

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu

Petra MALÁČOVÁ

UBYTOVÁNÍ V ČR A MODERNÍ TRENDY V
UBYTOVÁNÍ

Hotel accommodation in the Czech Republic and modern trends in hotels

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.

Brno, 2015

Jméno a příjmení autora: Petra Maláčová

Název bakalářské práce: Ubytování v ČR a moderní trendy v ubytování

Název bakalářské práce v AJ: Hotel accommodation in the Czech Republic and modern trends
in hotels

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.

Rok obhajoby: 2015

Anotace:

Tématem bakalářské práce je Ubytování v hotelích v ČR a moderní trendy v ubytování. V teoretické části se bakalářská práce zabývá historií hotelnictví od dob řecké mytologie až po novodobou historii. Dále se zaměřuje na vzhled hotelu v dnešní době, což znamená, že se zabývá dělením a kategorizací ubytovacích zařízení podle stanovených norem. Není vynechaná ani klasifikace hotelů, která je rozebrána od historie až po současnost. Dále se bakalářská práce zaměřuje na vznik hotelových řetězců, jak ve světě, tak v České republice. Praktická část bakalářské práce pojednává o 3D vizualizaci hotelového pokoje a jeho předělání podle novodobé architektury a moderních trendů v ubytování.

Klíčová slova: architektura, historie, hotel, trend, ubytování

Annotation:

Topic of the bachelor thesis is the Accommodation in hotels in the Czech Republic and modern trends in accommodation. The theoretical part of the thesis deals with hotel history since the days of the Greek mythology to modern history. The bachelor thesis is also focused on nowadays hotel's appearance, which means that it deals with division and categorization of the accommodation facilities. Even the classification of hotels is not missing and it is analyzed since the history to the present. Furthermore, the bachelor thesis focuses on the establishment of the hotel chains, both in the world and in the Czech Republic. The practical part of the bachelor thesis deals with 3D visualization of the hotel room and its remake along the modern architecture and modern trends in accommodation.

Key words: architecture, history, hotel, trend, accommodation

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci *Ubytování v ČR a moderní trendy v ubytování* vypracovala samostatně pod vedením *Ing. Zdeňka Málka, Ph.D.* a uvedla v ní všechny použité literární a jiné odborné zdroje v souladu s aktuálně platnými právními předpisy a vnitřními předpisy Vysoké školy obchodní a hotelové.

V Brně dne: 17. 4. 2015

vlastnoruční podpis autora

Na tomto místě bych ráda poděkovala panu Ing. Zdeňku Málkovi, Ph.D a Ing. Janu Hanouskovi za cenné informace, které mi dopomohly ke vzniku bakalářské práce. Dále chci poděkovat rodině za podporu.

OBSAH

Obsah	6
Úvod	9
I. Teoretická část.....	10
1 Historie hotelnictví.....	11
1.1 Hotelnictví v dobách řecké mytologie	11
1.2 Hotelnictví ve starověkém Římě	11
1.3 Hotelnictví ve středověku.....	12
1.4 Novodobá historie hotelnictví	12
2 Vývoj hotelnictví v České republice	13
2.1 Lázeňství	13
3 Hotel v dnešní době.....	15
3.1 Dělení a kategorizace ubytovacích zařízení	15
3.2 Kategorie ubytovacích zařízení	16
3.3 Klasifikace ubytovacích zařízení.....	16
3.3.1 Historie klasifikace.....	17
3.3.2 Klasifikace ubytovacích zařízení – rozdělení do tříd	17
3.4 Certifikace a klasifikační znaky	18
3.4.1 Postup při certifikaci	18
4 Služby ubytovacích zařízení.....	20
5 Hotelové řetězce	22
5.1 Vznik hotelových řetězců.....	22

5.2	Hotelové řetězce v České republice	23
6	Cílový zákazník.....	24
7	Architektura a její význam v dějinách.....	26
7.1	Architektura 21.století	26
7.2	Počátky moderní architektury	26
7.3	Domy 21. Století	27
7.4	Architektura budoucnosti	27
	SHRNUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI.....	28
II.	Praktická část.....	29
8	HOTEL ALLVET	30
8.1	Obecné informace	30
8.2	Organizační struktura	31
8.3	Historie	31
8.4	Současnost.....	32
8.5	SWOT analýza	33
8.6	Step analýza.....	34
8.7	Segmentace trhu a zákazníci	35
8.8	Návštěvnost hotelu	36
8.9	Služby.....	37
8.10	Kalkulace pobytu.....	38
8.11	Budoucnost hotelu Allvet.....	38
9	Návrhová část.....	40
9.1	3D Vizualizace hotelového pokoje	40
9.2	Původní vzhled hotelového pokoje	40

9.3	Výstup 3D vizualizace	41
9.4	Kalkulace.....	42
9.4.1	Dotazník	43
9.4.2	Moderní trendy v ubytování	44
9.5	Další návrhy na zlepšení chodu hotelu.....	45
9.6	Návrh slevových balíčků.....	47
	Závěr.....	49
	Použité zdroje	50
	Seznam obrázků.....	52
	Seznam tabulek.....	53
	Seznam grafů	54
	Seznam zkratk.....	55
	Seznam příloh	56

ÚVOD

Vznik ubytovacích zařízení jako takových, je velmi úzce spojen se vznikem výměnného obchodu. Obchodníci, kteří putovali za výměnným obchodem, využívali ubytovacích služeb velmi často, byl to jejich prostor pro základní potřeby, do kterých můžeme zařadit například stravu, spánek a odpočinek. Bez těchto zařízení by jejich cesty nemohly být realizovány. Avšak v minulosti byla ubytovací zařízení dočista jiná, než jak je tomu dnes. Cestující se spoléhali především na tehdejší krčmy, zájezdní hostince a trhovní dvory.

I když je v dnešní době nespočet dopravních prostředků, kterými se lidé mohou přemísťovat z bodu A do bodu B velmi rychle, je stále ubytování na cestách jejich nezbytnou součástí. Nároky cestujících velmi stouply, co se týká hygieny, dostupnosti, stravování a soukromí. Požadavky však vzrostly i v oblasti doplňkových služeb, jako jsou například služby volnočasové, konferenční, zábavní a další. I když se hotelnictví přesunulo do kategorie multioborového a velmi složitého procesu podnikání, podstata zůstává stejná. Člověk, tedy cestovatel od cestování očekává úplně to stejné, jako tomu bylo před několika tisíci lety, tedy odpočinek, jídlo a bezpečí.

Cestovní ruch se stal nedílnou součástí většiny zemí na světě. Ovlivňuje kulturní, ekonomické i sociální a politické vazby. Do efektivního provozování hotelu je zapojeno mnoho osob s vysoce odborným a profesionálním přístupem. Mezi tyto osoby můžeme zařadit například architektky, designery, znalce financí a kultury, a podobně.

V teoretické části bakalářské práce je cílem zpracovat literární rešerši o moderních prvcích ubytování současných hotelů a jejich praktické využití v ČR na základě literární rešerše z odborné literatury.

Cílem bakalářské práce je analyzovat současný stav implementace moderních trendů v rámci ubytování v moderních hotelích. V návrhové části bakalářské práce je cílem navrhnout u konkrétního hotelového zařízení možnosti změn a případné přidání nových prvků aplikovaných do současných podmínek, nebo zcela nové části ubytovacího komplexu v souladu s částí analytickou.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 HISTORIE HOTELNICTVÍ

Již od starověku se lidé neboli cestující vydávali na cesty ať už obchodní, studijní, vojenské či jiné. V minulosti bylo cestování velmi složité, jelikož byli cestující vystaveni přírodním živlům, mezi které můžeme zařadit například nemoci, mrazy, sucha, bouře i bezvětrí. Většina lidí v té době cestovala pěšky nebo koňmo. Avšak na každé cestě museli vyřešit problém - a to najít během cesty ubytování se stravou. Hledali ubytování skromnější, ale aby zahrnovala oba požadavky, jak ubytování, tak i stravu. Oba požadavky mají svoji historii, která se odráží v stupni hospodářského vývoje, politických událostech, ale i kulturní úrovni společnosti. [8]

1.1 Hotelnictví v dobách řecké mytologie

Již v dobách řecké mytologie jsou projevy pohostinnosti zařazovány mezi pojmy dosahující božské záře. V řecké mytologii byli bohové skutečným vyobrazením pohostinnosti. Například Homér ve své Odysee dává odkaz na posvátnost osobnosti hosta. V antické době bylo cestování velmi symbolické a mytologicky podložené. V dobách řecké mytologie bylo procestováno mnoho zajímavých míst, mezi které můžeme zařadit například Střední Orient, Mezopotámii nebo Olymp. [4]

1.2 Hotelnictví ve starověkém Římě

Již od 3.stol. př.n.l. začali Římané budovat silniční síť, která perfektně spojovala přístavy a hospodářská centra. Důvody k výstavbě této sítě byly strategické, správní a samozřejmě hospodářské. Podle nařízení císaře byly podél hlavních cest vystavěny poštovní stanice, kde všichni, kdo cestovali v rámci říše, mohli nalézt ubytování a občerstvení. Zájezdní hostince, které se nacházely skoro ve všech větších městech, v té době neměly dobrou pověst. V těchto hostincích se provozovaly různé zábavy, mezi které například patřilo hraní kostek. Hostince většinou provozovali orientálci. Bylo zde nečisto a víno se zde ředilo s vodou. [8]

1.3 Hotelnictví ve středověku

Ve středověku měly své zadostiučinění v rozvoji hotelnictví především kostely a kláštery. Díky nim pohostinnost v té době rozkvétala. Podle pravidel svatého Benedikta, musely být kláštery vybaveny dvěma kuchyněmi. Jedna sloužila k přípravě pokrmů pro mnichy a ta druhá pro cestující. Na cestující se myslelo už při stavbě kostelů a klášterů. V průběhu celého středověku se vytvářely různé podoby útulků neboli náhradních domovů pro lidstvo. Tyhle útulky byly vytvářeny v průsmycích alpských stěn. Z této pozice bylo co nejjednodušší se dostat ke svatým místům. Například v roce 1234 byl založen útulek papežem Hadriánem I., ve kterém se podle doložených dokumentů „pečovalo o duše a těla lidí“. [7]

1.4 Novodobá historie hotelnictví

V Londýně roku 1774 byl otevřen první hotel. V New Yorku byl do provozu uveden hotel o něco později a to v roce 1794 a nesl název „City Hotel“. Od poloviny 19. Století se začal vyvíjet typ hotelu, který je pro nás známý dodnes. Hotely se začaly stávat jakousi „dominantou“ měst. Začaly se na nich uplatňovat architektonické zkušenosti. Hotely se většinou stavěly blízko přístavů nebo železnic, což je dobré strategické umístění. Při výstavbě nových hotelů se samozřejmě dbalo i na nové požadavky moderní doby. Hlavní dominantou hotelu se stala hala, neboli „foyer“. Další chloubou hotelu byla jídelna, která vnesla i kvalitní gastronomii do pokrmů, které byly hostům servírovány. V Evropě měl vliv na kvalitu ubytovacích služeb francouzský průvodce společnosti Michelin, který začal pravidelně vycházet po první světové válce. [8]

2 VÝVOJ HOTELNICTVÍ V ČESKÉ REPUBLICE

Historie vývoje ubytovacích zařízení je úzce spojena s rozvojem lázeňských oblastí od 2. poloviny 19. století. Ve 30. letech bylo vystavěno několik moderních hotelů, mezi které můžeme zařadit hotel Alcron, který se stal nositelem hotelové kultury. [13] [8]

V průběhu 2. světové války byl cestovní ruch velmi ovlivňován Svazem hoteliérů. V roce 1941 vznikl Svaz pro cizinecký cestovní ruch v Čechách a na Moravě, který vydržel až do roku 1948. Koncem 60. a začátkem 70. let se částečně nahradila míra zaostalosti v oboru. Avšak celý rozvoj hotelové sítě se týkal spíše zahraniční klientely. Nejvíce návštěvníků bylo z Polska, Maďarska a tehdejšího Sovětského svazu. Kolem roku 1990 všechny aktivity spojené s cestovním ruchem spadaly pod cestovní kancelář Čedok. Tato cestovní kancelář byla založena v roce 1920 a měla zastoupení ve více než 20 metropolích světa. Jelikož cestovní kancelář potřebovala ubytovací a stravovací kapacity, byla založena síť Interhotelů. Čedok na svoji dobu přinesl na trh novou kvalitu, formuloval standardizace ubytovacích zařízení, zaváděl nové pracovní postupy v systému obsluhy - jinými slovy zlepšil pověst oboru. [13] [8]

2.1 Lázeňství

V dnešní době je lázeňství jako takové nedílnou součástí cestovního ruchu. Je zahrnuto i do zdravotnictví všech zemí. Cílem lázeňství je léčení a prevence onemocnění, ale také relaxace a odpočinek. Avšak lázeňství nemělo vždy stejnou podobu. V dnešní době máme dva přístupy lázeňství, které zahrnují novodobé tendence jako je wellness, a tradiční lázeňství. Mezi zastánce tradičního lázeňství patří ti, kteří se domnívají, že lázeňská péče nemá význam, pokud je kratší jak 3 týdny. V dnešní době více převažuje zájem o wellness služby. Lidé vyhledávají preventivní léčebné pobyty. U pobytů wellness nehraje čas pobytu až takovou roli, protože i krátkodobá relaxace má pro tělo velký přínos. Příčinou vyhledávání krátkodobých pobytů je v dnešní době především nedostatek času. Do lázní u nás každoročně zavítá čím dál více hostů, jak ze zahraničí, tak i z celé ČR. České lázně si za dobu své existence dokázaly vytvořit velmi významné postavení jak v ČR, tak ve světě. Je tomu tak i díky přírodnímu bohatství, které se nachází blízko významných lázeňských resortů, jakými jsou zejména: Lázně Darkov, Lázně Luhačovice, Lázně Klimkovice a jiné. Zmíněné Lázně Darkov si oblíbili pacienti

z arabských zemí a to díky blahodárným účinkům jodobromové solánky, která má velmi dobrý vliv na nervový systém. Lázeňství v dnešní době již není vnímáno jen jako rekonvalescence pro seniory, ale spíše jako luxusní produkt, který klade důraz na wellness a beauty. Běžnou součástí jsou nové moderní produkty a formy léčení, jako jsou například thajské masáže, kryoterapie a mnoho dalších. [18]

3 HOTEL V DNEŠNÍ DOBĚ

V minulosti byl pojem hotel spojován se samostatně stojící budovou. Její architektura byla přizpůsobená k přechodnému pobytu hosta. Tyto hotely poskytovaly ubytování, stravování a doplňkové služby, které finančně odpovídaly požadavkům hostů. V dnešní době hotel představuje širokou škálu služeb řetězců hotelových společností. V nabídce hotelových služeb si dnešní zákazník může vybírat podle libosti. V nabídce jsou například apartmány, kempy, hotely, lázně, chaty, chalupy a mnoho jiných forem ubytovacích služeb a zařízení. [8]

Hotel v dnešní době už nechápeme, jako dominantu města. Což znamená, že jej můžeme najít kdekoliv. V horách, na pláži nebo někde uprostřed zajímavé krajiny. Za vším stojí změna životního stylu populace. Narůstající požadavky turistického průmyslu neboli cestovního ruchu. Na celém vzniku hotelu se nyní podílí více osob s různým zaměřením, počínaje finančníky, architektky, odborníky v gastronomii a konče cestovními společnostmi, což dodává na dokonalosti hotelů jako takových. [3]

3.1 Dělení a kategorizace ubytovacích zařízení

Ubytovací zařízení, která nám poskytují přechodné ubytování, lze zařadit do následujících skupin:

1) podle způsobu výstavby

- **pevné**, mezi které můžeme zařadit motely, hotely, penziony, studentské koleje či turistické ubytovny;
- **částečně pevné**, kam patří zejména montované chaty;
- **pohyblivé** – do této skupin řadíme lehátkové vozy, lůžkové vozy a přívěsy.

2) podle druhu ubytovacího zařízení: tradiční, doplňková a ostatní

- mezi **tradiční** ubytování můžeme zařadit jako nejtypičtější ubytování například: babyhotel, horský hotel, kongresový hotel, lázeňský hotel, wellness hotel, zámecký hotel, resort aj.
- mezi **doplňková** ubytování řadíme například: kempy, bungalovy a chaty.
- mezi **ostatní** ubytovací zařízení spadá ubytování na kolejích.

- 3) **podle doby provozu:** tyto ubytovací zařízení členíme na **celoroční, dvousezónní a jednosezónní**. Celoroční ubytovací zařízení je v provozu přes celý rok, sezónní se pak dělí na poptávku ubytování v zimě a v létě.
- 4) **podle druhu cestovního ruchu**, které se dělí na ubytovací zařízení **volného** nebo **vázaného** cestovního ruchu.
- 5) **podle klasifikace UNWTO¹** - tyto ubytovací zařízení dělíme na **hromadná** a **individuální** ubytovací zařízení

Doporučení UNWTO se využívá skoro ve všech zemích světa ke klasifikaci a kategorizaci. [4]

3.2 Kategorie ubytovacích zařízení

Kategorizaci nazýváme proces, při kterém dochází k dělení ubytovacích zařízení do jednotlivých kategorií. Tyto kategorie jsou následující:

- 1) **Hotel** - ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty. Pokoje musí být vybavené pro poskytování přechodného ubytování hostům. Členíme jej do 5ti tříd.
- 2) **Hotel Garni** - lze rozdělit do 4 tříd, má vybavení jen pro omezený rozsah stravování.
- 3) **Motel** - je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty poskytující přechodné ubytování a služby s tím spojené.
- 4) **Pension** - je ubytovací zařízení s omezeným počtem společenských a doplňkových služeb. Má nejméně 5 pokojů pro hosty.
- 5) **Ostatní ubytovací zařízení:**
 - Botel;
 - Chatová osada;
 - Turistická ubytovna;
 - Kemp. [4] [8]

3.3 Klasifikace ubytovacích zařízení

Následující kapitola se zaměří na historii klasifikace hotelů a rozdělení ubytovacích zařízení do tříd.

¹ Světová organizace cestovního ruchu

3.3.1 Historie klasifikace

Klasifikace a kategorizace ubytovacích zařízení mají v České republice dlouholetou historii. V současné době je zařazení ubytovacího zařízení do kategorií a tříd dané zákonem. Koncem 90.let vznikl dokument, který se zabýval kategorizací a klasifikací. Vznikl iniciativou sdružení HO.RE.KA.ČR² a NFHR ČR³ a UNIHOST⁴ a byl podporován tehdejším ministerstvem hospodářství. Klasifikaci uvedlo sdružení AHR ČR⁵ a UNIHOST společně s Českou centrálou cestovního ruchu Czech Tourism. Klasifikací se tedy označuje stanovení minimálních požadavků pro jednotlivé třídy u přechodného ubytování. [9]

3.3.2 Klasifikace ubytovacích zařízení – rozdělení do tříd

Následující tabulka zobrazuje klasifikaci ubytovacích zařízení.

Tab. 1. Klasifikace ubytovacích zařízení (Vlastní zpracování, 2015)

★	Tourist
★★	Economy
★★★	Standard
★★★★	First Class
★★★★★	Luxury

Provozovatel kteréhokoliv ubytovacího zařízení může žádat o udělení více tříd pro jeden objekt. Pokud žadatel dostane úspěšnou certifikaci je povinen viditelně označit části budovy certifikáty příslušné třídy. Platnost certifikátu je na 4 roky. Klasifikace není právním předpisem, tudíž je na samotném provozovateli ubytovacího zařízení, zda klasifikaci podstoupí, či nikoliv. [9] [8]

² Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu ČR

³ Národní federace hotelů a restaurací ČR

⁴ Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách

⁵ Asociace hotelů a restaurací ČR

3.4 Certifikace a klasifikační znaky

Udělování certifikátů a klasifikačních znaků a jejich potřebné obnovení provádí Asociace hotelů a restaurací České Republiky a UNIHOST, Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách. Klasifikační znaky se udělují na tříleté období, počínaje rokem vydání. Kontrolu provádí ten svaz, který danému ubytovacímu zařízení udělil certifikát a klasifikační znak. Případné spory řeší ustanovená klasifikační komise. [8]

3.4.1 Postup při certifikaci

Členové komise si určí předsedu na období platnosti klasifikace. Klasifikační komise může hlasováním nadpoloviční většiny všech členů komise předsedu odvolat a tím pádem zvolit nového. Všechny žádosti o vydání certifikátu musí být vyřízeny ve lhůtě do 60 dnů po obdržení žádosti. Každé ubytovací zařízení, které žádá o klasifikaci nebo certifikaci, musí projít kontrolou. Tato kontrola musí probíhat před žadatelem o klasifikaci, musí být předem ohlášena a provedena vyškolenými kontrolory. Tito kontroloři se musí prokázat platným průkazem. Na základě zjištěných skutečností, posouzení technického stavu, kvality, čistoty a vybavenosti, služeb ubytovacího zařízení, je kontrolorem vypracován protokol, který musí být podepsán zástupcem žádajícího ubytovacího zařízení. Originál protokolu je pak předán klasifikační komisi, která projednává žádost. [8]

Klasifikační komise má následující složení:

- *„2 zástupci Rady AHR ČR;*
- *3 zástupci sekretariátu AHR ČR;*
- *2 zástupci UNIHOSTU;*
- *1 člen AHR ČR zástupce pětihvězdičkových hotelů;*
- *1 zástupce Sdružení obrany spotřebitelů;*
- *1 zástupce Sdružení českých spotřebitelů*
- *1 zástupce CzechTourism;*
- *1 zástupce MMR ČR;*

- *1 zástupce svazu obchodu a cestovního ruchu (SOČR) ČR;*
- *1 zástupce odborové sekce Rady kvality ČR.“ [8]*

4 SLUŽBY UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ

Vedle ubytovacích služeb, které jsou poskytovány hostům, nacházíme i služby doplňkové. Požadavky na poskytnutí těchto služeb rostou velmi často s délkou pobytu hosta. Standardem služeb nazýváme kvalitu a rozsah služeb, které musí ubytovací zařízení poskytovat při uspokojování poptávky. Ovlivňuje jej více činitelů, mezi které můžeme například zařadit: charakter ubytovacího zařízení, klientelu a sezónní vlivy. Každá ubytovací zařízení mají své standardy placených a neplacených služeb. Ubytovací zařízení levnějšího charakteru mají menší rozsah služeb, které hostům poskytují. **Neplacené služby** zahrnují kupříkladu buzení hostů, uvedení hosta do pokoje, přijímání vzkazů, placení kartou aj. **Služby placené** pak zahrnují používání televizních zařízení, umožnění použití faxu, žehlení oděvů, čištění oděvů aj., samozřejmě tyto služby jsou poskytovány za poplatek. [10]

Celkově poskytované služby hostům můžeme rozdělit do skupin, které se dělí podle místa, nebo způsobu poskytovaných služeb. Mezi tyto skupiny řadíme:

Služby podle způsobu úhrady:

- Neplacené;
- Placené.

Služby podle místa:

- V rekreačních prostorách;
- V místě obvyklých pobytů;
- Poskytované během přepravy.

Dle funkcí k jednotlivým potřebám účastníků cestovního ruchu

- Ubytovací;
- Zprostředkovatelské;
- Dopravní;
- Stravovací;
- Sportovně-rekreační;

- Obchodní;
- Zdravotní;
- Pasové;
- Společensko-kulturní;
- Informační;
- Lázeňsko-léčebné;
- Komunální aj.

Služby dle způsobu zabezpečení

- Obstarávané;
- Vlastní;
- Poskytované dodavatelským způsobem.[4] [7]

5 HOTELOVÉ ŘETĚZCE

Hotelový řetězec je vzájemné propojení hotelů pomocí různé úrovně spolupráce. Je pro ně typická společná propagace a marketing. Snahou hotelových řetězců je vzájemná spolupráce mezi hotely, z čehož vyplývá úspora nákladů. Vytváření nových hotelových řetězců je v souladu s růstem cestovního ruchu. Když malé hotely ztrácejí význam, tak se přidruží k hotelovým řetězcům. Tímto dochází ke vzniku velkých hotelových společností a zvyšuje se tím podíl na trhu. [10] [11]

5.1 Vznik hotelových řetězců

Hotelové řetězce vznikají čtyřmi základními způsoby.

- 1 **Na základě manažerské smlouvy** - manažerská smlouva umožňuje oddělit vlastníka a vlastní provoz. Je to běžně užívaný typ obchodní smlouvy, který se využívá v hotelovém a gastronomickém průmyslu.
- 2 **Nákupem hotelů** - hotelový řetězec pak přímo vlastní hotely, které se dále mohou popřípadě rozšiřovat. Pro vlastníky řetězce představují finanční stabilitu.
- 3 **Vytvoření na základě dohody** - několik hotelů se spojí, za účelem provozu stejných aktivit.
- 4 **Franchisingem** - v dnešní době je franchising jedním z nejvýznamnějších způsobů, pomocí kterého se rozšiřují hotelové řetězce. Počátky spadají do 60.let minulého století. Je to uspořádání, ve kterém vlastník ochranné známky nebo obchodního jména poskytuje licenci pro užívání ochranné známky. Jedním z největších předpokladů je to, že vlastníkovu zůstane možnost kontroly managementu a ubytovacího zařízení. Obecně je franchising definován jako marketingový systém distribuce zboží, služeb nebo technologie. Je založen na spolupráci mezi právně a finančně nezávislými stranami. [8]

Mezi 10 největších hotelových řetězců na světě patří:

- InterContinental Hotels Group;
- Wyndham Hotel Group;
- Marriott International;
- Hilton Hotels;
- Accor Group;

- Choice Hotels;
- Best Western;
- Starwood Hotels & Resorts;
- Carlson;
- Global Hyatt. [8].[11]

5.2 Hotelové řetězce v České republice

Z roku 1974 máme první zmínky o hotelovém řetězci na území ČSSR, kdy byl otevřen první hotel Intercontinental. Největší hotelový řetězec na území ČR je OREA HOTELS. V současné době můžeme na území České republiky navštívit cca 20 hotelů, které spadají pod OREA HOTELS. Jsou to hotely na těch nejkrásnějších a nejzajímavějších místech v celé České republice. Společnost OREA HOTELS vznikla 1.zářím 2004. Cílem společnosti je rozšíření ubytovacích kapacit nejen na území ČR. Společnost hledá středně velké nebo velké hotely, které by si od jejich vlastníků mohli odkoupit nebo pronajmout. OREA HOTELS má dvě skupiny: OREA HOTELS EXCLUSIVE, která je pro náročné hosty, kteří očekávají širokou nabídku služeb a nejlepší servis First class, a OREA HOTELS CLASSIC, která spadá kvalitou a nabídkou služeb do třídy Standard. Mezi další organizace, které působí v ČR za účelem integrace, můžeme zařadit například: Four Seasons, Days Hotels, Crown Plaza, Ibis, Vienna International atd. [11] [12]

6 CÍLOVÝ ZÁKAZNÍK

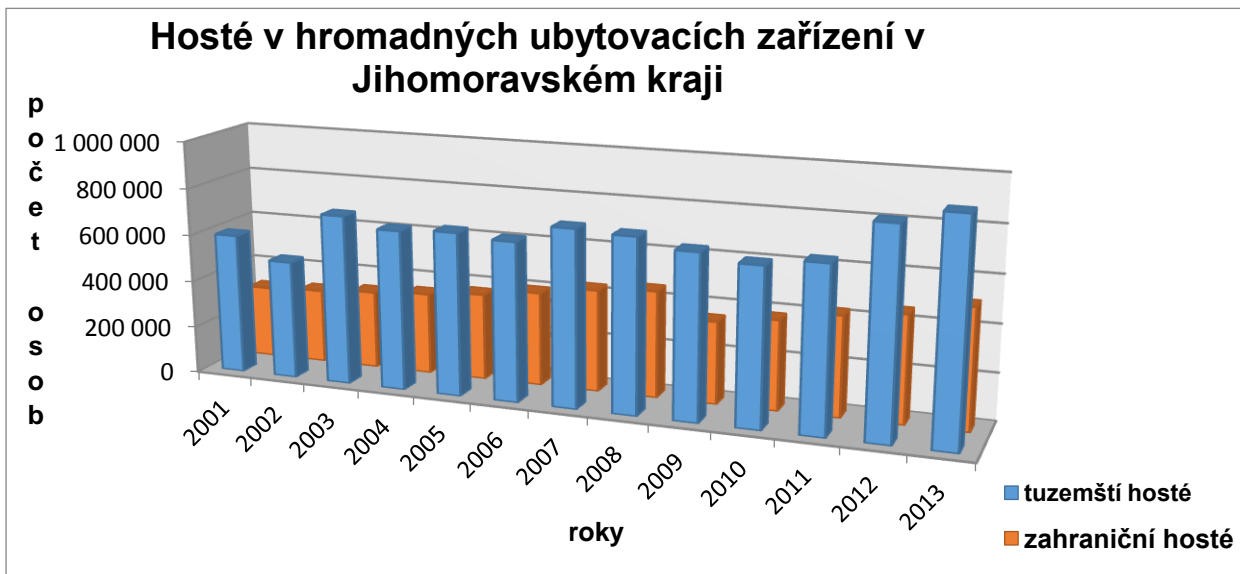
Naším cílovým zákazníkem je člověk, který do určité lokality jede za účelem obchodu, nebo jako turista. Samozřejmě to může být i individuální skupina lidí, neboli potenciálních klientů. Podstatným faktorem pořád zůstává fakt, že si služby hradí sami. Zaměřujeme se na takový segment, protože je nejjednodušší ho zaujmout nabídkou. Samostatně se rozhodují a většinou to jsou zkušení turisté.[8] [6]

Abychom dokázali určit potřeby člověka, je velmi důležité pochopit, jak člověk přemýšlí a do čeho je ochoten investovat. V tomto případě hraje roli hned několik faktorů, mezi které můžeme zařadit zejména následující [8] [6]:

- Osobní preference;
- Osobnost nakupujícího;
- Zkušenosti;
- Vzdělání;
- Účel nákupu a jeho potřeby. [8] [6]

Je tedy na prodávajícím, nebo poskytovateli služby, aby zjistil, o jakého zákazníka se jedná a na jaké potřeby klade důraz. Hlavními faktory ovlivňující rozhodnutí jsou čas, peníze a kvalita. Když je náš zákazník orientovaný na cenu produktu nebo poskytované služby, tak je jasné, že nevyžaduje tu nejvyšší kvalitu, ale upřednostňuje vyhovující služby za co nejnižší cenu. Zákazník orientovaný na kvalitu produktu se zaměřuje zároveň i na cenu. Čím je vyšší cena, tím se předpokládá i vyšší kvalita produktu. V poslední řadě hraje roli ovlivňující rozhodnutí čas. Zákazníci, kteří se rozhodují podle tohoto faktoru, hledají služby, které nebudou tolik náročné na jejich volný čas. Jako příklad si můžeme uvést hosta, který jede na služební cestu a zamluví si pokoj v daném hotelu, kde bude probíhat konference, které se zúčastní. Dalším příkladem úspory času je rezervace přes internet, kdy zákazník nemusí navštívit agenturu ani hotel. [8] [4] [6]

Následující graf znázorňuje počty tuzemských a zahraničních návštěvníků v ubytovacích zařízeních v Jihomoravském kraji v letech 2001-2013. Jihomoravský kraj si autorka vybrala, protože i hotel, který popisuje v části praktické se nachází v kraji Jihomoravském.



Graf 1. Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v Jihomoravském kraji v letech 2001-2013
(Vlastní zpracování, 2015)

7 ARCHITEKTURA A JEJÍ VÝZNAM V DĚJINÁCH

Architektura obklopuje člověka na každém kroku. Je nedílnou součástí životního prostředí. Architektura jako taková je jedno z prvních umění, proto je nazývána „matkou“ umění. Od architektury se odvíjí mnoho dalších umění jako například: malířství, sochařství a další. Architektura měla ochraňovat člověka před nepřízní přírody, což zahrnuje přírodní katastrofy a počasí. Z prvopočátku se lidé ukrývali v jeskyních, dále na místě, které jim vyhovovalo, a tam si postavili primitivní chýši a z toho všeho se dále dostáváme k architektuře obytných zařízení. První stavby a architektonická díla jsou ohromující. Na megalitické stavby bylo potřeba vynaložit hodně práce, přemýšlení a spojení několika generací. U těchto staveb si jen velmi těžko dokážeme představit, za jakým účelem byly vytvořeny. Architektonická díla vznikala nejspíš z aktuálních potřeb a z příslibů lepšího života. Ať už je tomu jakkoliv, platí to, že architektura je hlavní umělou člověka a člověkem vytvořenou složkou a patří k důležitým součástem společnosti. [14] [15]

7.1 Architektura 21.století

V následujících kapitolách bude bakalářská práce pojednávat o počátcích moderní architektury, jejím vzniku a postavení v dnešním světě. Dále bude probírána architekturu domů 21. století. Zaměří se na materiály, které se používají při výstavbách. V závěru je pozornost věnována samotné budoucnosti architektury. [17]

7.2 Počátky moderní architektury

Technika se velmi zdokonalila. Vznikly nové možnosti komunikace přes internet. Architekt má v dnešní době mnoho neskutečných možností, může pracovat s nejrůznějšími softwary, materiály a především s představami, které sahají až do samotného vesmíru. V dnešní době je velmi důležitá fantazie a práce s ní. Neskutečnou výhodou moderní doby je možnost výpočtů, což znamená, že se dá skoro vše sestavit podle modelu. Následkem toho vznikají velkolepé stavby jako například letiště, terminály a výzkumné laboratoře. Díky těmto pokrokům mohou novodobé stavby vypadat spíše jako z jiného kosmického světa což nabízí otázku: Je v dnešní době architektura spíše umění nebo módní trend? [17] [16]

7.3 Domy 21. Století

Architektura v České republice po revoluci navázala na meziválečný funkcionalismus. Vliv tohoto směru je v 21.století znatelný, napomáhá k návrhům progresivních domů. Základními principy jsou logika, elegance, čistota, soulad s přírodou a funkčnost prostoru. Základním prvkem je plochá střecha, která nejlépe vystihne funkčnost celého domu.Mezi materiály, které se v dnešní době nejvíce používají, spadá samotné dřevo, jak tomu bylo také v minulosti, dále kámen a sklo.Architektura 21.století se snaží co nejvíce přizpůsobit psychologickým a sociologickým jevům dnešní společnosti. Snaží se co nejvíce přiblížit k vytvoření příjemného a pohodlnému prožití života v souladu s životním prostředím. [2]

7.4 Architektura budoucnosti

Jak bude vypadat architektura druhé poloviny 21.století?

Mezi nejvíce projednávané otázky k tomuto tématu patří, zda-li stavební materiál, který je do teď používán, přežije naši dobu. Mezi takový druh materiálu můžeme zařadit například dřevo, kámen a cihlu.Mezi architektury budoucnosti můžeme začlenit například britskou architektku iráckého původu Zaha Hadid. V roce 2004 tato celosvětově uznávána architektka získala Pritzkerovu cenu, která je považována za nejvýznamnější světové ocenění pro žijícího architekta. V letech 2010 a 2011 obdržela Stirlingovu cenu., která je udělována Královským institutem britských architektů. Oceňuje architektury, kteří přispěli k tvářnosti britské architektury a jejich projekty se podílí na utváření životního prostředí. [1] [5]

SHRnutí TEORETICKÉ ČÁSTI

Teoretická část bakalářské práce pojednává o historii hotelnictví, která je rozdělena podle období na řeckou mytologii, starověký Řím, středověk a novodobou historii. Objasňuje, jaký význam mělo ubytování v těchto obdobích. Zaměřuje se na samotný vývoj hotelnictví v ČR, vznik a význam lázeňství. Dále je pozornost věnována podobě hotelu v dnešní době, dělení a kategorizaci ubytovacích zařízení jako takových. Další problematikou, kterou se teoretická část bakalářské práce zabývá, jsou služby v ubytovacích zařízení a hotelové řetězce, u kterých se zaměřuje na jejich vznik a výskyt ČR. Dostatečná pozornost je věnována i cílovému zákazníkovi. Součástí problematiky je také architektura hotelů, její historie, přítomnost a budoucnost.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

8 HOTEL ALLVET

Následující kapitola rozebírá obecné a konkrétní informace o hotelu ALLVET, jeho historii a současnost. Využívá vybraných analytických metod k získání informací o reálném stavu hotelu a jeho fungování.

8.1 Obecné informace

Obchodní firma: ALLVET spol. s.r.o.

Sídlo: Drnovice č.p. 115, PSČ 68304

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Statutární orgán: Robert Rogožan

Jednatel: Robert Rogožan, Drnovice 424, PSČ 68304

Den vzniku funkce: 1. září 2003

Způsob jednání: Statutárním orgánem společnosti je jednatel. Jednatel společnosti jedná za společnost.

Vklad: 120 000 Kč

Splaceno: 100 %

Obchodní podíl: 100 %

Druh podílu: základní

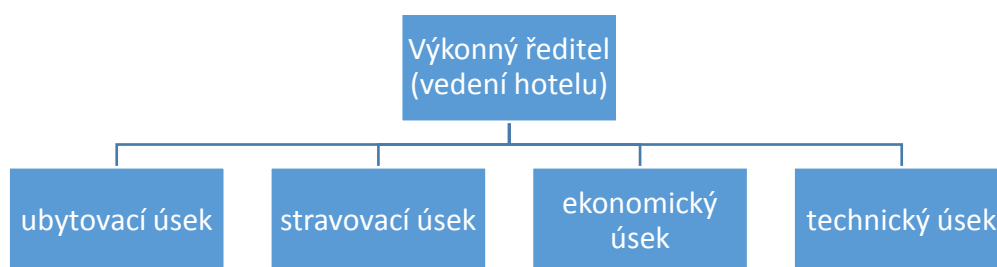
Předmět podnikání:

- Hostinská činnost;
- Výroba, obchod;
- Prodej kvasného lihu, lihovin a konzumního lihu.

Datum zápisu do obchodního rejstříku: 14.února 1994

8.2 Organizační struktura

Obchodní firma Allvet spol. s.r.o. patří mezi malé firmy, v současné době v ní pracuje 15 stálých zaměstnanců a 5 sezónních. Organizační struktura se vyznačuje liniovým charakterem. Společnost je řízena výkonným ředitelem, který zároveň zaujímá pozici statutárního orgánu a vlastní 100 % podíl ve společnosti. Řediteli je dále podřízen ubytovací úsek, stravovací úsek, ekonomický úsek a technický úsek. Organizační strukturu zobrazuje následující diagram.



Obr. 1. Organizační struktura hotelu Allvet (Vlastní zpracování, 2015)

8.3 Historie

28. října 1798 se v Brně narodil baron Jan Mundy. Byl to textilní magnát a šlechtic, majitel statků a panství Račice, Drnovice, Říčany, Tišnov a Veverí, které zdědil po svém otci. Velmi často se zdržoval ve Vídni, kde také dne 9. března 1872 zemřel.

Po smrti svého otce Viléma Mundyho přetrvával se svojí rodinou na hradě Veverí. Na hradě Veverí se mu narodilo pět dětí z toho čtyři synové a jedna dcera. Avšak své velké dědictví postupem času rozprodával. Poddanými byl hodnocen jako velmi dobrý hospodář, jeho povaha byla často podivínská. Věnoval se chovu dobytka, zavedl vzorový chov ovcí, ale také byl vášnivým rybářem. Velmi nákladnou rekonstrukci provedl jak na zámku v Račicích a zrestauroval letohrádek při silnici směr Vyškov-Brno. V těchto místech dřív stával hostinec, který nesl název „Na Drnovské“. Později dal letohrádek opravit na hospodářský dvůr. V roce 1864 baron prodal panství v Račicích a ponechal si pouze drnovickou část. Její rozloha je kolem 3000 hektarů půdy. V roce 1860 se rozhodl pro výstavbu cukrovaru na okraji Drnovic, avšak stavbu přerušil a

cukrovar postavil na místě dnešního hotelu Allvet. „Drnovský cukrovar“ byl používán až do roku 1924. V tomto roce byl také přejmenován na „Vyškovský cukrovar“ a posléze zrušen. Po baronově smrti v roce 1872 ustanovil soud ve Vídni prováděje závěť baronovu nad drnovickým statkem administrátora advokáta JUDr. Wiléma Reicha, který podle závěti obhospodařoval výnos statku podle závěti. Posléze byly pozemky velkostatku ponechány v nájmu správě cukrovaru. [20]

Během první republiky a druhé světové války se na území cukrovaru vystřídalo mnoho nájemníků. V roce 1948 připadl po zestátnění celý areál státnímu podniku Bioveta Ivanovice na Hané. V roce 1989 byl celkový provoz zrušen. Budova byla ve zchátralém stavu a až roku 2005 zde začaly rekonstrukční práce. Budova byla přestavěna na hotelový komplex, který byl otevřen roku 2008. [20]

8.4 Současnost

Současný hotel Allvet řadíme do třídy Standard podle klasifikace ubytovacích zařízení, nachází se v Drnovicích nedaleko od Vyškova. Jihomoravské město Vyškov leží na horním toku Hané cca 30 km severovýchodně od Brna. Město Vyškov s počtem obyvatel 23 000 představuje kulturní a společenské centrum regionu. [20]

Na západě je Vyškovsko ohraničeno Moravským krasem a na jihozápadě slavkovským bojištěm. Na severovýchodě se nachází velmi úrodná Hanácká nížina. Vyškov je od Allvetu vzdálený asi 2 kilometry. V samotném Vyškově můžete navštívit například Dinopark se Zoo parkem, Aquapark, hvězdárnu a kino Sokolský dům. Ve Vyškově se nachází i historické budovy jako je kaple sv. Anny, zámek se zámeckou zahradou, renesanční radnice, morový sloup a jiné historické památky. [20]

Dnešní majitel hotelu budovu odkoupil v roce 2003 v havarijním stavu. Musel na pozemku provést rekonstrukci, se kterou začal již v daném roce. V roce 2007 se pozemek dostal do stávající podoby. V roce 2008 probíhalo budování konferenčních budov, úprava komunikace a také terénní úpravy. Byly zde vystaveny tenisové kurty, kurty na beach volejbal a okrasné jezírko. Konferenční budovy byly postaveny tak, aby vyhovovaly požadavkům klientů, kteří zde pořádají firemní akce. Tyto konferenční místnosti mají kapacitu 5-400 osob. Místnosti jsou vybaveny wi-fi připojením, audiovizuální a konferenční technikou a je možnost parkování v areálu až pro 200 aut.

V roce 2013 se na pozemku vybudoval Velký sál, který má kapacitu až 500 lidí. V tomto sále se konají nejen konferenční akce, ale je také pronajímán na provozování plesů nebo stužkovacích večírků pro střední školy z blízkého okolí. Nedílnou součástí dnešního hotelu je i restaurace, která se nachází v areálu. Restaurace připravuje jak českou, tak i mezinárodní kuchyni. V letních měsících se na letních zahrádkách a terasách, které také patří k hotelu, provádějí grilovací akce. Pro akce a oslavy je možné si v restauraci objednat catering a raut. Restaurace provozuje i denní menu. Denně navštíví restauraci zhruba 30-50 lidí. [20]

8.5 SWOT analýza

Díky SWOT analýze se dozvíme pomocí vnitřního prostředí, co patří mezi slabé a silné stránky podniku. Díky vnějšímu prostředí zjistíme, jakým hrozbám by mohl podnik čelit a jaké by se mu mohly vyskytnout příležitosti.

silné stránky	slabé stránky	příležitosti	hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • kvalifikovaný personál • dopravní dostupnost • stabilní území pro rozvoj hotelu • velké parkoviště v areálu 	<ul style="list-style-type: none"> • škála nabídky • vybavení pokojů 	<ul style="list-style-type: none"> • nové technologie • rozšíření služeb 	<ul style="list-style-type: none"> • nedostatek financí na provoz a údržbu hotelu • ztráta návštěvníků • vznik nové konkurence

Obr. 2. SWOT analýza (Vlastní zpracování, 2015)

Ze SWOT analýzy vyplývá, že hotel by se měl zaměřit na modernizaci hotelových pokojů, dále by měl rozšířit nabídku poskytovaných služeb pro hosty. To by přispělo k tomu, že hosté by se do hotelu vraceli a pro hotel by to bylo výhodné. Samozřejmě přestavba pokojů je finančně náročná, ale vytváří reálný předpoklad pro návrat zákazníků a tím i návratnost vynaložené investice. Výhodou hotelu je parkování přímo

v areálu, tudíž se hosté nemusí bát o svá vozidla. Hosté mají rovněž záruku toho, že se o ně bude starat kvalifikovaný personál.

8.6 Step analýza

- **Sociální a kulturní faktory**

Dnešní rostoucí životní úroveň vede ke zkvalitnění společenského života. Lidé mají větší zájem o účast na společenských akcích. Velmi často jsou navštěvovány restaurace a vinárny. Využívají mnohem více služeb, které jim jsou v hotelnictví nabízeny, než tomu bylo dříve. To znamená, že je větší poptávka po kvalitních službách, které by měly odpovídat ceně. Do sociálních faktorů můžeme zařadit větší úroveň vzdělanosti, což vede ke zvyšujícím se poptávkám po službách v oblasti umění a historie. Hotel Allvet je umístěn v historickém jádře v blízkosti centra Vyškova, což hostům umožňuje vnímat příjemnou a klidnou atmosféru historické části města. Hotel má velmi dobrou pozici pro to, aby se rozšiřoval nejen do samotného centra. Vedení hotelu také dbá na kvalitu zaměstnanců, což je podmíněno právě úrovní vzdělanosti.

- **Technicko-technologické faktory.**

Jedním z nejdůležitějších faktorů je v současnosti v ubytovacích službách technologie. Tento faktor ovlivňuje z velké části chod a úspěšnost hotelu. V hotelu Allvet využívají nové technologie, mezi které můžeme zařadit například platební terminály, které hostům zjednoduší platby, dále v hotelu mají fungující připojení k wi-fi. V konferenčních místnostech jsou nové diaprojektory, které jsou pro konference nepostradatelnou součástí. Dále je velmi důležité, aby hotel měl vlastní internetové stránky, prostřednictvím kterých propaguje své služby.

- **Ekonomické faktory**

Cestovní ruch velmi ovlivňuje ekonomické a hospodářské oblasti. Což znamená, že když se ekonomika nachází ve stavu recese, tak budou lidé omezovat potřeby, které jsou úzce spojeny s cestovním ruchem, tudíž i s hotelnictvím. Jedním z velmi důležitých faktorů je míra inflace a míra nezaměstnanosti. V ČR se míra inflace dlouhodobě drží na velmi nízké úrovni. Dalším faktorem je HDP.

- **Politicko-právní faktory**

Klíčovým faktorem, který ovlivňuje chod hotelu je v první řadě právní legislativa regulující podnikání. Neméně důležitým faktorem je i daňová politika. Co se týče daňové politiky, negativní vliv na chod hotelu má zvyšování DPH. Velkou roli zde hraje i zainteresovanost České republiky v mezinárodních sporech a vnitropolitická stabilita, které jsou důležité z pohledu bezpečnosti.

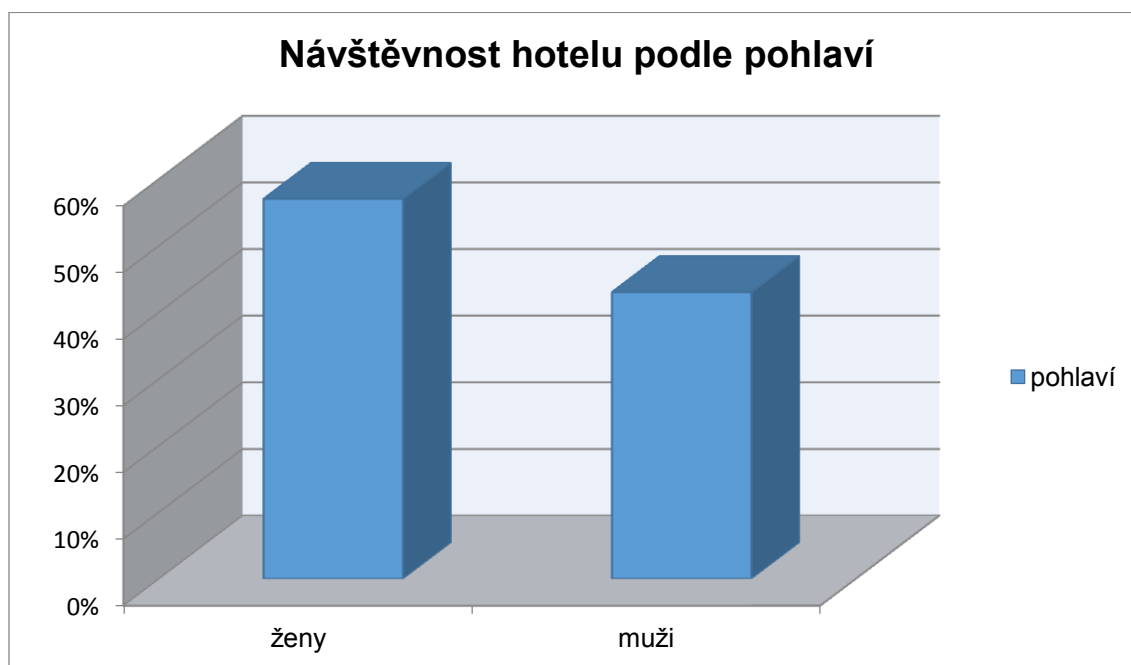
8.7 Segmentace trhu a zákazníci

- **Geografická segmentace**

Mezi návštěvníky hotelu Allvet patří převážně hosté z ČR. Proto se hotel snaží o rozšíření návštěvnosti zahraniční klientely. Pro hotel by bylo velkým úspěchem, kdyby se hotelu dostal do povědomí i v zahraničí a určitě by se rád přizpůsobil i zahraničním hostům.

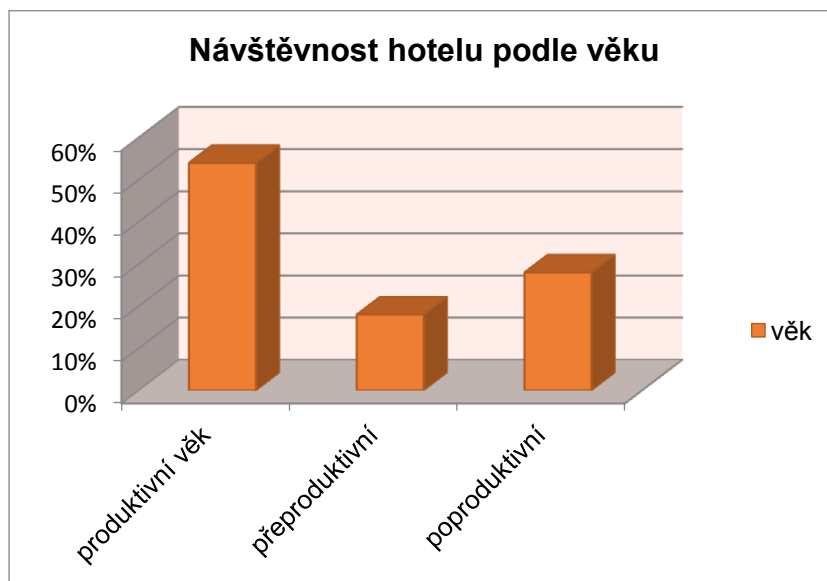
- **Demografická segmentace**

Podle demografické segmentace můžeme analyzovat návštěvnost podle věku a pohlaví návštěvníků. Z následujícího grafu lze vyčíst, že hotel Allvet převážně navštěvují ženy, které zde mají k dispozici například wellness.



Graf 2. Návštěvnost hotelu podle pohlaví (Vlastní zpracování, 2015)

Na následujícím grafu můžeme vidět, že hotel navštěvují převážně lidé v produktivním věku

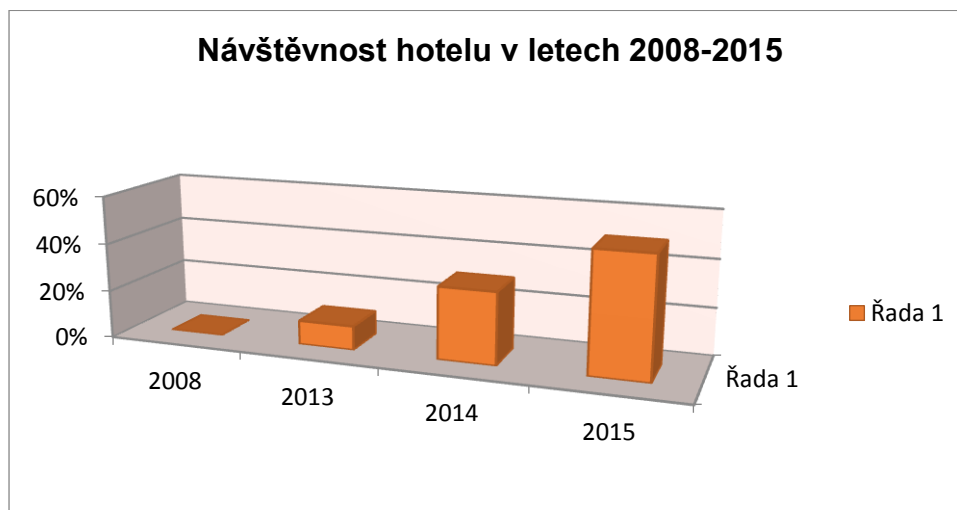


Graf 3. Návštěvnost hotelu podle věku (Vlastní zpracování, 2015)

..

8.8 Návštěvnost hotelu

Hotel Allvet navštěvuje především firemní klientela, zejména firmy z okolí. Kromě nich hotel navštěvuje i řada firem ze zahraničí, především z Německa. Dále se zde pořádají školní kongresy, které tvoří více jak polovinu návštěvnosti hotelu. Velký potenciál zde mají i rodinné akce, jako například oslavy a svatby. Hotel navštěvují i individuální hosté a je zde velký zájem o turistické a tematické pobyty.



Graf 4. Návštěvnost hotelu v letech 2008-2015 (Vlastní zpracování, 2015)

Návštěvnost hotelu stoupla od roku otevření hotelu o 50%. Těchto 50 % zahrnuje veškerou klientelu, což znamená jak návštěvníky z ČR, tak i ze zahraničí. Návštěvnost zahraniční klientely se zvýšila o 20 %.

8.9 Služby

Hotel Allvet nabízí svým hostům širokou škálu služeb, mezi které můžeme zařadit například služby ubytovací a stravovací. Mezi služby ubytovací můžeme zařadit službu buzení telefonem, bezdrátové připojení na internet, bezbariérový přístup, placení kartou, monitorované parkování uvnitř areálu, relaxační a sportovní využití. K relaxaci přispívá sauna a whirlpool, které jsou součástí wellness programu hotelu. Dále hotel poskytuje masáže a kosmetickou péči.

K sportovnímu využití patří sportovní kurty, které se nachází v samotném areálu hotelu. Dále hotel umožňuje zapůjčení horských kol na cykloturistiku, čehož mohou zákazníci využít na rozsáhlé síti cyklostezek v okolí Vyškova.

Hotel nabízí hostům i výhodné balíčky, mezi které můžeme zařadit například „Romantický balíček“, poskytující ubytování pro dvě osoby na jednu noc, večeři o třech chodech, na pokoji má pár připravený sekt a může strávit půl hodinu ve vířivce.

8.10 Kalkulace pobytu

Ke kalkulaci pobytu byl zvolen jednolůžkový pokoj, který zahrnuje: telefon, internet, TV, vanu a WC. V ceně jednolůžkového pokoje je také započítána snídaně.

Jednolůžkový pokoj byl vybrán vzhledem k tomu, že největší část hostů tvoří firemní klientela, u které se předpokládá, že v pokoji bude ubytován jeden člověk.

Tab. 2 Kalkulace pobytu v hotelu Allvet
(Vlastní zpracování, 2015)

počet nocí	cena
jedna	750 Kč
dvě	1 500 Kč
tři	2 250 Kč
čtyři	3 000 Kč
pět	3 750 Kč
šest	4 500 Kč
sedm	4 500 Kč

Jelikož se jedná o tří hvězdičkový hotel, který by měl splňovat minimálně osmdesát povinných požadavků podle tříd klasifikace, tak dle mého názoru je cena za noc neadekvátní k vybavení hotelového pokoje a v porovnání s konkurenčními cenami hotelů, které se nachází v samotném centru Vyškova se stejnou klasifikací.

Mezi povinné požadavky pro tří hvězdičkový hotel řadíme kritéria, která dodržuje i hotel Allvet. Tyto kritéria jsou uvedena v příloze č. PI.

8.11 Budoucnost hotelu Allvet

Mezi hlavní priority rozvoje hotelu do budoucna patří rozšíření ubytovací kapacity. Dále vedení hotelu přemýšlí o vybudování bowlingové dráhy v samotném hotelu. Bowlingové dráhy jsou v dnešní době velmi oblíbenou zábavou pro lidi, tudíž by to bylo z hlediska návštěvnosti pro hotel velmi výhodné. Avšak náklady na pořízení dráhy jsou poměrně vysoké. Vedení hotelu dále uvažuje o rozšíření wellness služeb.

Management hotelu také zamýšlí rozšířit podnikatelské činnosti o provoz v nedalekém městě Vyškov. Ve Vyškově se nachází bývalá budova PDA (Posádkový dům armády), kde se dříve pořádaly společenské akce, různá umělecká vystoupení atd. Avšak budova je nyní ve velmi zchátralém stavu. Přesto majitel hotelu Allvet přemýšlí o jejím zrekonstruování a znovuotevření, jako jedné z poboček hotelu. Dle jeho názoru by se zde mohly dále pořádat společenské akce, ale také akce firemní. I když hotel Allvet má celkem vysokou kapacitu na pořádání konferencí, tak se pořád najdou firemní akce, které mají kapacitu vyšší než by bylo možné vmístit do areálu hotelu. Tyto kapacitně náročnější konferenční akce by se přesunuly právě do této budovy.

9 NÁVRHOVÁ ČÁST

Návrhová část se především věnuje 3D vizualizaci hotelového pokoje a její kalkulaci. Dále bude pojednávat o návrzích zlepšení návštěvnosti hotelu.

9.1 3D Vizualizace hotelového pokoje

3D vizualizace hotelového pokoje byla vybrána proto, že odráží realistický pohled na pokoj, který má v plánu pomocí vizualizace změnit. Hotelový pokoj se bude měnit tak, aby odpovídal požadovaným normám.

Dále byla 3D vizualizace zvolena proto, aby majiteli hotelu poskytla nový pohled na modernizaci ubytovacích zařízení a v budoucnu možnou realizaci právě v hotelu Allvet.

9.2 Původní vzhled hotelového pokoje



Obr. 3. Původní vzhled hotelového pokoje (Allvet, 2015)

Na první pohled je hotelový pokoj ne příliš veliký, avšak jako chybu to u jednolůžkového pokoje nevidím, což už se ale nedá říct o vybavení. Vybavení pokoje je nemoderní a host, který si zaplatí 750 Kč za jednu noc nebude asi velmi spokojený, protože se jedná o tří hvězdičkový hotel. Vybavení pokoje je chaoticky rozestavěno po celém pokoji a nemá žádný řád. Pokoj je sám o sobě pro hosta velmi neútný a nijak atraktivní. Modrá barva koberce je velmi výrazná a nedělá dobrý dojem na hosta, zdůrazňuje nábytek, který není moderní a kazí to dojem z pokoje jako takového.

9.3 Výstup 3D vizualizace



Obr. 4. 3D vizualizace hotelového pokoje (Vlastní zpracování, 2015)

Hlavní změnou, která byla vykonána v pokoji je dřevěná stěna, která odděluje koupelnu s chodbou od samotného pokoje. Dveře jsou z dýhy a práh z masivního dubu. Šatní skříň je také z dýhy, aby to materiálově bylo vyvážené. V předsíni jsou navrženy kachlíky, které jsou velmi praktické a jednoduché na údržbu.

V koupelně je právě tak zvolen kachlík s dřevěnou texturou, který je dobrý na údržbu. Ve sprchovém koutě je pak vložený dřevěný rošt, který je potřeba jednou do roka vyměnit, což by pro hotel neměla být nijak velká investice.

Nyní je pokoj perfektně sladěn, co do barvy, tak i do tvaru. Výmalba pokoje by korespondovala s kobercem. Topení je skryto za dřevěným roštem, který perfektně

spadá do materiálu, který je v pokoji použit. Závěs, který poskytuje částečné zatmění pokoje, je měnitelný. Hlavní dominantou v pokoji je dřevěná stěna. Dále je samozřejmostí postel s nočními stolky, místo k sezení a konferenčním nebo pracovním stolem. Na stěně je zavěšena televize, která musí být součástí pokoje. Ostatní náhledy vytvořené 3D vizualizace jsou uvedeny v příloze této bakalářské práce jako přílohy č. PII., č. PIII. a č. PIV.

9.4 Kalkulace

Tab 3. Kalkulace přeměny pokoje (Vlastní zpracování, 2015)

VĚC	CENA
KACHLIKY V KOUPELNĚ	30 000 Kč
SPRCHOVÝ KOUT	25 000 Kč
VYBAVENÍ KOUPELNY	34 000 Kč
TOPENÍ Z NEREZU V KOUPELNĚ	20 000 Kč
DVEŘE (3x)	42 000 Kč
VESTAVĚNÁ SKŘÍŇ	24 000 Kč
OBYVACÍ STĚNA	18 000 Kč
TELEVIZE	22 000 Kč
POHOVKA	6 000 Kč
STOLEK	10 000 Kč
POSTEL	30 000 Kč
KOBEREC (18m)	11 000 Kč
VÝMALBA	3 000 Kč
ZÁVĚSY A KOLEJNÍČKY	20 000 Kč
DŘEVĚNÝ ROŠT NA TOPENÍ	5 000 Kč
CELKEM	300 000 Kč

Celková rekonstrukce pokoje by vyšla zhruba na 300 000 Kč. Do kalkulace jsou samozřejmě zahrnuté nezbytné věci, které se v hotelovém pokoji musí nacházet. Díky změně a zrekonstruování hotelového pokoje by se nepochybně musela cena za ubytování navýšit. To by neměl být problém, protože hosté jsou v dnešní době ochotni doplatit za luxus, který jim napomůže k odpočinku a zážitku z pobytu.

9.4.1 Dotazník

Dotazník byl vytvořen s pomocí provozního hotelu Allvet. Dotazníkové otázky pojednávají o 3D vizualizaci hotelového pokoje a možnosti její realizace v budoucnosti hotelu.

1) Jaký je váš názor na přeměnu pokoje?

„Ano tento pokoj je hezký. Oceňuji prostorové řešení pokoje, i moderní styl líbí se mi prvek sedačky ve výrazné barvě. Určitě pro spánek je dobré kvalitní zatemnění pokoje. Co se týká zbytku pokoje, asi bych si pohrál ještě s více možnostmi barev doplňků (koberců, atd.). Vzhledem k budově hotelu a koncipování celého areálu, bych uvažoval i o jiné variantě "méně moderní, aby spolu ladilo i ostatní“

2) Zdá se vám cena (cca 300 000 Kč)adekvátní ?

„Představovalo by to celkově investici cca. 8 mil. Vzhledem k tomu, že je přestavba a vybavení pokojů cca. 6-7 let, tak bychom asi volili "ekonomičtější variantu". Vycházel bych s daností pokoje (třeba současně koupelny jsou hezké, ty bych zachoval a spíše bych hledal k tomu vhodné aranžmá pokojů) Proměnila by se vždy část pokojů (např. 1 patro), což by se promítlo do cen. V 2. patře bychom pravděpodobně zřídili klimatizaci. Myslím si, že zdařilou změnu bychom byli schopni udělat i levněji“

3) Provedl byste v pokoji ještě nějaké změny?

„Jak jsem nížeji zmínil, asi bych si pohrál s barvami. Současně bych vycházel z daností pokojů a dle jejich rozměrů a možnosti (je množství atypických pokojů, větších pokojů, atd. řešil i prostorově odlišně) Dbal bych na strohost a masivnost vybavení pokojů se stálými prvky.

4) Myslíte si, že změna interiéru pokoje by měla vliv na klientelu?

„Vzhledem k lokalitě a zaměření hotelu, nevím, zda by změna pokojů měla vliv na klientelu. Ještě jsem se nasetkal s reakcí typu, že vzhledem k vybavení pokojů a vzhledu, odmítnou naše služby. Toto se opět, více týká

finančních nákladů. Možná by, bylo řešením část pokojů udělat ve vyšším standardu a oslovit tak tím i náročnější klientelu, ale v získávání nových hostů bych byl spíše skeptický“

5) Jsou hosté spokojeni s vybavením pokoje, jaké se tam nachází nyní?

„Myslím, že většina hostů je spokojena s vybavením a vidí ho jako adekvátní. Nicméně u hostů se setkáváme někdy s tím, že by uvítali, plochou televizi, větší postel a klimatizaci. Tudíž myslím, že v tomto směru by byla určitá změna prospěšná, nemyslím si však, že celková změna pokojů by byla v současné době nutná.“

Výše uvedený dotazník odráží názor provozního hotelu na návrh, který je výstupem této bakalářské práce. Vedení hotelu bude předložený návrh projednávat, současně však bude hledat levnější variantu, která by zahrnovala nižší náklady potřebné k realizaci.

9.4.2 Moderní trendy v ubytování

V současnosti můžeme mezi moderní trendy v ubytování zařadit docela rozsáhlou škálu služeb, které jsou hostům nebo návštěvníkům poskytovány.

Mezi nejznámější trend v poslední době patří kupříkladu kempování. Avšak nejedná se o obyčejné kempování, na které jsme zvyklí. Jedná se o prožití dovolené, aniž by host obětoval luxus, který k dovolené svým způsobem patří. Kemping vyhledávají především outdoorový nadšenci, kteří mají rádi odpočinek a relaxaci v blízkosti přírody. Tento trend pochází z Atlantiku a v posledním desetiletí se rozšířil po celém světě. U hotelu Allvet je rozsáhlé množství nevyužitého zatravněného prostoru, který by mohl sloužit právě k této ubytovací senzaci. [19]

Mezi další trend, který upoutal doslova celý svět, patří CouchSurfing. Jedná se o sociální síť, která propojuje hostitele s hosty. Tento celosvětový projekt vznikl v roce 2003. Celý princip je založený na důvěře dvou lidí a to právě hostitele a hosta. I když je ubytování zadarmo, nehraje to nijak velkou roli v projektu. Lidé, kteří se chtějí zúčastnit, musí na internetu vyplnit formulář neboli profil. Dále musí na server nahrát fotky místa, které je nabízeno. Veškerá komunikace mezi hosty a hostiteli je z bezpečnostních důvodů monitorována. Největšími odběrateli CouchSurfingu jsou lidé ze Spojených států americký. V Evropě je největším odběratelem Německo. V ČR používá tuto

stránku na cestování zhruba 25 tisíc odběratelů. Do projektu je zapojeno celkem 222 000 měst a přes 10 milionů lidí z celého světa. [19]

Celý projekt je postavený na 5ti zásadách, kterými jsou :

- *„Podělit se o svůj život;*
- *Vytvářet spojení;*
- *Nabízení laskavosti;*
- *Zůstat zvědavý;*
- *Zanech místo lepším, než si jej objevil“.* [19]

Na stejném principu je založen i server Airbnb. Hotel Allvet by mohl využít neobsazených prostranství k vybudování menších pokojů, které by sloužily právě k takovému účelu. Vybavení pokojů by bylo pouze na skromné bázi. Lidé, kteří by se zde ubytovali díky těmto stránkám, by mohli využít také restauraci, která je součástí hotelu. Pro hotel by to mohla být dobrá reklama například pomocí referencí na zmíněných stránkách, které jsou nutnou součástí využití stránek.

9.5 Další návrhy na zlepšení chodu hotelu

Mezi další návrhy na zlepšení chodu hotelu by autorka práce navrhla následující kroky.

- 1. Větší propagace na sociálních mediích:** Jelikož sociální média jsou jedním z největších fenoménů dnešní doby, mnoho lidí na nich staví vlastní úsudek. Hotel Allvet by měl zlepšit svoji propagaci právě na sociálních sítích. Měl by svým hostům ukázat například, jak se zde chystají svatby či konferenční události pomocí krátkých videí, které by aktualizovali na svých webových popřípadě facebookových stránkách. Dále by měli každý den aktualizovat denní menu, například sdílením fotek, jak pokrmy vypadají, aby hosté měli lepší představu. Stačí hosty informovat o každodenním chodu jak samotného hotelu, tak i restaurace, která je jeho součástí. Dále by se hotel měl připojit do významných mezinárodních rezervačních systémů, aby se o hotelu dozvědělo více potenciálních zákazníků. V případě, že hotel není nijak propagován, dochází ke ztrátě své potenciální klientely.

- 2. Reklama, propagace:** Jak již autorka zmiňovala propagace na sociálních sítích je v dnešní době velmi důležitá, avšak není jedinou propagací, kterou hotel může svým zákazníkům nabídnout. Mezi další propagace patří reklama jako taková. Hotel by se měl snažit o reklamu například v rádiích, které také ovlivňují životy lidí. Měl by se také zaměřit na reklamní letáky a popřípadě billboardy na viditelných místech.
- 3. Odborné vyhodnocení celkového stavu hotelu:** Vedení hotelu Allvet by si měl najít odbornou pomoc k vytvoření celkového vyhodnocení stavu hotelu, který by jim pomohl k náhledu věcí, které by hotel měl změnit a zlepšit. Jelikož se jedná o tříhvězdičkový hotel, měl by mít i takovou úroveň a dosahovat takových služeb, aby byl pro hosty atraktivní. Což znamená, že by si hotel měl stanovit pomocí odborné práce plán, na základě kterého by dosáhl vyšších a lepších výsledků v co nejkratší době.
- 4. Zajištění školení pro personál:** Chod hotelu se samozřejmě odráží i od personálu, který zde pracuje. Tudíž by pro hotel bylo přínosné, kdyby dělal alespoň jednou do roka školení pro veškerý personál. Inspiraci může například vzít od stejně kvalifikovaného hotelu, avšak s lepší pozicí na trhu.
- 5. Získání výhodnějších podmínek u dodavatelů:** Hotel by se také měl pokusit o zlepšení podmínek a cen u dodavatelů, kteří zásobují hotel.
- 6. Finanční plán:** Hotel by si měl stanovit buď sám nebo s odbornou pomocí finanční plán, který by dopomohl ke správě financí. Mohli by se dopracovat k tomu, kolik financí věnovat například provozu a renovaci areálu. Jaké množství financí by bylo vhodné investovat, aby z toho měl hotel příjem, se kterým by mohl dále pracovat. to vrátilo, v co nejkratší době.
- 7. Rozšíření služeb:** Hotel Allvet má vynikající předpoklady k tomu rozšířit nabídku služeb. Jeho prostorný areál se nabízí k tomu, aby se zde pořádaly například sportovní akce, jelikož areál nabízí jak tenisový, tak volejbalový kurt. Mohly by se zde pořádat sportovní akce, které by navýšily návštěvnost hotelu. Dále by se hotel měl zaměřit na rozšíření wellness, které je v dnešní době velmi populární. Návštěvníci by sem mířili i za účelem relaxace, která je v dnešním hektickém životě lidí velmi vyžadována. Jak autorka již zmiňovala

v budoucnosti hotelu Allvet majitel odkoupil starou budovu PDA v nedalekém městě Vyškově, která by měla sloužit k veřejným akcím, jako jsou například školní plesy a konferenční události, což pro hotel přináší další výnosy. Hotel Allvet by měl také uzavřít smlouvu se slevovými portály, kde by nabízel různé služby například ve formě výhodných „balíčků“, které jsou v dnešní době také velmi oblíbené. Dále by se hotel měl zaměřit na tematické akce, jako jsou například zvěřinové hody. Jelikož je součástí hotelu i vinný sklep, který je součástí restaurace, mohly by se zde provádět degustace vín. A různé semináře na toto téma.

9.6 Návrh slevových balíčků

Následné výhodné „balíčky“ jsou pro hotel Allvet návrhem k realizaci pro potenciální a stálé hosty.

„Sportovní balíček“

- 1.den: příjezd, večeře;
- 2.den: snídaně – zapůjčení kola (výlet na nedalekou propast Macocha) – večeře;
- 3.den: snídaně – propůjčení tenisového kurtu na 2 hodiny – večeře – 30 minut whirlpool;
- 4.den: snídaně – propůjčení volejbalového kurtu na 2 hodiny – večeře;
- 5.den: snídaně – cyklo výlet „Krále, šaška a loupeživých rytířů“;

Cena je pro 2 osoby s polopenzí ve dvojlůžkovém pokoji: 5 500 Kč.

„Balíček relax“

- Ubytování pro 2 osoby;
- Večeře, pro každého džbánek vína;
- 1 hodina ve vířivce;
- 1 hodina masáž dle vlastního výběru;
- 1 hodina whirlpool.

Cena: 2 100 Kč.

„Romantický balíček“

- Ubytování (2noci);
- Welcome drink;
- 1x Večeře;
- Pro ženy: 1x masáž dle vlastního výběru;
- Pro muže: 1x masáž dle vlastního výběru;
- Whirpool (délka 1 hodina);
- Župan k dispozici během pobytu;
- Parkování zdarma přímo v areálu hotelu;
- Internetové připojení zdarma přímo na pokoji;
- Možnost objednání jiných procedur (masáží) se slevou 15%.

Cena: 3 500 Kč.

„Vánoční balíček“

- Ubytování na 2 noci;
- Pro 2 osoby;
- 2x snídaně;
- 1x večeře;
- 1x večeře u slavnostně prostřeného stolu (láhev sektu v ceně);

Cena: 1 900 Kč.

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo v části teoretické zpracovat literární rešerši z odborných zdrojů, týkajících se současných trendů a moderních prvků v ubytovacích zařízeních. V části praktické bylo cílem analyzovat současný stav implementace moderních trendů v rámci ubytování v moderních hotelích. Dalším cílem bylo na základě zjištěných informací z části teoretické, navrhnout možnosti změn, případně nových prvků a aplikovat je do současných podmínek vybraného ubytovacího zařízení.

V literární rešerši bakalářské práce jsou vypracované poznatky týkající se historie ubytování a její rozdělení dle období. Dále se zabývá klasifikací ubytovacích zařízení a vznikem a vzhledem hotelu v dnešní době. Na závěr jsou v teoretické části shrnuté informace týkající se architektury. Praktická část této práce navazuje na poznatky z části teoretické.

K vypracování praktické části byl vybrán hotel Allvet, který se nachází v blízkosti města Vyškov. Část hotelu konkrétně jednolůžkový hotelový pokoj byl obměněn pomocí 3D vizualizace na základě moderních trendů v ubytování. Tato 3D vizualizace byla následně probírána s provozním hotelu, což dokazuje dotazník, který je taktéž prvkem praktické části práce. Pro lepší představivost o situaci hotelu jsou do praktické části zahrnuty obecné informace o hotelu. SWOT a Step analýza. Dále byly navrženy „balíčky“ které by hotel mohl využít při získávání nových zákazníků.

Po prodiskutování návrhu 3D vizualizace s provozním hotelu se došlo k závěru, že 3D vizualizace by hotelu pomohla k zlepšení podmínek v ubytování a získání nových zákazníků, avšak by musela být finančně méně náročná.

Zpracování této práce bylo pro mne, jako studentku Vysoké školy obchodní a hotelové v Brně velkým přínosem a získáním nových informací.

POUŽITÉ ZDROJE

Literární prameny:

- [1] DUBOST, Jean-Claude a Jean-Francois GONTHIER, c2004. *Architecture for the future*. Paris: Terrail, 207 s. ISBN 2-87939-028-1
- [2] GREER, Nora Richter, 1998. *Architecture as response: preserving the past, designing for the future : Einhorn Yaffee Prescott*. Gloucester, Mass: Rockport Publishers. ISBN 1564964108
- [3] HAMARNEH, Iveta, 2012. *Geografie turismu: Mimoevropská teritoria*. Vyd. 1. Praha: Grada, 224 s. ISBN 978-80-247-7546-3
- [4] HORNER, Susan a John SWARBROOKE, 2003. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 486 s. ISBN 8024702029
- [5] HYDE, Rory, 2012. *Future practice: conversations from the edge of architecture*. New York: Routledge, 279 p. ISBN 978-0415533546
- [6] KELLER, Kevin Lane, 2007. *Strategické řízení značky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 796 s. ISBN 978-80-247-1481-3
- [7] KOTÍKOVÁ, Halina, 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada. 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6
- [8] KŘÍŽEK, Felix a Josef Neufus, 2014. *Moderní hotelový management: nové trendy a metody v řízení hotelů, aktualizované informace o hotelovém provozu a jeho organizaci, optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku, praktické příklady a fotografická příloha*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 224 s. ISBN 978-80-247-4835-1
- [9] PALATKOVÁ, Monika, 2011. *Mezinárodní cestovní ruch*. Vyd. 1. Praha: Grada, 221 s. ISBN 978-80-247-3750-8
- [10] PALATKOVÁ, Monika et al., 2013. *Management cestovních kanceláří a agentur*. Vyd. 1. Praha: Grada, 217 s. ISBN 978-80-247-3751-5
- [11] PALATKOVÁ, Monika, 2014. *Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn*,

evropská integrace a mezinárodní turismus. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 256 s. ISBN 978-80-247-4862-7

[12] PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ, 2014. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 262 s. ISBN 978-80-247-3643-3

[13] RYGLOVÁ, Kateřina a Michal BURIAN, 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Vyd. 1. Praha: Grada, 216 s. ISBN 978-80-247-4039-3

[14] SCHMEIDLER, Karel, 2011. *Sociologie v architektonické a urbanistické tvorbě*. Vyd. 2. Brno: Zdeněk Novotný, 292 s. ISBN 978-80-238-6582-0

[15] STAŇKOVÁ, Jaroslava et al., 2005. *Architektura v proměnách tisíciletí: architektonická kompozice, dějiny stavebního umění od pravěku dodnes, lidová architektura, životní prostředí a památková péče*. Praha: Sobotáles, 303 s. ISBN 80-86817-10-5

[16] ŠEFCŮ, Ondřej, 2013. *Architektura: lexikon architektonických prvků a stavebního řemesla*. Vyd. 1. Praha: Grada, 256 s. ISBN 978-80-247-3120-9

[17] ŠEVČÍK, Oldřich, 2007. *Architektura - historie - umění: kulturně-civilizační vývoj v Evropě od antiky do počátku 19. století*. 2. rozš. vyd. Praha: Grada, 330 s. ISBN 978-80-247-2032-6

Internetové zdroje:

[18] Cestovní ruch, © 1999-2011. *Standardizace ubytovacích zařízení*. [online]. [cit. 2015-04-12]. Dostupné z: <http://www.cestovni-ruch.cz/kategorizace/klashotel.php>

[19] Couchsurfing, © 1999 – 2015. *Couchsurfing* [online]. [cit. 2015-04-12]. Dostupné z: <https://www.couchsurfing.com>

Ostatní zdroje:

[20] Interní zdroje společnosti

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr. 1. Organizační struktura hotelu Allvet</i>	<i>31</i>
<i>Obr. 2. SWOT analýza</i>	<i>33</i>
<i>Obr. 3. Původní vzhled hotelového pokoje</i>	<i>40</i>
<i>Obr. 4. 3D vizualizace hotelového pokoje</i>	<i>41</i>

SEZNAM TABULEK

<i>Tab. 1. Klasifikace ubytovacích zařízení</i>	<i>17</i>
<i>Tab. 2 Kalkulace pobytu v hotelu Allvet</i>	<i>38</i>
<i>Tab 3. Kalkulace přeměny pokoje</i>	<i>42</i>

SEZNAM GRAFŮ

<i>Graf 1. Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v Jihomoravském kraji v letech 2001-2013</i>	<i>25</i>
<i>Graf 2 Návštěvnost hotelu podle pohlaví</i>	<i>35</i>
<i>Graf 3 Návštěvnost hotelu podle věku</i>	<i>36</i>
<i>Graf 4 Návštěvnost hotelu v letech 2008-2015</i>	<i>37</i>

SEZNAM ZKRATEK

AHR ČR	Asociace hotelů a restaurací ČR
HO.RE.KA. ČR	Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu ČR
NFHR ČR	Národní federace hotelů a restaurací ČR
UNIHOST	Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu

SEZNAM PŘÍLOH

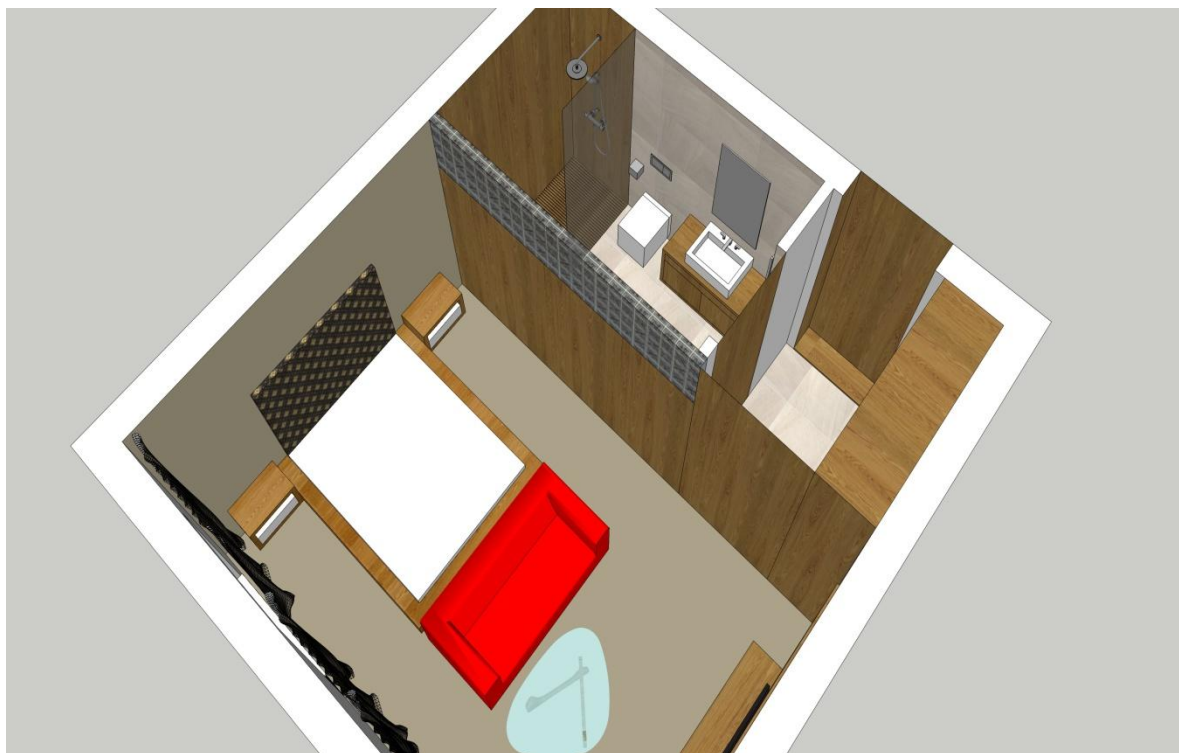
PŘÍLOHA Č.I.

1. Čistota a bezchybná hygiena
2. Veškeré zařízení a vybavení jsou funkční a v bezchybném stavu
3. Zařízení a vybavení jsou trvale sladěna co do tvaru i barvy
4. Všeobecný vizuální dojem je sladěný jak do tvaru, tak materiálu a barvy
5. Samostatný recepční pult
6. Samostatný nekuřácký prostor ve snídaňové restauraci
7. Místa k sezení v prostoru recepce
8. Výtah- pokud má hotel více než 3 podlaží
9. 100 % pokojů se sprchou a WC nebo vanou a WC
10. Sprcha se sprchovým závěsem nebo zástěnou
11. Umyvadlo ve všech pokojích
12. Pratelná koupelová předložka
13. Osvětlení umyvadla
14. Elektrická zásuvka poblíž zrcadla s označením napětí
15. Kosmetické zrcadlo
16. Háčky nebo závěsný systém
17. Odkládací polička
18. Sklenička na zubní kartáček na osobu
19. Mýdlo, nebo tekuté mýdlo
20. Sprchový gel nebo mýdlo
21. Šampón
22. Hygienické ubrousky
23. Toaletní papír a rezervní papír
24. 1 ručník na osobu
25. 1 osuška na osobu
26. Vysoušeč vlasů
27. Odpadkový koš v koupelně
28. Jednolůžko s minimálním rozměrem 0,90 m x 1,90 m
29. Kvalitní a dobře udržovaná matrace o minimální tloušťce 13 cm
30. Zařízení pro buzení

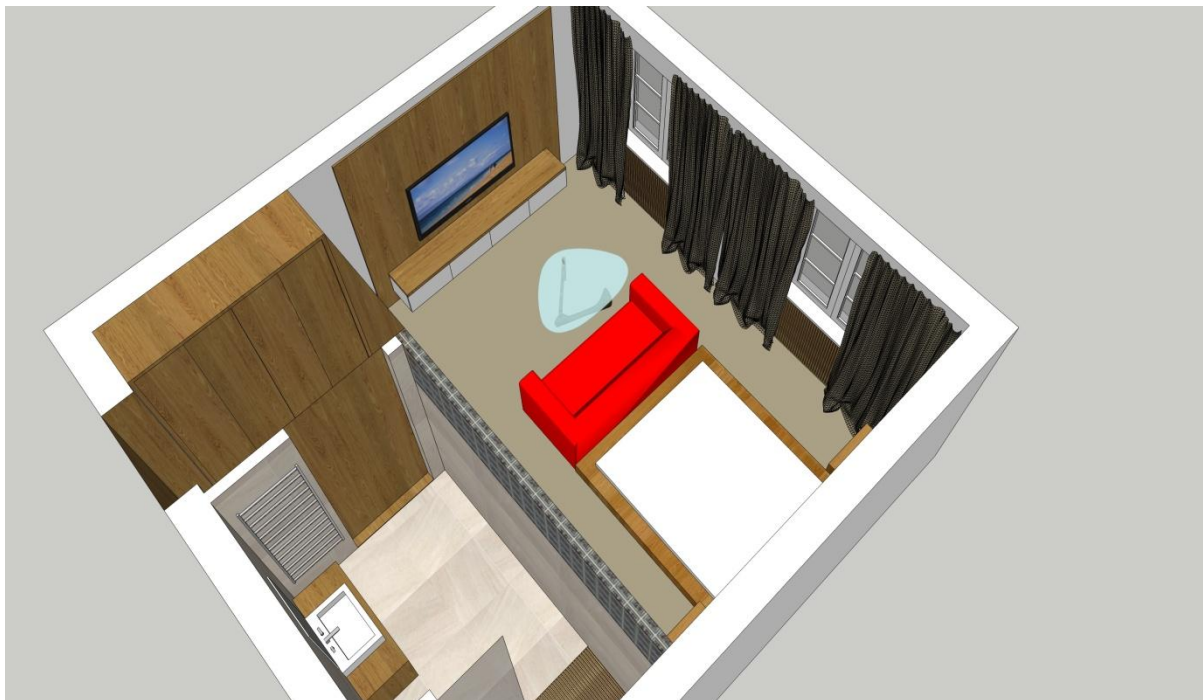
31. Kvalitní a dobře udržována příkrývka
32. Kvalitní a dobře udržovaný polštář
33. Další polštář na požádání
34. Další příkrývka na požádání
35. Možnost částečného zatemnění pokoje
36. Šatní skříň, nebo výklenek na odkládání věcí
37. Police na prádlo
38. Odpovídající počet ramínek
39. Háčky na šaty
40. Možnost zavěsit vak na šaty
41. 1 místo k sezení na každé lůžko
42. Stůl, pracovní stůl, nebo deska s pracovní plochou minimálně 0,5 m²
43. Elektrická zásuvka v místnosti
44. Další zásuvka poblíž pracovního stolu
45. Pokojové osvětlení
46. Noční stolek
47. Světlo ke čtení u každého lůžka
48. Elektrická zásuvka v blízkosti postele
49. Zrcadlo na výšku postavy
50. Místo k uložení zavazadla
51. Odpadkový koš v pokoji
52. Trezor v pokoji, nebo na recepci
53. Rozhlas (může být zařízen přes TV)
54. Barevná TV
55. Možnost přijetí a odesílání faxů
56. Veřejně přístupný telefon
57. Na požádání telefon v pokoji
58. Přístup k internetu na veřejných prostorech
59. Manuál služeb A-Z
60. Regionální informační manuály na recepci
61. Psací potřeby a blok na psaní
62. Taška na prádlo
63. Šitíčko, nebo krejčovská služba na požádání
64. Pomůcky na čištění obuvi na požádání

65. Stroj na čištění obuvi v hotelu
66. Každodenní úklid pokoje
67. Každodenní výměna ručníků
68. Výměna ložního prádla nejméně 2x týdně
69. Nabídka nápojů v pokoji
70. Snídaně formou bufetu
71. Restaurace otevřena minimálně 5 dnů v týdnu
72. Recepce otevřená 14 hodin, dostupná telefonicky 24 hodin denně
73. Dvojjazyčný personál
74. Pomoc se zavazadlem na požádání
75. Služby prádelny a žehlení
76. Možnost přijímání kreditních karet
77. Debetní karty
78. Systém pro řešení stížností
79. Webové stránky s realistickými obrázky hotelu
80. Orientační nákras

PŘÍLOHA Č.II.



PŘÍLOHA Č.III.



PŘÍLOHA Č.IV.

