), chladné (do 12^{o}C), chlazené (-4 až 10^{o}C) a mrazící (do -25^{o}C). (Beránek, Kotek, 1996)

V odbytovém úseku dochází k realizaci produktu. Realizací produktu v hostinském zařízení se rozumí proces, jehož obsahem je uspokojení poptávky hosta. Orieška (2010)

rozlišuje tyto formy realizace produktu: obsluha, samoobsluha, kombinované systémy obsluhy, prodej pomocí automatů, obsluha při společném stolování. Nejčastější formou je obsluha. Obsluhující pracovník má na starosti přijmout objednávku, obsluhovat hosta, podávat mu pokrmy a nápoje, odnášet použité nádobí, udržovat na hostově stole a na pracovišti čistotu a pořádek, vyúčtovat konzumaci a rozloučit se s hostem.

Prostředníkem mezi hostem a provozovatelem je jídelní a nápojový lístek, který představuje nabídku ve veřejném stravování. Teoretici jako Indrová, Petrů a Vaško (1996) definují jídelní lístek jako vizitku každé provozovny veřejného stravování. Má informovat o nabídce pokrmů a nápojů, o jejich cenové hladině, má naznačit kvality kuchyně, pomoci hostu se rychle rozhodnout pro své jídlo, upozornit na zvláštní služby – speciality zařízení, nabídku dne, cenově výhodní pokrmy, ale má také vyvolávat sympatie ke stravovacímu zařízení. Orieška (2010) uvádí, že jídelní a nápojový lístek, které jsou zároveň ceníkem jídel a nápojů i propagačním prostředkem, slouží k ovlivňování spotřebitelské poptávky.

3.4.3.3 Technický úsek ubytovacího zařízení

Technický provoz poskytuje technické zázemí hotelu. Bez jeho dokonalého fungování je provoz hotelu nemyslitelný. Hotel je poměrně složité zařízení, jehož bezporuchový provoz je závislý na bezvadném fungování dodávek energií všeho druhu, na bezporuchovém chodu strojů a zařízení a na dodávce a odvodu vody. Technický úsek v ubytovacím zařízení zahrnuje: kotelnu, strojovnu, klimatizační zařízení, prádelnu, garáže, parkoviště a údržbářské dílny. (Beránek, Kotek, 1996)

Pracovníky technického úseku jsou vedoucí technického úseku, vedoucí údržby a technický pracovník. (Management Consulting Group, 2008)

3.4.3.4 Služby ubytovacích zařízení

Ubytovací zařízení poskytují hostům vedle ubytovacích a stravovacích služeb i řadu dalších, doplňkových služeb. Požadavky na jejich poskytování jsou ve větší míře uplatňovány v ubytovacích zařízeních umístěných ve střediscích cestovního ruchu a

v lázeňských místech. Rozsah a kvalitu služeb, které musí ubytovací zařízení poskytovat při uspokojování poptávky, nazýváme standardem služeb. Standard služeb ovlivňuje více činitelů, zejména:

- Charakter zařízení – ubytovací zařízení ve městě, rekreačním středisku, lázeňském městě.
- Osobní a věcné provozní předpoklady a technické vybavení – sauna, bazén, garáž, informační služby.
- Klientela – zvyklosti, tradice, móda, vkus hostů, struktura hostů – hosté na pracovní cestě, turisté, rodiny s dětmi.
- Úroveň využití lůžkové kapacity – s růstem průměrné doby pobytu rostou požadavky na standard služeb. (Orieška, 1999)

Jednotlivé kategorie a třídy ubytovacích zařízení poskytují různý standard placených a neplacených služeb, které mají charakter doplňkových služeb ubytovacích zařízení. Čím je ubytovací středisko jednodušší, tím menší rozsah služeb se poskytuje. Čím je zařazeno do vyšší třídy a patří do náročnější kategorie, tím vzrůstá standard poskytovaných služeb. (Liška, 1995)

Placené služby jsou služby poskytované hostu nebo klientovi za úhradu, kromě základních služeb (ubytování, stravování a dopravy) jde také o doplňkové služby, např. o prodej upomínkových předmětů, hygienických potřeb, cestovní literatury, o praní a žehlení prádla, půjčování sportovních potřeb, tlumočení a řadu dalších. (Čech, 1998)

Neplacené služby se hostům poskytují bez přímé finanční úhrady. K neplaceným službám patří podávání informací, buzení hostů, půjčování novin, půjčování jízdních řádů, uvedení hosta do pokoje, úschova zavazadel a jejich přeprava v ubytovacím zařízení, odesílání pošty, půjčování společenských her, zprostředkování ubytování v jiném zařízení, zprostředkování taxislužby, přijímání a odevzdávání vzkazů, úschova cenností v trezoru, rezervování míst v odbytových střediscích, péče o děti hostů, případně další služby. (Liška, 1995)

4 Analýza primárních a sekundárních dat

4.1 Analýza sekundárních dat

V této kapitole bude na úvod vymezen a popsán celý okres Příbram na úrovni NUTS IV. Dále bude vymezeno menší území, a to správní jednotka obec s rozšířenou působností Příbram na úrovni NUTS V, kterou budu charakterizovat z hlediska přírodních a kulturně-historických předpokladů cestovního ruchu v této oblasti. Následně bude tato oblast analyzována z hlediska materiálně-technických předpokladů, zejména z hlediska dopravní dostupnosti, stravovacích a informačních služeb. Protože se bakalářská práce orientuje zejména na ubytovací zařízení ve městě Příbram, bude v další části stručně charakterizována konkurence konkrétního ubytovacího zařízení v tomto městě.

Okres Příbram se nachází v jihozápadní části Středočeského kraje. Rozlohou 1628 km^2 je nejrozlehlejším okresem v rámci kraje a třetím největším okresem v rámci České republiky. Sousedí s krajem Jihočeským (okres Písek a Strakonice), Plzeňským (okres Rokycany a Plzeň-jih). Severní hranici tvoří Berounsko a okres Praha-západ, východní pak Benešovsko.

Oblast okresu Příbram je nejvíce zalesněnou oblastí ve Středočeském kraji. Lesy zabírají rozlohu 739 km^2. Nachází se zde Vojenský újezd Brdy. Svou hustotou osídlení 66 obyvatel na km^2 se naopak řadí mezi nejřidčeji osídlené okresy kraje. K 31. prosinci 2009 náleží do okresu Příbram 121 obcí. Z celkového počtu obcí jich má 7 přiznán statut města (Příbram, Dobříš, Sedlčany, Rožmitál pod Třemšínem, Březnice, Sedlec-Prčice a Nový Knín) a 1 obec byla stanovena městysem (Jince). K 31. prosinci 2009 žilo v okrese 112 069 obyvatel.

K 31. 12. 2009 bylo v rámci okresu Příbram evidováno 6 074 uchazečů o zaměstnání, což představuje registrovanou míru nezaměstnanosti 9,3 %, je to třetí nejvyšší míra nezaměstnanosti v kraji. (www.czso.cz)

Analýza sekundárních dat nebude v této práci prováděna v rámci celého okresu Příbram, ale pouze v rámci správního obvodu obce s rozšířenou působností Příbram (dále jen „Příbramsko“). Příbramsko má rozlohu 925,12 km^2, zahrnuje celkem 75 obcí a statut města mají Březnice, Příbram a Rožmitál pod Třemšínem.

Obrázek č. 1: Správní obvod obce s rozšířenou působností Příbram (zdroj: www.czso.cz)

Příbramsko je pro své přírodní podmínky i příhodnou polohu vyhledávaným turistickým teritoriem. Nachází se zde celá řada rekreačních ubytovacích zařízení. Velice oblíbené a využívané je okolí vodní nádrže Orlík.

4.1.1 Analýza předpokladů cestovního ruchu

4.1.1.1 Přírodní předpoklady

Přírodní atraktivity jsou obvykle součástí širšího územního prostoru a jsou nejvýznamnějšími předpoklady rozvoje cestovního ruchu. Můžeme zde zahrnout předpoklady dané krajinou, předpoklady dané hydrosférou, předpoklady dané atmosférou (klima, podnebí), předpoklady dané biosférou (fauna, flora), polohu, horopis, přírodní léčivé zdroje či přírodní zvláštnosti, jako jsou jeskyně, skalní útvary aj. (Malá, 1999). Pro oblast Příbramska z hlediska cestovního ruchu jsou zajímavé morfologické podmínky, tedy tvárnost krajiny, dále hydrologické podmínky či klimatické podmínky, díky nimž je oblast navštěvována nejen v letní, ale i v zimní sezoně, má tedy neustálý příliv účastníků cestovního ruchu.

Morfologické podmínky

Území oblasti se rozpadá na dvě odlišné části. Západní část zahrnuje většinu jižních a centrálních Brd. Tato část je pokryta souvislým lesem a je neosídlena. Nejvyšším bodem je vrchol Tok dosahující výšky 864,9 m n. m., který je zároveň nejvyšším místem ve středních Čechách. Naproti tomu území mezi Brdy a Vltavou představuje typickou vnitročeskou pahorkatinu (Příbramská pahorkatina, Středočeská pahorkatina), kde se vyskytuje mnoho menších obcí, rozsáhlá zemědělská půda a různě velké lesní komplexy. Brdské vrcholy leží v průměru mezi 700 až 800 m n. m. Dále k východu dosahují vyvýšeniny až 550 m n. m., v blízkosti Vltavy klesá terén k 300 m n. m. a na dně jejího údolí i pod tuto hranici. (Ložek, Kubíková, Špryňar a kol., 2005)

Tyto přírodní předpoklady umožňují využití mnoha aktivit z hlediska cestovního ruchu. Ve Vojenském újezdu Brdy lze provozovat cykloturistiku, pěší turistiku a velmi oblíbené je i houbaření. Vojenský újezd Brdy je však rozdělen podle přístupnosti na několik oblastí. Nachází se zde oblast, kde je vstup trvale povolen, dále 9 okrajových zón, které jsou zpřístupněné pouze o sobotách, nedělích a svátcích, na většině území je však vstup zcela zakázán. I přes toto omezení je v okrajových částech mnoho cykloturistických tras a stezek pro pěší turisty. Naopak povodí Vltavy má dlouholetou

tradici letní rekreace spojené s vodními sporty. Díky kopcovitému terénu Příbrami lze v zimním období provozovat i sjezdové lyžování ve skiareálu Padák.

V povodí řeky Vltavy, v okolí vodní nádrže Slapy, se nachází mnoho naučných stezek a tras. Například **Albertovy skály** v přírodní rezervaci Drbákov. Trasa je zajímavá nejen přírodovědně, ale je velmi hodnotná i z krajinářského hlediska. Stezka se klikatí ve skalách a je zde řada krásných výhledů do údolí Vltavy. Levý břeh Vltavy lemuje **Vymyšlenská pěšina**, která vede, na rozdíl od Albertových skal, po upravených cestách a do mírného kopce a na jejím konci se nachází rozhledna Veselý vrch. Další naučná stezka v této lokalitě **Zlaté Psí hory** nás díky značkám a orientačním tabulím informuje o historii a těžbě zlata v této oblasti. (Drábek, 2005)

Hydrologické podmínky

Nejvýznamnějším vodním tokem okresu je řeka Vltava. Její tok prochází okresem v délce asi 50 km a téměř po celé délce se nacházejí přehrady (Slapy, Kamýk, Orlík). V letních měsících jsou přehrady vyhledávány množstvím turistů, jsou zde vhodné podmínky pro rekreaci, pěší turistiku, cykloturistiku, vodní sporty, rybaření aj. Na přehradě Orlík je provozována lodní doprava, která spojuje turisticky zajímavá místa.

Vlastní území města je odvodňováno Příbramským potokem a Litavkou. Z širšího pohledu spadá oblast Brd a západní část Příbramské pahorkatiny do povodí Berounky. Východní část Příbramské pahorkatiny a oblast Středočeské pahorkatiny přímo do povodí Vltavy. (Ložek, Kubíková, Špryňar a kol., 2005)

Na Příbramsku se kromě potoků nachází i mnoho rybníků. Velký význam měly v minulosti rybníky nalézající se v Brdech, a to Lázský, Pilský, Vysokopecký rybník a Padrťské rybníky, které sloužily jako vodní zdroj pro úpravu vytěžených rud na Březových horách. Avšak od 70. let minulého století, po ukončení těžby rud, již voda není využívána pro tyto účely, ale slouží jako zdroj pitné vody a jako turistický cíl.

Na Příbramském potoku se nachází Fialův rybník a Nový rybník, které slouží jako rekreační a sportovní centrum přímo v centru města. Nalézá se zde také cyklistická stezka, horolezecká stěna či minigolfové hřiště.

Klimatické podmínky

Klimatické poměry v okrese Příbram jsou značně závislé na nadmořské výšce a utváření terénu. Celkově však kraj patří do mírně teplé podnebné oblasti. Nejtepleji je v dolním Povltaví, v oblasti nízkých nadmořských výšek, a nejchladněji v Brdech. Nejčastější vzdušné proudění přichází od jihozápadu až severozápadu (www.pribram-city.cz). Díky nadmořské výšce a chladnějšímu klimatu jsou v Brdech vhodné podmínky pro zimní sporty (běžkování, bruslení na zamrzlých vodních plochách).

4.1.1.2 Kulturně-historické předpoklady

Kulturně-historické atraktivity cestovního ruchu jsou výsledkem lidské činnosti. Vznikaly po staletí a mají uměleckou a historickou hodnotu. Památky nacházející se v příbramském regionu vznikaly během dlouholetého historického vývoje.

Okolí města bylo poprvé osídleno již před třemi tisíci lety. Tehdy tudy vedla tzv. Litavská obchodní stezka, která hrála důležitou roli při výměnném obchodě na území středních Čech. Od 4. stol. př. n. l. v okolí dnešní Příbrami těžili Keltové zlato a stříbro.

Nejstarší písemný doklad poukazující na vznik města pochází z roku 1216 a hovoří se v něm o prodeji statku Příbram pražskému biskupovi Ondřejovi. Za Jana Lucemburského byla Příbram povýšena na město, za Karla IV. zde první pražský arcibiskup Arnošt z Pardubic nechal postavit kamenný hrádek a špitál s kostelem sv. Jana. Ve 14. století byla Příbram významným centrem kraje a vedle Čechů zde žila i německá komunita, jejíž členové v okolí města těžili stříbro. V 16. století zde došlo k velkému rozvoji důlní těžby stříbra a olova a prosperující Příbram byla privilegiem císaře Rudolfa II. z roku 1579 povýšena na královské horní město.

Během Třicetileté války bylo město několikrát zničeno a to způsobilo úpadek města i těžby. V té době vznikla tradice poutí na Svatou Horu, která se brzy stala nejslavnějším poutním místem v Čechách. „Cestovní ruch“ spojený s tímto poutním místem byl v 17. století hlavním zdrojem obživy obyvatel.

Na přelomu 17. a 18. století nastal rozkvět těžby neželezných rud a ve 2. polovině 19. století patřily zdejší stříbrné šachty k nejhlubším na světě – roku 1875 bylo na dole Vojtěch poprvé dosaženo hloubky 1000 m. Koncem 19. století začala těžba stagnovat, až v polovině 20. století město poněkud oživila těžba uranu, kdy byli v dolech za totality nuceni pracovat političtí vězni. V současné době je Příbram spíše městem hornické tradice a díky Svaté Hoře i městem poutním. (Podhorský, 2002)

Kulturně - historické atraktivity Příbramska se stávají stále vyhledávanějším motivem účasti na cestovním ruchu. Na Příbramsku se můžeme setkat s architektonickými památkami, mezi které patří zejména národní kulturní památka a poutní místo Svatá Hora, dále památník Antonína Dvořáka, zámek v Březnici či zámek Orlík, také se zde nachází i mnoho kulturních zařízení a technických památek.

Svatá Hora – patří mezi nejvyhledávanější cíl turistů v oblasti Příbramska. Bazilika Svatá Hora je nejcennější historická památka, která stojí nad městem, s nímž je spojena krytými Svatohorskými schody dlouhými 450 m. Přibližně ve 14. století v těchto místech údajně stála kaplička, o jejím přesném umístění však není nic známo. Současná svatyně vznikla v letech 1658 až 1675 ve stylu raného baroka. Na nádvoří se nachází mariánský sloup se soškou Panny Marie, sousoší kalvárie a studna. V interiéru s bohatou malířskou a sochařskou výzdobou je umístěn oltář ze stříbra pocházejícího z místních dolů. (Podhorský, 2002)

Březnický zámek – pochází již ze 13. století. Původní gotická tvrz byla v 16. století přestavěna na renesanční zámek. Uvnitř zámku lze navštívit Lokšanskou knihovnu, která se nachází v nejstarším knihovním sále v Čechách. Zámek obklopuje anglický park s různými cizokrajnými dřevinami. (www.pribramsko.eu)

Zámek Hluboš – původní barokní zámek z 16. století se nachází 8 km severně od Příbrami. Zámek byl v letech 1920 – 1921 několikrát navštíven presidentem T. G. Masarykem a nyní je na zámku zpřístupněna prohlídková trasa věnovaná vzpomínce na T.G.M. Lze si prohlédnout Masarykovu pracovnu, salonek věnovaný paní Charlotě Garrigue Masarykové, velký koncertní sál, lovecký salonek aj. Zámek je obklopen rozlehlým parkem.

Památník Antonína Dvořáka – nachází se ve vesnici Vysoká u Příbrami. Jedná se o muzeum věnované zejména zdejším pobytům skladatele, který si toto místo oblíbil a nechal se jím inspirovat pro svou tvorbu. V okolní krajině se nachází novorenesanční zámeček, rozsáhlý park, Rusalčino jezírko a vila Rusalka. V zámečku je koncertní síň, kde se již od roku 1969 každoročně koná Hudební festival Antonína Dvořáka.

Zámeček Ernestinum – je historicky nejvýznamnější stavba v Příbrami. Původně dřevěná tvrz církevních majitelů panství byla ve 14. století přestavěna díky Arnoštu z Pardubic na kamenný hrádek. V současné době se zde nachází **Galerie Františka Drtikola**, světově uznávaného fotografa, a **Muzeum třetího odboje**, jehož expozice je věnována politickým vězňům přinuceným k práci v uranových dolech.

Hornické muzeum – založené v roce 1886 je největším hornickým muzeem v České republice. Je situováno v areálu někdejší Ševčínské šachty, která vznikla v roce 1813 na místě staršího dolu. Osmnáct stálých expozic umístěných v deseti objektech návštěvníky seznamuje s historií zdejšího hornictví, s vývojem techniky dolování, s báňským národopisem apod. K nejvzácnějším technickým památkám muzea se řadí např. různé parní těžní stroje či důlní kompresor z roku 1928. Důlním vláčkem se můžeme svézt 400 m dlouhou Prokopskou štolou až k ústí Prokopské jámy dosahující hloubky 1600 m, čímž se řadí mezi nejhlubší ve střední Evropě. (Podhorský, 2002)

Památník Vojna – je součástí Hornického muzea, jedná se o autenticky dochovaný vězeňský areál, který sloužil v letech 1951 až 1961 komunistickému režimu jako pracovní lágr pro politické vězně. Expozice seznamují s perzekucí po únoru 1948, protikomunistickým odporem a přibližují dějiny uranového hornictví.

Na Příbramsku, nedaleko obce Milín, se nalézá historické bojiště, které v moderních dějinách zaujímá nezastupitelné místo. V osadě **Slivice** se nachází památník Vítězství připomínající poslední střetnutí II. světové války v Evropě 12. 5. 1945. Každoročně se zde koná rekonstrukce poslední bitvy.

4.1.1.3 Materiálně technické předpoklady

Aby atraktivity v cílových místech mohli být využity, musí být dostupné a musí zde být vytvořeny podmínky pro pobyt. V cílovém místě je tedy nutné zajistit informační služby, ubytovací služby, stravovací služby, služby dopravců či různá sportovně rekreační centra aj.

Dopravní dostupnost

Silniční doprava – Hlavním silničním tahem do oblasti Příbramska je rychlostní silnice R4 vedoucí kolem Příbrami z Prahy do Strakonic. Významná je také silnice I/18, která spojuje Sedlčany, Příbram a Rožmitál pod Třemšínem. V oblasti Příbramsko se dále nachází komunikace I/19, která spojuje Plzeň, Rožmitál pod Třemšínem, Březnici a Tábor. Na těchto trasách jsou umístěny hnědé informační tabule s cílovými místy cestovního ruchu, které informují o přítomnosti kulturně-historických atraktivit v oblasti. Účastník cestovního ruchu se tak snadno dopraví přímo do Příbrami, kde je největší koncentrace atraktivit cestovního ruchu, a pomocí informačních směrovek vyhledá konkrétní místo. Pro parkování osobních automobilů je využito v centru města náměstí. To slouží jako parkoviště všechny dny v týdnu, kromě středy a soboty, kdy je náměstí využito pro konání městských trhů.

Do oblasti Příbramska se lze dopravit i pomocí autobusové dopravy, kterou nevyužívají pouze účastníci cestovního ruchu, ale i místní obyvatelé, kteří například dojíždějí za prací. Z Prahy jezdí do Příbrami autobusové linky společnosti Cup Tour každých 20 minut a cesta trvá cca 60 minut. Na autobusovém nádraží v Příbrami je nově vystavěn terminál s informačním centrem, kde se účastník cestovního ruchu informuje nejen o atraktivitách cestovního ruchu, možnostech ubytování a stravování, ale také o dopravních spojích. Autobusové nádraží disponuje 10 nástupišti pro meziměstskou dopravu a jedním nástupištěm pro místní hromadnou dopravu. Z autobusového nádraží jezdí linky po celém okrese Příbram, je zde i spoj do Českých Budějovic a Prahy. Na autobusovém nádraží se nachází velký nástěnný plán Příbrami a plán tras městské hromadné dopravy, díky kterým se účastník cestovního ruchu dopraví do cílového místa. Na všech zastávkách městské hromadné dopravy jsou vyvěšeny jízdní řády a

uvnitř každého autobusu je umístěn plán tras všech linek, ve kterém jsou vyznačeny zastávky a cílová místa cestovního ruchu.

Železniční doprava – Železniční síť na Příbramsku je málo výkonná a nepříliš hustá. Nachází se zde pouze jedna rychlíková trať (trať 200) spojující Protivín, Březnici, Příbram, Zdice, Beroun a Prahu, která je však jen jednokolejná, Železniční doprava mezi Příbramí a Březnicí je poměrně dobrá, rychlíky zde projíždějí každé dvě hodiny s možností přepravy jízdních kol, osobní vlaky zde projíždějí také každé dvě hodiny, ale přeprava jízdních kol je již omezená. Železniční nádraží v Příbrami se nachází nedaleko centra a přímo u autobusového nádraží, kde mohou účastníci cestovního ruchu získat veškeré informace o městě Příbram a okolí. V Březnici je železniční nádraží strategicky vystavěno necelých 500 metrů od zámku, proto zde není nutno využít další možnosti dopravy. Železniční spojení do Rožmitálu pod Třemšínem a do okolí Vltavy není žádné, je tedy nutné se do těchto míst dopravit meziměstským autobusem či osobním automobilem.

Vodní doprava – Jak již bylo uvedeno výše, oblastí Příbramska protéká řeka Vltava, na které se nacházejí přehrady Orlík a Kamýk. Vodní doprava má zde velké využití, nejen jako způsob přepravy z místa do místa, ale je také využívána jako atraktivita cestovního ruchu. Největší společností, která provozuje linkové i nelinkové plavby, je společnost Quarter s.r.o. Společnost nabízí několik hlavních tras, které spojují místa s historickými památkami, technickými stavbami, turistickými trasami a ubytovacími zařízeními, v oblasti mezi přehradou Slapy a Týnem nad Vltavou. (www.lodnidopravaorlikslapy.cz)

Letecká doprava – 4 km od Příbrami u vesnice Dlouhá Lhota u Příbrami se nachází základna sportovního a rekreačního letectví v České republice. Letiště Dlouhá Lhota umožňuje nejen výuku létání a parašutismu, ale také poskytuje služby veřejnosti, tzv. zážitkové lety. Mezi nejoblíbenější patří lety motorovým letadlem do vzdálenosti až 50 km, let bezmotorovým letadlem, akrobatické lety, tandemové seskoky padákem či lety balonem. Každý rok v září se zde koná největší letecký den zaměřený na akrobatické létání.

Informační služby

V oblasti Příbramsko poskytuje informační služby celkem 5 turistických informačních center, které jsou označeny piktogramem „i“ a jsou tedy členy Asociace turistických informačních center ČR (ATIC ČR). Turistická informační centra se nacházejí ve městech Příbram, Březnice, Kamýk nad Vltavou a Rožmitál pod Třemšínem. Všechna turistická informační centra jsou otevřena po celý rok, kromě informačního centra v Březnici a v Kamýku nad Vltavou, která pracují pouze v hlavní sezoně. Veškerá informační centra jsou určena obyvatelům a návštěvníkům města. Jsou jim poskytnuty informace nejen o městě, ale i regionu a o hlavním městě Praha, dále zde mohou účastníci cestovního ruchu získat informace o atraktivitách cestovního ruchu, sportovních a kulturních akcích, službách, možnostech ubytování a stravování, o autobusových a železničních spojích a veškerých cenách. Doplňkovými službami jsou možnosti kopírování, veřejný internet, prodej pohlednic, map, průvodců, regionální literatury a turistických známek. Navíc dvě příbramská turistická informační centra zajišťují rezervaci vstupenek do příbramského Divadla Antonína Dvořáka a na kulturní akce pořádané divadlem (Hudební festival Antonína Dvořáka, Mezinárodní festival Šansonu, Jazzové dny, cestopisné přednášky aj.). Mezi další doplňkové služby příbramského informačního centra Knihovny Jana Drdy se řadí rezervace vstupenek v síti Ticketportal a Colosseum. (www.pribram-city.cz)

Stravovací zařízení

Stravovací služby se řadí mezi základní služby cestovního ruchu a stejně jako ubytovací služby se dělí do několika kategorií, jejichž teoretické vymezení je obsaženo v literární rešerši (viz kapitola 3.4.2). Stravovací zařízení jsou na Příbramsku rozmístěna rovnoměrně, jsou provozována samostatně a některá jsou součástí ubytovacích zařízení. Protože se analyzovaný hotel Hájek nachází ve městě Příbram, je zřejmé, že za jeho největší konkurenty můžeme považovat ubytovací a stravovací zařízení nacházející se v Příbrami. Z tohoto důvodu se má bakalářská práce zabývá stravovacími zařízeními nacházejícími se přímo v tomto městě. V Příbrami se nalézá 46 restauračních zařízení a 19 barů, kaváren a vináren. Většina stravovacích zařízení se nachází v centru města a

v městské části Březové hory, kde lze navštívit, vzhledem ke své hornické minulosti, restaurace s hornickou tematikou. (www.pribram-city.cz)

Ubytovací zařízení

Příbramsko je významným rekreačním a turistickým centrem Středních Čech, proto je zde nutné vytvořit síť různých typů ubytovacích zařízení. Obec s rozšířenou působností Příbram disponuje téměř všemi kategoriemi ubytovacích zařízení. Dle českého statistického úřadu se na Příbramsku nachází 43 hromadných ubytovacích zařízení a ubytování v soukromí. Z toho se zde nachází 17 hotelů, 11 penzionů, 1 chatová osada, 1 turistická ubytovna, 3 kempy a 10 ostatních zařízení jinde nespecifikovaných. Tyto ubytovací zařízení se nacházejí v 18 obcích, z nichž největší zastoupení mají Příbram, Březnice, Rožmitál pod Třemšínem, Solenice a Kamýk nad Vltavou, z důvodu větší koncentrace atraktivit cestovního ruchu a také díky přítomnosti rekreačních středisek zvláště v okolí Vltavy. Ze všech 43 ubytovacích zařízení je 33 v provozu po celý rok a 10 ubytovacích zařízení poskytuje ubytovací služby pouze v letní sezoně, jsou jimi hlavně kempy a tábořiště. Přehled všech ubytovacích zařízení je uveden v příloze č. 1.

Protože má město Příbram největší potenciál cestovního ruchu z celého Příbramska, nachází se zde největší počet ubytovacích zařízení. Z hlediska kategorií ubytovacích zařízení se v Příbrami nachází 7 hotelů, 4 penziony, 1 kemp a 1 ostatní ubytovací zařízení jinde nespecifikované. V Příbrami chybí více luxusnějších hotelů, veškerá ubytovací zařízení mají kapacitu do 50 lůžek, což znemožňuje aktivity spojené s kongresovým cestovním ruchem. (www.czso.cz)

Hotel Belvedere - Hotel je situován přímo v centru Příbrami, vedle Kulturního domu, kde se nachází příbramské divadlo a kino. Kapacita hotelu je 43 dvoulůžkových pokojů a 1 apartmá. Pokoje jsou vybaveny samostatnou koupelnou se sprchou, WC, televizorem s příjmem satelitního signálu, telefonem a připojením na internet. V celém areálu hotelu je navíc dostupné i bezdrátové (WiFi) připojení. Hostům je k dispozici kavárna, restaurace s celodenním provozem a večerní diskotéka. Je zde i možnost pořádání rautů, svateb nebo větších společenských večírků. Parkování je zajištěno přímo v areálu hotelu. (www.belvedere-hotel.cz)

Hotel Modrý Hrozen - Hotel se nachází v historické části Příbrami nedaleko Svaté Hory. Hotel nabízí ubytování v jedno či dvoulůžkových pokojích s výhledem na Svatou horu či náměstí. Nachází se zde dvoupokojový apartmán pro čtyři osoby. Celková kapacita hotelu je 30 lůžek. Pokoje jsou vybaveny nábytkem, LCD televizorem se satelitním příjmem, bezdrátovým internetem zdarma, koupelnou se sprchovým koutem a toaletou. V ceně ubytování je zahrnuta kontinentální nebo bufetová snídaně. K dispozici je také samostatný salon hotelu, kde se konají obchodní schůzky či bankety. Mezi další placené služby lze zahrnout poskytování thajských masáží. (www.modryhrozen.cz)

Hotel Welltor - Hotel nalezneme v jižní části Příbrami v blízkosti sportovního areálu. Hotel disponuje 21 pokoji, z toho je 19 dvoulůžkových a 2 apartmá. Každý pokoj má vlastní koupelnu se sprchou nebo vanou, WC, telefon, televizor se satelitním příjmem a bezdrátové (WiF) připojení. V hotelové restauraci se podává česká i mezinárodní kuchyně, zpestřením jsou krajové speciality. Hotel poskytuje velmi kvalitní služby. Za poplatek je k dispozici sauna, posilovna, krytý bazén, squashová hala, zrcadlová tělocvična. Pro hotelové hosty je zdarma parkoviště hlídané kamerovým systémem. (www.welltor.cz)

Hotel Zimní stadion - Hotel se nachází přímo u zimního stadionu a plaveckého bazénu. Je zde k dispozici 45 lůžek s možností rozšíření o 8 přistýlek. Nachází se zde 11 třílůžkových pokojů, 1 šestilůžkový pokoj a 1 apartmán pro 6 osob s vlastní kuchyňkou. Hosté mají k dispozici hotelovou restauraci se dvěma salónky. Tento hotel je díky svému umístění vhodný pro soustředění sportovců. (www.szm.pb.cz)

Hotel Na Marjánce - Hotel je vzdálen 500 m od centra města. Ubytovací kapacita je 54 lůžek. Pokoje jsou 2, 4, 5 lůžkové, dále se zde nachází 2 apartmány s 6 a 7 lůžky. Všechny pokoje mají vlastní sociální zařízení a jsou vybaveny televizí. U hotelu se nachází parkoviště střežené bezpečnostními kamerami. Hosté mohou navštívit hotelovou restauraci či pivnici. (www.namarjance.cz)

Hotel U Města Příbrami - Hotel se nachází nedaleko centra města, je vzdálen necelých 500 m od železničního a autobusového nádraží. K dispozici je 44 lůžek

v jednolůžkových, dvoulůžkových, třílůžkových, čtyřlůžkových i pětilůžkových pokojích. Všechny pokoje jsou vybaveny sociálním zařízením a televizorem. Součástí hotelu je restaurace U Města Příbrami a Koliba. Hotel nemá vlastní parkoviště, avšak ve vzdálenosti 500 metrů od hotelu se nachází placené hlídané parkoviště. (www.pribramsko.eu)

Hotel Plavecký Bazén – je kategorizován jako penzion a leží v areálu plaveckého bazénu a zimního stadionu. Kapacita penzionu je 32 lůžek, pokoje jsou vybaveny televizorem, telefonem a sociálním zařízením. Dále penzion poskytuje úschovnu cenných předmětů a sekretářské služby. Před penzionem se nachází nehlídané parkoviště. Hosté mají k dispozici restauraci se zahradní terasou a noční klub Snack bar. (www.szm.pb.cz)

Penzion Dlouhá – Penzion leží v centru staré části Příbrami při vchodu do historické části Svatohorských schodů. Disponuje 18 lůžky v jednolůžkových, dvoulůžkových a třílůžkových pokojích. Pokoje jsou vybaveny WC, sprchou, televizorem a některé pokoje mají k dispozici terasu. Penzion umožňuje hostům parkování přímo ve dvoře. Hosté si zde mohou také pronajmout salónek. (www.pribram-city.cz)

Penzion Sebastopol – Penzion s dlouholetou historií se nachází nedaleko Svaté Hory. Penzion nabízí k ubytování 7 pokojů s 15 lůžkovou kapacitou a s možností 2 přistýlek. Hosté mohou využít hotelové restaurace a od května do září je otevřena zahradní restaurace, kde se pořádají venkovní svatby, večírky či grilování. Kapacita restaurace je až 200 míst. (www.hotely.cz)

Penzion Coupé – Penzion leží v blízkosti autobusového i železničního nádraží a nedaleko centra města. Pro hosty je k dispozici 5 dvoulůžkových pokojů. Každý pokoj má vlastní předsíň, sociální zařízení a TV. Je zde možno využít malé kuchyňky s lednicí, rychlovarnou konvicí a mikrovlnou troubou. V přízemí budovy se nachází bar cca pro 20 hostů. (www.penioncoupe.cz)

Penzion Velešinka – Penzion je vzdálen 50 m od centra města. K dispozici je 12 lůžek, nachází se zde 1 dvoulůžkový pokoj, 2 třílůžkové pokoje a 1 čtyřlůžkový pokoj. Pokoje jsou vybaveny koupelnou se sprchou a WC. (www.pribram-city.cz)

Kemp Nový rybník – Kemp se nachází přímo v rekreační oblasti v centru Příbrami. Kapacita kempu je 40 stanových jednotek, 2 čtyřlůžkové chaty, 1 pětilůžková chata a 12 míst pro karavany. Přímo v kempu se nachází občerstvení a sociální zařízení. Hosté zde mohou provozovat minigolf, vyzkoušet horolezeckou stěnu či navštívit letní kino nebo půjčovnu loděk a šlapadel. (www.szm.pb.cz)

4.1.1.4 Hotel Hájek

Rodinný hotel Hájek se nachází 20 minut pěší chůze od centra města Příbram, u hlavní silnice vedoucí z Březových Hor do nákupního centra na kraji města. Hotel Hájek poskytuje pohodlné ubytování, disponuje 32 lůžky v 6 dvoulůžkových a 5 čtyřlůžkových pokojích. Součástí každého hotelového pokoje je vlastní sociální zařízení se sprchovým koutem, umyvadlem a koupelnovými doplňky, televizor se satelitním příjmem a telefon. V případě potřeby je možno objednat přistýlku. Součástí hotelu Hájek je i hotelová restaurace, která neslouží jen pro hotelové hosty, ale i pro místní obyvatele a turisty. Kapacita restaurace činí 70 míst. Hotelová restaurace nabízí řadu pokrmů z tradiční české i mezinárodní kuchyně. Jídelní lístek nabízí široký výběr předkrmů, hotových jídel, minutek, dezertů, nechybí ani bohatá nabídka nápojů různého druhu. Součástí restaurace je salonek pro 25 osob vhodný pro společenská setkání či rodinné oslavy. Hosté mají možnost navštívit jedinečnou Japonskou zahradu, která je vhodná pro letní grilování na venkovním roštu či večery s hudbou.

Hotel Hájek poskytuje řadu neplacených i placených služeb. Hostům je k dispozici recepce s pokojovou službou, dále se zde nachází úschovna cenných předmětů, hosté mohou využít služby praní a žehlení, informační a sekretářské služby, je nabízen drobný doplňkový prodej a zajištění kulturních a turistických akcí. V celém hotelu včetně hotelové restaurace je k dispozici vysokorychlostní připojení k internetu prostřednictvím technologie WiFi. V objektu se dále nachází kosmetické Studio Charlie, kde mohou nejen hosté, ale i místní obyvatelé využít kadeřnictví, kosmetiku, manikúru či masáže. Součástí hotelu je nehlídané parkoviště nejen pro osobní automobily, ale i pro autobusy. (www.hotelhajek.cz, www.hotel-hajek-pribram.abc-ubytovani.net, www.hotely.cz)

Stručná historie hotelu

Objekt byl původně vystavěn společností Pramen, která využívala prostory k prodeji potravin. Na přelomu roku 1987/1988 zde vznikla restaurace Ráj, kde se podávaly japonské a čínské pokrmy. Tím byla restaurace jediná svého druhu v Příbrami. V roce 1992 odkoupili restauraci od původních majitelů manželé Hájkovi, kteří k restauraci přistavěli dvě patra, kde se nacházely pokoje pro hosty a velký diskotékový sál. Majitelé dali hotelu název Hotel Asia, díky skutečnosti, že se zde nacházela čínská restaurace, jejíž interiér je zařízen v asijském stylu. Nachází se zde mnoho rozměrných pokojových květin, nástěnné japonské malby, velké terárium s ještěry a jedna voliéra se zpěvným ptactvem. Postupem času byl taneční sál zrušen a byly vystaveny další pokoje s možností ubytování. Nyní se v objektu nachází hotel s restaurací, kosmetické studio Charlie a část prostorů v přízemí je pronajímána společnosti prodávající krby a příslušenství. V roce 2007 se majitelé rozhodli přejmenovat Hotel Asia na hotel Hájek, z toho důvodu, že hotel byl pod názvem Asia často spojován s vietnamskou národností.

Organizační struktura hotelu

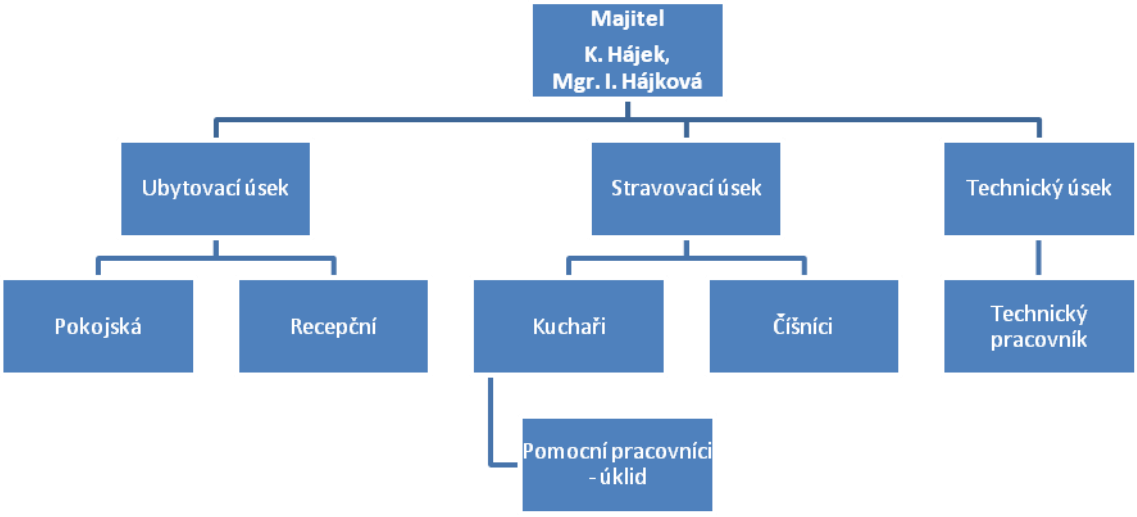


Schéma č. 3: Organizační struktura hotelu Hájek (Zdroj: Vlastní)

Ubytovací úsek

Hotel Hájek má kapacitu 11 pokojů a 32 lůžek s možností přistýlek. Veškeré pokoje mají stejné vybavení a vyhovují kategorii hotel***. V každém pokoji se nachází sociální zařízení se sprchovým koutem, toaleta, lůžka, křeslo či malá sedačka, úložné prostory, TV, telefon a hosté mají možnost bezdrátového připojení k internetu pomocí technologie WiFi.

Jak jsem uvedla v literární rešerši (viz kapitola 3.4.3.1), ubytovací úsek dále tvoří recepce a houskeeping. Recepce se v hotelu Hájek nalézá v prvním patře objektu. Pracují zde dvě recepční, které se střídají v ranní a odpolední směně. Recepční přijímají objednávky a konzultují je s majitelkou hotelu, přijímají hosta, zapisují hosta do počítačové databáze, poskytují hostovi klíče a uvádějí jej do pokoje, poskytují hostům jakékoliv informace. Otevírací doba recepce je od 7 hod do 24 hod, a pokud je hotel plně obsazený, recepce je v provozu non-stop. V prvním patře budovy se nachází prostory housekeepingu, je zde prostor pro praní, sušení a žehlení prádla. V tomto úseku pracuje 1 pokojská, jejíž hlavní náplní práce je úklid pokojů a jejich příprava pro další pobyt hostů a úklid společných prostor ubytovacího úseku.

Stravovací úsek

Hotelová restaurace poskytuje mnoho druhů pokrmů, hosté si mohou vybírat jídla zejména české kuchyně, ale i mezinárodní kuchyně (několik francouzských, anglických, čínských či japonských pokrmů). Ve stravovací části ubytovacího zařízení pracuje celkem 10 zaměstnanců, a to 4 kuchaři, 4 číšníci a 2 pomocní pracovníci, kteří mají za úkol především úklid a údržbu v prostorách stravovacího úseku. Hotelová restaurace má jeden stálý jídelní lístek, který kompletně obměňuje jednou za 4 roky. Součástí restaurace je také Japonská zahrada, která je v provozu od roku 2005. Jsou zde altánky s posezením a obsluhou. Japonská zahrada je využívána zejména pro letní posezení, pro společenské a rodinné akce či pro firemní školení.

Hotelová restaurace slouží také jako dodavatel pokrmů jiným společnostem. Dováží zejména obědová jídla do deseti firem na Příbramsku.

Technický úsek

V tomto úseku pracuje jediný zaměstnanec, který se stará o údržbářské práce. V případě závažnější poruchy, je přivolána odborná externí společnost.

4.2 Analýza primárních dat

4.2.1 Získání informací

Za účelem provedení správné analýzy ubytovacího zařízení hotelu Hájek a cestovního ruchu na Příbramsku jsem provedla dotazníkové šetření a následně dva řízené rozhovory, vycházející z výsledků dotazníkového šetření.

Kapitola 4.2.2 se zabývá dotazníkovým šetřením a jeho výsledky, kapitola 4.2.3 se zabývá výsledky řízených rozhovorů.

Sestavila jsem krátký dotazník (viz příloha č. 2), který obsahuje 19 otázek zabývajících se kvalitou služeb poskytovaných ubytovacím zařízením hotel Hájek. Jednotlivé otázky v dotazníku jsem konstruovala tak, že dotazovaní zaškrtli jednu či více z předkládaných odpovědí. Na otázky č. 8 až 13 odpovídali hoteloví hosté tak, že vyznačili číslo na ose od 1 (nejlepší) do 5 (nejhorší). V otázce č. 10, 14 a 19 měli respondenti možnost sami doplnit odpověď.

V dotazníku jsem zkoumala také program návštěvy účastníků cestovního ruchu (návštěva atraktivit cestovního ruchu a aktivity turistů) a jejich názor na oblast Příbramsko.

Dotazníkové šetření se uskutečnilo během měsíců červenec, srpen a září 2010. Vedení hotelu Hájek jsem předala 80 dotazníků. Dotazníky byly umístěny v každém hotelovém pokoji na viditelném místě (noční stolek), aby se nedaly přehlédnout a aby měl host dostatek času na jejich vyplnění. Po ukončení návštěvy odevzdali hosté vyplněný dotazník na recepci. K provedení analýzy mi bylo odevzdáno 55 vyplněných dotazníků.

Cílem dotazníkového šetření je pomoci porovnat názory turistů, stojících na straně poptávky s názory představitelů nabídky, které byly zjištěny formou řízených rozhovorů.

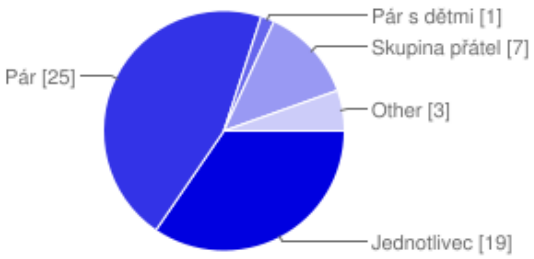
První řízený rozhovor jsem provedla s pracovnicí Infocentra Městského úřadu Příbram paní Alenou Strakovou. Paní Strakové jsem položila 14 otázek, jejichž cílem bylo zjistit profil účastníka cestovního ruchu navštěvujícího TIC a požadavky turistů na místní ubytovací zařízení. Plné znění řízeného rozhovoru a výčet odpovědí je obsahem přílohy č. 3.

Druhý řízený rozhovor byl proveden s jednatelkou a majitelkou hotelu Hájek paní Mgr. Ivanou Hájkovou. Cílem rozhovoru bylo zjistit profil zákazníka, zda se v obsazenosti hotelu projevuje sezónnost, plány do budoucnosti týkající se vybavenosti pokojů a poskytovaných služeb a závěrečným tématem řízeného rozhovoru byl způsob podávání informací o hotelu potenciálním zákazníkům. Plné znění řízeného rozhovoru s majitelkou hotelu Hájek se nachází v příloze č. 4.

4.2.2 Dotazníkové šetření

Na základě dotazníkového šetření jsem zjistila skutečnosti, jejichž vyhodnocením se zabývám níže. Četnost odpovědí k jednotlivým otázkám vyjadřuji procentuálně a pro přehlednost i graficky. Každé otázce v dotazníku odpovídá jeden graf.

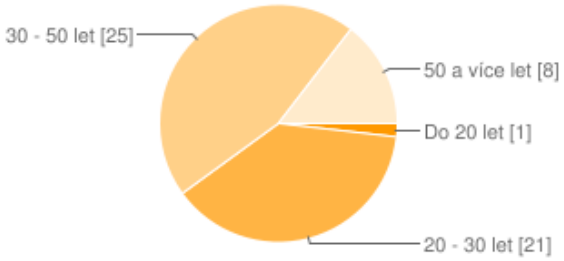
Otázka č. 1, graf č. 1: Mezi jaký segment zákazníků patříte?



Zdroj: Vlastní šetření

V hotelu Hájek se v průběhu července, srpna a září 2010 ubytovalo 45 % párů, 35 % jednotlivců, z 13 % hotel navštívily skupiny přátel, z 5 % navštívil hotel rodič s dětmi a 2 % ubytovaných tvoří pár s dětmi.

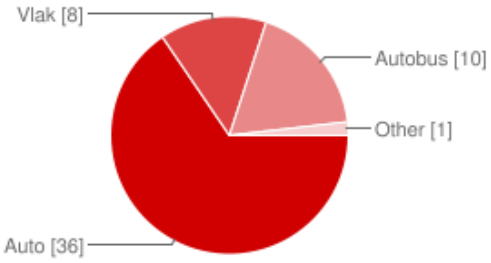
Otázka č. 2, graf č. 2: Do jaké věkové skupiny patříte?



Zdroj: Vlastní šetření

Při dotazu na věk se 45 % dotazovaných zařadilo do věkové skupiny 30 – 50 let, 38 % dotazovaných do věkové skupiny 20 – 30 let, 15 % dotazovaných patří do věkové skupiny 50 a více let a zbylá 2 % dotazovaných tvořil respondent ve věku do 20 let.

Otázka č. 3, graf č. 3: Jakým způsobem jste se dopravili do této oblasti?

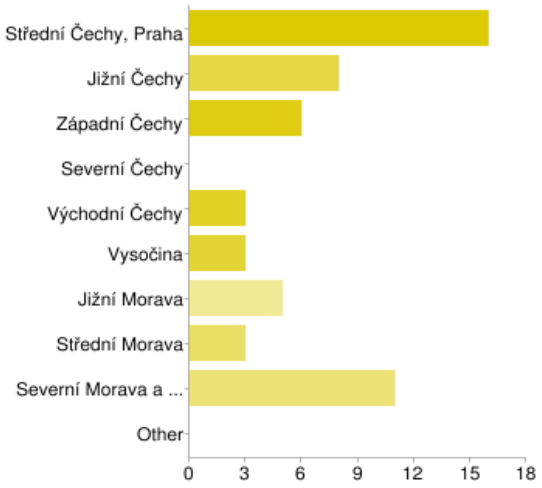


Zdroj: Vlastní šetření

Nejvíce používaným dopravním prostředkem k návštěvě oblasti byl automobil (65 %), druhou nejčastěji volenou možností dopravy byl autobus (18 %), 15 % hostů se do oblasti dopravilo pomocí vlaku a 2 % turistů se do oblasti dopravilo pomocí kombinace vlaku a autobusu.

Z odpovědí je zřejmé, že velká většina návštěvníků využívá k dopravě osobní automobil. Málo je využívána autobusová doprava a velmi málo turistů se do oblasti dopravilo vlakem. Zjištěná fakta potvrzují skutečnost, že kromě velmi dobrého autobusového spojení s Prahou je autobusové a železniční spojení s ostatními oblastmi omezené či časově náročné.

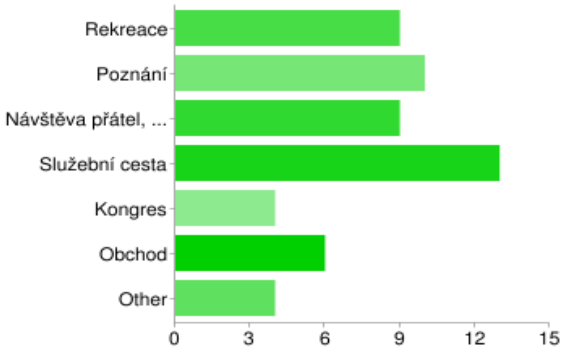
Otázka č. 4, graf č. 4: Z jaké oblasti České republiky pocházíte?



Zdroj: Vlastní šetření

Nejvíce turistů přijíždělo do Příbrami v období července až září ze Středních Čech a Prahy, a to 29 % všech dotazovaných. 20 % turistů pochází ze Severní Moravy a Slezska, 15 % dotazovaných přijelo z Jižních Čech a 11 % ze Západních Čech. Dotazovaní přijíždějí i z jiných oblastí České republiky, ale jejich počet je již zanedbatelný.

Otázka č. 5, graf č. 5: Jaký je účel Vaší cesty?



Zdroj: Vlastní šetření

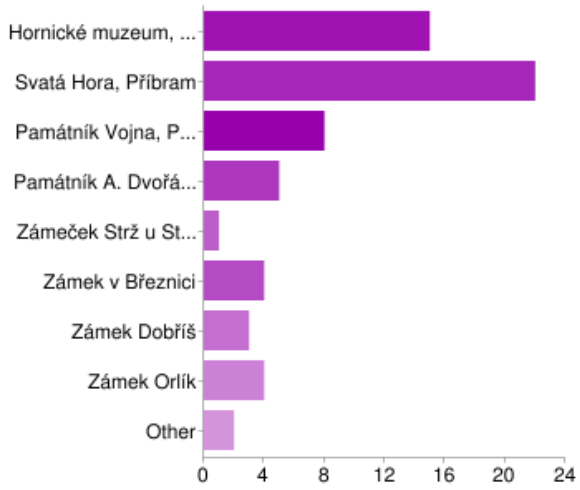
Turisté zde trávili čas různými činnostmi. Nejčastějším motivem cesty byla služební cesta (24 %). 18 % turistů trávilo čas poznáváním oblasti, návštěvou přírodních atraktivit a kulturně – historických památek. 16 % turistů přijelo do Příbrami z důvodu

rekreace a stejný počet turistů (16 %) přijel za příbuznými či známými. 11 % hotelových hostů navštívilo Příbram kvůli obchodu, 7 % z důvodu konání kongresu či sympozia a zbylých 7 % respondentů odpovědělo, že jejich účel byl jiný, například pouze projížděli oblastí a přenocovali v hotelu Hájek.

Otázka č. 6: Jaký je cíl vaší cesty?

Odpovědi v této otázce byly rozděleny do tří částí. Cílem cesty mohou být kulturně – historické atraktivity, různé druhy rekreace či sportovní činnosti. Dotazovaní mohli uvést i více odpovědí, ale také nemuseli vybrat žádnou.

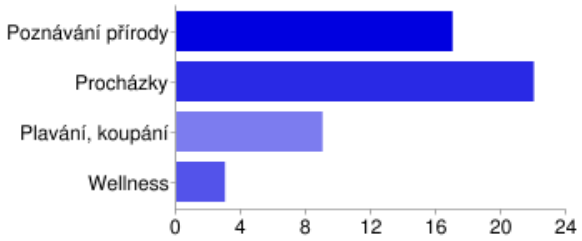
a) Kulturně – historické atraktivity



Graf č. 6: Jaký je cíl Vaší cesty – Kulturně- historické atraktivity (Zdroj: Vlastní šetření)

Turisté mají v oblasti nespočet možností návštěvy kulturně – historických atraktivit. Účastníci cestovního ruchu navštěvovali nejen památky v oblasti Příbramska, ale i vzdálenější objekty. Respondenti nejvíce navštěvovali kulturně – historické atraktivity přímo ve městě Příbram, např. národní kulturní památku a poutní místo Svatá Hora (79 %), Hornické muzeum Příbram (54 %), Památník Vojna u Příbrami (29 %), Památník Antonína Dvořáka ve Vysoké u Příbrami (18 %). Dotazovaní turisté dojížděli i do vzdálenějších míst, nejčastěji uváděli Zámek Dobříš, Zámek Březnice, Zámek Orlík, Hrad Žebrák a Točník.

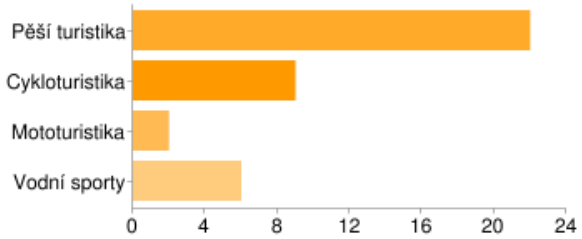
b) Rekreace



Graf č. 7: Jaký je cíl Vaší cesty – Rekreace (Zdroj: Vlastní šetření)

Pokud dotazovaní uváděli jako cíl cesty rekreaci, 67 % z nich se věnovalo procházkám, 52 % respondentů poznávalo přírodu (Brdské lesy, příbramský lesopark), 27 % se věnovalo plavání a koupání zejména na Orlické přehradě a zbylých 9 % dotazovaných využilo wellness služby poskytované místními provozovateli.

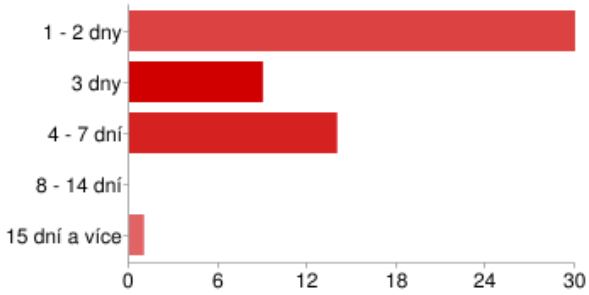
c) Sport



Graf č. 8: Jaký je cíl Vaší cesty – Sport (Zdroj: Vlastní šetření)

Vzhledem k velmi dobrým přírodním podmínkám v oblasti, je na Příbramsku mnoho možností sportovního vyžití. 73 % dotazovaných navštívilo oblast s cílem provozovat pěší turistiku, 30 % respondentů se věnovalo cykloturistice, 20 % dotazovaných provozovalo vodní sporty, zejména na vodní nádrži Orlík či na místních koupalištích a 2 % dotazovaných provozovalo mototuristiku. V dotazníku měli dotazovaní u této otázky možnost uvést i jiný cíl cesty. 23 dotazovaných přijelo do Příbrami z pracovních důvodů. 3 respondenti odpověděli, že jejich cílem byl sportovní turnaj, horolezectví a noční život.

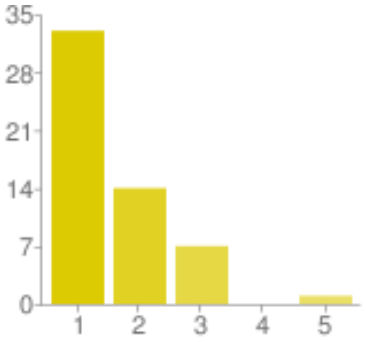
Otázka č. 7, graf č. 9: Jaká je délka Vašeho pobytu?



Zdroj: Vlastní šetření

Co se týká délky ubytování, z grafu zřetelně vyplývá, že v hotelu Hájek převažují krátkodobé typy ubytování, zejména jednodenní až dvoudenní pobyty či víkendové návštěvy (55 %) spojené zejména s pracovními povinnostmi dotazovaných. Na 4 – 7 dní přijíždí do oblasti 25 % dotazovaných. Jsou to respondenti, kteří uvádějí, že účelem jejich cesty je rekreace či poznání. 3 dny trávilo v hotelu 16 % dotazovaných a 15 dní a více se na Příbramsku rekreovalo 2 % dotazovaných.

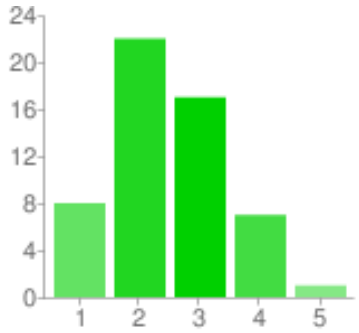
Otázka č. 8, graf č. 10: Jak jste spokojeni s personálem ubytovací části hotelu?



Zdroj: Vlastní šetření

Z výpovědí všech dotazovaných vyplývá, že personál ubytovací části je velmi kvalifikovaný. S personálem bylo velmi spokojeno 60 % dotazovaných. Hodnocení „2“ vyznačilo na číselné ose 14 % dotazovaných, průměrně bylo s personálem spokojeno 13 % dotazovaných a zcela nespokojena s personálem byla pouze 2 % dotazovaných.

Otázka č. 9, graf č. 11: Jak jste spokojeni s vybavením pokoje a se sociálním zařízením?

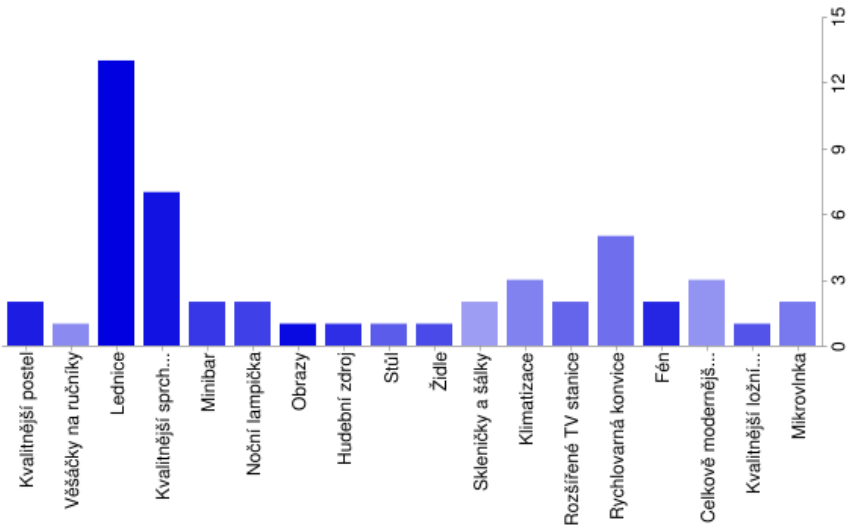


Zdroj: Vlastní šetření

Nejvíce dotazovaných (40 % respondentů) hodnotí vybavení pokoje a sociální zařízení známkou „2“, průměrně je spokojeno 31 % respondentů. 15 % dotazovaných bylo s vybavením pokoje velmi spokojeno a naopak 13 % respondentů bylo s pokojem nespokojeno. Jen 2 % dotazovaných byla velmi nespokojena.

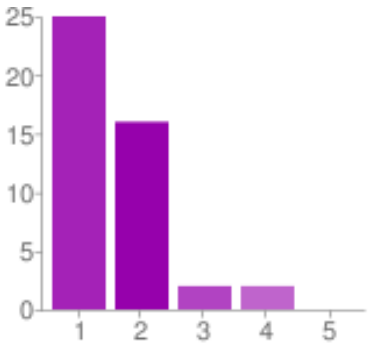
Otázka č. 10, graf č. 12: Jaké vybavení chybí?

V otázce č. 10 měli respondenti možnost se sami slovně vyjádřit k vybavení pokoje. Nejvíce respondentů (25 %) postrádalo v hotelovém pokoji lednici, 14 % respondentů bylo nespokojeno se sociálním zařízením, požadovali kvalitnější sprchový kout. Rychlovarná konvice v pokoji chyběla 10 % dotazovaných, 6 % dotazovaných postrádalo během léta klimatizaci, dalších 6 % respondentů by si přálo celkově modernější vybavení pokoje. Dále bylo v dotaznících uvedeno, že v hotelových pokojích chybí kvalitnější postel, minibar, noční lampička, rozšířené televizní stanice, fén, mikrovlnná trouba, věšáčky na ručníky, obrazy na stěnách, hudební zdroj, stůl, židle, skleničky a šálky na nápoje a kvalitnější ložní prádlo.



Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 11, graf č. 13: Jak jste spokojeni s pokrmy a nápoji v restauraci?

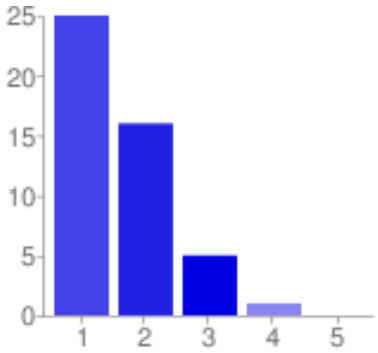


Zdroj: Vlastní šetření

Restaurace hotelu Hájek je známá svou kvalitní nabídkou v celém městě. Výsledek dotazníkového šetření dokazuje spokojenost hostů s podávanými pokrmy a nápoji. 45 % dotazovaných hodnotí hotelovou restauraci známkou „1“, 29 % dotazovaných je s pokrmy a nápoji spokojeno a přiřazují tedy hodnocení „2“. 4 % respondentů vyznačilo na číselné ose hodnocení „3“ a „4“.

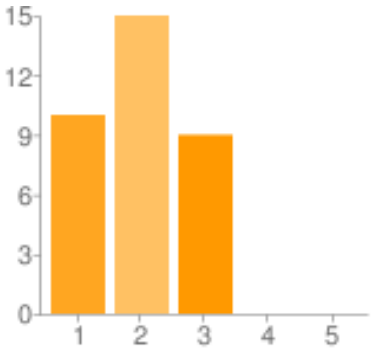
Otázka č. 12, graf č. 14: Jak jste spokojeni s personálem stravovací části ubytovacího zařízení?

Personál ve stravovací části ubytovacího zařízení je také velmi kvalifikovaný a hosté byli s personálem velmi spokojeni (45 %). 29 % hotelových hostů, kteří navštívili restauraci, bylo s personálem spokojeno, 9 % dotazovaných hodnotilo personál restaurace známkou „3“ a pouze 2 % známkou „4“.



Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 13, graf č. 15: Jak jste spokojeni se službami ubytovacího zařízení?



Zdroj: Vlastní šetření

Vzhledem k převažujícímu krátkodobému typu ubytování (viz otázka č. 7) nevyužili všichni dotazovaní nabízené hotelové služby. Tuto otázku zodpověděli pouze ti respondenti, kteří placené či neplacené služby využili. Z hotelových hostů, kteří služby

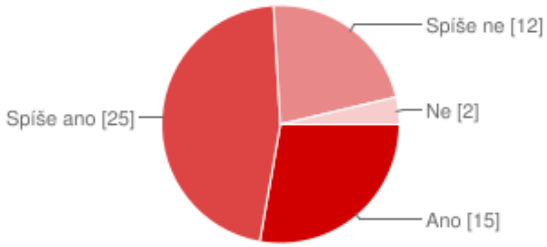
hotelu využili, jich 18 % hodnotilo služby jako velmi dobré, 27 % jako dobré a 16 % z těch, kteří hotelové služby využili, je hodnotí průměrně.

Otázka č. 14, graf č. 16: Které služby postrádáte?

V odpovědi na tuto otázku mohli dotazovaní opět sami uvést jakékoli připomínky k poskytovaným službám či vypsat služby, které v hotelu postrádají. Dotazovaní, kteří se dopravili do hotelu pomocí vlastního automobilu, nejvíce uváděli, že postrádají hlídané parkoviště (29 %). Dále bylo v dotaznících uvedeno, že chybí výtah (18 %), bazén (12 %), donáška jídla na pokoj (12 %), uvítací nápoj, sauna, fitness, dětský koutek a směnárenské služby.

Zdroj: Vlastní šetření

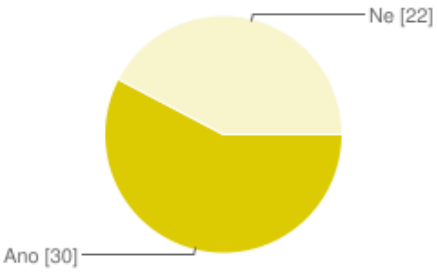
Otázka č. 15, graf č. 17: Jste spokojeni s cenou ubytovacího zařízení za noc?



Zdroj: Vlastní šetření

Z odpovědí je patrné, že cena ubytování odpovídá kvalitě. 45 % dotazovaných je s cenou spíše spokojeno, 27 % dotazovaných je spokojeno, 22 % je spíše nespokojeno a pouze 4 % hostů jsou s cenou ubytování za noc nespokojeno.

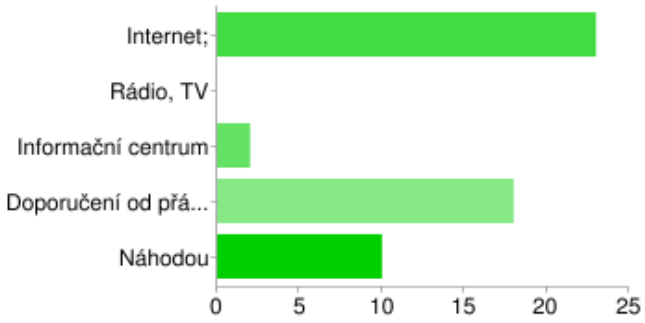
Otázka č. 16, graf č. 18: Byli byste ochotni tolerovat vyšší cenu ubytování za více poskytnutých služeb?



Zdroj: Vlastní šetření

Z grafu vyplývá, že 55 % hotelových hostů, by bylo ochotno zaplatit vyšší částku za jednu noc, kdyby hotel poskytoval více služeb, naopak 40 % dotazovaných by nebylo ochotno zaplatit více.

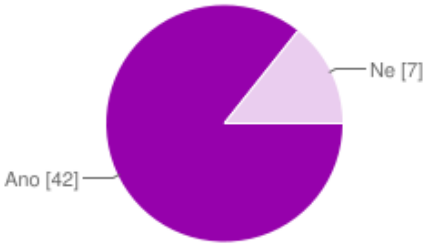
Otázka č. 17, graf č. 19: Jak jste se dozvěděli o hotelu Hájek?



Zdroj: Vlastní šetření

Na uvedenou otázku nejvíce respondentů (42 %) označilo internet jako zdroj první informace o hotelu. Příbuzní či známí doporučili hotel 33 % hotelových hostů, 10 % dotazovaných se o hotelu dozvědělo náhodou a 4 % respondentů bylo v hotelu ubytováno díky Turistickému informačnímu centru v Příbrami.

Otázka č. 18, graf č. 20: Doporučíte hotel Hájek přátelům či příbuzným?

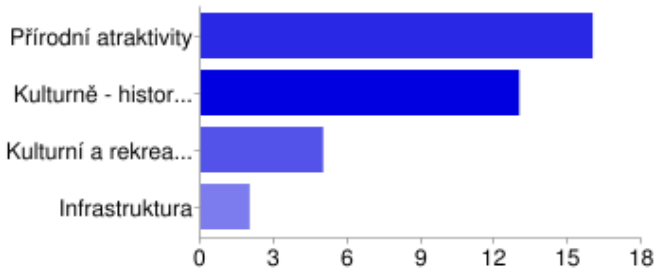


Zdroj: Vlastní šetření

Většina hotelových hostů (76 %) doporučí hotel Hájek přátelům, příbuzným či známým. Zbylých 13 % hotel již doporučovat nebudou. Z tohoto výsledku je možné soudit, že téměř většina hostů byla s hotelem a s poskytnutými službami spokojena.

Otázka č. 19: Co se Vám líbí/nelíbí v oblasti Příbramsko?

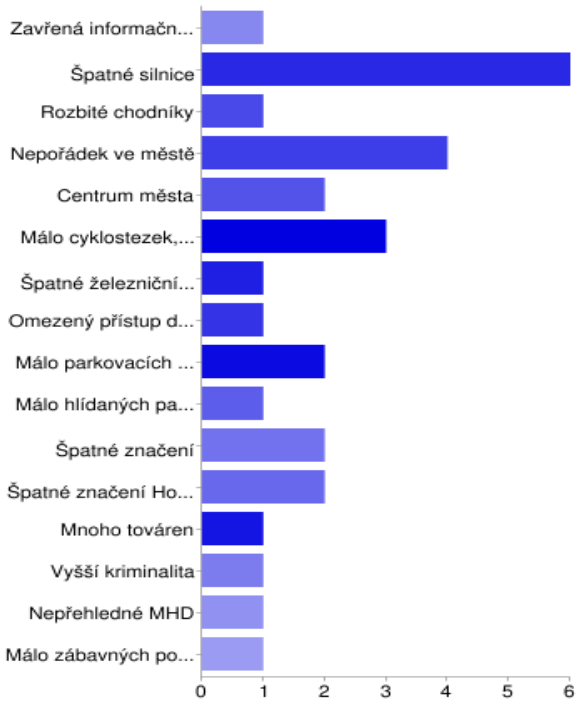
Cílem této otázky bylo zjistit, co se účastníkům cestovního ruchu líbí či nelíbí na Příbramsku. Dotazovaní sami doplňovali odpověď, přičemž měli nespočet možností, jak odpovídat. Jejich odpovědi se mohly týkat různých oborů, např. přírody v okolí Příbrami, kulturně – historických atraktivit nejen na Příbramsku, ale i ve vzdálenějším okolí, respondenti mohli hodnotit možnosti dopravy, infrastruktury, informačních služeb, mohli se vyjádřit k životnímu prostředí, aj.



Graf č. 21: Co se Vám líbí v oblasti Příbramsko (zdroj: vlastní šetření)

44 % dotazovaných uvádělo, že se jim na Příbramsku nejvíce líbí přírodní atraktivity, jmenovali zejména příbramský lesopark, Vojenský újezd Brdy, lesy, rybníky, vodní nádrž Orlík a celkové okolí Příbrami. 36 % dotazovaných uvedlo, že největším lákadlem na Příbramsku jsou kulturně – historické atraktivity, nejvíce byla

v dotaznících uváděna národní kulturní památka a poutní místo Svatá Hora, dále Hornické muzeum Příbram a příbramské doly, několikrát byl uveden i Památník Antonína Dvořáka. 14 % respondentů se na Příbramsku líbí kulturní a rekreační možnosti, dotazovaní zejména využili místní tenisový klub, minigolfové hřiště, rekreační zónu Nový rybník či taneční klub Junior. Překvapivě bylo 6 % hotelových hostů spokojeno s místní dopravou a infrastrukturou.



Graf č. 22: Co se Vám nelíbí v oblasti Příbramsko (zdroj: vlastní šetření)

Nejvíce respondentů se dopravilo do oblasti pomocí osobního automobilu či autobusu, využili tedy silniční dopravu a právě ta se ve výsledku stala největším bodem kritiky. Nejvíce respondentů (20 %) si stěžovalo na velmi špatný stav místních silnic, v dotaznících se objevily i stížnosti, že ve městě je málo parkovacích míst (uvádí 7 % respondentů), dále je zde velmi málo hlídaných parkovišť (3 % respondentů), přestože jsou placená. Dále respondentům (7 %) nevyhovuje místní značení. Tato výhrada je především určena přímo hotelu Hájek, který se dříve jmenoval Hotel Asia. Nikde ve městě není umístěna směrovací tabule k hotelu Hájek a navíc u samotného hotelu se stále nachází neplatná tabule s označením Hotel Asia. Mnoho hotelových hostů má z těchto důvodů velké potíže s nalezením hotelu. Co se týče dopravy, návštěvníci (3 %)

si také stěžují na špatné železniční spojení nejen do města Příbram, ale hlavně do okolí. Ti, kteří využili místní hromadné dopravy, uvádějí, že je velmi nepřehledná (3 %). Sice jsou na zastávkách jízdní řády, ale ty jsou vandaly znehodnocené, často chybí název zastávky, mapa města a autobusových linek. Turisté tak často nevědí, ve které části města se nachází a kterou autobusovou linku mohou pro svou potřebu využít, jsou odkázáni na ochotu a znalosti místních obyvatel. Návštěvníkům Příbrami (13 % respondentů) se také nelíbí nepořádek ve městě, vyskytuje se zde mnoho odpadků a málo odpadkových košů, zvláště v centru města. Dotazovaní (7 %) byli také nespokojeni s centrem města, uvádějí, že je neatraktivní a ničím zajímavé, nachází se zde malý počet zábavných podniků (3 %), stěžují si také na vyšší kriminalitu a viditelný vandalismus (3 %). Respondenti nebyli spokojeni s provozem turistických informačních center na Příbramsku. Zmiňují, že během víkendů je většina TIC uzavřena. Z hlediska sportovního vyžití, si dotazovaní stěžují na nízký počet cyklostezek, pěších tras a téměř žádné možnosti in-line bruslení (10 %), s tím spojují i omezený přístup do Vojenského újezdu Brdy (3 %).

4.2.3 Řízené rozhovory

Řízený rozhovor: paní Alena Straková (pracovnice Infocentra Městského úřadu Příbram)

Na základě skutečností, zjištěných v tomto rozhovoru, jsem vytvořila profil účastníka cestovního ruchu přijíždějícího na Příbramsko: Příbram navštěvují nejčastěji páry ve věku 30 – 50 let, které se dopravují do této lokality pomocí kombinované dopravy, to znamená, že využívají autobusovou a železniční dopravu. Účastník cestovního ruchu přijíždí nejčastěji z Prahy a Středních Čech, ale také z Jižní Moravy. Příbramsko navštěvuje také mnoho zahraničních návštěvníků, zejména během letní sezony, a to nejvíce z Německa, Rakouska, dále sem přijíždějí i turisté z Holandska a USA.

Turisté nejvíce přijíždí do Příbrami za účelem poznání, zejména kulturně – historických atraktivit, z kterých převládá Svatá Hora a Hornické muzeum Příbram. Při této

příležitosti mnoho turistů navštíví VÚ Brdy, přestože vstup je omezen. Do Příbrami přijíždí také mnoho návštěvníků z důvodu sportovního vyžití, provozují zde pěší turistiku a cykloturistiku, z tohoto důvodu je zde velká poptávka po cyklostezkách a cyklotrasách.

Turisté, kteří navštíví turistické informační centrum, se informují zejména o tom, jak se dopravit na konkrétní místo, k tomu slouží v informačním centru plán Příbrami s vyznačením kulturně – historických atraktivit, rekreačních zón a cyklistických tras.

Dotaz zjišťující množství návštěvníků, kteří v Příbrami přespávají, nebylo možno zodpovědět, a to z důvodu absence statistik zabývajících se tímto výzkumem.

Další dotaz zjišťoval, které ubytovací zařízení v Příbrami turisté nejvíce využívají a z jakého důvodu. Protože Infocentrum Městského úřadu Příbram navštěvují převážně pěší turisté či cykloturisté, poptávají se po cenově výhodnějších typech ubytování. Nejčastěji si vybírají penzion Coupé, který je situován přímo u autobusového a železničního nádraží, z kategorie hotel si turisté nejvíce vybírají hotel Belveder, který má bezbariérový vstup a úschovnu kol a dále hotel Na Marjánce, který je v blízké vzdálenosti od historického centra města.

Z řízeného rozhovoru jednoznačně vyplynulo, že turisty při výběru ubytovacího zařízení nejvíce ovlivňuje cena. Dále požadují určité základní vybavení ubytovacího zařízení, mezi které patří zejména sociální zařízení na pokoji a TV. Dále návštěvníci požadují konkrétní služby ubytovacího zařízení, a to přístup k internetu a úschovnu kol. Přístup k internetu je současně označován za službu, která ve většině ubytovacích zařízení zcela chybí.

Poslední otázka týkající se ubytovacích zařízení zjišťovala, zda hosté požadují restauraci jako součást ubytovacího zařízení. Turisté přímo restauraci nepožadují, za nepostradatelné služby však považují zajištění snídaně a přítomnost lednice na každém pokoji konkrétního ubytovacího zařízení.

Závěrečný dotaz řízeného rozhovoru zjišťoval, s čím jsou turisté na Příbramsku nejvíce nespokojeni. Zjistila jsem, že většině turistů chybí in-line dráhy a postrádají dokončené

cyklistické trasy. Cyklisti většinou ani nevědí, že již nejedou po cyklistické trase, ale po běžné komunikaci. Také si mnoho návštěvníků stěžuje, že o víkendech jsou zavřena stravovací zařízení, hlavně o nedělích je v Příbrami málo stravovacích možností.

Řízený rozhovor: paní Mgr. Ivana Hájková, jednatelka a majitelka hotelu Hájek

Dle výpovědí paní Hájkové, hotel navštěvují převážně jednotlivci, kteří přijíždí do Příbrami zejména z pracovních důvodů. Účelem jejich návštěvy jsou různá pracovní školení či obchodní jednání. Několikrát do roka, hotel navštíví firemní či školní skupiny z důvodu exkurze, která je spojena s návštěvou místních uranových dolů. Paní Hájková uvádí, že nejčastěji jsou v hotelu ubytováni hosté ve věku 30 – 50 let. Nejvíce hotelových hostů přijíždí do Příbrami osobním automobilem a v hotelu zůstávají průměrně 3 dny. Na otázku, z jaké oblasti České republiky přijíždí nejvíce turistů, majitelka hotelu odpověděla, že největší příliv turistů zajišťují Střední Čechy a moravské kraje.

Podle majitelky hotelu se sezónnost v obsazenosti hotelu spíše neprojevuje. Hotel si vybírají převážně návštěvníci, kteří přijíždí rovnoměrně po celý rok zejména z pracovních důvodů. Většina turistů, kteří navštěvují Příbram, zde nepřespává. Turisté jsou většinou ubytováni v Praze a do Příbrami podnikají jednodenní výlet.

Co se týká vybavení pokojů, majitelé hotelu plánují kompletní vymalování veškerých prostor ubytovacího zařízení a následně chtějí vybavit pokoje novějšími lůžky. Podle poškození budou nakoupeny nové matrace nebo kompletně celá lůžka. Po těchto úpravách a při dostatku financí, bude každý pokoj vybaven lednicí a minibarem, na sociálním zařízení budou zabudovány věšáčky na ručníky a police a ve všech pokojích budou vyměněna světla a přidány noční lampičky.

Zároveň majitelé plánují poskytovat nové služby. Prostory, kde kdysi bývaly sklady, byly vyklizeny a přestavěny a od dubna 2011 zde bude otevřeno nové fitness centrum. To bude k dispozici nejen hotelovým hostům, kteří budou mít zlevněný vstup, ale také místním obyvatelům. Fitness centrum tvoří jeden sál, kde je dostatek posilovacích strojů.

Cena za ubytování za noc se stanovuje především na základě cen konkurence. Hotel Hájek poskytuje také věrnostní slevy, které zákazník uplatní již při druhé návštěvě hotelu. Výše slevy není nikde jednoznačně uvedena a stanovuje se na základě domluvy s majiteli hotelu.

V zájmu majitelů je poskytování informací o hotelu několika způsoby. Hotel Hájek má vytvořeny dvoje vlastní internetové stránky (www.hotel-hajek-pribram.abc-ubytovani.net, www.hotelhajek.cz/). Zde návštěvníci získají veškeré informace o ubytování, hotelové restauraci a poskytovaných službách. Dále na těchto stránkách turisté naleznou kompletní ceník za služby, plán města s vyznačením hotelu Hájek, fotogalerii a odkaz na rezervaci pokojů. Internetové stránky jsou přizpůsobeny i návštěvníkům ze zahraničí, veškerý obsah je přeložen do anglického, německého a španělského jazyka. Hotel Hájek mohou návštěvníci nalézt na internetové stránce www.hotely.cz, kde jsou uvedeny stručné informace o hotelu, je zde možné provést rezervace a také se zde nachází recenze od hostů, kteří hotel navštívili. Za tuto propagaci platí hotel Hájek cestovní agentuře Avarenta a.s., která provozuje tyto internetové stránky, provizi ve výši 14 % z ceny za ubytování. Hotel Hájek nově spolupracuje s Infocentrem Městského úřadu Příbram. Infocentrum připravuje nové informační materiály, včetně letáků a brožur o ubytovacích zařízení. Tyto informační materiály budou také k dispozici na veletrzích cestovního ruchu. Hotel Hájek má také vlastní informační materiály ve formě letáků, které poskytuje místní cestovní kanceláři, která tyto informační materiály převáží do zahraničí a umísťuje je v zahraničních informačních centrech.

4.3 Syntéza zjištěných údajů

Výsledky dotazníkového šetření se ve větší míře shodovali s výpověďmi zástupkyně TIC i jednatelky hotelu Hájek. Jsou zde ale určité rozdíly mezi názory návštěvníků Příbrami a zástupci nabídky služeb. Z řízených rozhovorů také vyplynulo, že typ účastníka CR navštěvujícího turistické informační centrum se liší od hostů hotelu Hájek. Informace turistického informačního centra využívají převážně turisté, kteří

provozují pěší turistiku či cykloturistiku, zatímco ubytovací zařízení hotel Hájek využívají zejména návštěvníci přijíždějící z pracovních důvodů.

Podle výsledků dotazníkového šetření město Příbram nejčastěji navštěvuje pár ve věku 30 – 50 let, což potvrzuje i výpověď pracovnice turistického informačního centra. Majitelka hotelu Hájek má však jiný názor. Návštěvníky jejího hotelu tvoří převážně jednotlivci ve věku 30 – 50 let. Tento rozdíl lze zdůvodnit různým profilem účastníka cestovního ruchu.

Návštěvník Příbrami přijíždí do města většinou osobním automobilem, což potvrzuje graf č. 3 v kapitole 4.2.2 a výpověď majitelky hotelu Hájek. Pracovnice Infocentra Městského úřadu naopak tvrdí, že nejčastěji se turisté do města dopravují pomocí kombinované dopravy, a to železniční a autobusové. Rozdíl ve zjištěných údajích opět souvisí s profilem účastníka CR. Do hotelu Hájek přijíždí zejména návštěvníci v rámci služební cesty. Ti, aby zkrátili čas na cestování, využívají rychlejší osobní silniční dopravu. TIC naopak navštěvují turisté přijíždějící z důvodu poznání. Těmto turistům tolik nezáleží na časové úspoře, naopak upřednostňují cenově přijatelnější, ale tím i časově náročnější způsob přepravy.

Ze zjištěných údajů vyplývá, že nejvíce turistů přijíždí do města ze Středočeského kraje a Prahy. Dotazníkové šetření navíc potvrzuje skutečnost, že do hotelu Hájek přijíždí také velká část turistů ze Severní Moravy a Slezska (kapitola 4.2.2, graf č. 4). To může souviset se skutečností, že Příbramsko i Ostravsko jsou hornické oblasti. Vzhledem k tomu, že Hornické muzeum Příbram je největší muzeum svého druhu v České republice s vyhlášenými mineralogickými sbírkami, přijíždí sem pravidelně studenti Vysoké školy báňské v Ostravě na exkurze. Navíc se v současné době projednává znovuotevření jedné z fakult Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava v Příbrami. To je také jistě důvodem mnoha služebních cest z Ostravska do Příbrami. Dle odpovědi pracovnice TIC navštěvuje Příbram také mnoho turistů z Jižní Moravy. To pravděpodobně souvisí s náboženským vyznáním obyvatel moravského regionu. V moravských krajích totiž žije nejvíce věřících v České republice (ZL – 55,2 %, JIM –

43 %, OL – 37 %, zdroj: www.czso.cz) a ti přijíždí navštívit národní kulturní památku a poutní místo Svatá Hora.

V otázce délky pobytu návštěvníků se všechny zjištěné informace shodovaly. V Příbrami převažují kratší pobyty v délce od 2 do 3 dnů. Důvodem může být fakt, že se na Příbramsku nachází nižší počet kulturně – historických a přírodních atraktivit, k jejichž návštěvě stačí kratší doba. Také služební cesty netrvají obvykle déle než 2 dny.

Výsledky dotazníkového šetření potvrzují výpověď majitelky hotelu Hájek. Hoteloví hosté přijíždí do Příbrami z důvodu služební cesty spojené se školením, obchodem či kongresem. Důvodem zvýšené návštěvnosti spojené s přítomností na kongresu, může být mezinárodní akce s názvem Hornická Příbram ve vědě a technice, která se pořádá každoročně v září.

Z hlediska návštěvnosti jsou nejnavštěvovanějšími místy na Příbramsku národní kulturní památka a poutní místo Svatá Hora a Hornické muzeum Příbram (viz kapitola 4.2.2, graf č. 6). Tato skutečnost vyplývá nejen ze zjištěných primárních zdrojů, ale také z teoretických východisek. V každém průvodci či jiném informačním materiálu o Příbramsku jsou tyto dvě památky uvedeny na prvních místech. Dalším lákadlem oblasti Příbramska jsou Brdy, jejichž zpřístupněné oblasti jsou velmi využívané zejména cykloturisty a pěšími turisty.

V Infocentru Městského úřadu Příbram je největší poptávka po plánu města, během víkendů návštěvníky nejvíce zajímá místní nabídka ubytovacích a stravovacích zařízení. Podle pracovnice TIC je v Příbrami dostatek ubytovacích zařízení. Z nich je nejvyužívanější penzion Coupé, strategicky situovaný poblíž železničního a autobusového nádraží, což penzionu zajišťuje trvalý příliv turistů. Velmi využívaný je také hotel Belveder, a to z důvodu nižší ceny za noc, zajištění bezbariérového vstupu a úschovny kol. Tato výpověď je však v rozporu se sekundárními daty, podle kterých je hotel Belveder jeden z nejdražších hotelů v Příbrami. Další velmi využívaný hotel v Příbrami je hotel Na Marjánce. Důvodem vysokého zájmu o tento hotel je nižší cena, možnost úschovy jízdních kol a také skutečnost, že je situován nedaleko historického centra v Příbrami.

Jak vyplynulo z výpovědí pracovnice TIC, návštěvníci Příbrami si nejčastěji vybírají ubytovací zařízení podle cenové výše a vybavenosti. V ubytovacím zařízení chtějí mít k dispozici především úschovnu kol a internet. Restaurace v hotelu není poptávána, ale hosté si přejí, aby v ceně ubytování za noc byla zahrnuta i snídaně a aby na každém pokoji ubytovacího zařízení byla k dispozici lednice.

Nejen z dotazníkového šetření, ale i ze sekundárních dat vyplývá, že cenami za ubytovací služby se hotel Hájek řadí do nižší cenové kategorie hotelů ve městě. Z výpovědí návštěvníků hotelu Hájek je zřejmé, že většina jich je s cenou za ubytování spokojena (viz kapitola 4.2.2, graf č. 17).

Výše ceny za ubytování souvisí mimo jiné i s poskytováním služeb a vybavením ubytovacího zařízení. K poskytovaným službám i k vybavení pokoje, měli často hosté hotelu Hájek určité výhrady. Například by požadovali hlídané parkoviště. Majitelka hotelu se k této výhradě vyjádřila vysvětlením, že hlídané parkoviště je pro menší hotel, jako je hotel Hájek, zbytečná a finančně velmi náročná služba. Hotelové parkoviště je hlídáno kamerovým systémem, a pokud to hostům nevyhovuje, mohou svůj automobil zaparkovat na hlídaném parkovišti u obchodního domu Billa, které je vzdáleno necelých 500 m od hotelu Hájek.

Dále z dotazníkového šetření vyplynulo, že hosté požadují relaxační centrum, ve kterém by se nacházela sauna a fitness. Na tuto připomínku majitelka hotelu reagovala pozitivně a vypověděla, že od dubna 2011 bude v hotelu poskytována nová služba, a to fitness centrum, do kterého budou mít hoteloví hosté zlevněný vstup. Hosté také navrhovali výstavbu bazénu v hotelu, avšak podle vyjádření majitelky hotelu Hájek nejsou pro tuto službu k dispozici dostatečné prostory.

Na základě dotazníkového šetření nejsou hosté spokojeni s umístěním recepce, která se nachází v 1. patře hotelu, a nepřítomností výtahu. Majitelka hotelu Hájek tento problém objasnila. Zatím na výstavbu výtahu nejsou dostatečné finance. V objektu se výtah nachází, ale je k dispozici pouze zaměstnancům hotelu Hájek. Samozřejmě pokud přijede host s mnoha zavazadly či pohybově omezený člověk, je mu výtah zcela k dispozici. Ve výpovědích hotelových hostů zazněla také připomínka absence etážové

služby. Zřejmě byli hosté o této službě nepřesně informováni, protože v hotelu Hájek je etážová služba poskytována.

Z hlediska vybavení pokojů je v hotelu Hájek k dispozici jednodušší a základní vybavení. Návštěvníci hotelu byli s vybavením pokoje spokojeni jen průměrně (viz kapitola 4.2.2, graf č. 11) a požadovali určité vybavení navíc. Zejména uváděli absenci lednice, minibaru, noční lampičky, fénu, věšáčků na ručníky a vyžadovali kvalitnější postel. Toto vybavení plánují majitelé doplnit do každého pokoje během příštích dvou let.
Ne vše, co si hosté přejí, lze však změnit. Například nelze pokoje vybavit hudebním zdrojem, rychlovarnou konvicí či mikrovlnnou troubou. Majitelka hotelu uvedla, že v minulosti se na pokojích hudební zdroje i rychlovarné konvice nacházely. Docházelo však k poničení a častým krádežím tohoto vybavení. V budoucnosti již tyto spotřebiče do pokojů umístěny nebudou. V dotazníkovém šetření bylo také uvedeno, že na pokojích chybí dekorace na stěnách, stůl a židle, a že TV vysílá pouze základní televizní stanice. Toto tvrzení majitelka hotelu vyloučila a uvedla, že v každém pokoji je minimálně jeden nástěnný obraz, v každém pokoji se nalézá stolek a křeslo a také, že každý televizor vysílá pomocí set-top boxu, který automaticky nabízí rozšířený výběr televizních stanic. Dalšími nedostatky z pohledu hotelových hostů je chybějící klimatizace a nekvalitní sprchový kout. Z důvodu nedostatku financí majitelé změny tohoto vybavení neplánují.

Větší část hotelových hostů odpovídala v dotazníkovém šetření, že by byli ochotni tolerovat vyšší cenu ubytování, pokud bude poskytnuto více služeb (viz kapitola 4.2.2, graf č. 18). To by se mohlo stát pro majitele hotelu výzvou. Na tento výsledek dotazníkového šetření majitelka hotelu reagovala myšlenkou, že by hostům mohl být nabízen víkendový balíček spojený s pobytem a s celovíkendovým využitím nového fitness centra.

Hotelová restaurace je velmi kladně hodnocena nejen hotelovými hosty, ale také místními obyvateli, kteří ji velmi často navštěvují. Konají se zde mnohé společenské,

rodinné i firemní akce. Zejména v létě je často využívána Japonská zahrada. Kladně hodnoceny jsou nejen podávané pokrmy a nápoje, ale také personál stravovací části.

Z dotazníkového šetření vyplývá, že nejvíce hotelových hostů získalo prvotní informace o hotelu Hájek pomocí internetových stránek, jejichž prostřednictvím si také zajistilo rezervaci. Potvrzuje to i výpověď majitelky, která uvedla, že kromě tvorby vlastních internetových stránek spolupracují s cestovní agenturou Avarenta a.s., která vlastní internetové stránky www.hotely.cz, kde je taktéž možné vyhledat veškeré informace o hotelu Hájek včetně rezervace pokojů.

Zkoumaná oblast nabízí návštěvníkům mnoho turistických možností, ale má také své nedostatky. Největší nedostatek shledávají návštěvníci Příbramska i zastupitelé nabídky informačních služeb v možnostech infrastruktury. Ve zkoumané oblasti jsou velmi zničené silnice, chodníky, nachází se zde málo cyklostezek, cyklotras, pěších zón, in-line dráh, málo parkovacích míst a hlídaných parkovišť, MHD je nepřehledné. To vše uvádějí návštěvníci Příbramska v dotazníkovém šetření. Zastupitelé města jsou si těchto skutečností vědomi a připravují projekt Integrovaný plán rozvoje města Příbram (dále jen IPRM), který má zajistit postupné zlepšování infrastruktury. Město na tomto projektu úzce spolupracuje s Technickými službami Příbram, které zakoupí speciální přístroje na opravu silnic a chodníků. Zároveň bude v rámci projektu IPRM vystavěna nová cyklostezka s možností in-line bruslení, která bude propojovat rekreační zónu Nový rybník a pěší zónu Horní Obora. Tato pěší stezka bude lemovat Příbramský potok. Podle názoru pracovnice TIC je na Příbramsku dostatek cyklotras, dokonce se zde nachází mezinárodní cyklotrasa propojující Prahu a Vídeň. Projekt IPRM se také zabývá výstavbou nových parkovišť ve městě. Je již navrhnut parkovací dům, avšak zatím chybí investor. Ke stížnostem na nepřehledné MHD pracovnice TIC sdělila, že odbor správy silnic v současné době vypracovává nové informační materiály. Další připomínky respondentů se týkaly příbramského náměstí. Návštěvníci uváděli, že je centrum města neatraktivní a ničím nezaujme. Této skutečnosti si všímají i místní obyvatelé, kterým se zejména nelíbí, že je Náměstí T. G. M. využíváno jako parkovací místo. Zastupitelé města vypracovali v rámci projektu IPRM návrh na rekonstrukci náměstí. Bude zrekonstruován povrch náměstí, přibude zeleň a odpočívací prvky.

5 Návrhy a opatření

Na základě dotazníkového šetření, řízených rozhovorů a vlastního zkoumání jsem zjistila, že lze učinit některá opatření, která by napomohla rozvoji služeb ve zkoumané oblasti a především rozvoji služeb v hotelu Hájek. Níže doporučuji provést několik opatření, jejichž cílem je přilákat turisty do hotelu Hájek, a tím zvýšit jeho ziskovost. Poslední opatření se týká služeb města Příbram a navrhuji jej s cílem zlepšit služby návštěvníkům i v oblasti mimo centrum města.

5.1 Balíček Asijský tygr

V souvislosti se svou minulostí, kdy se hotel Hájek jmenoval Hotel Asia, je veškerý interiér hotelu zařízen v asijském stylu. Na stěnách jsou malby převážně japonského stylu, každé volné místo je využito pro pěstování exotických, již vzrostlých pokojových květin, v prostorách restaurace se nachází velké terárium s ještěrem a voliéra se zpěvným ptactvem. Barevně jsou hotel i restaurace laděny do zelena. Hostovi tak toto prostředí připomíná pobyt v tropické přírodě. Této skutečnosti by bylo vhodné využít, a proto navrhuji nabízet tzv. víkendový pobyt, který by se tematicky vztahoval k asijské kultuře. Cílem této nabídky je získat nový segment zákazníků a zajistit tak hostům jedinečný zážitek spojený s čínskou a japonskou kulturou.

Popis nabídky v rámci Balíčku Asijský tygr

Název víkendového pobytu je balíček Asijský tygr. Cena balíčku zahrnuje třídenní pobyt od pátku do neděle, v ceně jsou dvě noci v hotelu Hájek. Po příjezdu do hotelu je pro hosty připraven na pokoji uvítací nápoj sake (typický japonský alkoholický nápoj). Víkendový pobyt zahrnuje polopenzi s možností výběru asijské gastronomie, dále jednu thajskou masáž, kterou poskytne Studio Charlie sídlící v objektu hotelu Hájek. Následně po thajské masáži je hostovi podán šálek typického čínského čaje oolong. V rámci tohoto víkendového pobytu je možno navštívit hodinu jógy konané v Japonské zahradě,

dále je umožněn celodenní vstup do fitness centra. Při odjezdu z hotelu obdrží host jako pozornost malý balíček sušeného japonského čaje.

Třídenní pobyt (Pá - Ne) zahrnuje:

- 2 noci v hotelu Hájek
- Welcome drink saké
- Polopenze s možností výběru asijské gastronomie
- 1 thajská masáž
- Šálek čínského oolongu po masáži
- 1 hodina jógy v Japonské zahradě
- Celodenní volný vstup do fitness centra
- Balíček sušeného japonského čaje

Kalkulace balíčku Asijský tygr (viz příloha 6)

Pro výpočet ceny balíčku jsem vycházela ze stávajících cen jednotlivých služeb. Cena bez DPH za jednotlivou službu je složena z nákladů a marže. K jednotlivým službám je připočítána různá marže, přičemž vážený průměr všech marží je 40 %. K jednotlivým službám jsou připočítány příslušné sazby DPH. Pokud by si hosté během víkendové návštěvy nezakoupili balíček Asijský tygr, ale zaplatili by si každou službu v něm obsaženou zvlášť, činila by pak celková cena 2046 Kč.

Při návrhu výpočtu ceny balíčku byla stanovena jednotná marže na všechny služby v něm obsažené ve výši 30 %. Tím dochází ke zlevnění služeb. Dále je k jednotlivým službám opět připočítána příslušná sazba DPH. Celková cena balíčku tak činí 1892 Kč.

Při výpočtu očekávaného zisku, předpokládáme, po konzultaci s majitelkou hotelu, že se obsazenost hotelu po zavedení balíčku zvýší z 35 % na 42 %.

Pro porovnání uvádím ideální stav, při kterém všichni ubytovaní hosté za stávajících podmínek (tj. 11 osob) využívají veškeré služby, které jsou nabízeny v rámci balíčku (tzn. 2x ubytování, 2x polopenze, 1x masáž, 1x jóga, 1x fitness), ale zaplatí si je zvlášť.

V takovém případě má hotel zisk 5 705 Kč za víkend. Předpokládáme, že po zavedení balíčku se obsazenost zvýší na 42 % (tzn. 13 osob) a všichni hosté si koupí tento balíček. V takovém případě by měl hotel zisk 5 123 Kč za víkend. Zavedení tohoto balíčku by bylo pro hotel ztrátové, protože by majitelé hotelu přicházeli o 582 Kč za víkend. Tento případ je však zcela nereálný, protože všichni hoteloví hosté nevyžívají všechny uvedené služby.

V současnosti je reálný stav takový, že ze všech ubytovaných hostů služby využívá 40 % (4 hosté). Obsazenost hotelu před zavedením balíčku je opět 35 % a po zavedení balíčku se podle předpokladu zvýší na 42 %. Při 11 obsazených lůžkách z celkových 32, si 4 hosté koupí samostatné služby. Tím bude mít hotel zisk 3523 Kč za víkend. Po zavedení balíčku je reálný předpoklad, že 70 % ubytovaných hostů balíček využijí a zakoupí jej, tzn., že z 13 hostů si balíček zakoupí 9 hostů. Majitelé hotelu tak dosáhnou zisku 4331 Kč za víkend, tj. o 808 Kč více.

5.2 Týdny asijské kultury

Jak již bylo uvedeno při popisu hotelu, celý hotel Hájek je zařízen v asijském stylu. Vzhledem k této skutečnosti, by bylo dobré spojit již zavedenou tradici s novými produkty. Dalším novým produktem hotelu Hájek by mohla být třítýdenní akce spojená s asijskou gastronomií a kulturou. Cílem tohoto nového produktu, by bylo přilákat veškerý segment zákazníků, zajímající se o japonskou, čínskou či thajskou kulturu. Protože se v Příbrami ani v okolí žádná takováto akce nepořádá, určitě by hotel Hájek přilákal i mnoho místních obyvatel. Po několika letech by se tato akce mohla stát tradicí, která by lákala účastníky cestovního ruchu z celé České republiky. Přínos by nezaregistroval pouze hotel Hájek, ale i celé město Příbram a okolí.

Popis nabídky v rámci Týdnů asijské kultury

Týdny asijské kultury se budou pořádat každoročně první tři týdny v červenci. První víkend se v prostorách Japonské zahrady bude konat workshop japonské, čínské a thajské kultury. Vstupné při návštěvě workshopu bude činit 30 Kč. Návštěvníci budou

mít možnost seznámit se s přípravou tradičního japonského pokrmu sushi, která bude spojena s následnou ochutnávkou, dále bude nabízena ochutnávka a nákup japonského nápoje sake, návštěvníci budou seznámeni s tradiční přípravou japonských a čínských čajů, přičemž budou mít opět možnost nejen ochutnat, ale i zakoupit sušené čaje a typickou asijskou keramiku na přípravu a konzumaci čaje, dále bude nabídnuta prezentace tradičního čínského způsobu konzumace jídla. V rámci Týdnů asijské kultury se budou prezentovat cestovní kanceláře, které budou nabízet své poznávací či pobytové zájezdy v asijských zemích. Během této třítýdenní akce se výzdoba interiéru a pracovní oděv zaměstnanců restaurace přizpůsobí asijskému stylu. Součástí Týdnů asijské kultury budou zlevněné masáže pro hotelové hosty, zlevněný víkendový balíček Asijský tygr, jídelníček hotelové restaurace bude rozšířen o vybranou asijskou gastronomii, v salonku restaurace se bude každý týden konat tematická cestopisná přednáška o asijských zemích s projekcí a při pobytu v hotelu hosté obdrží jako upomínkový předmět čínské jídelní hůlky.

Tato akce, organizovaná hotelem Hájek, by byla velmi dobrým nástrojem marketingové komunikace. Byly by vytvořeny informační materiály, které by hotel Hájek poskytl Infocentru Městského úřadu Příbram, dále by informační materiály mohly být umístěny v cestovních kancelářích, které by následně hostovaly na víkendovém workshopu při zahájení Týdnů asijské kultury. Při dostatku financí by mohli majitelé hotelu rozšířit reklamu do místní příbramské televize Fonka, což by přilákalo i mnoho místních obyvatel. Odkaz na tuto akci by mohli návštěvníci nalézt i na webových stránkách hotelu Hájek a na webových stránkách www.hotely.cz. Tato akce by mohla být zveřejněna i na veletrzích cestovního ruchu.

5.3 Výstavba konferenční místnosti

Jak bylo zjištěno z výsledků terénního šetření i z řízeného rozhovoru s majitelkou hotelu, do hotelu Hájek přijíždí nejvíce návštěvníků z pracovních důvodů. Díky této skutečnosti by bylo pro hotel Hájek velmi přínosné vybudovat konferenční místnost. Ta by mohla být vystavena v prostoru, který je nyní v pronájmu. Konferenční místnost by

bylo možné kdykoliv pronajmout pro účely obchodních jednání, schůzky s obchodními partnery, školení, konání seminářů, prezentačních či kulturních akcí. Konferenční místnost by bylo možné také pronajímat městu Příbram, které každoročně na podzim pořádá cestopisné přednášky s projekcí nazvané „S krajany na konec světa“. Prostory, ve kterých se tyto přednášky v současnosti konají, kapacitně nestačí. Konferenční místnost by byla vybavena kompletní multimediální technikou, která by zahrnovala plátno, dataprojektor, připojení na internet, TV + video, laserové ukazovátko a ozvučení celé místnosti. V konferenční místnosti by byly umístěny stoly a židle s kapacitou 60 míst. Hotelová restaurace by na požádání připravila občerstvení, čímž by se zvýšila návratnost investic. Tento projekt by byl finančně i časově velmi náročný, ale návratnost počáteční investice by se po několika letech prokázala v účetní výsledovce.

5.4 Vytvoření jednotných internetových stránek

Hotel Hájek má dvoje internetové stránky (www.hotel-hajek-pribram.abc-ubytovani.net, www.hotelhajek.cz/). Majitelé ponechali staré internetové stránky z dob, kdy se hotel jmenoval Hotel Asia a zároveň vytvořili nové internetové stránky hotelu Hájek. Takto postupovali proto, že někteří hosté totiž stále ještě spojují současný název hotelu Hájek s bývalým názvem Hotel Asia. Z hlediska komunikace se stávajícími i potenciálními zákazníky by měly být vytvořeny jednotné webové stánky s aktuálním názvem hotelu a v několika jazykových mutacích pro zahraniční zákazníky. Webové stránky by měli obsahovat:

- Úvodní stránku, kde by se nacházel uvítací text, foto hotelu Hájek, logo hotelu Hájek a box s možností rezervace. Úvodní strana by měla obsahovat menu se záložkami obsahujícími informace o jednotlivých službách hotelu a o možnostech trávení volného času ve zkoumané oblasti.
- 1. záložka s názvem „O hotelu“ by měla obsahovat kontaktní informace, mapu s vyznačením hotelu Hájek, stručný popis historie hotelu Hájek.
- 2. záložka s názvem „Naše pokoje“ by měla obsahovat kompletní ceník s poskytovanými věrnostními slevami, fotografie pokojů, vizualizaci a informace o vybavení jednotlivých pokojů.

- 3. záložka s názvem „Hotelová restaurace“ by měla hostům poskytnout informaci o nabídce v jídelním lístku, informace o využití restaurace a o možnostech pronajímání salonku, měla by obsahovat také fotografie interiéru restaurace a salonku.
- 4. záložka s názvem „Japonská zahrada“ by byla samostatně oddělena od hotelové restaurace. Byly by zde zveřejněny fotografie Japonské zahrady, informace o kapacitě a otvírací době a také aktuální informace o konaných akcích.
- 5. záložka s názvem „Další služby“ by obsahovala výčet jednotlivých služeb, které jsou v hotelu poskytovány. Hotelové služby by byly rozděleny na placené a neplacené. U placených služeb by měl být uveřejněn i ceník.
- 6. záložku s názvem „Rezervace“ by zákazníci využívali pro rezervaci ubytování. Součástí rezervace by bylo vykalkulování ceny, která by se platila až při odjezdu zákazníků z hotelu.
- 7. záložka s názvem „Kam na výlet“ by obsahovala stručné informace o Příbramsku a typy na výlet ve městě a v okolí, zároveň by se zde nacházel odkaz na internetové stránky města Příbram, které poskytují aktuální informace o kulturních a sportovních akcích.
- 8. záložka s názvem „Návštěvní kniha“ by sloužila pro zpětnou vazbu majitelům hotelu Hájek. Hosté by zde zveřejňovali své názory na služby hotelu Hájek a majitelé by se k příspěvkům mohli sami vyjádřit.

Cílem těchto nových webových stránek by bylo stylově reprezentovat hotel Hájek a jeho služby. Tvorba webových stránek by byla zadána společnosti, zabývající se tvorbou webových stránek. Náklady na uskutečnění tohoto návrhu by činily přibližně 30 000 Kč.

5.5 Zajištění parkoviště

Z výsledků dotazníkového šetření vyplynulo, že většina hotelových hostů postrádá u hotelu hlídané parkoviště (viz kapitola 4.2.2, graf č. 16). Po rozhovoru s majitelkou hotelu Hájek jsem zjistila, že hotelové parkoviště je hlídáno kamerovým systémem. Toto opatření však hostům nestačí. Majitelka hotelu se k výstavbě hlídaného parkoviště vyjádřila tak, že finančně je velmi náročné takové parkoviště vystavět a navíc se domnívá, že by jej hoteloví hosté plně nevyužili. Podle mého názoru by problém mohl být částečně vyřešen alespoň výstavbou plotu kolem celého parkoviště a výjezd z parkoviště by mohl být zajištěn závorou. Tak by se alespoň zhoršila přístupnost zlodějů k osobním automobilům hotelových hostů. Drátěný plot by byl zakryt živým plotem, což by bylo jistě přínosné pro celkovou úpravu blízkého okolí hotelu.

5.6 Značení hotelu Hájek

Dotazníkové šetření také prokázalo nespokojenost návštěvníků se značením hotelu. V tomto případě by bylo zapotřebí navrhnout orientační ceduli s názvem hotelu a umístit ji u hlavní silnice v centru města, nejlépe v Jiráskových sadech. Odtud by měly směrovky dovést návštěvníky přímo k hotelu Hájek. Také by bylo zapotřebí vyměnit starou ceduli s názvem Hotel Asia za novou ceduli s aktuálním názvem hotel Hájek. To by umožnilo návštěvníkům časovou úsporu při hledání hotelu.

5.7 Výstavba úschovny kol v hotelu Hájek

Podle výpovědi pracovnice Infocentra Městského úřadu Příbram přijíždí do města mnoho cyklistů, kteří při výběru ubytování požadují úschovnu kol. Protože je hotel Hájek cenově nejpřijatelnější ze všech ubytovacích zařízení kategorie hotel, mohl by být dobře využíván i tímto segmentem zákazníků. Proto by bylo vhodné vystavět v objektu hotelu malou místnost, kde by si mohli cyklisté uschovat svá jízdní kola. Úschovnu jízdních kol bych navrhovala umístit do prostoru přízemí, hned naproti vstupu do objektu. Nachází se zde malá místnost, která slouží jako sklad pro

zahrádkářské potřeby na úpravu Japonské zahrady a okolí hotelu. V místnosti by postačilo umístit několik kolostavů a polic.

5.8 Navýšení počtu stravovacích zařízení ve zkoumané oblasti

Z vlastního pozorování města Příbram i z výpovědi pracovnice TIC vyplývá, že se ve městě nachází málo stravovacích zařízení. Tato skutečnost se netýká historického centra Příbrami, ale okolních částí. Například na Náměstí 17. listopadu se nachází pouze dvě stravovací zařízení kategorie restaurace. Jsou jimi Pizzeria La Colore a malé občerstvení, které je v provozu pouze ve všedních dnech. Dále se zde nachází dvě cukrárny a jedna kavárna, která je v provozu také jen ve všedních dnech. Protože je Náměstí 17. listopadu druhou nejnavštěvovanější částí Příbrami, je nutné, aby zde byl dostatek stravovacích zařízení, která by byla v provozu nejen během všedních dnů. Z tohoto důvodu bych navrhla výstavbu nového stravovacího zařízení kategorie restaurace, které by bylo v provozu všechny dny v týdnu s otevírací dobou 10^{00} – 22^{00} hod. V restauraci by se podávala typická česká kuchyně současně s mezinárodní gastronomií a širokým výběrem alkoholických i nealkoholických nápojů.

6 Závěr

Tato bakalářská práce podrobně analyzuje město Příbram z hlediska poskytovaných služeb cestovního ruchu. Hlavním cílem bakalářské práce bylo analyzovat trh ubytovacích služeb ve vymezené oblasti a podrobněji analyzovat produkt hotelu Hájek, který se nachází přímo ve městě Příbram. Dílčím cílem bylo zjistit aktuální stav cestovního ruchu na Příbramsku, zda je zde dostatek atraktivit cestovního ruchu a zda jsou dostatečně navštěvovány.

Po důkladném prostudování sekundárních zdrojů a pomocí dotazníkového šetření, řízených rozhovorů a vlastního zkoumání byla navržena doporučení pro rozvoj služeb v destinaci a rozvoj služeb hotelu Hájek.

Pro dosažení všech cílů bylo stanoveno několik hypotéz. Hypotéza č. 1: „Ve vybraném regionu se nachází dostatek ubytovacích zařízení v různých úrovních“ se potvrdila v plném rozsahu, zejména díky prostudování sekundárních údajů a také pomocí vlastního pozorování. V ORP Příbram se nachází dostatek ubytovacích zařízení v různých kategoriích. Dle českého statistického úřadu se na Příbramsku nachází 43 hromadných ubytovacích zařízení a ubytování v soukromí.

Částečně potvrzena byla hypotéza č. 2: „Hotel Hájek provozuje dostatečný sortiment veškerých služeb“. Požadované služby jsou závislé na segmentu zákazníků. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že nejčastěji do hotelu Hájek přijíždějí hosté, jejichž účelem cestování je služební cesta. Je zřejmé, že tito hosté budou mít větší požadavky na služby ubytovacího zařízení. Co se týká rozsahu poskytovaných služeb, z dotazníkového šetření vyplynula skutečnost, že hotel Hájek má určité rezervy, Majitelé jsou si však této skutečnosti vědomi a snaží se rozšířit či vylepšit nabídku služeb.

Hypotéza č. 3: „V hlavní sezoně jsou dostatečně využity kapacity v ubytovacích zařízeních“ byla vyvrácena, a to především vlastním pozorováním i na základě výpovědi majitelky hotelu Hájek. Na hotel Hájek sezonní vliv nepůsobí, zejména proto,

že hotel Hájek využívají zejména hosté s pracovními účely, kteří přijíždějí do hotelu rovnoměrně během celého roku a již méně návštěvníci, jejichž účelem je poznání této lokality. Kapacita hotelu Hájek je velmi zřídka plně využita.

Poslední hypotéza č. 4: „Příbramsko má velký potenciál cestovního ruchu a nachází se zde dostatek atraktivit cestovního ruchu, které lákají návštěvníky z celé České republiky“ byla na základě dotazníkového šetření i dle výpovědí pracovnice TIC potvrzena. V ORP Příbram se nachází dostatek přírodních atraktivit, zahrnujících zejména VÚ Brdy a údolí Vltavy a také kulturně-historických atraktivit, které lákají návštěvníky téměř ze všech krajů České republiky. Z dotazníkového šetření i výpovědi pracovnice TIC vyplývá, že dominujícími atraktivitami jsou Hornické muzeum Příbram a národní kulturní památka a poutní místo Svatá Hora. Příbramsko se také může stát výchozím bodem k návštěvě atraktivit, které leží mimo vymezený region. Město Příbram má také své nedostatky, zejména v oblasti infrastruktury. Tento problém se zástupci města snaží řešit a již dnes dochází k mnoha zlepšováním zejména díky projektu Integrovaný plán rozvoje města Příbram.

Z celé práce vyplývá velký potenciál ke zlepšování rozvoje ubytovacích služeb a služeb návazných a také služeb poskytovaných hotelem Hájek. Tyto služby by se měly stále rozvíjet a zkvalitňovat. Pomocí zjištěných údajů byla navrhnuta opatření, která by přispěla k rozvoji služeb hotelu Hájek i města Příbrami.

7 Summary

The main aim of this thesis was to analyze the market of accommodation in the region of Pribram and analyze the current product of hotel Hajek Pribram and then, based on the situational analysis, make recommendations for the development of services in the destination and development of services in the hotel Hajek.

A partial objective was to determine whether area of Pribram is attractive for tourism and tourist attractions which lure many tourists coming to Pribram.

Four hypotheses have been defined to achieve all the objectives. Two of them were fully confirmed, one hypothesis was partially confirmed, and one hypothesis has been disproved.

The whole work shows great potential for improving the development of accommodation services and follow-up and the services provided by the hotel Hajek. These services should be developed and constantly improved. Using the collected data was designed to measure which would contribute to the development of the hotel and the city Hajek Pribram. In this way I have in my opinion, met all the objectives set work.

8 Použité zdroje

8.1 Literární zdroje

ATTL, P., NEJDL, K., *Turismus 1*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze, 2004. ISBN 80-8657-37-2

BERÁNEK, J., KOTEK, P.: *Řízení hotelového provozu*. Praha: MAG Consulting s.r.o., 2003. ISBN 80-86724-00-X

BERÁNEK, J.: *Provozujeme pohostinství a ubytování*. Praha: MAG Consulting, 2004. ISBN 80-86724-02-6

BOUČKOVÁ, J. a kol., *Marketing.* Praha: C. H. Beck, 2003. ISBN 80-7179-577-1

ČECH, J.: *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: Idea servis, 1998. ISBN 80-85970-19-8

ČERNÝ, J., KRUPIČKA, J.: *Moderní hotel*. Úvaly: Ratio, 2007. ISBN 80-86351-07-6

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

DRÁBEK, K., *Trasy a stezky*. Praha: Dokořán, 2005. ISBN 80-7363-044-3

HESKOVÁ, M. a kol.: *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948- 3

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

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

INDROVÁ J.: *Hotelový management (Vybrané kapitoly).* Praha: VŠE, 1996. ISBN 80-7079-750-9

INDROVÁ, J., MALÁ, V. a kol.: *Cestovní ruch*. Praha: Vysoká škola ekonomická, Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0799-4

INDROVÁ, J., PETRŮ, Z., VAŠKO, M.: *Podnikatelská činnost ve stravování a hotelnictví*. Praha: VŠE, 1996. ISBN 80-7079-739-8

KIRAL´OVÁ, A.: *Marketing hotelových služeb*. Praha: Ekopress, 2002. ISBN 80-86119-44-0

KOTLER, P., ARMSTRONG, G.: *Marketing*. Praha: Grada, 2004. ISBN 80-247-0513-3

LIŠKA, J.: *Podnikatelská činnost ve společném stravování a hotelnictví*. Brno: Vydavatelství Masarykovy univerzity, 1995. ISBN 80-210-1238-2

LOŽEK, V., KUBÍKOVÁ J., ŠPRYŇAR J. a kol.: *Střední Čechy*. Brno: Agentura ochrany přírody a krajiny ČR a EkoCentrum Brno, 2005. ISBN 80-86064-87-5

Management Consulting Group, s.r.o.: *Pohostinství pro cestovní ruch*. Praha: MMR, 2008.

MALÁ, V.: *Cestovní ruch: vybrané kapitoly*. Praha: VŠE, 1999. ISBN 80-7079-443-7

MASNIKOSOVÁ, P., KUZIM, R.:*Marketing služeb a aspekty přepravy*. Praha: MMR, 2007.

METZ, R., GRÜNNER, H., KESSLER, T.: *Restaurace a host*. Praha: Europa – Sobotáles cz., 2008. ISBN 978-80-86706-18-4

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

MLEJNKOVÁ, L.: Služby společného stravování. Praha: Oeconomica, 2005. ISBN 80-245-0870-

PARMOVÁ, D.: *Provoz služeb v cestovním ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2003. ISBN 80-7040-611-9

PETRŮ, Z.: *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea servis, 2007. ISBN 80-85970-29-5

PETRŽELOVÁ, J. *Encyklopedie ekonomických a právních pojmů pro školy a veřejnost. 1.vyd*. Praha: Linde Praha, 2007. 288 s. ISBN 978-80-7201-643-3

PODHORSKÝ, M., *Středočeský kraj a Praha*. Praha: Freytag & Berndt, 2002. ISBN 80-7316-031-5

RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch*. Brno: Brno International business school, 2005. ISBN 80-86-575-92-6

STÁREK, V., VACULKA, J.: *Ubytovací úsek v oblasti cestovního ruchu*. Praha: MMR 2008

VANÍČEK, J., KŘESŤAN, V., *Marketing cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2006.

8.2 Internetové zdroje

Český statistický úřad [online]. [cit. 2011-03-05]. Dostupné z: <http://www.czso.cz>

Hotel Asia [online]. [cit. 2011-03-15]. Dostupné z: < www.hotelhajek.cz>

Hotel Belvedere Příbram [online]. [cit. 2011-03-05]. Dostupné z: <http://www.belvedere-hotel.cz>

Hotel Hájek [online]. [cit. 2011-03-15]. Dostupné z: < http://www.hotel-hajek-pribram.abc-ubytovani.net>

Hotel Modrý Hrozen [online]. [cit. 2011-03-15]. Dostupné z: <http://www.modryhrozen.cz>

Hotel Na Marjánce Příbram [online]. [cit. 2011-03-05]. Dostupné z: <http://www.namarjance.cz>

Hotely, penziony v České republice [online]. [cit. 2011-03-29]. Dostupné z: <http://www. hotely.cz>

Informační server Příbramska [online]. [cit. 2011-03-10]. Dostupné z: <http://www.pribramsko.eu>

Lodní doprava Quarter [online]. [cit. 2011-03-06]. Dostupné z: <http://www.lodnidopravaorlikslapy.cz >

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2010 – 2012 [online]. [cit. 2011-03-05]. Dostupné na: <http://www.mmr.cz>

Oficiální stránky města Příbram [online]. [cit. 2011-03-05]. Dostupné z: <http://www.pribram-city.cz>

Penzion Coupé Příbram [online]. [cit. 2011-03-05]. Dostupné z: <http://www.penzioncoupe.cz>

Sportovní zařízení města Příbram [online]. [cit. 2011-03-05]. Dostupné z: <http://www.szm.pb.cz>

Welltor hotel a wellness centrum [online]. [cit. 2011-03-05]. Dostupné z: <http://www.welltor.cz>

8.3 Použité informační materiály

Hornické muzeum Příbram. Praha: Krajský úřad v Praze, 2007.

Kam v Příbrami za kulturou. Příbram: MÚ Příbram, 2008.

Památník Antonína Dvořáka ve Vysoké u Příbrami. Praha: Krajský úřad v Praze, 2007.

Příbram. Příbram: MÚ Příbram, 2008.

Příbramsko. Příbram: Adjust Art, 2010.

9 Přehled použitých zkratek

AHR ČR – Asociace hotelů a restaurací České republiky

ATIC ČR - Asociace turistických informačních center ČR

CR - Cestovní ruch

IPRM - Integrovaný plán na rozvoj města

JIM - Jihomoravský kraj

MHD - Městská hromadná doprava

NUTS - Nomenklatura územních statistických jednotek

OL - Olomoucký kraj

ORP - Obec s rozšířenou působností

T.G.M. - Tomáš Garrigue Masaryk

TIC - Turistické informační centrum

UNIHOST - Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách ČR.

UNWTO – United Nations World Tourism Organisation (Světová organizace cestovního ruchu

VÚ - Vojenský újezd

WiFi - Wireless fidelity (bezdrátová věrnost)

ZL - Zlínský kraj

10 Seznam schémat, tabulek, obrázků a grafů

10.1 Seznam schémat

Schéma č. 1 – Struktura služeb v cestovním ruchu

Schéma č. 2 – Organizace hotelového provozu

Schéma č. 3 – Organizační struktura hotelu Hájek

10.2 Seznam tabulek

Tabulka č. 1 – Základní rozdělení veřejných ubytovacích zařízení do kategorií a tříd dle Ministerstva obchodu a cestovního ruchu ČR z roku 1991

10.3 Seznam obrázků

Obrázek č. 1 – Správní obvod obce s rozšířenou působností Příbram

10.4 Seznam grafů

Graf č. 1 – Mezi jaký segment zákazníků patříte?

Graf č. 2 - Do jaké věkové skupiny patříte?

Graf č. 3 - Jakým způsobem jste se dopravili do této oblasti?

Graf č. 4 - Z jaké oblasti České republiky pocházíte?

Graf č. 5 – Jaký je účel Vaší cesty?

Graf č. 6 – Jaký je cíl Vaší cesty – Kulturně-historické atraktivity?

Graf č. 7 – Jaký je cíl Vaší cesty – Rekreace?

Graf č. 8 – Jaký je cíl Vaší cesty – Sport?

Graf č. 9 – Jaká je délka Vašeho pobytu?

Graf č. 10 – Jak jste spokojeni s personálem ubytovací části hotelu?

Graf č. 11 – Jak jste spokojeni s vybavením pokoje a se sociálním zařízením?

Graf č. 12 – Jaké vybavení chybí?

Graf č. 13 – Jak jste spokojeni s pokrmy a nápoji v restauraci?

Graf č. 14 – Jak jste spokojeni s personálem stravovací části ubytovacího zařízení?

Graf č. 15 – Jak jste spokojeni se službami ubytovacího zařízení?

Graf č. 16 – Které služby postrádáte?

Graf č. 17 – Jste spokojeni s cenou ubytovacího zařízení za noc?

Graf č. 18 – Byli byste ochotni tolerovat vyšší cenu ubytování za více poskytnutých služeb?

Graf č. 19 – Jak jste se dozvěděli o hotelu Hájek?

Graf č. 20 – Doporučíte hotel Hájek přátelům či příbuzným?

Graf č. 21 – Co se Vám líbí v oblasti Příbramsko?

Graf č. 22 – Co se Vám nelíbí v oblasti Příbramsko?

11 Seznam příloh

Příloha č. 1 – Seznam ubytovacích zařízení na Příbramsku

Příloha č. 2 – Dotazník

Příloha č. 3 – Řízený rozhovor s pracovnicí TIC

Příloha č. 4 – Řízený rozhovor s majitelkou hotelu Hájek

Příloha č. 5 – Fotogalerie hotelu Hájek

Příloha č. 6 – Kalkulace Balíčku Asijský tygr

Příloha č. 1: Seznam ubytovacích zařízení na Příbramsku (zdroj: zpracováno podle ČSU)

Seznam ubytovacích zařízení **Bohostice**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
TÁBOŘIŠTĚ LAVIČKY	Bohostice, 55	Kemp	letní provoz	10 a méně	51 až 100	2110183

Seznam ubytovacích zařízení **Bohutín**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
UBYTOVNA VYSOKÁ PEC	Bohutín, Vysoká Pec 193	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	11 až 50	žádné	8090379

Seznam ubytovacích zařízení **Březnice**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
HOTEL RESORT EQUITANA	Březnice, Martinice, 1	Hotel ****	celoroční provoz	51 až 100	žádné	2110410
HOTEL VLČAVA	Březnice, Náměstí 68	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110046
HOTEL MĚSTSKÝ PIVOVAR	Březnice, Rožmitálská 23	Hotel **	celoroční provoz	10 a méně	žádné	2110075
PENZION NA ZELENÉ	Březnice, Náměstí 66	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné	2110190
DOMOV MLÁDEŽE VOŠ A SOŠ	Březnice, Rožmitálská 340	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110151

Seznam ubytovacích zařízení **Dubenec**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
MOTEL HALDA	Dubenec, 82	Hotel *	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110005

Seznam ubytovacích zařízení **Hvožďany**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
REKREAČNÍ ZAŘÍZENÍ KYMEVO	Hvožďany, Roželov,	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	letní provoz	11 až 50	žádné	2110261

Seznam ubytovacích zařízení **Chraštice**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
ČS CHRAŠTICE	Chraštice, 64	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	žádné	2110175

Seznam ubytovacích zařízení **Jince**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
HOTEL ERMI	Jince, Královky 197	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110415

Seznam ubytovacích zařízení **Kamýk nad Vltavou**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
RESTAURACE U HEROLDŮ	Kamýk nad Vltavou, Velká, 12	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné	2110169
REKREAČNÍ STŘEDISKO KAMÝK NAD VLTAVOU	Kamýk nad Vltavou, 122	Chatová osada	letní provoz	11 až 50	žádné	2110363
PENZION PATÁK	Kamýk nad Vltavou, 25	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	letní provoz	10 a méně	žádné	2110403

Seznam ubytovacích zařízení **Láz**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
PENSION KUNC I A II	Láz, 215	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné	2110104

Seznam ubytovacích zařízení **Milín**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
HOTEL U MILÍNA	Milín, 354	Hotel ****	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110416

Seznam ubytovacích zařízení **Ohrazenice**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
LETNÍ STANOVÝ TÁBOR TRILOBIT	Ohrazenice, 35	Kemp	letní provoz	10 a méně	51 až 100	2110187

Seznam ubytovacích zařízení **Příbram**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
HOTEL BELVEDERE	Příbram, Příbram VII, Legionářů 401	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110028
HOTEL HÁJEK	Příbram, Příbram VII, Generála Kholla 180	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110155
HOTEL MODRÝ HROZEN	Příbram, Příbram I, náměstí T.G.Masaryka 143	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110172
HOTEL WELLTOR	Příbram, Brodská 140	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110412
HOTEL ZIMNÍ STADION	Příbram, Příbram VII, Legionářů 378	Hotel **	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110136
HOTEL NA MARJÁNCE	Příbram III, Mixova 211	Hotel **	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110413
HOTEL U MĚSTA PŘÍBRAMI	Příbram IV, Československé armády 27	Hotel *	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110170
HOTEL PLAVECKÝ BAZÉN	Příbram VII, Legionářů 378	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné	2110071
PENZION DLOUHÁ	Příbram, Příbram III, Dlouhá 96	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné	2110396
PENZION SEBASTOPOL	Příbram II, Balbínova 57	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné	2110411
PENZION COUPÉ	Příbram IV, Čs. armády 146	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné	2110414
PENSION VALEŠINKA	Příbram, Na Valešince 175	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	žádné	2110276

Seznam ubytovacích zařízení **Rožmitál pod Třemšínem**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
HOTEL U BÍLÉHO LVA	Rožmitál pod Třemšínem, Havlíčkova 178	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110159
PENZION NESVAČILY	Rožmitál pod Třemšínem, Nesvačily, 18	Penzion	letní provoz	11 až 50	žádné	2110267
UBYTOVNA	Rožmitál pod Třemšínem, U stadionu 121	Turistická ubytovna	celoroční provoz	10 a méně	žádné	2110351
PENSION - CAMP DUHA	Rožmitál pod Třemšínem, Hutě pod Třemšínem, 74	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110210
KYMEVO	Rožmitál pod Třemšínem, 148	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	letní provoz	11 až 50	žádné	2110236

Seznam ubytovacích zařízení **Solenice**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
HOTEL KOSTÍNEK	Solenice, 104	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110265
HOTEL SOLENICE	Solenice, 98	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110282
UBYTOVNA ANNA	Solenice, 33	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné	2110371
HOTEL BOHEMIA	Solenice, 43	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2110388

Seznam ubytovacích zařízení **Starosedlský Hrádek**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
HOTEL STAROSEDLSKÝ HRÁDEK	Starosedlský Hrádek, 1	Hotel ****	celoroční provoz	11 až 50	žádné	2113007

Seznam ubytovacích zařízení **Tochovice**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
PENSION HELLIOS	Tochovice, 7	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné	2110192
KEMP	Tochovice, Hořejany, 3	Kemp	letní provoz	10 a méně	11 až 50	2110327

Seznam ubytovacích zařízení **Věšín**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
REKREAČNÍ STŘEDISKO VĚŠÍN	Věšín, 170	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	letní provoz	11 až 50	žádné	2110417

Seznam ubytovacích zařízení **Zalužany**

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
DĚTSKÝ TÁBOR RAČÍ LOM	Zalužany, 2	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	letní provoz	11 až 50	žádné	2110161

Příloha č. 2: Dotazník hostům hotelu Hájek

Dobrý den,

jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a v rámci své bakalářské práce na téma „Analýza činnosti ubytovacího zařízení ve vztahu k cestovnímu ruchu" provádím dotazníkové šetření. Cílem tohoto šetření je zjistit spokojenost zákazníků s kvalitou ubytovacích služeb v oblasti Příbramska.

Proto Vás prosím o vyplnění následujícího dotazníku. Vaše odpovědi budou anonymní.

Děkuji za pomoc

Iveta Večerková

Označte prosím křížkem možnost, která Vám nejvíce vyhovuje.

1. Mezi jaký segment zákazníků patříte?
   - ☐ Jednotlivec
   - ☐ Pár
   - ☐ Pár s dětmi
   - ☐ Skupina přátel
   - ☐ Jiné .....

2. Do jaké věkové skupiny patříte?
   - ☐ Do 20 let
   - ☐ 20 – 30 let
   - ☐ 30 – 50 let
   - ☐ 50 a více

3. Jakým způsobem jste se dopravili do této oblasti?
   - ☐ Auto
   - ☐ Vlak
   - ☐ Autobus
   - ☐ Jiný……..

4. Z jaké oblasti České republiky pocházíte?
   - ☐ Střední Čechy, Praha
   - ☐ Jižní Čechy

- ☐ Západní Čechy
- ☐ Severní Čechy
- ☐ Východní Čechy
- ☐ Vysočina
- ☐ Jižní Morava
- ☐ Střední Morava
- ☐ Severní Morava a Slezsko
- ☐ Jiné …….

5. Jaký je účel Vaší cesty?
   - ☐ Rekreace
   - ☐ Poznání
   - ☐ Návštěva přátel, příbuzných
   - ☐ Služební cesta
   - ☐ Kongres
   - ☐ Obchod
   - ☐ Jiný…….

6. Jaký je cíl Vaší cesty? (Může být i více odpovědí.)

   KULTURNĚ-HISTORICKÉ ATRAKTIVITY
   - ☐ Hornické muzeum, Příbram
   - ☐ Svatá Hora, Příbram
   - ☐ Památník Vojna, Příbram
   - ☐ Památník Antonína Dvořáka, Vysoká u Příbrami
   - ☐ Zámeček Strž u Staré Huti
   - ☐ Zámek v Březnici
   - ☐ Zámek Dobříš
   - ☐ Zámek Orlík
   - ☐ Jiné …….

   REKREACE
   - ☐ Poznávání přírody
   - ☐ Procházky
   - ☐ Plavání, koupání
   - ☐ Wellness

   SPORT

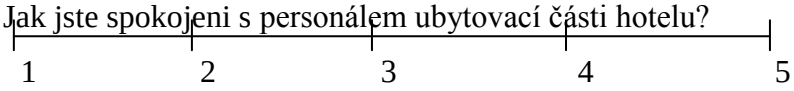
- ☐ Pěší turistika
- ☐ Cykloturistika
- ☐ Mototuristika
- ☐ Vodní sporty

JINÉ…….

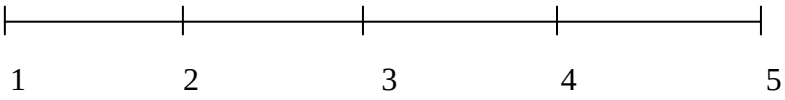
7. Jaká je délka Vašeho pobytu?
   - ☐ 1-2 dny
   - ☐ 3 dny
   - ☐ 4-7 dní
   - ☐ 8-14 dní
   - ☐ 15 dní a víc

Vyznačte na ose (1-nejlepší, 5-nejhorší)

8. Jak jste spokojeni s personálem ubytovací části hotelu?



9. Jak jste spokojeni s vybavením pokoje a se sociálním zařízením?

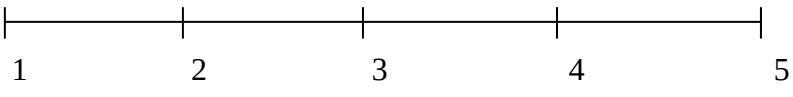


10. Jaké vybavení chybí?

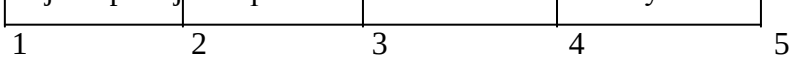
……

……

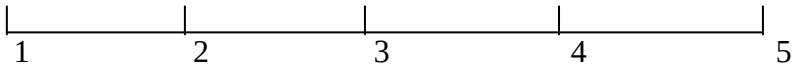
11. Jak jste spokojeni s pokrmy a nápoji v restauraci?



12. Jak jste spokojeni s personálem stravovací části ubytovacího zařízení?



13. Jak jste spokojeni se službami ubytovacího zařízení? (kosmetické studio Charlie, úschovna cenných předmětů, praní, žehlení, informační služby, zajištění kulturních a turistických akcí, internet)



14. Které služby postrádáte?

……

……

15. Jste spokojeni s cenou ubytovacího zařízení za noc?

- ☐ Ano
- ☐ Spíše ano
- ☐ Spíše ne
- ☐ Ne

16. Byli byste ochotni tolerovat vyšší cenu ubytovaní za více poskytnutých služeb?

- ☐ Ano
- ☐ Ne

17. Jak jste se dozvěděli o hotelu Hájek?

- ☐ Internet
- ☐ Rádio, televize
- ☐ Informační centrum
- ☐ Doporučení od přátel, příbuzných
- ☐ Náhodou

18. Doporučíte hotel Hájek přátelům či příbuzným?

- ☐ Ano
- ☐ Ne

19. Co se Vám líbí/nelíbí v oblasti Příbramsko?

……

……

……

……

Příloha č. 3: Řízený rozhovor s pracovnicí TIC

1. *Jaký segment zákazníků nejvíce navštěvuje Příbramsko?*
    - Pár

2. *Jaká věková skupina nejčastěji navštěvuje Příbramsko?*
    - 30 – 50 let

3. *Jakým způsobem se návštěvníci nejčastěji dopravují do Příbrami?*
    - Pomocí kombinované dopravy (vlak, autobus)

4. *Z jaké oblasti sem přijíždí nejvíce turistů?*
    - Střední Čechy, Praha
    - Jižní Morava
    - Jiné - přes léto Příbram navštěvují cizinci (Holanďané, Američané, Němci, Rakušané)

5. *Jaká je nejčastější délka pobytu turistů?*
    - 1 – 2 dny

6. *Jaký je účel cesty turistů?*
    - Poznání

7. *Jaký je nejčastěji cíl cesty turistů?*
    - Kulturně – historické atraktivity – Svatá Hora a Hornické muzeum
    - Rekreace - poznávání přírody (VÚ Brdy, procházky)
    - Sport - pěší turistika, cykloturistika, je velká poptávka po cyklotrasách a cyklostezkách

8. *Na jaké informace se nejvíce turisté ptají?*
    - Nejčastěji je zajímá doprava na konkrétní místo a možnosti stravování a ubytování ve městě.

9. *Jaké procento z návštěvníků Příbrami zde přespává?*
    - Bohužel takové informace nemáme.

10. *Které ubytovací zařízení na Příbramsku hosté nejvíce využívají a proč?*
    - Do TIC přicházejí nejvíce pěší turisté, kteří požadují levnější ubytování. Nejčastěji je využíván hotel Belveder z důvodu nižší ceny za ubytování za noc a přítomnosti bezbariérového vstupu. Velmi využíván je také

hotel Na Marjánce, který disponuje úschovnou kol a je v blízkosti centra města. Z penzionů je nejvíce využíván penzion Coupé, je cenově nejpřijatelnější a nachází se v blízkosti autobusového a vlakového nádraží.

11. *Co nejvíce ovlivňuje turisty při výběru ubytovacího zařízení a jaké mají požadavky na ubytovací zařízení?*
    - Turisty nejvíce ovlivňuje cena, požadavky se vztahují hlavně na vybavení pokoje, kde požadují základní vybavení, a to přítomnost sociálního zařízení na pokoji a TV. Cyklisté požadují úschovnu kol.

12. *Jaké služby v ubytovacím zařízení hostům nejvíce chybí?*
    - Nejčastěji hosté postrádají připojení k internetu.

13. *Požadují hosté restauraci, jako součást ubytovacího zařízení?*
    - Spíše ne, ale chtějí zajištění alespoň snídaní. Samozřejmostí by mělo být vybavení každého pokoje lednicí.

14. *Na co si na Příbramsku turisté nejvíce stěžují?*
    - Je zde minimální počet in-line dráh, cyklistické trasy nejsou dokončené. O víkendu je zde velmi malý počet otevřených stravovacích zařízení.

Příloha č. 4: Řízený rozhovor s majitelkou hotelu Hájek

1. *Jaký segment zákazníků nejvíce navštěvuje hotel Hájek?*
    - Jednotlivec, několikrát do roka hotel navštíví firemní či školní skupiny z důvodu exkurze

2. *Jaká věková skupina nejčastěji navštěvuje hotel Hájek?*
    - 30 – 50 let

3. *Jakým způsobem se návštěvníci nejčastěji dopravují do hotelu Hájek?*
    - Auto

4. *Z jaké oblasti sem přijíždí nejvíce turistů?*
    - Střední Čechy a moravské kraje

5. *Jaká je nejčastější délka pobytu turistů?*
    - 3 dny

6. *Jaký je účel cesty turistů?*
    - Služební cesta, školení
    - Obchod

7. *Projevuje se u Vás sezonní vliv? Kdy přijíždí nejvíce turistů? Jak bojujete proti sezonnosti?*
    - Sezonní vliv se spíše neprojevuje, protože Příbram není velká turistická oblast. Přijíždí k nám hlavně návštěvníci z pracovních důvodů, kteří jezdí po celý rok.

8. *Plánujete nakoupit do pokojů nějaké nové vybavení?*
    - V první řadě se chystáme vymalovat veškeré ubytovací prostory, nákup nových matrací či celých postelí. Pokud po těchto úpravách bude dostatek financí, zajistíme do každého pokoje lednici, nové osvětlení a do koupelen nakoupíme vysoušeče vlasů, přibudou police a věšáčky na ručníky.

9. *Plánujete poskytovat hotelovým hostům nějaké nové služby?*
    - Od dubna 2011 bude fungovat nové fitness centrum, které jsme vystavěli v prostorách bývalých skladů.

10. *Hosté postrádají toto vybavení na pokojích. Můžete se k tomu vyjádřit?*

- Lednice – plánujeme doplnit
- Kvalitnější sprchový kout – není dostatek financí
- Minibar – plánujeme doplnit
- Kvalitnější postel - plánujeme doplnit
- Noční lampička - plánujeme doplnit
- Věšáčky na ručníky - plánujeme doplnit
- Rozšířené TV stanice – již jsou zavedeny
- Obrazy – na každém pokoji je minimálně 1 obraz
- Hudební zdroj – z důvodů poničení a krádeží bylo toto vybavení odstraněno z pokojů
- Stůl a židle – v každém pokoji je stůl a křeslo
- Skleničky a šálky – skleničky jsou na pokojích, šálky jsou k dispozici v hotelové restauraci
- Klimatizace – zavedení je velmi finančně náročné
- Rychlovarná konvice - z důvodů poničení a krádeží bylo toto vybavení odstraněno z pokojů
- Fén - plánujeme doplnit
- Mikrovlnka – není na pokojích potřeba
- Kvalitnější ložní prádlo – ložní prádlo je nové

11. Hosté postrádají tyto služby:

- Hlídané parkoviště – funguje kamerový systém, hlídání parkoviště je velmi finančně náročné, pokud hosté požadují hlídané parkoviště, mohou svůj automobil odvézt na hlídané parkoviště u obchodního domu Billa
- Sauna – finančně velmi náročné
- Fitness – bude v provozu od dubna 2011
- Bazén – nejsou prostory pro vybudování bazénu
- Donáška jídla na pokoj – etážová služba funguje
- Dětský koutek – nebyl by využíván
- Výtah – na výstavbu výtahu nejsou zatím finance, ale v objektu se výtah nachází. Využívají ho především zaměstnanci, ale je samozřejmě možné, aby ho využili i hosté, kteří jsou pohybově omezeni či mají velké množství zavazadel.

12. Jaká je marketingová komunikace hotelu?

- Spolupracujeme s příbramským informačním centrem, které plánuje vytvořit nové informační materiály včetně nabídky ubytovacích zařízení. Dále provozujeme dvoje internetové stránky, z toho důvodu, že někteří zákazníci znají hotel pod názvem Asia, nechali jsme v provozu i staré

webové stránky. Také spolupracujeme s cestovní agenturou Avarenta a.s., která vlastní webové stránky Hotely. cz, kde mohou zákazníci najít veškeré informace o hotelu a mohou si pokoje zarezervovat. Za tuto propagaci poskytujeme CA Avarenta a.s. provizi ve výši 14 % z ceny ubytování.

Příloha č. 5: Fotogalerie hotelu Hájek

Venkovní pohled na hotel Hájek

Vstup do kosmetického studia Charlie

Hotelová chodba

Hotelový pokoj

Japonská zahrada

Hotelová restaurace

Příloha č. 6 – Kalkulace balíčku Asijský tygr (výpočet ceny a očekávaný zisk, zdroj: vlastní)

Kalkulace celkové ceny v případě, že si hosté nakoupí veškeré služby zvlášť						
	náklad	marže		cena bez DPH	sazba DPH	cena vč. DPH
	Kč	%	Kč	Kč	%	
2x noc	615	30	185	800	10	880
2x polopenze	363	60	218	580	20	696
1x masáž	214	40	86	300	20	360
1x jóga	38	30	12	50	10	55
1x fitness	40	25	10	50	10	55
Celkem	1271	40	509	1780		2046
Kalkulace ceny balíčku						
2x noc	615	30	185	800	10	880
2x polopenze	363	30	109	471	20	566
1x masáž	214	30	64	279	20	334
1x jóga	38	30	12	50	10	55
1x fitness	40	30	12	52	10	57
Celkem	1271	30	381	1652		1892
Sleva	0		128	128		154

OČEKÁVANÝ ZISK				
Všechny služby využívá před zavedením balíčku (ideální stav):	100	%	40	%
Celkový počet lůžek hotelu Hájek	32		32	
Obsazenost před zavedením balíčku	35	%	35	%
Počet obsazených lůžek	11		11	
Z toho využívá ostatní služby	11		4	
Zisk stávající	5705		3523	
Všechny služby využívá po zavedení balíčku (ideální stav):	100	%	70	%
Obsazenost po zavedení balíčku	42	%	42	%
Počet obsazených lůžek	13		13	
Z toho využívá balíček	13		9	
Zisk očekávaný	5123		4331	
Rozdíl zisku	-582		808	