

**Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu**

**Studijní program: B6208 Ekonomika a Management
Studijní obor: Obchodní podnikání – retail management**

**Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v oblasti
Českobudějovicko**

**Vedoucí bakalářské práce
Ing. Roman Švec**

**Autor bakalářské práce
Lucie Hůlková**

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Analýza ubytovacích a stravovacích zařízení v oblasti Českobudějovicko 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 16.4.2010

Podpis studenta

Poděkování

Ráda bych poděkovala panu Ing. Romanu Švecovi za trpělivost a aktivitu, kterou mi věnoval při vypracování bakalářské práce a za podporu ve chvílích časové tísně.

Druhé poděkování patří Tomáši Šestauberovi, provozovateli restaurace Beseda a T.I.C. v Českých Budějovicích a Borovanech, kteří mi ochotně poskytli všechny potřebné informace.

OBSAH

1 ÚVOD	7
2 CÍLE A METODIKA	8
2.1 CÍLE	8
2.2 PRACOVNÍ HYPOTÉZY	8
2.3 METODIKA	8
3 LITERÁRNÍ PŘEHLED	10
3.1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ	10
3.1.1 Národní hospodářství	10
3.1.2 Obchod	11
3.1.3 Služby	12
3.1.4 Potřeby	14
3.1.5 Cestovní ruch	16
3.1.6 Destinace cestovního ruchu	19
3.1.7 Potřeby z hlediska cestovního ruchu	20
3.2 SLUŽBY V CESTOVNÍM RUCHU	21
3.2.1 Klasifikace a charakteristika služeb cestovního ruchu	23
3.2.2 Ubytovací a stravovací služby	24
4 ANALÝZA UBYTOVACÍCH A STRAVOVACÍCH ZAŘÍZENÍ	37
4.1 ANALÝZA SEKUNDÁRNÍCH ÚDAJŮ	37
4.1.1 Geografické vymezení	37
4.1.2 Region v historickém kontextu	38
4.1.3 Služby cestovního ruchu ve vymezené oblasti Českobudějovicka	39
4.2 ANALÝZA PRIMÁRNÍCH ÚDAJŮ	52
4.2.1 Terénní šetření	52
4.2.2 Řízené rozhovory	63
5 NÁVRHY A OPATŘENÍ	74
5.1 STATISTICKÁ DATA	74
5.2 ZAŘAZENÍ UBYTOVACÍHO ZAŘÍZENÍ DO OFICIÁLNÍ	

JEDNOTNÉ KLASIFIKACE	74
5.3 NÁVRHY PRO RESTAURACI BESEDA	75
5.3.1 Všední večer s country muzikou	75
5.3.2 Výstavba nového baru	76
6 ZÁVĚRY	79
7 SUMMARY	81
8 SEZNAM LITERATURY	82
9 SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK	87
10 SEZNAM PŘÍLOH	89

1 ÚVOD

Pro zpracování své bakalářské práce jsem si zvolila region Českobudějovicko. Z důvodu rozsáhlosti tohoto regionu jsem si oblast zúžila na krajské město České Budějovice, Lišov, Ledenice, Rudolfov, Borovany a jejich nejbližší okolí. Ve vymezeném regionu se nachází velké množství přírodních památek a atraktivit.

Velmi rentabilní se zdají být právě služby cestovního ruchu zaměřené na hotelnictví a gastronomii, které dotvářejí celkovou atraktivitu vybrané oblasti Českobudějovicko. Služby jsou mezi hosty velmi oblíbené. Díky poskytovaným hotelovým službám mohou turisté zůstat v oblasti více dní. Stravovací služby mají velký význam pro místní obyvatele, ale ještě významnější jsou pro účastníky cestovního ruchu, kterým tak ušetří práci a čas s přípravou pokrmů. Vzhledem k rychlému rozvoji odvětví cestovního ruchu, který přináší do veřejných i soukromých rozpočtů mnoho finančních prostředků, je potřeba jeho rozkvět podporovat.

Práce se bude věnovat poskytování ubytovacích a stravovacích služeb ve vymezené oblasti. Problematika bude řešena jak ze strany nabídky, tak ze strany poptávky po těchto službách, což mi umožní terénní šetření v podobě řízených rozhovorů a dotazníků. Po posouzení výsledků, budou porovnány se sekundárními údaji a vlastním pozorováním, pak budu formulovat návrhy a závěry práce.

2 CÍLE A METODIKA

2.1 Cíle

Hlavním cílem bakalářské práce bude analyzovat trh ubytovacích a stravovacích služeb v oblasti Českobudějovicko.

Vedlejším cílem bude konstatování nedostatků při poskytování těchto služeb z pohledu klienta na základě údajů, které mi vyplynou z dotazníkového šetření. Následně budou navržena opatření pro řešení těchto problémů. Posledním vedlejším cílem bude získané poznatky převést a aplikovat pro provoz vybraného zařízení.

2.2 Pracovní hypotézy

- Nabídka ubytovacích a stravovacích zařízení odpovídá poptávce návštěvníků.
- Ve zkoumané oblasti je patrné působení sezónnosti.
- Kvalita ubytovacích a stravovacích služeb odpovídá požadavkům hostů.

2.3 Metodika

Pro sepsání práce bude použit následující postup:

Nejdříve se budu zabývat analytickou částí. Prvotní bude prostudování odborné literatury a internetových zdrojů z obchodu, cestovního ruchu, jeho služeb a provozu ubytovacích a stravovacích zařízení. Poznatky získané studiem budou sloužit pro sepsání literárního přehledu.

Pro analýzu stávající struktury ubytovacích a stravovacích služeb budou využity údaje Českého statistického úřadu a informačního centra a internetové zdroje, které doplním o vlastní šetření.

K tomu, abych mohla provést šetření, budu muset nejdříve provést přípravu. Cílem šetření bude získat informace o účastnících cestovního ruchu, kteří přijíždějí do vymezené oblasti. K získání těchto informací bude použito dotazníkové šetření, které poskytne pohled ze strany poptávky.

Dále budou využity řízené rozhovory s pracovníky informačních center a majitelem stravovacího zařízení. Cílem bude zjistit situaci na straně nabídky ubytovacích a stravovacích zařízení.

Po shromáždění všech dostupných informací budou informace zanalyzovány a použity pro formulaci opatření a návrhů. Dále budou zjištěné skutečnosti použity při formulaci závěrů práce a budou sloužit k potvrzení, či vyvrácení pracovních hypotéz.

3 LITERÁRNÍ PŘEHLED

3.1 Vymezení základních pojmů

3.1.1 Národní hospodářství

Petrželová (2007) rozlišuje obvykle tři někdy i čtyři sektory národního hospodářství (primární, sekundární, terciární a kvartální).

Fialová (2004) tvrdí, že primární sektor je soubor odvětví v hospodářství vyrábějících základní suroviny pro další zpracování a potraviny pro obyvatelstvo. Zahrnuje tato odvětví: zemědělství, lov a lesnictví, rybolov, těžební průmysl.

Sekundární národní hospodářství zahrnuje podle Petrželové (2007) všechna odvětví zpracovatelského průmyslu (potravinářský, textilní, chemický, strojírenský, stavební, apod.).

Na rozdíl od Petrželové Fialová vnímá sekundární sektor jako soubor odvětví celkové produkce vyrábějící hotové výrobky pro spotřebu i výrobu. Zahrnuje tato odvětví: zpracovatelský průmysl, výroba elektřiny a plynu, kanalizace a zásobování vodou, stavebnictví.

Fialová (2004) chápe terciární sektor jako soubor těch odvětví celkové produkce, která poskytují služby. Jedná se o širokou škálu služeb výrobních, vládních a individuálních. Mezi ně řadíme mimo mnoha jiných stravovací a ubytovací služby.

Kvartérní sektor je sektor ekonomiky, který zahrnuje nevýrobní činnosti poskytované za úplatu, tyto činnosti společně s terciérem označujeme jako služby. Do kvartéru řadíme školství, vědu a výzkum. (Jaroška, 2004)

3.1.2 Obchod

Zboží a služby se musejí dostat od výrobce k zákazníkovi, proto je nutné počítat s existencí obchodu.

Dle Pražské (2002) se obchod jeví jako věc zcela samozřejmá, protože s ním všichni přicházíme do kontaktu a jsme často přesvědčení, že bychom věci uměli dělat lépe. Oč snadnější je radit zelináři „v naší ulici“, o to obtížnější je sledovat např. proces řízení nákupu či prodeje a různé cesty zboží ve velkých řetězcích, v zahraničním obchodě i v obchodních transakcích burzovní povahy.

Obchod je možno chápat v několika základních polohách:

- **Obchod jako instituci.** V tomto pojetí představuje subjekty zabývající se převážně obchodem, přičemž za obchodní instituce v užším slova smyslu jsou považovány ty subjekty, které nakupují fyzické zboží za účelem dalšího prodeje bez jeho podstatnější úpravy.

- **Obchod jako činnost.** Obchod jako činnost představuje nejobsáhlejší pojetí. Je to činnost zahrnující nákup a prodej zboží. Obchodní činností se však mohou zabývat i subjekty, jejichž hlavní činností je výroba. Kromě toho představuje obchod i činnosti, při nichž se neobchoduje se zbožím, ale i s informacemi či energií, s cennými papíry a se službami.

- 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 pobytu, dopravních úkonů, služby osobní, prodej bankovních produktů atd.

Parmová (2004) dodává, že odvětví služeb nabývá v současné době na velkém významu. Na rozdíl od sféry výroby zaznamenává sféra služeb dynamický rozvoj podnikatelské činnosti, na který se váže též příliv finančních prostředků a nárůst počtu pracovních míst. Nadto se snaží též firmy z odvětví výroby svou nabídku obohatit o služby zákazníkům, a tím získat konkurenční výhodu oproti ostatním firmám.

Toto prolínání služeb do všech odvětví vede následně k vytváření celosvětového společenského trendu tzv. společnosti služeb. Jak výrobci, tak zákazníci si jsou vědomi, že služby představují integrující složku veškerých ekonomických aktivit. Na základě těchto úvah dostává tržní chování a jednání úplně jinou, novou kvalitu - místo pouhého předávání výrobků zákazníkům přichází na scénu komplexní servisní služba, která má jako systém za cíl uspokojit veškeré zákaznické potřeby a jejím hlavním měřítkem je užitek zákazníka.

Služby zaujímají stále důležitější roli v oblasti obchodu a jejich význam dle všeobecných předpokladů neustále roste.

3.1.3 Služby

Teoretici marketingu se pokusili definovat služby z hlediska jejich nehmotné povahy a skutečnosti, že nikdy nevedou ke vzniku vlastnictví čehokoli, ale pouze přinášejí zákazníkům „prospěch“ nebo „uspokojení“. (Horner a Swarbooke, 2003)

Kotler (2007) upřesňuje, služba je jakákoliv činnost nebo schopnost, kterou může jedna strana nabídnout straně druhé. Poskytování služby může (ale nemusí) být spojeno s hmotným produktem.

Payne (1996) definuje službu jako činnost, která v sobě má určitý prvek nehmotnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo s jeho majetkem. Výsledkem služby není převod vlastnictví. Služba může vést ke změně podmínek a její produkce může či nemusí být úzce spojena s fyzickým produktem.

Službou podle Orišky (2010) rozumíme ekonomický statek, jehož podstatou je činnost a jehož hodnota je určena užitek, který přináší. Poskytnutí služby se od výrobku liší tím, že jde o nemateriální činnost. Do procesu poskytování služby je nevyhnutelné začlenit i vnější faktor (zákazníka a zboží), v důsledku čehož dochází k souladu výroby

služby s její spotřebou (synchronizace), a pomíjivostí služby (nemožnost vytváření zásob).

Nabídku služeb na trhu rozlišuje Kotler (2007) do 5-ti kategorií tržní nabídky:

1. **Čistě hmotné zboží** (např. potraviny, drogerie)
2. **Hmotný produkt spolu se službou:** zboží je nabízeno spolu se službou, jedná se o technologicky vyspělé produkty (automobily, počítače)
3. **Hybrid:** nabídka se skládá ze dvou stejných částí zboží a služby (např. restaurace je oblíbená díky své kuchyni i prvotřídním službám)
4. **Hlavní služba spolu s malým podílem zboží:** (např. letecké služby, letadlem se létá za účelem přemístění se, přesto se může stát, že obdržíme i něco hmotného (občerstvení))
5. **Čistá služba:** nabídka se skládá pouze se služba (např. hlídání dětí)

3.1.3.1 Vlastnosti služeb

Služby od výrobků odlišuje řada specifických vlastností. Většina z nich souvisí s myšlenkou, že „služby se spotřebovávají v procesu jejich produkce“. Existuje řada faktorů, díky nimž je problematika marketingu služeb značně odlišná od marketingu výrobků. (Horner a Swarbooke, 2003)

Payne (1996) uvádí čtyři charakteristické vlastnosti služeb, jimiž jsou odlišovány služby od výrobních produktů:

- **nehmatatelnost** – služby jsou ve své podstatě nehmatatelné
- **proměnlivost** – proces poskytování služeb závisí na lidech, což znamená, že jsou subjektivní a nelze je standardizovat
- **nedělitelnost** – poskytování a spotřeba služeb je spjata s místem a časem poskytování a je vázána na přítomnost zákazníka
- **pomíjivost** – služby nelze skladovat

Horner a Swarbooke (2003) rozšiřují tyto charakteristické vlastnosti o pojem **neexistující vlastnictví** – zákazník si koupí službu, získá pouze přístup k nějaké činnosti nebo zařízení, ale na konci celé transakce nic nového nevládní. Služby teda častěji produkují uspokojení než nějakou hmotnou věc, kterou lze ukazovat ostatním. Tyto faktory znamenají, že personál zúčastněný na produkci a dodávce služeb je součástí samotného produktu. Nedělitelnou součástí tohoto procesu je rovněž zákazník.

3.1.3.2 Klasifikace služeb

Rozvoji klasifikačních systémů služeb byla v odborných kruzích věnována velká pozornost. Cílem klasifikace je pomoci manažerům ve službách překonat stávající bariéry a čerpat zkušenosti z jiných odvětví, které mají se službami některé společné rysy. Služby lze jednoduše definovat jejich výčtem (Payne, 1996):

- maloobchod a velkoobchod
- doprava, distribuce a skladování
- bankovníctví a pojišťovnictví
- nemovitosti
- veřejné služby, vládní a vojenský sektor
- zdravotnictví
- obchodní, profesionální a osobní služby
- rekreační a ubytovací služby
- vzdělání
- ostatní neziskové organizace

3.1.4 Potřeby

Jelikož služby uspokojují potřeby lidí, je nutné vysvětlit, co vlastně pojem potřeby znamená a jaké druhy potřeb známe.

Definice lidských potřeb dle Kučerové (1997) je velmi jednoduchá, neboť se jedná o pociťovaný nedostatek něčeho, ať už nějakého statku, či služby. Potřeby vyjadřují nutnost či touhu po něčem.

Petrů (2006) obecně pokládá služby za sociálně ekonomickou kategorii, ta se projevuje jako nedostatek něčeho, který člověk pociťuje ve formě odrazu ve svém vědomí a který je podmíněný závislostí na vnějším světě.

Každá potřeba je jednotou biologické a společenské stránky, což se využívá při základním členění potřeb na:

- **biologické potřeby** – související s existencí člověka jako přírodní bytosti (výživa, zachování rodu, péče o zdraví apod.)
- **společenské potřeby** – jsou spojeny s existencí člověka jako společenské bytosti (patří sem potřeby v oblasti vzdělávání, kultury, rekreace, zábavy apod.)

Maslow dokázal, že existuje jistá struktura prioritních potřeb (tzv. Maslowova pyramida potřeb). Každý člověk překonává čtyři fáze:

- **fyzilogické potřeby** (potřeba jídla, spánku, odpočinku, pohybu, oblečení, přístřeší)
- **potřeba bezpečí a jistoty** (ochrana před materiálními a psychickými ztrátami)
- **společenské potřeby** (příslušnost k nějaké skupině, přátelství, láska)
- **potřeby seznání a ocenění** (sociální postavení, ocenění, sebedůvěra)
- **potřeby seberealizace** (rozvoj nových dovedností, kreativita)

Tyto fáze jsou ovlivněné životními možnostmi a poměry. Základem seberealizace jsou volný čas, cestovní ruch, kultura, sport apod.

V cestovním ruchu se vždy odvíjejí potřeby rekreace, léčení, cestování jako potřeba družnosti.

3.1.5 Cestovní ruch

Definovat cestovní ruch se snažili jak jednotlivci, tak i mezinárodní organizace.

Jak říká Indrová (2004) cestovní ruch je složitým jevem, který je obtížné definovat vyčerpávajícím způsobem, proto existují různá pojetí.

Významným mezníkem v definování cestovního ruchu byla Mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu, pořádaná v červnu 1991 Světovou organizací cestovního ruchu (UNWTO) v Ottavě, kde byl cestovní ruch definován jako „činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (mimo místo bydliště), a to na kratší dobu než je stanovena (u mezinárodního CR tato doba činí 1 rok, u domácího CR 6 měsíců), přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“ (Politika cestovního ruchu ČR na národní a regionální úrovni - cíle, nástroje a mechanismus, 2006)

Podle Palatkové (2006) tato definice vylučuje z pojmu cestovní ruch:

- cesty v rámci místa trvalého bydliště
- pravidelné cesty do zahraničí
- dočasné přestěhování za prací
- dlouhodobá migrace

Cestovní ruch je jedním z největších a nejrychleji se rozvíjejících průmyslů světa. Má vliv na zaměstnanost, na tvorbu hrubého domácího produktu, vytváření devizových rezerv státu, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek, zvyšuje všeobecnou vzdělanostní úroveň obyvatelstva. (Királ'ová, 2003)

Cestovní ruch je komplexní společenský jev jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn

politických a veřejně správních aktivit (politika CR, propagace CR, regulace CR, mezinárodní spolupráce, apod.) a reakce místní komunity a ekosystému na uvedené aktivity. (Beránek, 2003)

Orieška (2010) rozumí cestovním ruchem soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest. Značnou část těchto potřeb lze uspokojit i mimo rámec cestovního ruchu, ale právě účast na cestovním ruchu představuje nejvyšší stupeň jejich uspokojení.

Indrová (2008) a Hesková a kol. (2006) se shodují v tom, že cestovní ruch představuje souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu a současně i aktivit podniků a organizací poskytující služby pro zajištění pobytu účastníků cestovního ruchu mimo místo jejich trvalého bydliště.

Indrová (2008) dále charakterizuje cestovní ruch následujícími znaky:

- dočasnost změny místa stálého bydliště a dočasnost pobytu mimo něj
- nevýdělečný charakter cesty a pobytu (jsou obvykle realizovány ve volném čase)
- vztahy mezi lidmi, jež cestovní ruch vyvolává

Obecně lze cestovní ruch definovat jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich trvalého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Definice zní sice jednoduše, ale ne výstižně. Nezohledňuje například oblast služebních cest, kde hlavním smyslem cestování není zábava, ale práce. (Horner a Swarbooke, 2003)

Dále se cestovní ruch vymezuje definicí, která říká: „Cestovní ruch znamená dočasnou změnu místa pobytu, tj. cestování a přebývání mimo místo trvalého bydliště, ne déle než 1 rok, zpravidla ve volném čase za účelem rekreace, rozvoje poznání a spojení mezi lidmi“. (Ryglová, 2005)

3.1.5.1 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního (Petrů, 2006) ruchu vycházejí ze zaměření cestovního ruchu na uspokojování určitých konkrétních potřeb účastníka.

Základními formami cestovního ruchu jsou:

- rekreační cestovní ruch
- kulturně-poznávací cestovní ruch
- sportovní-turistický cestovní ruch
- lázeňsko-léčebný cestovní ruch

Dále existují tzv. **specifické formy** cestovního ruchu mezi něž patří:

- cestovní ruch mládeže
- cestovní ruch třetí generace
- kongresový cestovní ruch
- mototuristický cestovní ruch a další

3.1.5.2 Druhy cestovního ruchu

Cestovní ruch členíme a sledujeme podle různých hledisek. Nejčastěji přitom vycházíme z těchto kritérií:

a) **Z místa realizace**

- domácí cestovní ruch
- zahraniční cestovní ruch

b) Ze způsobu účasti a formy úhrady nákladů na:

- volný cestovní ruch
- vázaný cestovní ruch

c) Ze způsobu a organizace zabezpečení služeb cestovního ruchu na:

- neorganizovaný cestovní ruch
- organizovaný cestovní ruch

d) Z délky účasti (délky trvání cesty) na:

- krátkodobý cestovní ruch (nejvýše 2 přenocování)
- dlouhodobý cestovní ruch

3.1.6 Destinace cestovního ruchu

Destinace cestovního ruchu (Királ'ová, 2003) je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti odlišné od jiných destinací.

Podle UNWTO představuje destinace místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh.

Pod pojmem destinace cestovního ruchu se rozumí v užším smyslu slova cílová oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu a v širším smyslu země, regiony, lidská síla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu. Pro mezinárodní návštěvníky je destinací, buď celá navštívená země, nebo její některý region, případně město. V některých zemích je území rozděleno do turisticky, historicky nebo administrativně kompaktních destinací s tvorbou a propagací společného turistického produktu a případně i zpracováním statistik podle cestovního ruchu. (Nechvílová, Holý, Krátký, 2006)

Úspěšnost destinace cestovního ruchu závisí na schopnosti analyzovat chování a změny v potřebách a požadavcích jak současných, tak i potencionálních návštěvníků. (Királ'ová, 2003)

3.1.7 Potřeby z hlediska cestovního ruchu

Cestovní ruch je významnou formou uspokojování lidských potřeb, které souvisejí s rekreací, poznáním a stykem s jinými lidmi.

Potřeby uspokojované prostřednictvím cestovního ruchu (Petrů, 2006) dělíme nejčastěji na:

- potřeby, jejichž uspokojení je vlastním cílem účasti na cestovním ruchu. Tyto potřeby motivují k účasti a patří mezi ně, např. potřeby odpočinku, pohybu, změny místa, poznání, estetickým dojmů apod.
- potřeby, jejichž uspokojení podmiňuje a zprostředkovává realizaci potřeb v první skupině. Tyto potřeby nejsou cílem cestovního ruchu, ale účast na cestovním ruchu se bez nich neobejde. Patří sem potřeby výživy, bydlení, přemísťování se, hygienické potřeby apod.

Účastníci CR mají své specifické potřeby. Tyto potřeby se dle Beránka (2007) dělí do 4 skupin:

- **potřeba klidu a odpočinku** (během dovolené hledá většina lidí odpočinek od fyzické a duševní námahy)
- **potřeba změny** (jedná se o změnu prostředí, člověk chce zažít něco jiného než každodenní stereotyp)
- **potřeba uvolnění od konvencí** (jde o potřebu lidí chovat se alespoň během dovolené bez omezení a konvencí, volný čas znamená pro člověka možnost dělat si to, co sám uzná za správné a vhodné, být svým vlastním pánem)
- **potřeba kontaktů a komunikace** (jde o potřebu seznamovací se s novými lidmi, výměny názorů a zážitků)

Nejpoužívanější teorií, kterou je možné využít i v cestovním ruchu je Maslowa teorie motivace, která již byla uvedena. Jednotlivé potřeby uspořádal podle významu a naléhavosti jejich uspokojování do pyramidy hierarchie potřeb na bázi, které tvoří fyziologické potřeby, nad nimi stojí potřeby jistoty, pak sociální potřeby, potřeba uznání a seberealizace.

Je třeba si uvědomit, že uspokojení základních, tj. fyziologických potřeb je podmínkou pro uspokojování hierarchicky výše stojících potřeb. Prostřednictvím účasti na cestovním ruchu se uspokojují tzv. vyšší potřeby. Základem uspokojování vyšších potřeb, v souvislosti s návštěvou destinace, jsou uspokojené fyziologické potřeby. Návštěvník obvykle přichází do destinace za účelem uspokojení těchto vyšších potřeb, ale zároveň vyžaduje základní podmínky k uspokojení potřeb fyziologických a potřeby bezpečnosti. Uspokojení vyšších potřeb se uskutečňuje využíváním primární nabídky cestovního ruchu, uspokojení fyziologických potřeb prostřednictvím sekundární nabídky. (Királ'ová, 2003)

3.2 Služby v cestovním ruchu

Dále se již budu věnovat pouze službám cestovního ruchu.

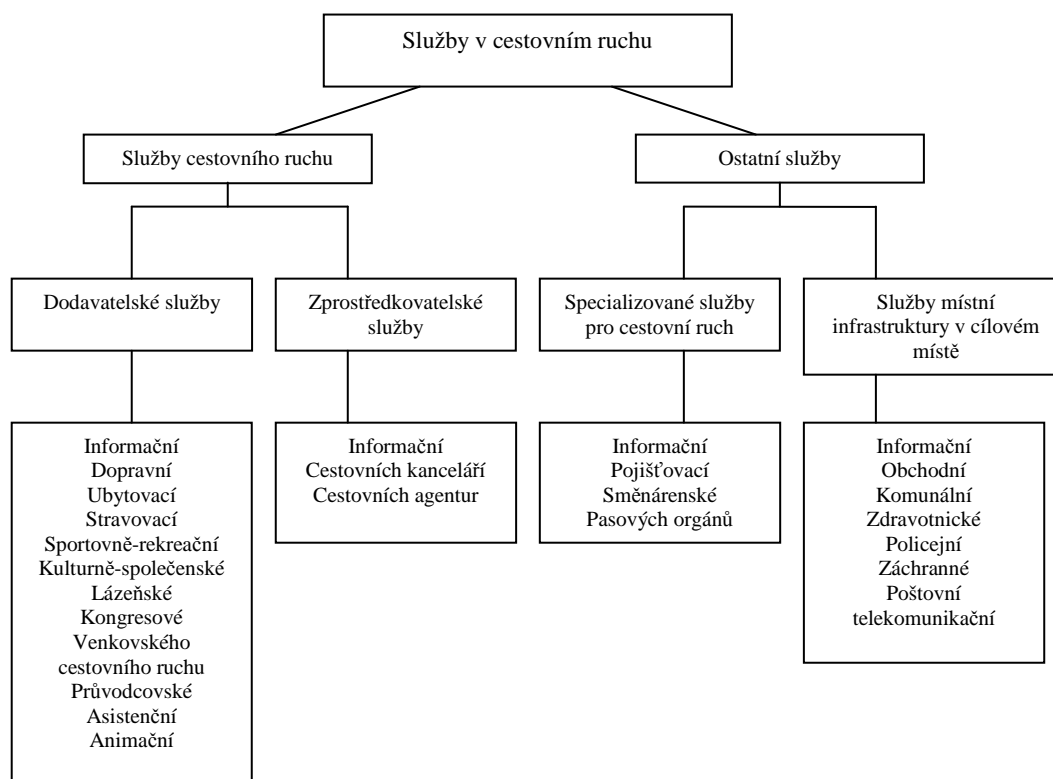
Služby cestovního ruchu dle Orišky (2010) představují činnosti nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je buď individuální, nebo společenský užitečný efekt. Individuální efekt je obvykle součástí cíle účasti na cestovním ruchu, může mít různorodý charakter podle zvolené formy účasti (například rekreační, kulturní, zdravotní apod.). Společenský efekt zpravidla podmiňuje nebo umožňuje dosažení individuálního efektu (například služby související s udržováním čistoty a hygieny veřejných prostranství, zeleně atd.).

Podle Királ'ové (2003) je možné uvést ještě další specifické charakteristiky služeb cestovního ruchu, které se k jejich poskytování a koupi vážou, a to především:

- **zvýšenou mírou emocionálních a iracionálních faktorů při koupi** (prestiž, móda, následování idolů, vůdcovské osobnosti)
- **důrazem na ústní reklamu**
- **rostoucími nároky na jejich jedinečnost** (luxus, nutnost překonat určitou bariéru v zájmu koupi a spotřeby služby – například vesmírná turistika)
- **důležitostí image při koupi** (například při výběru destinace, restaurace, ubytovacího zařízení)
- **důležitostí zprostředkovatelů prodeje vyplývající z časového nesouladu mezi koupí a spotřebou služby** (pobyty v destinacích si návštěvníci častěji kupují mimo destinace i několik měsíců před cestou)
- **zvýšenou potřebou kvalitních podpůrných materiálů** (vzhledem k jejich nehmatatelnosti a nemožnosti si je před koupí vyzkoušet)
- **prudkým nárůstem využívání informačních technologií při porovnávání konkurenčních nabídek a následném rozhodování o koupi, což motivuje poskytovatele k stále novým aktivitám podpory prodeje** (například virtuální návštěvy hotelu, audiovizuální programy)
- **zvláštním důrazem na komunikační dovednosti poskytovatelů služeb** (interpersonální komunikace, argumentace, přesvědčování, ale i jazykové znalosti)

Služby v cestovním ruchu (Orieška, 2010) se dají rozdělit na služby cestovního ruchu a ostatní služby. Služby cestovního ruchu jsou výlučně nebo převážně určeny na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, ostatní služby jsou určeny převážně místnímu obyvatelstvu s tím, že účastníkům cestovního ruchu je určena část jejich produkce.

Schéma 1: Struktura služeb v cestovním ruchu



Zdroj: Oriška 2010, str. 15

3.2.1 Klasifikace a charakteristika služeb cestovního ruchu

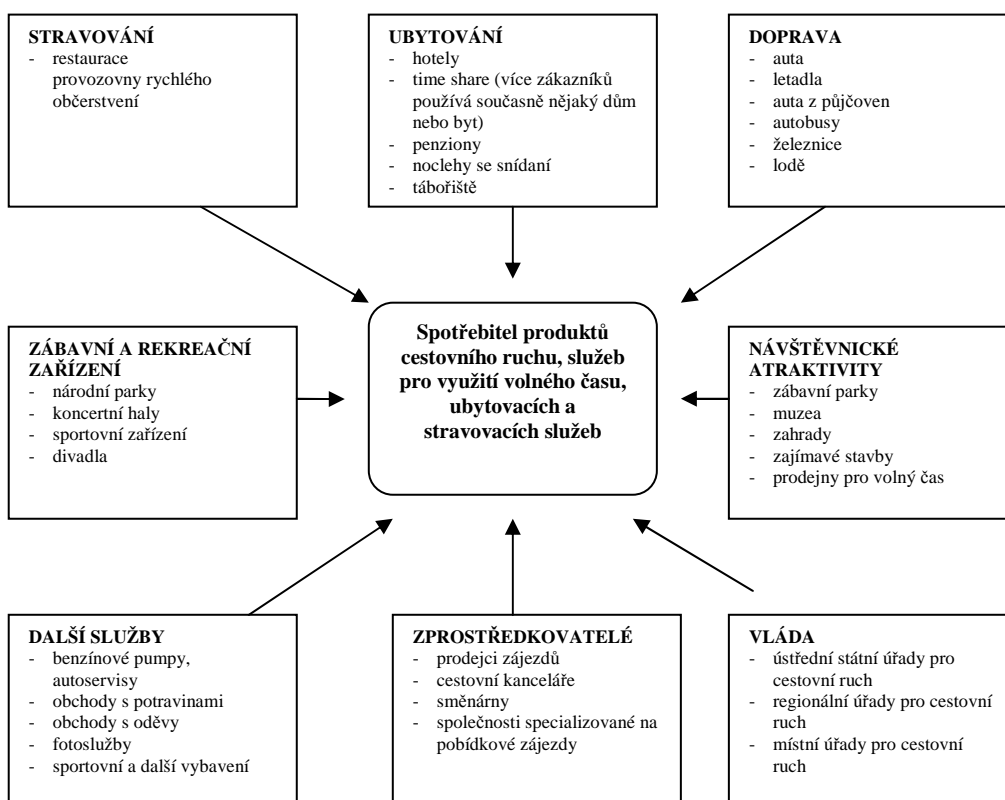
Z toho důvodu, že je služeb cestovního ruchu velké množství, je vhodné, aby bylo objasněno také členění a charakteristika jednotlivých druhů služeb.

Oriška (2010) uvádí, že různorodost služeb cestovního ruchu umožňuje jejich klasifikování z více hledisek. Často se podle významu ve spotřebě účastníků cestovního ruchu rozlišují na služby **základní a doplňkové**. Do **základních služeb** se zařazuje přemístění účastníků cestovního ruchu z místa jejich trvalého bydliště do rekreačních prostorů a zpět a služby spojené s pobytem v rekreačním prostoru (dopravní služby, služby ubytovací a stravovací). **Doplňkové (komplementární) služby** jsou spojeny s využíváním atraktivit, vlastností charakteristických pro konkrétní rekreační prostor

(například sportovně-rekreační služby, společensko-kulturní služby, lázeňské služby apod.).

V níže uvedeném schématu jsou vyjmenovány všechny složky průmyslu cestovního ruchu podle Hornera a Swarbooka (2003).

Schéma 2: Průmyslová odvětví cestovního ruchu, služeb pro využití volného času, ubytovacích a stravovacích služeb



Zdroj: Horner a Swarbooke (2003, str. 161)

3.2.2 Ubytovací a stravovací služby

Pro bakalářskou práci jsou z tohoto komplexu služeb nejdůležitější dvě velké skupiny služeb - služby ubytovací a stravovací, na které bude práce dále zaměřena.

3.2.2.1 Ubytovací služby

Orieška (2010) uvádí, že ubytovací služby souvisejí s pobytovou stránkou cestovního ruchu. Umožňují přenocování nebo přechodné ubytování účastníků cestovního ruchu. Jsou významným předpokladem vzniku a rozvoje zejména dlouhodobého cestovního ruchu. Jejich součástí jsou také služby, které s pobytem hosta v ubytovacím zařízení souvisejí. Jde o podávání informací, úschovu zavazadel a jejich přepravu v ubytovacím zařízení, buzení hostů, půjčování společenských her, úschovu cenností v hotelovém trezoru, rezervování míst v odbytových střediscích, zprostředkování telefonických hovorů, podávání telegramů, prodej vybraných druhů zboží, časopisů, literatury, upomínkových předmětů, květin, praní a žehlení prádla, čištění a žehlení oděvů, sekretářské práce a další služby.

Ubytovací služby podle Petřů (2006) spočívají v poskytování přechodného ubytování, a to zejména ve spojení s účastí na cestovním ruchu, ale i při výkonu povolání (služební cesty).

Dle Heskové a kol. (2006) poskytují veřejnosti přístupné ubytovací zařízení, která pracují na ziskovém principu (tzv. komerční zařízení) nebo na neziskovém principu (zařízení občanských sdružení, podnikové rekreační zařízení). Budují se obvykle spolu s pohostinskými odbytovými středisky nebo jako samostatné ubytovací zařízení.

Charakteristika ubytovacího zařízení

Ubytovací zařízení považují Horner a Swarbooke (2003) za objekty, prostory nebo plochy, kde je veřejnosti poskytováno ubytování. Je součástí základní infrastruktury CR, bývá spojeno se stravovacími službami v plném nebo omezeném rozsahu a případně i s poskytováním dalších služeb.

K dispozici máme několik možností, jak můžeme ubytovací zařízení rozdělit, např. Orieška (2010) uvádí členění ubytovacích zařízení dle mnoha kritérií:

- **podle způsobu výstavby**
 - pevná – hotely, motely
 - částečně pevná – montované chaty
 - přenosná – stany
 - pohyblivá – lůžkové a lehátkové vozy, obytné automobily, přívěsy, rotely
- **podle časového využití**
 - celoroční
 - dvou-sezónní
 - jedno-sezónní
- **podle druhu**
 - tradiční
 - doplňkové
 - ostatní
- **podle druhu zařízení**
 - hromadná ubytovací zařízení
 - individuální ubytování (mimo ubytovací zařízení)

Hromadná ubytovací zařízení můžeme dále rozdělit na:

- **hotely a obdobná zařízení** (s možností stravování – hotel, hotel garni, motel, hotel, penzion)
- **jiná hromadná ubytovací zařízení** – chatové osady, kemp, turistická ubytovna

Individuální ubytování, tj. ubytování v soukromí se dále dělí na:

- ubytování v bytě
- ve vlastním objektu účastníka (např. rodinném domě, rekreační chatě či chalupě)
- ubytování u příbuzných, známých nebo přátel

Indrová (2004) člení ubytovací jednotky na:

- **podle velikosti**
 - malá (5 – 100 pokojů)
 - střední (101 – 250 pokojů)
 - velká (251 a více pokojů)

- **podle umístění**
 - městská zařízení
 - lázeňská zařízení
 - horská zařízení apod.
- **podle převažující klientely**
 - pro obchodníky
 - rodiny s dětmi
 - sportovce
 - zařízení specializující se na kongresovou turistiku atd.

Ryglová (2005) rozšiřuje členění ubytovacích zařízení podle:

- **provozovatele na:**
 - zařízení volného cestovního ruchu
 - vázaného cestovního ruchu (chaty, ubytovny, zotavovny, lázeňské léčebny)

3.2.2.2 Klasifikace ubytovacích zařízení

Profesní svazy Asociace hotelů a restaurací České republiky a UNIHOST Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách na základě Usnesení vlády ze dne 17. 7. 1999 č. 717 a za podpory Ministerstva pro místní rozvoj ČR a České centrály cestovního ruchu – CzechTourism sestavily „Oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel“ pro období let 2010-2012.

Asociace hotelů a restaurací ČR je od roku 1993 členem evropské konfederace HOTREC zastřešující hotely a restaurace na úrovni Evropské Unie. Klasifikační systémy jednotlivých zemí směřují k postupné harmonizaci, členové HOTREC přijali dokument 21 kritérií sjednocující tyto evropské klasifikační systémy. AHR ČR na základě aktivit, které vyvíjí v oblasti budování systému klasifikace v České republice, přijala nabídku na rozšíření národní klasifikace na mezinárodní úroveň.

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky se stala součástí mezinárodního „středoevropského“ systému Hotelstars Union, který v současné době sjednocuje klasifikační kritéria v rámci ČR, Německa, Rakouska, Maďarska, Švýcarska, Švédska a Nizozemí. Hotelstars Union zaručuje stejné parametry kvality ubytovacích služeb v tomto významném regionu.

Profesní svazy, vědomy si své odpovědnosti za kvalitativní rozvoj poskytovaných služeb, se budou snažit ovlivňovat podnikatele oboru hotelového a restauračního průmyslu k co nejširší míře dobrovolné certifikace. Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism bude přednostně propagovat ta ubytovací zařízení, která certifikaci podstoupí. Materiál klasifikace má doporučující charakter a slouží jako pomůcka pro zařazování ubytovacích zařízení kategorií hotel, hotel garní, penzion, motel a hotel do příslušných tříd dle minimálních stanovených požadavků s cílem zlepšení orientace spotřebitelů – hostů a zprostředkovatelů – cestovních kanceláří a agentur. Klasifikace není obecně závazným předpisem a je na samotném provozovateli ubytovacího zařízení, zda-li certifikaci podstoupí či nikoliv. (Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2010-2012)

Klasifikací rozumíme označení minimálních požadavků jednotlivých tříd ubytovacích zařízení. Třída vyjadřuje úroveň poskytovaných služeb projevující se jak ve vybavení, tak i ve vlastní kvalitě a rozsahu poskytovaných služeb. Podle současně platné klasifikace v České republice se ubytovací zařízení značí následovně (Indrová, 2004):

*	TOURIST
**	EKONOMY
***	STANDARD
****	FIRST CLASS
*****	LUXURY

3.2.2.3 Kategorizace ubytovacích zařízení

Termín „kategorizace“ označuje proces, kdy dochází k dělení ubytovacích zařízení do jednotlivých kategorií. Toto dělení je uvedené v již zmiňované Oficiální jednotné

klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky, která ve svém dokumentu odkazuje na vyhlášku Ministerstva pro místní rozvoj č.501/2006 Sb., o obecných požadavcích na využití území. Ta je podkladem pro českou státní normu, závaznou pro všechna zařízení. Zmíněná vyhláška rozděluje ubytovací zařízení do čtyř kategorií na hotel, motel, penzion a ostatní ubytovací zařízení. Tyto kategorie jsou v rámci Oficiální jednotné klasifikace ještě podrobněji rozpracovány, a to následovně:

1. **Hotel** je 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.

2. **Motel** je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty poskytující přechodné 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. Ubytovací zařízení jinak splňuje veškeré požadavky pro kategorii Hotel 1* - 4*.

3. **Penzion** je ubytovací zařízení s nejméně 5 a maximálně 20 pokoji pro hosty, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb a 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.

4. **Botel** je ubytovací zařízení umístěné v trvale zakotvené osobní lodi. Botel se zařazuje nejvýše do čtyř hvězdiček. Na botel se vztahují všechny požadavky a kritéria jako na hotely příslušné třídy * až ****.

5. **Specifická hotelová zařízení:**

- Lázeňský /Spa hotel
- Wellnes hotel
- Resort / Golf resort hotel

Lázeňský / Spa Hotel – je ubytovací zařízení, které se nachází v místě se statutem lázeňského místa dle Zákona č. 164/2001 Sb. v aktuálním znění, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii hotel a které zajišťuje zároveň lázeňskou péči dle § 33 zák. č. 48/1997 Sb.

Lázeňský hotel garni – je ubytovací zařízení, které se nachází v místě se statutem lázeňského místa dle Zákona č. 164/2001 Sb. v aktuálním znění, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii hotel garni a které zajišťuje zároveň lázeňskou péči dle § 33 zák. č. 48/1997 Sb.

Wellness Hotel – je ubytovací zařízení, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii Hotel 3* - 5* a zároveň poskytuje služby wellness, přičemž bude současně certifikováno podle výstupů z projektu MMR „Zavádění národních standardů kvality ve vybraných sektorech cestovního ruchu“.

Resort/Golf Resort – je ubytovací zařízení, které splňuje požadavky pro kategorii Hotel 3* - 5*, jedná se o uzavřený soubor objektů, kde může být restaurace a recepce mimo ubytovací prostor. Zařízení poskytuje společensko-kulturní a sportovní vyžití.

6. **Dependance** je vedlejší ubytovací budova ubytovacího zařízení bez vlastní recepce, organizačně související s hlavním ubytovacím zařízením, které pro dependance zajišťuje plný rozsah služeb odpovídající příslušné kategorii a třídě a není vzdáleno více než 500 m.

7. Ostatní ubytovací zařízení

- Chatová osada
- Turistická ubytovna
- Kemp (chatová osada, tábořiště)

3.2.3.1 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. (Orieška, 2010)

Beránek (2004) definuje stravovací službu jako výrobu, přípravu a rozvoz pokrmů za účelem jejich podávání v rámci provozování hostinské živnosti, ve školní jídelně, v menze, při stravování osob vykonávajících vojenskou službu, v rámci zdravotních

a sociálních služeb včetně lázeňské péče, při stravování zaměstnanců, podávání občerstvení a při podávání pokrmů jako součásti ubytovacích služeb a služeb CR. Pokrmem se rozumí potravina, včetně nápoje, kuchyňsky upravená studenou nebo teplou cestou nebo ošetřená tak, aby mohla být přímo nebo po ohřevu podána ke konzumaci v rámci stravovací služby.

Podle Petřů (2006) jsou stravovací služby v CR zajišťovány subjekty provozujícími společné stravování a chápeme jimi poskytování pokrmů a nápojů bezprostředně připravených ke spotřebě, tj. hostinskou činnost.

Ryglová (2005) ve svých učebních textech zmiňuje restaurační služby, které plní nejenom funkci uspokojení potřeb výživy, ale důležitá je jejich funkce jako společenského styku a zábavy lidí.

Charakteristika stravovacího zařízení

Stravovacím zařízením podle Horner a Swarbooke (2003) rozumíme objekt, prostor nebo plochu, kde je veřejnosti poskytováno stravování. Stravovací zařízení je součástí základní infrastruktury cestovního ruchu, bývá samostatné nebo součástí ubytovacího zařízení. Jeho kapacita je zpravidla sdílena návštěvníky a rezidenty.

Hostinské zařízení může tvořit více odbytových středisek. Odbytové středisko je samostatná část hostinského zařízení přístupná hostům a je také součástí ubytovacích zařízení kategorie hotel, motel a penzion.

Podle všeobecného hlediska se odbytová střediska s přihlédnutím k jejich funkci člení na střediska (Orieška, 2010):

- **převážně stravovací** (například restaurace, motorest, samoobslužná restaurace atd.)
- **společensko-zábavní** (například kavárna, vinárna, bar apod.)
- **doplňkového stravování** (například bistro, bufet apod.)

Stravování

Indrová (2004) představuje stravování nejen jako potřebu výživy, ale i možnost seznámit se s určitým specifickým prvkem kultury daného národa či regionu, a to především pro účastníky mezinárodního cestovního ruchu.

Služby společného stravování v cestovním ruchu zajišťují jednak obchodní subjekty, pro které je společné stravování jejich hlavní náplní činnosti, ale také stravovací zařízení různých společenských organizací, které tuto funkci plní jako doprovodnou ke své funkci hlavní. Dále stravovací služby zabezpečují v rámci komplexu služeb i dopravní společnosti. (Petrů, 2006)

Zajištění stravování může mít různé formy (Indrová, 2004):

- **individuální stravování** – účastník cestovního ruchu si může stravování zajišťovat sám, což znamená, že si přípravu pokrmů a nápojů realizují samotní účastníci cestovního ruchu ve zvoleném čase a prostoru, s vynaložením sil a prostředků, které odpovídají jejich okamžitým možnostem a potřebám
- **společné stravování** – jedná se o hromadnou přípravu pokrmů a nápojů pro velké skupiny osob, kdy výroba, odbyt i konečná spotřeba jsou ve většině případů místně i časově úzce spojeny

Restaurační zařízení plní v cestovním ruchu řadu funkcí, především snímají z účastníků cestovního ruchu starost o zabezpečení pokrmů a nápojů, tj. **základního** (snídaně, obědy, večeře) i **doplňkového stravování** (občerstvení). Síť stravovacího zařízení a struktura jejich nabídky se místně a časově přizpůsobuje potřebám cestovního ruchu. Mimo tyto funkce zajišťují restaurační zařízení i prodej drobného spotřebního zboží potravinářského i nepotravinářského charakteru. V souvislosti s cestovním ruchem je často funkce těchto zařízení ve vztahu k cestovnímu ruchu daleko širší, dochází k jejich spojení s ubytovacími službami, zajišťují společenskou zábavu i sportovní vyžití.

Petrů (2006) dělí restaurační stravování do dvou velkých skupin:

1. **Restaurace** – pro tuto kategorii hostinských zařízení je dominantní prodej pokrmů a nápojů a možnost různých forem společenské zábavy. Jedná se zejména o následující zařízení:

- restaurace
- samoobslužné restaurace (jidelny)
- rychlé občerstvení (bistra, hamburgerové restaurace)
- restaurační zařízení podél cest (motoresty)
- stánky prodávající občerstvení, ryby, hranolky
- železniční jídelní vozy a jiná zařízení pro přepravu cestujících

2. **Bary** – pro tuto kategorii hostinských zařízení je typický prodej nápojů s možností různých forem společenské zábavy. Mohou se též podávat výrobky, studené kuchyně, cukrářské výrobky, teplé pokrmy podle místních podmínek, především minutkového charakteru. Jedná se hlavně o následující druhy zařízení:

- bary
- noční kluby
- pivnice
- vinárny
- kavárny, espessa

Hotelovým hostům jsou často nabízené různé formy stravování v hotelových restauracích nebo mimo ně po dohodě s některou restaurací nacházející se nedaleko ubytovacího zařízení. Tyto formy jsou:

- **ubytování bez snídaně** – forma, při které ubytování neobsahuje jídlo ani pití
- **ubytování se snídaní** – je poskytována snídaně, bývá to nejčastěji v penzionech
- **polopenze** – snídaně a jedno hlavní jídlo (oběd, večeře)
- **plná penze** – je zahrnuta snídaně, oběd i večeře
- **all inclusive** – celodenní stravování, kde i vybrané nápoje jsou zahrnuty v ceně pobytu

3.2.3.2 Charakteristika restauračních zařízení

Praxe poukázala na potřebu stanovit základní podmínky, doporučení bylo zpracováno na základě rady CR ze dne 12.7.1994. Doporučení reaguje na metodiku a návrhy direktivy cestovního ruchu zpracované Statistickou kanceláří EU (EUROSTAT) a doporučení UNWTO (světové organizace cestovního ruchu) ke statistice cestovního ruchu, a to zejména z důvodů sjednocení připravovaných statistických výkazů o hostinských zařízeních v rámci zavádění výše uvedené metodiky do statistické praxe. Dále vychází z podnětů, které byly zaslány k problematice kategorizace hostinských zařízení Asociace cestovních kancelářích soukromých cestovních kancelářích, Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu.

Charakteristika restauračních zařízení na základě stanovení jejich minimální činnosti následovně (Charakteristika jednotlivých kategorií hostinských provozoven, 1994):

1) Restaurace

Restaurace obslužné hostinské zařízení zajišťující stravovací služby se širokým sortimentem pokrmů základního stravování.

Pohostinství je modifikovaný typ restaurace v menších sídelních útvarech zabezpečující základní a doplňkové stravování.

Jídelní a restaurační vozy a jiná zařízení pro přepravu osob poskytují základní a doplňkové stravování ve veřejných hromadných dopravních prostředcích.

Motorest je restaurace s dostatečnou kapacitou pro parkování motorových vozidel budovaná při silnicích nebo při dálnicích a poskytující stravovací služby především motoristům.

Samoobslužná restaurace (kafaterie) je hostinské zařízení zajišťující základní a doplňkové stravování samoobslužným způsobem.

Bufet je hostinské zařízení zabezpečující občerstvení a doplňkové stravování samoobslužným způsobem. Je možná specializace podle hlavního předmětu prodeje, např. mléčný bufet, rybí bufet apod..

Bistro je analogická forma bufetu s tím, že jídla jsou převážně podávána v nevratných obalech. Obdobně jsou charakterizována i hostinská zařízení typu „fast food outlets“ jako je např. McDonald's, KFC a další.

Občerstvení, kiosk je hostinské zařízení zabezpečující poskytování občerstvení samoobslužným způsobem. Zřizuje se obvykle jako sezónní, příležitostné zařízení, často bez vlastní odbytové plochy. Občerstvení může být zřízeno jako doplňující část provozovny nebo střediska (prodejní okno), případně jako pochůzkový prodej (např. pomocí prodejních košů).

2) Bary

Denní bar je hostinské zařízení, jehož posláním je poskytnout rychlé stravovací služby a občerstvení obslužným způsobem. Dominantním zařízením je barový pult. Možná je i specializace podle hlavního předmětu prodeje, např.:

- grill bar (grilované pokrmy)
- pizzerie (pizza)
- snack bar (výrobky studené kuchyně, minutková jídla)
- aperitiv bar (je součástí hotelu a nabízí především různě připravené teplé a studené nápoje)

Noční bar, noční klub, varieté, dancing jsou noční obslužná hostinská zařízení zabezpečující bohatý sortiment teplých a studených nápojů a výrobků teplé i studené kuchyně, hlavně minutkového charakteru. Dominantu vybavení tvoří barový pult a taneční parket. Podle zaměření a prostorových možností se počítá se samostatným prostorem pro varietní vystoupení.

Vinárna je obslužné hostinské zařízení specializované na podání vína. Dále se podávají studené, případně teplé pokrmy.

Kavárna je obslužné hostinské zařízení se zaměřením hlavně na prodej teplých nápojů, cukrářských výrobků, studené kuchyně a podle místních podmínek i teplých pokrmů. Svou funkcí a charakterem slouží k delšímu pobytu hosta. Tomu je přizpůsobeno i zařízení a vybavení (křesla, boxy, stylový nábytek, k dispozici je tisk a společenské hry apod.). Kavárny mohou být podle svého poslání:

- specializované (taneční kavárna, koncertní kavárna, kinokavárna)
- kombinované (kavárna-cukrárna)

Espresso je obslužné hostinské zařízení, které zabezpečuje prodej teplých nápojů, zejména kávy, a dále cukrářských výrobků a výrobků studené kuchyně. Dominantu vybavení tvoří přístroj na přípravu kávy espresso.

Pivnice je obslužné hostinské zařízení specializované na podávání piva a jídel, které se hodí k pivu.

Hostinec je hostinské zařízení zaměřené na prodej piva a ostatních.

Výčep piva je hostinské zařízení zaměřené na prodej piva a ostatních nápojů, většinou do přinesených nádob, tzv. Prodej „přes ulici“. Může být součástí zařízení jiné kategorie.

Toto doporučení bere velká většina autorů jako základ pro své knihy, např. Indrová (2006), Oriška (2010) a Petřů (2003).

4 ANALÝZA UBYTOVACÍCH A STRAVOVACÍCH ZAŘÍZENÍ

4.1 Analýza sekundárních údajů

4.1.1 Geografické vymezení

Region Českobudějovicko leží při jihovýchodní hranici Čech s Rakouskem, ve střední až jihovýchodní části Jihočeského kraje. Je charakteristický velkým množstvím vodních toků. Hlavním centrem je řeka Vltava, dále řeky Malše, Stropnice, Lužnice a další potůčky. Region je bohatý na rybníky, mezi ty nejvýznamnější patří Bezdrev, Dehtář a vodní nádrže Hněvkovice, Kořensko. K 1.1. 2008 měl region rozlohu 1638,3 Km². Správně byl rozčleněn do 109 obcí – z toho je zde 9 měst – Borovany, České Budějovice, Hluboká nad Vltavou, Lišov, Nové Hradky, Rudolfov, Trhové Sviny, Týn nad Vltavou a Zliv, 1 městys, 99 vsí – mezi ty nejznámější můžeme zařadit Borek, Boršov nad Vltavou, Kamenný Újezd, Římov, Ševětín a Včelnou. Region Českobudějovicka je široký, z toho důvodu jsem si vymezila určité území, kterým se budu v práci zabývat. Do mnou vymezeného území patří České Budějovice, Rudolfov, Lišov, Ledenice, Borovany a jejich nejbližší okolí.

Obrázek 1: region Českobudějovicka



Zdroj: www.csu.cz

4.1.2 Region v historickém kontextu

České Budějovice založil Přemysl Otakar II. prostřednictvím purkrabího hradu Zvíkova Hirze přibližně kolem roku 1265. Bylo v nich vymezeno velké náměstí, síť ulic a postaven dominikánský klášter, záhy byly vystaveny brány a hradby. Přemysl Otakar II. chtěl tak podpořit rozvoj řemesel, obchodu, vzdělanosti, městský stav. České Budějovice se měly stát jeho oporou na území ovládaném Vítkovci a v jeho snažení o ovládnutí rakouských zemí.

Většina památek se dochovala z toho důvodu, že město bylo ušetřeno v době husitství válečných pustošení. Na konci 17. století se město začíná opět rozvíjet. Stává se také správním a církevním střediskem jižních Čech. České Budějovice na sebe v 18. století strhávají nejvýznamnější díl převozu soli z rakouské Solné komory do Čech. Sůl se v Českých Budějovicích překládala ze soumarů, povozů a od roku 1829 také z vozů koněspřežné železnice na nákladní lodě a vory plující po Vltavě do vnitrozemí. V roce 1871 je město napojeno na novou železniční síť. Město se stává důležitým železničním uzlem a střediskem obchodu mezi rakouskými a českými zeměmi. 1. ledna 1949 se České Budějovice staly správním centrem nově zřízeného Českobudějovického kraje, při další správní reformě se staly 1. července 1960 centrem Jihočeského kraje. V roce 2000 se staly hlavním městem nového Budějovického kraje, které byl v květnu 2001 přejmenován na Jihočeský kraj. (www.wikipedie.cz)

První zmínka o městě **Rudolfov** spadá do roku 1600, kdy ho korunoval Rudolf II. výsadní listinou, podle níž se stal svobodným horním městem. První zmínka o těžbě stříbra v okolí pochází s roku 1385, k intenzivní činnosti však došlo až ve 2. pol. 16. stol. Období těžby mělo význam pro rozvoj celé oblasti, z tohoto důvodu se Rudolfov ve své době zařadil k nejvýznamnějším kutištím v Čechách. Součástí rudolfovského revíru byla i oblast **Dobré Vody**. V roce 1555 se tam začala razit šachta, vytěžené stříbro však nepokrývalo vynaložené náklady, proto byla práce zastavena. Od té doby se zde střídavě těžilo a netěžilo. V 19. století byla důlní činnost definitivně ukončena.

Co se týče historie, nesmím opomenout osadu **Trocnov**. Zde se narodil v roce 1360 a prožil léta svého mládí významný husitský vojevůdce Jan Žižka z Trocnova. Na jeho památku zde byl postaven památník, který byl zřízen z původního poplužního dvora borovanského kláštera.

4.1.3 Služby cestovního ruchu ve vymezené oblasti Českobudějovicko

V literárním přehledu jsem vymezila služby cestovního ruchu teoreticky. V této části práce teoretická východiska doplním o konkrétní údaje ze zkoumané oblasti. V regionu Českobudějovicko je poskytované celé portfolio výše zmiňovaných služeb, které nejsou hlavní součástí této práce, proto budou zmíněny jen okrajově. Významnější část práce bude věnována poskytování ubytovacích a stravovacích služeb v tomto regionu.

4.1.3.1 Dopravní služby

Dopravní dostupnost hraje významnou roli v souvislosti s cestovním ruchem. Vymezená část kraje patří mezi území s vysokou intenzitou dopravy jak silniční, tak železniční. Problémem je, že okres není dostatečně napojen na mezinárodní síť, což omezuje rozvoj podnikatelských aktivit. Silniční síť není vybudována rovnoměrně. Severní část okresu má komunikace kvalitnější a hustější než jižní. Rozhodujícími tahy jsou Dolní Dvořiště – České Budějovice – Praha (E55), Třeboň – České Budějovice – Plzeň (E49). Ostatní komunikace jsou převážně místního významu.

V roce 1827 se staly České Budějovice hlavním bodem Koněspřežné dráhy do Linze, která byla o 50 let později přebudovaná na standardní železniční síť. V současnosti je region napojen na kvalitní železniční trať, která se neustále modernizuje. Železniční síť protíná okres ve 4 základních směrech České Velenice - České Budějovice – Plzeň (č. tratě 190) a České Budějovice – Praha (č. tratě 220), dále pak trať na trase České Budějovice - Horní Dvořiště – Summerau – Linz (č. tratě 196) a České Budějovice – Český Krumlov – Volary (č. tratě 194). Železniční dopravu provozují České dráhy.

K dopravě po regionu lze využít i pravidelných autobusových spojů ČSAD, jejichž linky vedou přes města Borovany, České Budějovice, Hluboká nad Vltavou, Lišov, Nové Hrady, Rudolfov, Trhové Sviny, Týn nad Vltavou a Zliv, ale i vesnice. Autobusy jezdí několikrát denně a směřují do dalších měst České republiky. Mnozí lidé upřednostňují autodopravce Student Agency na trase Český Krumlov – České Budějovice – Písek - Praha. Obyvatelé i návštěvníci Českých Budějovic mají také možnost využít dopravního systému Cyklotrans, což jsou autobusové linky s vozy vybavenými přívěsem na jízdní kola, které míří z Českých Budějovic do nejrůznějších částí Jihočeského kraje. Největší nádraží v regionu nalezneme přímo v Českých Budějovicích v obchodně-dopravním Mercury centru naproti vlakovému nádraží. Tím je umožněn snadný přestup na další spoje.

Návštěvníci cestující po Českých Budějovicích a jejich nejbližším okolí mohou využít integrovaný dopravní systém MHD České Budějovice, který má dlouholetou tradici. Jezdí zde 7 trolejbusových a 12 autobusových linek o celkové délce 246,5 Km. Denně využije služeb městské hromadné dopravy přibližně 112 tisíc cestujících.

V současné době se v Plané postupně rozvíjí mezinárodní Letiště České Budějovice, které má statut veřejného vnitrostátního a neveřejného mezinárodního letiště. V plánu má město rozšíření veřejných letů. Další mezinárodní letiště se nachází na Hosíně, to se využívá převážně pro dopravní spojení.

Českobudějovicko propojují cyklistické stezky, kterých využívají místní obyvatelé i účastníci cestovního ruchu. Město České Budějovice pro zájemce vypracovalo program „Na kole krajem Českobudějovicka“. Brožura je dostupná v informačních centrech, kromě map obsahuje užitečné informace o zajímavostech na trase a občerstvení.

V Českých Budějovicích se od roku 2008 začala obnovovat splavnost řek Vltavy a Malše z Českých Budějovic do Hluboké nad Vltavou. Do budoucna je v plánu rozšířit plavbu do Týna nad Vltavou a dále až do Prahy. Velkým důvodem k oživení řek je

skutečnost, že v krajské metropoli chybí produkt, který by takovým způsobem zviditelnil kulturní a historické památky.

4.1.3.2 Informační služby

Služby poskytované turistickými informačními centry jsou pro cestovní ruch velmi důležité, neboť lidé cestující po regionu Českobudějovicko si žádají informace, které by jim pomohly usnadnit rozhodování.

Přímo v Českých Budějovicích se nacházejí tři informační centra, dvě z nich sídlí na náměstí Přemysla Otakara II., T.I.C. Bavorský les pak v ulici Karla IV.. Město Borovany má také své informační centrum, které se nachází v přízemí nynějšího zámku. Informační centra poskytují především informace o turistických atraktivitách, o aktuálních akcích, stravovacích a ubytovacích zařízeních. Lidé zde mohou zakoupit vstupenky na kulturní akce. Dále nabízejí široký sortiment informačních materiálů, map, suvenýrů, poštovních známek a informačních materiálů o celém kraji, veškeré dokumenty jsou zpracovány v několika jazycích, prodej jízdenek, telefonních karet. Na přání zákazníků zajišťují i průvodcovský servis (prohlídky měst na objednávku, exkurze v pivovaru Budvar, prohlídka Českobudějovické radnice). T.I.C. nabízí volný přístup k internetu, některá mají i své vlastní webové stránky. V Českých Budějovicích najdeme hned několik informačních tabulí, jsou umístěny v blízkosti centra města.

4.1.3.3 Kulturně – historické atraktivity

Kulturní služby představují pro tento region jedny z nejdůležitějších služeb. Provozování různých kulturních zařízení a pořádání akcí jsou příjemným zpestřením jak pro místní obyvatele, tak pro návštěvníky regionu. Lidé, kteří se účastní těchto akcí, poté většinou využijí některé z nabízených služeb ubytovacích nebo stravovacích zařízení.

Region Českobudějovicka nabízí lidem k návštěvě širokou a rozmanitou škálu krásných a historických míst. Mezi nejnavštěvovanější historické památky v Českých Budějovicích patří historické centrum města, především druhé největší náměstí v České republice – Přemysla Otakara II se Samsonovo kašnou, měšťanské domy s podloubími, renesančními a barokními štíty. Dále Rabenštejnská věž, která je součástí původního opevnění města, Českobudějovická radnice, Dominikánský klášter a katedrála Sv. Mikuláše a Černá věž.

Hojně navštěvovaná kulturní místa jsou Jihočeské divadlo, Jihočeské muzeum, Radniční výstavní síň, Alšova jihočeská galerie, Dům umění, Galerie Hrozen, Muzeum koně spřežky a Jihočeské motocyklové muzeum. Kulturní akce, např. koncerty, různé besedy a plesy se pořádají v DK Metropol, KD Vltava, KD Slávie, C.K. Solnice, KC Bazilika, Koncertní síni Otakara Jeremiáše.

V průběhu celého roku jsou pořádány na Výstavišti v Českých Budějovicích různé typy výstavních akcí. Nejvýznamnější z nich jsou mezinárodní zemědělská výstava Země živitelka a výstava HOBBY. Výstavy nejrozličnějších zaměření navštíví v průběhu celého roku více než 300 tisíc návštěvníků.

Ve městě Borovany stojí za návštěvu barokní zámek z 18. století, který byl přestavěn z augustiánského kláštera, dále lapidárium s originály barokních soch, stavebních článků a barokní radnice. V Borovanském zámečku se konají různé slavnosti, výstavy, koncerty a divadlo. U města můžeme vidět i několik bunkrů a skanzenů železné opony. Nedaleko Borovan je Žižkův památník.

V Rudolfově se můžeme vydat po naučné trase, která představuje návštěvníkům města vývoj a průběh těžby stříbra. Navštívit historické „Hornické slavnosti“ a další kulturní akce, např. promítání filmu nebo „Pohádkový les“, který je určený pro ty nejmenší.

Na Dobré Vodě u Českých Budějovic se každoročně koná pout', mnozí si mohou město spojit s křížovou cestou, která tudy vede.

V Ledenicích stojí za návštěvu Truhlářské muzeum a Muzeum vojenských a historických vozidel.

4.1.3.4 Sportovně-rekreační atraktivita

Pokud se zmiňujeme o službách, nesmíme opomenout sportovně – rekreační služby, protože i ty mají svůj specifický segment zákazníků. Sportovní zařízení neslouží jen pro místní obyvatele, ale mohou je využívat i návštěvníci města při četných akcích zde pořádaných.

Na návštěvníky města České Budějovice čekají různé možnosti trávení volného času aktivním způsobem. Mohou si zahrát tenis či squash, minigolf, zaplavat si v krytém nebo otevřeném bazénu, načerpat nové síly v sauně, projet na in-line bruslích po stezkách nebo dát přednost bruslení na zimním stadionu a ledové ploše, která bývá otevřena v zimních měsících na náměstí. Někdo si může zahrát bowling, zacvičit si ve fitness centru, jízdu na kole a nebo si vyzkoušet slézt horolezeckou stěnu.

Okolí Českobudějovicka přímo vybízí návštěvníky k pěší turistice či cykloturistice. Nachází se zde velké množství vyznačených tras, které je provedou krásnou přírodou. Dostaneme se po nich na Hlubokou nad Vltavou, do Třeboně, Borovan či Nových Hradů.

Jelikož je charakteristickým znakem kraje velké množství vodních ploch, láká to návštěvníky i místní obyvatele k vodním sportům jako je sjíždění řeky z Vyššího Brodu do Boršova nad Vltavou a plavání.

4.1.3.5 Ubytovací služby

Ve zkoumané oblasti Českobudějovicka se nachází široká škála ubytovacích zařízení, která jsou schopna uspokojit potřeby a přání zákazníků od ubytování v kempech až po ubytování v luxusních čtyřhvězdičkových hotelích.

Síť ubytovacích zařízení je na Českobudějovicku obrovská. Jak jsem již uvedla v literárním přehledu, ubytovací zařízení se dělí na celosezónní a sezónní. Velká většina těchto zařízení je provozována celosezónně, výjimku tvoří většinou kempy.

Ubytovací služby tvoří základní část infrastruktury cestovního ruchu a právě jimi se budu v následující části zabývat.

V literárním přehledu jsem zmínila, že ubytovací zařízení řadíme podle druhu do kategorií. Já jsem pro účely své práce vybrala rozčlenění do kategorií, které je v souladu s vyhláškou č. 501/2006 Sb. (po novelizaci č.269/2009 Sb. o obecných požadavcích na využití území vydanou ministerstvem pro místní rozvoj). Veškerá data pro práci jsem zjišťovala vlastním šetřením a pomocí internetu.

Ve vymezené oblasti se nachází velké množství hotelů, motelů, penzionů a ostatních ubytovacích zařízení (viz. tabulka č.1). Nejlevnější ubytování poskytují ostatní ubytovací zařízení, pod kterými si představíme kempy, ubytovny či koleje. Cena za ubytování pro 2 osoby v kempu se pohybuje v rozmezí 160 - 300 Kč za noc, v této ceně je zahrnut stan, osobní automobil a poplatek za dvě osoby. Ubytování s rodinnou atmosférou nabízejí penziony. Ty se ovšem liší nejenom nabídkou služeb, ale také umístěním a cenou. Cena pro dvě osoby dosahuje od 680 do 1 800 Kč za noc. Pro náročnější klientelu se ve vymezené oblasti nachází několik hotelů. Cena za ubytování se pohybuje od 800 do 2 990 Kč za noc.

Tabulka č.1: Počet ubytovacích zařízení ve vymezené oblasti

Ubytovací zařízení	Počet
Hotel	68
Penzion	33
Motel	3
Kemp	4
Ost. ubyt. Zařízení	5

Zdroj: vlastní šetření

Většina ubytovacích zařízení je umístěna přímo v Českých Budějovicích. V okolních obcích spadajících pod město se nachází několik zařízení a to v Rudolfově, Lišově, Ledenicích, Borovanech a na Dobré Vodě u Českých Budějovic.

HOTELY

Hotely jsou spolu s penziony nejvýznamnějšími ubytovacími zařízeními na Českobudějovicku. Většina hotelů je umístěna v Českých Budějovicích nedaleko hlavního centra. Podle údajů Hotelstars Union pouze tři hotely podstoupily certifikaci podle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení 2010-2012 a to hotel Budweis, Grandhotel Zvon a Zátkův dům. Hotely poskytují víceméně podobné služby, výjimku tvoří pouze hotel Mrkáček, který se nachází ve velkém sportovním komplexu Mrkáček a tím pádem zde mají klienti větší možnosti sportovního vyžití.

Hotel BUDWEIS

Byl vybudován v roce 2009. Hotel je členem AHRČR (****). Nachází se v historickém jádru města u ústí slepého ramene řeky Malše. Hotel má 6 podlaží, disponuje 60 bezbariérovými pokoji s výměrou od 23 do 26m², z toho je 59 pokojů dvojlůžkových a 1 suite. Tři pokoje jsou přizpůsobeny pro handicapované. Součástí každého pokoje je televizor, koupelna, minibar, připojení k internetu, telefon s přímou linkou do zahraničí, trezor a žehlící souprava. Všechny prostory v hotelu jsou nekuřácké. Hotel poskytuje služby jako je parkování, room servis 24 h, směnárna 24 h, možnost ubytování s domácími mazlíčky. Svým klientům zprostředkovává wellness služby – masáže, saunu

+ whirlpool + bazén a solnou jeskyni. V hotelu je umístěn konferenční sál pro 90 lidí a salonek pro 25 lidí.

GRANDHOTEL ZVON

Jedná se také o certifikovaný hotel, který je členem AHRČR jako **** Superior. Získal významné ocenění v architektonické soutěži s názvem Best of Reality 2007 (Nejlepší z realit 2007), má certifikát ISO 9001:2000. Hotel je situován na náměstí Přemysla Otakara II. přímo naproti radnici. Nabízí komfortní ubytování a kompletní servis služeb stravovacích a konferenčních. Hotel má své vlastní parkoviště. Nabízí svým klientům 24 pokojů – Executive Suite, Junior Suite, Exekutive pokoj, Business pokoj a Standardní pokoj. V každém pokoji mají hosté k dispozici připojení k internetu, PAY-TV, minibar, sejf a telefon s přímou volbou. Součástí každého pokoje je plně vybavená koupelna. Hosté mohou využít i z nabídky balíčků, které se týkají ubytování a stravování, např. Degustační balíček a Pivní večer v naší Plzeňské pivnici. Součástí hotelu jsou dvě restaurace Gourmet Symphony a Restaurace Plzeňka „POUR“.

HOTEL GOMEL

Hotel Gomel v Českých Budějovicích prochází rekonstrukcí, která skončí v prosinci letošního roku. Hotel byl postaven v 80. letech 20. století. V roce 2008 koupila hotel tuzemská realitní skupina CPI a začala s rekonstrukcí. Celkové náklady na rekonstrukci se odhadují na 280 mil. korun. Hotel bude otevřen v prosinci letošního roku, pod novým názvem **Clarion Congress Hotel České Budějovice**. V rekonstrukci se počítá se zateplením hotelu, vybavením pokojů a kuchyně, rozšířením parkoviště. Konferenční prostory pak ponese název po jihočeských rybnících, tedy Rožmberk, Bezdrev, Hejtman, Vajgar a Svět. V přízemí hotelu přibude pivnice a restaurace se samostatným vchodem z Pražské třídy. V patře pak zanikne restaurace Doudlebská jizba a salonek Bohemia, který vystřídá snídaňová restaurace. (www.mediafax.cz)

HOTEL MRKÁČEK

Hotel sídlí v Lišově nedaleko Českých Budějovic. Kapacita hotelu je 40 lůžek. Klientům nabízí ubytování v dvou až trojlůžkových pokojích s kompletním sociálním

zařazením, televizí, chladničkou, telefonem a připojením k internetu. K hotelu patří parkoviště, dětské hřiště a venkovní terasa. Součástí komplexu je sportcentrum, díky němuž mohou nabídnout svým klientům více služeb. Hosté mohou navštívit saunu a whirlpool, fitness centrum, bowling, masáže, zahrát si tenis na vnitřních či venkovních kurtech nebo beach volejbal, kulečnick a šipky.

PENZIONY

Jak vyplývá z vlastního šetření, ve vymezené oblasti se nachází více penzionů než hotelů, viz. tabulka č.1. Velká část penzionů se nachází přímo v Českých Budějovicích, to přináší hostům určité výhody jako je kulturní a společenský život. Jiné penziony mimo České Budějovice naopak přináší klientům ubytování v přírodě, např. Borovanský mlýn.

PENZION LIFE IS DREAM

Penzion LIFE IS DREAM, nebo-li život je sen nabízí ubytování ve třech pokojích – jednolůžkovém, dvoulůžkovém a třílůžkovém. Každý pokoj má výhled na nějakou památku v Českých Budějovicích. Pokoje jsou osobité a jedinečné, součástí každého pokoje je vlastní sociální zařízení, televize, minibar, WIFI připojení, fén a varná konvice. Stravování zajišťuje restaurace, pouze snídaně si připravuje penzion sám.

PENZION BOROEVANSKÝ MLÝN

Jedná se o zdařile zrekonstruovaný mlýn na břehu rybníka necelé dva kilometry od Borovan. Celková kapacita penzionu je 50 lůžek. Zájemci si mohou vybrat z jednolůžkových až čtyřlůžkových pokojů, každý pokoj má své sociální zařízení, některé pokoje mají i ledničku. Součástí penzionu je restaurace, ta slouží pro hosty jako jídelna. Mohou si vybrat zda se budou stravovat formou snídaně nebo polopenze. Pro skupiny zajišťuje i grilování selat, jehňat a kuřat. Parkování v blízkosti penzionu je samozřejmostí. Pro sport a volný čas je zde k dispozici kulečnick, sauna, posilovna, dětské hřiště a hřiště pro míčové hry, vlastní rybník se šlapadly, ve kterém se může i rybařit.

MOTEL

MOTEL A AUTOCAMPING DLOUHÁ LOUKA

Tento komplex se nachází uprostřed lesoparku Stromovka v Českých Budějovicích. Areál je situován pouhých 10 minut chůze od centra, v těsné blízkosti mezinárodní silnice E55. Okolí poskytuje dostatek příležitostí k aktivnímu odpočinku pro jednotlivce i rodiny. Motel nabízí celoroční ubytování ve dvou, tří a čtyřlůžkových bungalovech s celkovou kapacitou 100 lůžek. Bungalovy mají vlastní sociální zařízení a televizi. Autocamping je pouze sezónním ubytovacím zařízením. Lidé se zde mohou ubytovat ve stanech či karavanech, kde každý karavan má svou přípojku k elektrice. Ubytovaní mají k dispozici kuchyňku a sociální zařízení. Hostům motelu může být zajištěno celodenní stravování v restauraci Oáza. Ke komplexu patří bezplatné parkoviště, možnost úschovy kol či motocyklů a zapůjčení sportovních potřeb.

AUTOKEMP

SK SLALOM ČESKÉ VRBNÉ

Kemp je umístěn mezi starým a novým řečištěm Vltavy. Staré řečiště slouží jako umělá dráha. Většinu návštěvníků kempu tvoří především sportovci, kteří využívají dráhu. Součástí kempu jsou toalety, sprchy, lednice. Lidé zde nemají k dispozici kuchyňku. K možnosti stravování se proto vybízí místní restaurace či potraviny. Kolem kempu vede cyklostezka z Českých Budějovic na Hlubokou.

4.1.3.6 Stravovací služby

Stravovací služby stejně jako služby ubytovací řadíme k základním službám cestovního ruchu. Stravovací služby plní podle mého názoru důležitější funkci než služby ubytovací a to proto, že spousta výletníků v daných místech nenocuje. Stravovacích služeb využívají i místní obyvatelé.

Stravovací služby poskytované ve vymezené oblasti uspokojí i ty nejnáročnější potřeby a přání zákazníků. Nachází se zde celá řada restaurací mezinárodních kuchyní jako je např. kuchyně čínská, slovenská, italská, řecká, thajská či indická.

Stravovací zařízení tvoří jednak samostatné provozovny, ale také provozovny, které jsou součástí ubytovacích zařízení a stravovací služby jsou zde poskytovány jako vedlejší činnosti.

Vzhledem k rozsáhlému počtu stravovacích zařízení ve vymezené oblasti uvádím jejich výčet v příloze č. a dále se zaměřím pouze na vybraná zařízení. Rozdělení těchto zařízení bude vymezeno podle „Doporučení“ upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení z roku 1994, které vymezuje dvě základní kategorie stravovacích zařízení – restaurace a bary (viz. tabulka č.2).

Tabulka č. 2: Počet stravovacích zařízení ve vymezené oblasti

Typ zařízení	Počet
Restaurace	
Restaurace	140
Motorest	2
Bufet	2
Bistro	9
Bary	
Denní bar – Pizzerie	15
Denní bar – Zeleninový	2
Noční bar, noční klub, dancing	52
Vinárna	2
Kavárna a cukrárna	41
Pivnice	8
Čajovna	2
Hostinec	14

Zdroj: vlastní šetření

Restaurace

MASNÉ KRÁMY

Masné krámy mají v Českých Budějovicích dlouholetou historii, již od roku 1364, kdy je do Krajinské ulice nechal přesunout Karel IV.. V roce 2002 poničila restauraci povodeň, restaurace byla uzavřena a znovu byla pro své hosty otevřena až v roce 2007. Kapacita Masných krámů je 170 míst k sezení. Nábytkové vybavení je vyrobeno z dubového masivu, přírodní kůže, červeného matného kovu a patinové mědi.

V restauraci je servírováno polední menu, které je vydáváno od 10:30 do 14:00 a každý den je obměňováno. V odpoledních a večerních hodinách mohou lidé vybírat z jídelního lístku. Točí se tu pivo přímo z tanků, mezi lidmi jsou Masné krámy oblíbeny i z toho důvodu, že je zde točeno kroužkové pivo.

V restauraci se může platit v hotovosti, kartou a na fakturu. Dále nabízí služby jako je catering, projekce a pronájem datatechniky, hudební produkce a wifi.

4.1.4 Analýza vybrané restaurace Beseda

Na jedné z nejfrekventovanějších zastávek městské hromadné dopravy nedaleko centra města v historickém domě Beseda se nachází restaurace, která nese stejný název jako dům. Restaurace Beseda, jejíž historie sahá až do roku 1924, kdy zde byla provozována kavárna a restaurace. Navštívil ji i první prezident T. G. Masaryk. Skládá se ze dvou částí: vnitřní restaurace, jejíž kapacita je 130 míst k sezení a letní zahrádka se 60 místy. Návštěvníci mají k dispozici placené parkoviště. Fotografie restaurace jsou k nahlédnutí v příloze

Každého návštěvníka jistě velmi potěší milý a profesionální personál, který svým hostům servíruje pokrmy české kuchyně (svíčková, pečené vepřové koleno), ale i mezinárodní kuchyně (smažený sýr, gordon blue). Jak je již zmíněno k restauraci patří letní zahrádka, ta je umístěna ve dvoře domu Beseda. V letních měsících nabízí svým hostům úkryt před sluncem. Pro každé roční období vymýšlejí kuchaři restaurace speciální gurmánské akce, jedná se o zabijačkové či zvěřinové hody, o pokrmy připravované ze sezónních potravin.

Restaurace je vhodná pro konání jakýchkoliv větších či menších akcí, jako jsou svatby, pohřby, oslavy atd. V restauraci pořádají každý pátek a sobotu taneční večery s živou hudbou.

4.2 Analýza primárních údajů

4.2.1 Terénní šetření

4.2.1.1 Potřebné informace

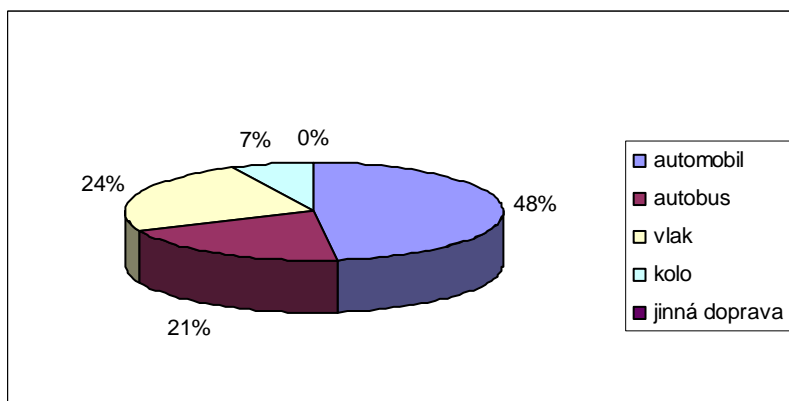
Z důvodu analyzování situace týkající se ubytovacích a stravovacích zařízení ve vymezeném regionu bylo nutné získat primární data. Tato data jsem získávala prostřednictvím dotazníkového šetření od návštěvníků a místních obyvatel tohoto regionu. Dotazníky byly umístěny v restauraci Beseda a v T.I.C města Borovany, dále probíhalo dotazování tváří v tvář na náměstí Přemysla Otakara II. a na dalších místech vymezeného regionu. Celkem bylo dotazníků 250, vyplněno se mi jich vrátilo 192, což představuje 77% návratnost. Dotazníkové šetření probíhalo v červenci a srpnu 2010.

Dotazník se skládal z 18 otázek.. Otázky číslo 1-4 zjišťovaly s kým a jakým prostředkem respondenti cestují do vymezené oblasti, jaký je hlavní účel jejich cesty. Otázky číslo 5-14 byly zaměřeny na stravovací a ubytovací zařízení. V 15. a 16. otázce návštěvníci odpovídali na otázky, co je v regionu nejvíce zaujalo či naopak, co zde postrádají. Poslední otázky byly identifikační, týkaly se rozdělení dotazovaných podle věku a pohlaví.

4.2.1.3 Vyhodnocení a grafické zpracování otázek

Otázka č. 1: Jaký dopravní prostředek jste použil/a při cestě do regionu?

Graf č.1:

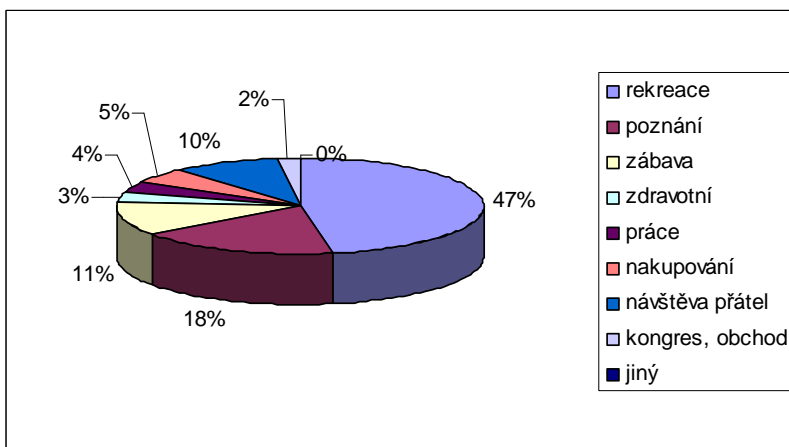


Zdroj: vlastní šetření

Z šetření vyplývá, že necelá polovina dotazovaných, tedy přibližně 48 % využila ke své cestě do regionu osobní automobil. Naopak 7 % návštěvníků použilo k dopravě kolo, to může být známkou toho, že region je napojen na kvalitní cyklostezky.

Otázka č. 2: Za jakým účelem jste tento region navštívil/a?

Graf č.2:

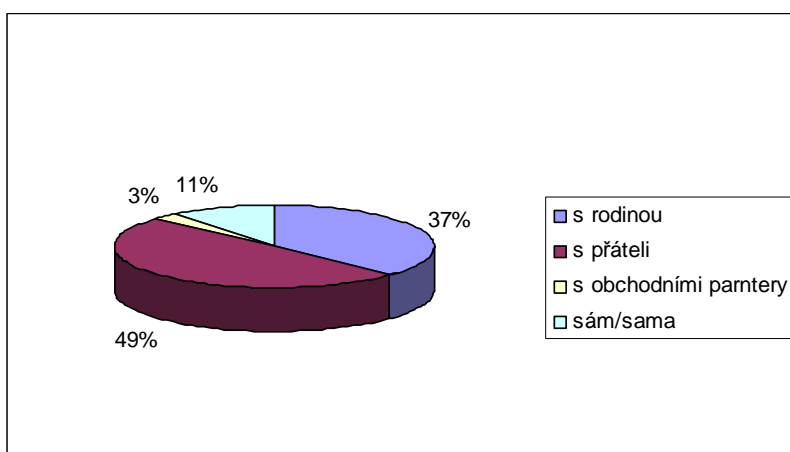


Zdroj: vlastní šetření

Za účelem rekreace přijelo do tohoto regionu 47 % návštěvníků. Zanedbatelných rovněž není přibližně 5 % dotazovaných, kteří přijíždějí na nákupy do Českých Budějovic, které jsou největším městem Jihočeského kraje.

Otázka č. 3: S kým jste přijel/a do tohoto regionu?

Graf č.3:

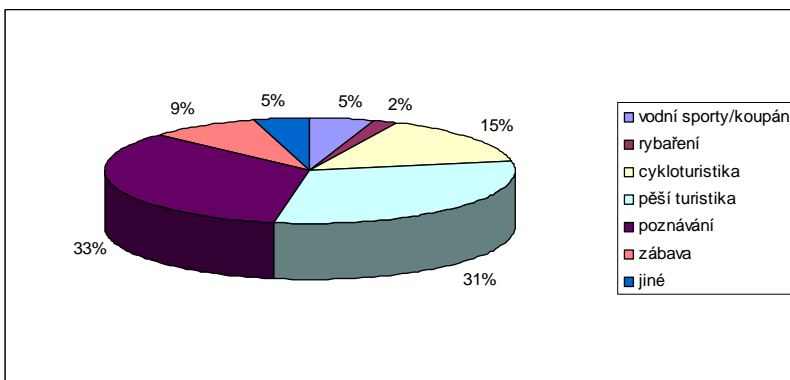


Zdroj: vlastní šetření

Téměř polovina dotazovaných přijela do vymezeného regionu s přáteli. Velká část přibližně 37 % s rodinou. 3 % ze všech dotázaných přijely do regionu z obchodními partnery. Jednalo se především o České Budějovice, může to být dáno tím, že se zde vyřizovali nějaké obchodní záležitosti.

Otázka č. 4: Vyberte, které z následujících aktivit jsou pro Vás nejlákavější.

Graf č.4:

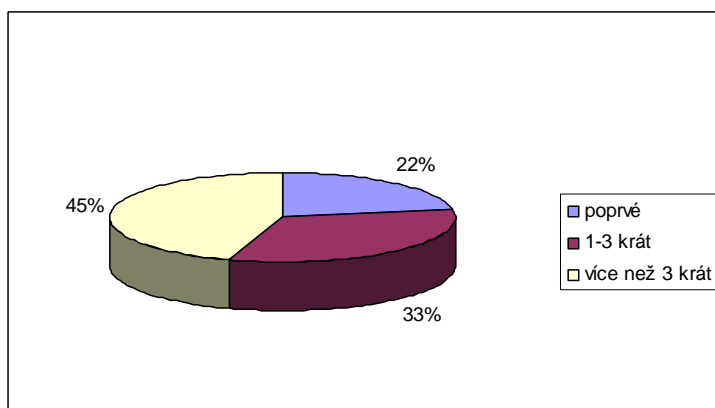


Zdroj: vlastní šetření

Z toho důvodu, že bylo dotazníkové šetření provedeno v letních měsících, neobjevila se žádná odpověď týkající se zimních sportů. Za nejlákavější aktivity považují respondenti se 33 % poznávání a s 31 % pěší turistiku, to je dáno krásnou přírodou. Další aktivitou, která láká návštěvníky je zábava, tuto možnost vybrali především mladí lidé.

Otázka č. 5: Kolikrát jste již navštívil/a tento region?

Graf č.5:

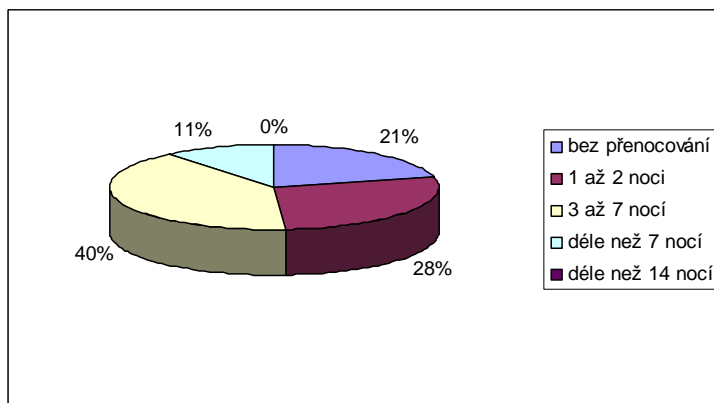


Zdroj: vlastní šetření

Necelá polovina dotazovaných navštívila tento region více než třikrát. Z tohoto zjištění podle mého názoru vyplývá, že region je mezi návštěvníky oblíbený a ti se sem neustále vrací. Necelá třetina je zde poprvé.

Otázka č. 8: Jak dlouho potrvá Váš pobyt v regionu?

Graf č.6:

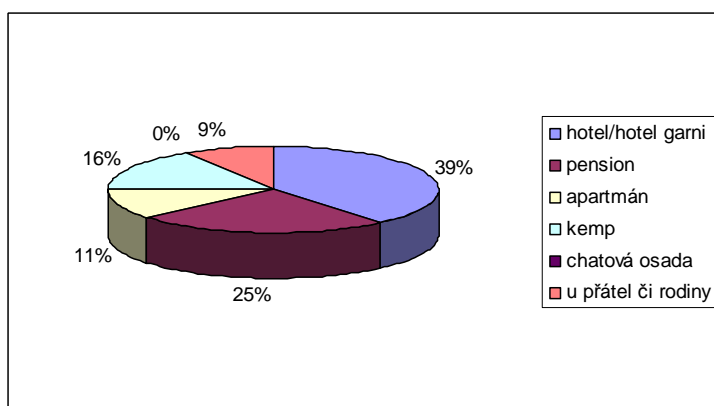


Zdroj: vlastní šetření

40 % dotazovaných stráví v regionu 3 až 7 nocí, z toho plyne, že nevybočuje tato oblast z republikového průměru, kdy celková doba ubytování je 3,5 noci. Více jak čtvrtina zůstává 1 až 2 noci, což může vyplývat z využívání prodloužených víkendů. Déle jak 14 nocí zde nepobývá nikdo.

Otázka č. 7: Jaké ubytovací zařízení využijete při svém pobytu?

Graf č.7:



Zdroj: vlastní šetření

V tomto regionu se lidé nejvíce ubytovávají v penzionech, následně v hotelích. 6 % všech dotázaných nevyužije žádné ubytovací zařízení, neboť zde nepřespávají. Dotazovaní využívající ubytování u přátel či rodiny nehodnotily otázky č. 8 a 9. Téměř 6 % těch, kteří se ubytovávají v kempech nehodnotili v otázce č. 8 bod „pokoje“.

Otázka č. 8: Ohodnoťte jednotlivé služby ubytovacího zařízení podle Vaší spokojenosti. (hodnocení známkami ve škole)

Hodnoceny byly kategorie:

	2010
atmosféra/prostředí	2
vybavenosti zařízení	2
Úroveň personálu	1,5
Čistota	2,5
Stravování	2
recepční služby	1,5
Pokoje	2

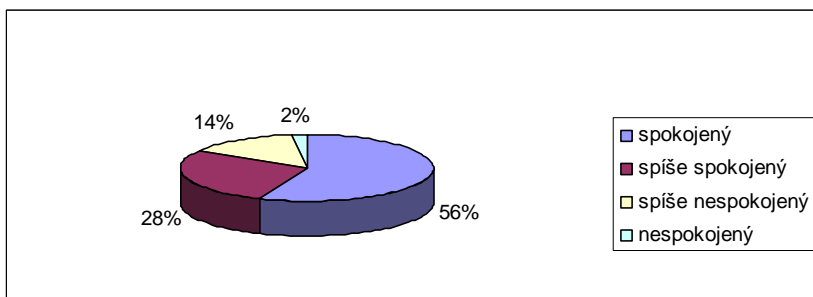
Zdroj: vlastní šetření

Respondenti měli vymezené kategorie, které hodnotili stejným způsobem jako je známkování ve škole (tedy pro nejlepší hodnocení známka 1 a pro nejhorší 5). Vyhodnocení každého bodu jsem počítala zvlášť. U každé kategorie jsem sečetla známky a vypočítala z nich průměrnou.

Nejhorší známka mi vyšla u čistoty, týkalo se to především kempů, kdy lidé měli na mysli čistotu toalet a sprch. Nejlépe byly naopak hodnoceny kategorie úroveň personálu a recepční služby.

Otázka č. 9: Jaká je Vaše celková spokojenost s ubytovacími službami?

Graf č.8:

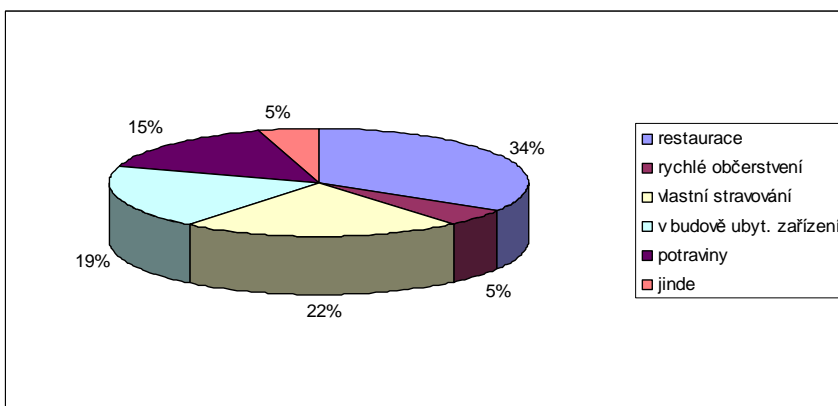


Zdroj: vlastní šetření

Více jak polovina byla spokojená se službami, což je pro provozovatele ubytovacích zařízení velmi důležité. Pouze 2% ze všech dotázaných byla nespokojena.

Otázka č. 10: Kde se nejčastěji stravujete?

Graf č.9:

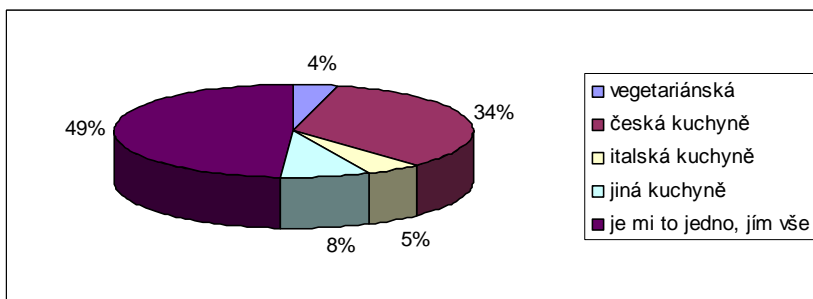


Zdroj: vlastní šetření

Nejvíce jsou ve vymezeném regionu využívány restaurace a to téměř 34% dotázaných. V regionu je velké množství restaurací s různorodou nabídkou jídel. Téměř 22 % využívá vlastní stravování a 15 % nakupuje potraviny v prodejnách. Tito respondenti nehodnotili otázky č. 12 a 13.

Otázka č. 11: Jakou stravu upřednostňujete?

Graf č. 10:



Zdroj: vlastní šetření

Téměř polovina dotázaných nepreferuje žádný určitý druh stravy a stravují se podle svých možností. Velké zastoupení má česká kuchyně a to 34 %. Vegetariánskou stravu preferují 4 %.

Otázka č. 12: Ohodnot'te jednotlivé služby stravovacího zařízení podle Vaší spokojenosti. (hodnocení známkami jako ve škole)

Hodnoceny byly kategorie:

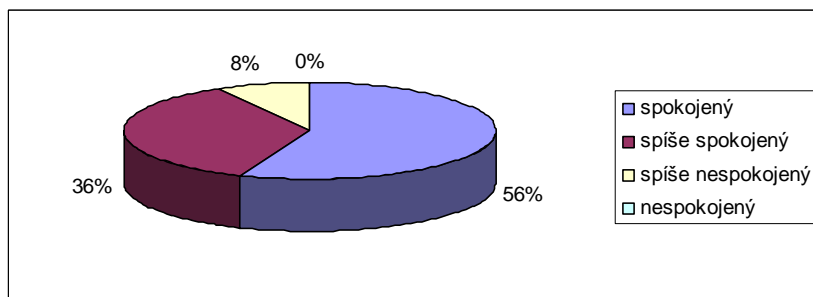
Kategorie	2010
kvalita pokrmu	1,5
Obsluha	2
Prostředí	1,5
hygiena a čistota	1,5

Zdroj: vlastní šetření

Dotázaní byli vesměs spokojeni se stravovacími službami. Nejhorší známku získala obsluha, lidem se často nelíbil jejich přístup.

Otázka č. 13: Jaká je Vaše spokojenost se stravovacími službami?

Graf č.11:

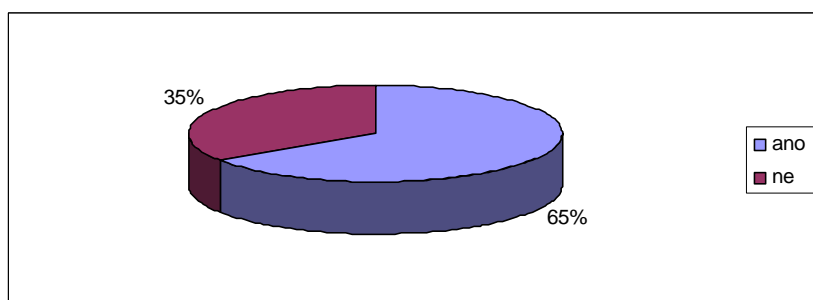


Zdroj: vlastní šetření

Více jak polovina dotázaných byla spokojena se stravovacími službami. Žádný člověk nebyl nespokojený, pouze 8 % bylo spíše nespokojených. Z toho vyplývá, že stravovací služby dopadly v hodnocení lépe než služby ubytovací. Je však důležité neustále zlepšovat nabídku služeb a přístup k lidem, neboť konkurence v Českých Budějovicích je velmi vysoká.

Otázka č. 14: Odpovídají podle Vašeho názoru ceny za poskytované služby jejich kvalitě?

Graf č.12:



Zdroj: vlastní šetření

Více jak polovina všech dotazovaných souhlasí s tím, že ceny za poskytované služby odpovídají jejich kvalitě. Kvalita bude hrát čím dál tím větší roli při výběru ubytovacích či stravovacích zařízení, neboť konkurence na trhu je velmi vysoká.

Otázka č. 15: Co Vás v tomto regionu nejvíce zaujalo?

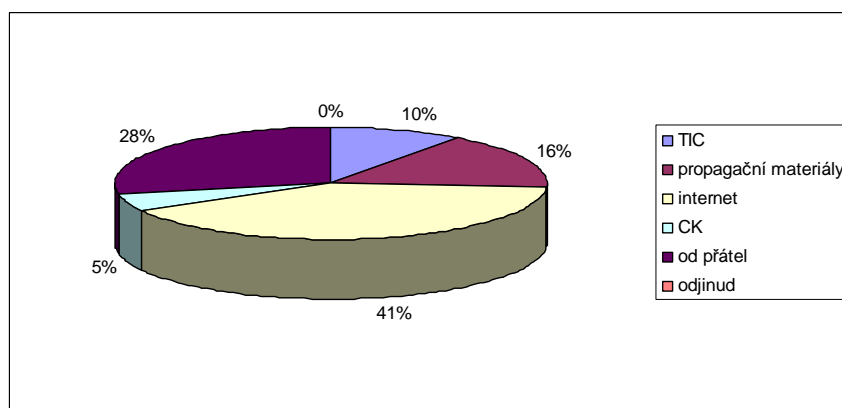
Účastníky cestovního ruchu nejvíce zaujala příroda v okolí Českých Budějovic. Dále se jim líbily historické památky. Co se týče ubytovacích a stravovacích zařízení byli celkem spokojeni s kvalitou pokrmů, přístupem některých zaměstnanců a s vybavením. Zaujalo je i velké množství kulturního a sportovního vyžití.

Otázka č. 16: Co Vám nejvíce chybí v tomto regionu/Co byste změnili?

Odpovědi na tuto otázku se někteří lidé vyhýbali. Ti lidé, kteří se nebáli, odpověděli, že by zvýšili počet parkovacích míst v Českých Budějovicích. Další nedostatek viděli v kapacitách veřejných WC. Co se týká služeb, které jsou poskytovány zákazníkům, chyběl jim mnohdy ochotný přístup zaměstnanců, zastaralé vybavení hotelů.

Otázka č. 17: Kde jste získal/a informace o této destinaci a o ubytovacích a stravovacích zařízeních?

Graf č.13:

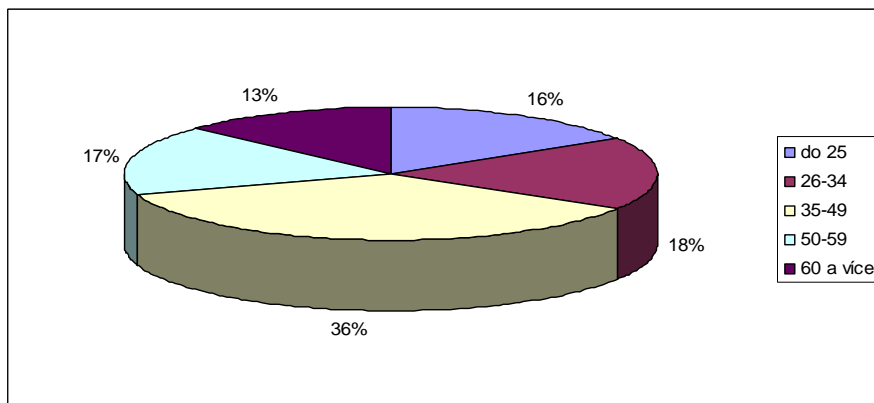


Zdroj: vlastní šetření

Z grafu je patrné, že velká část lidí zjišťuje informace prostřednictvím internetu. Nezanedbatelnou část tvoří propagační materiály získané v informačních centrech.

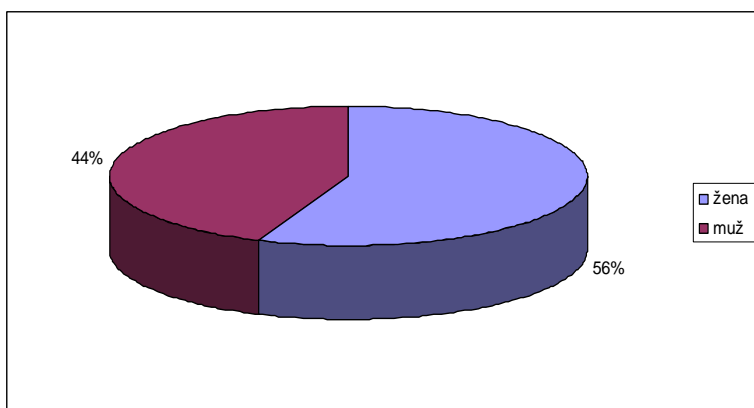
Otázka č. 18: Osobní údaje

Graf č. 14 – věk:



Zdroj: vlastní šetření

Graf č.15 – pohlaví:



Zdroj: vlastní šetření

Z šetření vyplývá, že do regionu nejčastěji přijíždějí ženy. Nejvíce návštěvníků je ve věku 35 až 49 let.

4.1.2.4 Shrnutí dotazníkového šetření

Z provedeného dotazníkového šetření vyplývá, že do vymezené oblasti Českobudějovicka přijíždí více žen než mužů. Věkové rozpětí je v rozmezí 35 až 49 let. Nejoblíbenějším dopravním prostředkem sloužícím k dopravě do regionu se pro mnohé

jeví osobní automobil. Nejčastěji přijíždějí za účelem rekreace a poznání, vyhledávají pěší turistiku. Cestují převážně s přáteli a rodinou. Z tohoto šetření je patrné, že se lidé do tohoto regionu neustále vracejí. Tráví zde obvykle 3 až 7 nocí. Dávají přednost ubytování v penzionech. S ubytovacími zařízeními jsou převážně spokojeni, nedostatek vidí v malé vybavenosti pokojů a čistotou sociálních zařízení, ta se týká především kempů. Velmi oceňují snahu personálu hlavně v menších ubytovacích zařízeních jako jsou penziony či malé hotýlky. Stravují se především v restauracích. Velká část návštěvníků využívá možnosti vlastního stravování, potraviny nakupují v místních obchodech. Lidé nejsou při výběru jídel nějak zvláště nároční, spokojí se s čímkoli. Se stravovacími službami jsou převážně spokojeni, v některých se jim však nelíbil přístup zaměstnanců. Ceny za poskytované služby odpovídají podle jejich názoru kvalitě. Nejvíce je zaujala možnost kulturního a sportovního vyžití. Vadí jim, že historické centrum Českých Budějovic je přeplněné hernami, nelíbí se jim, že je zde málo parkovacích míst a stav některých místních komunikací.

4.2.2 Řízené rozhovory

4.2.2.1 Řízený rozhovor v restauraci Beseda

4.2.2.2 Úvod

Řízený rozhovor probíhal v restauraci Beseda s panem Tomášem Šestauberem. Ten je 50 % majitelem společnosti K+S, spol. s r. o., která restauraci provozuje. Pan Šestauber se stará o finanční stránku provozu celé restaurace.

Situace v restauraci

Jsou podle Vás České Budějovice turisticky vyhledávaným místem?

V Českých Budějovicích je hlavní sezóna odlišná oproti jiným klasickým turistickým regionům, jako je Hluboká nad Vltavou či Český Krumlov. V letních měsících zákazníků ubývá, naopak převážně v zimním měsících je jich nejvíce. Pro majitele

restaurace jsou České Budějovice městem s nepříliš lákavou nabídkou pro lidi, kteří městem spíše projíždějí, či se ubytovávají na kratší dobu.

Popište mi ve zkratce Vaši restauraci.

Restaurace se nachází nedaleko centra města České Budějovice v historickém domě Beseda. Kapacita restaurace činí 130 míst k sezení uvnitř a 60 míst k sezení na letní zahrádce. Vnitřní část je vybavena převážně dřevěným nábytkem a dekorací, která vypovídá o její dlouholeté tradici. Restaurace je rozdělena do dvou velkých částí, v přední části se v době podávání obědů nekouří. Zádňí část je určena pro kuřáky, může být také samostatně oddělena jako salónek pro 60 lidí.

Máte dostatek parkovacích míst?

U restaurace se nachází velké parkoviště, to je však placené i pro hosty restaurace.

Jaký segment klientů nejčastěji navštěvuje Vaši restauraci?

Nedá přesně vyhradit určitá specifická skupina lidí, která navštěvuje restauraci. Můžu akorát rozdělit návštěvnost své restaurace. Návštěvnost restaurace se liší ve všední dny a o víkendech. Ve všední dny je struktura obsazenosti nejvyšší v poledních hodinách a poté v odpoledních. O víkendech je to naopak, zákazníci chodí převážně ve večerních hodinách.

Pocítujete v návštěvnosti i sezónnost?

Ano, říká. V návštěvnosti se odráží i sezónnost.

Snažíte se nějakým způsobem vyrovnat výkyvy návštěvnosti?

Ano, snažíme se nahradit úbytek zákazníků spoluprací s inomingovými cestovními kancelářemi.

Je Vaše restaurace součástí nějakého řetězce?

Ne. Provozujeme jen tuto restauraci, ale do budoucnosti máme plán přibrat ještě jednu.

Jakou stravu nabízíte?

Skladba jídelního lístku vychází z mezinárodní kuchyně, říká pan Šestauber. Převažují však klasické české pokrmy. Jídelní lístek není rozsáhlý, čítá přibližně 30 jídel. Hlavním důvodem je maximální snaha pro udržení kvality jídel a surovin používaných k jejich přípravě. Ve všední dny nabízí polední menu skládající se z 1-2 polévek, 3-4 hotových jídel, 2 minutkových jídel a cenové zvýhodněného tříhodového menu.

V jaké cenové relaci se pohybuje Vaše polední menu?

Menu je na úrovni 60 % výše cen stálého jídelního lístku. Pan Šestauber si myslí, že nízká cena může znamenat špatnou kvalitu připravovaných jídel.

Jaké formy stravování nabízíte?

Obědy, večeře, ale také k nám lidé přicházejí na odpolední kávu či pivo.

Máte přehled jaká jídla si lidé nejčastěji vybírají?

Ano, odpovídá. Nejčastěji to jsou typicky česká jídla jako svíčková s knedlíky a šajbou, pečené koleno, ale také smažený sýr.

Myslíte si, že jste dostupní pro všechny nebo se zaměřujete na určitou třídu zákazníků?

Cenová relace nabízených pokrmů a nápojů patří spíše k průměru v porovnání s konkurencí v centru Českých Budějovic. Cenová marže je 180 % na jídle, přičemž se po odečtení ztrát hrubý zisk dostává maximálně ke 140 %. Další velkou položkou ve snížení cenové marže je daň z přidané hodnoty. To je dáno tím, že v těchto provozech je zdaněná vysoká přidaná hodnota práce. Cenu se však majitel, podle svých slov snaží držet na takové úrovni, aby byla dostupná pro všechny, nezasahovala do kvality pokrmů, také aby byly pokryty náklady spojené s poskytováním služeb.

Co si myslíte, že je nejdůležitější při provozu restaurace?

Nejdůležitější je podle jeho názoru výběr zaměstnanců. Sehnat spolehlivého a kvalitního zaměstnance je podle něj velký problém. Výběru na pozici kuchařů je

velmi omezený i přes vysoké platové ohodnocení. Práce je časově náročná, proto je o ní nižší zájem. Také kvalita kuchařského umění uchazečů o toto zaměstnání je nízká. Podle majitele restaurace je jejich šéfkuchař klíčovým zaměstnancem podniku. Obsluhující personál se podle jeho slov shání o něco lépe, ale je zde zase problém s již zmiňovanou spolehlivostí. Tito zaměstnanci totiž pracují s hotovostí, také práce s lidmi je velmi složitá. I v době dnešní vysoké nezaměstnanosti jsou problémy s hledáním zaměstnanců.

Kolik zaměstnáváte lidí?

Jednoho šéfkuchaře, kuchaře, paní na pomoc do kuchyně, uklízečku a servírky.

Myslíte si, že jsou lidé Vaši zákazníci spokojeni s nabízenými službami?

Majitel odpovídá, myslím, že ano. Velká část hostů se k nám neustále vrací, proto se snažíme neustále zdokonalovat naše služby.

Setkal jste se se stížnostmi od Vašich zákazníků na nějakou konkrétní věc?

Pokud se nějaké stížnosti vyskytnou, okamžitě je s kolegy řešíme, říká.

Co si myslíte o konkurenci?

Pan Šestauber zauvažuje: „Konkurence je v Českých Budějovicích, jakožto krajském městě velká, hlavně co se týče klasického restauračního provozu.“ K úspěchu Vás dovede pouze kvalitní a lepší nabídka služeb než u konkurence. Svou výhodu oproti ostatním podobným podnikům vidí majitel restaurace v jejich tanečních večerech s živou hudbou a kvalitou poskytovaných služeb.

Povězte mi něco o tanečních večerech ve Vaší restauraci.

Každý pátek a sobotu poskytujeme večery s živou hudbou, o kterou je obrovský zájem. Lidé si rezervují místa minimálně týden dopředu. V tyto večery naší restauraci navštíví kolem 120 osob. Lidé živou hudbu oceňují. Za večer se platí 40 Kč vstupné. Hudební repertoár skupiny je od 60. let až po rock a disko. V průběhu roku zpestřujeme večery i jinými akcemi typu maškarní, mikulášská zábava či Silvestr.

Jaké další akce se u Vás mohou pořádat?

Restaurace je podle jeho slov vhodná pro pořádání jakýchkoliv větších či menších akcí, jako jsou pohřby, svatby, křtiny, oslavy či podnikové akce. Salónek může být využit i pro pořádání menších konferencí s možností pronájmu promítacího plátna či využití velkoplošné obrazovky.

Máte své internetové stránky?

Ano, svým hostům také nabízíme zasílání e-mailů s nabídkou denního menu.

Je v restauraci připojení k internetu?

Ano, v celé restauraci je wifi.

4.2.2.2 Řízený rozhovor v turistickém informačním centru v Českých Budějovicích

4.2.2.2.1 Úvod

Řízený rozhovor probíhal v T.I.C. v Českých Budějovicích s jednou z jeho zaměstnankyň. Turistické informační centrum se nachází vedle vchodu do radnice. Místnost, ve které sídlí, je poměrně velká.

Situace v centru

Jací lidé tvoří Vaší klientelu?

Naše centrum navštěvují jak češi, tak cizinci.

Jelikož jsem dotazníkové šetření prováděla pouze s občany České republiky, směřovaly mé další otázky výhradně na ně.

Jaká skupina zákazníků?

Jsou to nejčastěji bezdětné páry nad 30 let. Dále to jsou mladí lidé kolem 15 a více let, protože zde mohou využívat internetových služeb na půl hodiny zdarma.

O čem získávají informace?

Nejvíce shánějí informace o významných historických památkách nacházejících se v Českých Budějovicích, Českém Krumlově, Jindřichově Hradci, Třeboni či na Šumavě. Dále se ptají na ubytovací zařízení.

Jaké ubytovací zařízení preferují?

Nepreferují žádné tři a více hvězdičkové hotely, vyhledávají spíše levnější ubytování v penzionech či v soukromí.

Máte k dispozici nějaký výčet ubytovacích zařízení?

Ano, říká. Máme k dispozici tabulku všech ubytovacích zařízení, podle níž hledáme klientům požadované ubytovací zařízení. V tabulce je zapsaná i cena těchto zařízení.

Projevuje se v návštěvnosti sezónnost?

Ano, odpovídá. V období sezóny navštíví centrum přibližně 1,5 krát více lidí než mimo ní. Z toho důvodu máme rozdělené otevírací hodiny na sezónní a mimo sezónní.

Jaké další materiály nabízíte návštěvníkům centra?

Máme k dispozici mnoho propagačního materiálu o ubytovacích či stravovacích zařízeních, o památkách v Českých Budějovicích a celém Jihočeském kraji, o hlavním

městě Praha, ale také o programu Jihočeského divadla. Všechny materiály jsou samozřejmě přeloženy do cizích jazyků.

4.2.2.2.3 Řízený rozhovor v informačním centru v Borovanech

4.2.2.2.3.1 Úvod

Řízený rozhovor probíhal se zaměstnankyní. T.I.C. se nachází na Žižkově náměstí v Borovanech v areálu nynějšího zámku, dříve to byl klášter. Skládá se ze dvou místností.

Situace v centru

Jací lidé tvoří Vaší klientelu?

Naše centrum navštěvují češi, ale i cizinci.

Jak jsem již zmiňovala, dotazníkové šetření bylo prováděno pouze s občany České republiky, mé další otázky směřovaly výhradně na ně.

Jaká skupina návštěvníků?

Konkrétní věk návštěvníků je rozmanitý, nenavštěvuje ho výhradně jedna věková kategorie.

O čem získávají nejčastěji informace?

Lidé se nejčastěji informují o památkách v blízkosti Borovan. Dále se ptají na ubytovací zařízení.

Mají na mysli konkrétní typ ubytovacího zařízení?

Ano, říká. Pokud lidé poptávají ubytovací zařízení u nás, vyhledávají spíše levnější ubytování na jednu noc. Na delší dobu si vše zařizují sami.

Zajímají se i o stravovací zařízení?

Ano. Ptají se na restauraci Borovanský mlýn, kterou z vlastních zkušeností velmi rády doporučujeme.

Projevuje se v návštěvnosti Vašeho centra sezónnosti?

Ano, velmi pozorujeme sezónnost, říká. Od června do září nás navštíví o 100 % více lidí než mimo sezónu.

Jaké další materiály nabízíte návštěvníkům?

Zájemcům nabízíme možnost nákupu pohledů, map a různých upomínkových předmětů na město Borovany, ale i celou Českou republiku. Nabízíme prohlídky bývalého augustiánského kláštera, expozici Pašijových her v Římově. Klienti zde mohou zakoupit i vstupenky na kulturní akce pořádané v nedalekém městě Trhové Sviny.

4.3 Syntéza zjištěných údajů

K tomu, abych mohla vytvořit závěry a doporučení pro zlepšení situace v oblasti ubytovacích a stravovacích služeb je nutné vytvořit syntézu.

Charakteristika vymezené oblasti Českobudějovicka

Vymezená oblast Českobudějovicka je velmi známá a podle mého názoru hodně navštěvovaná. Má vynikající podmínky pro provozování letních sportů, vynikající potenciál v oblasti kultury. České Budějovice mají tradici v pivovarnictví a výstavnictví. K tomu, aby účastníci cestovního ruchu navštívili tuto oblast, však jen toto nestačí. Zapotřebí je také rozvinutá dopravní infrastruktura, ta je zde zajišťována i v podobě neustále se rozvíjejících služeb dopravních, informačních, stravovacích a ubytovacích.

Sezónnost v oblasti

Majitel restaurace si myslí, že se v Českých Budějovicích turistická sezóna odlišuje od ostatních klasických turistických regionů jako je Hluboká nad Vltavou či Český

Krumlov. Uvádí, že mnohem více lidí přijíždí do Českých Budějovic v zimních měsících.

Zaměstnankyně informačních center oponují a shodně prohlašují, že jejich provoz sezónnost pociťuje. Hlavním důkazem tohoto tvrzení je pracovní doba, která je rozdělená na sezónní a mimo sezónní. Centrum v Českých Budějovicích navštíví 1,5krát více lidí v sezóně než mimo ní, v Borovanech je to dokonce 2krát více lidí.

Charakteristika dopravní dostupnosti

Nejpoužívanějším dopravním prostředkem je osobní automobil. Velká část dotázaných však nebyla spokojena s parkovacími kapacitami přímo v Českých Budějovicích, přitom na stránkách města je psáno, že je zde dostatek parkovacích míst.

Charakteristika návštěvníků

Z dotazníkového šetření mi vyplynulo, že nejčastějšími návštěvníky vymezeného regionu jsou ženy, které cestují s přáteli nebo rodinou. Toto tvrzení mi v určité míře potvrdila i zaměstnankyně T.I.C. v Českých Budějovicích. Zaměstnankyně T.I.C v Borovanech naopak nemůžu přesně určit specifickou skupinu klientů.

Dotazovaní respondenti přijíždějí především za účelem rekreace, jejich nejoblíbenějšími aktivitami jsou poznávání a pěší turistika. Nejčastěji navštěvují historické památky, vydávají se na výlety pěší i cyklistické. Toto mi potvrdily i zaměstnankyně center, jejichž klienti se nejčastěji ptají na památky a možnosti výletů.

Lidé se do regionu rádi vrací, jak vyplynulo z dotazníkového šetření. Ubytovávají se zde v rozmezí 3 až 7 nocí.

Charakteristika ubytovacích zařízení

Ze sekundárních údajů jsem zjistila, že pouze tři hotely podstoupily certifikaci podle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení 2010-2012. Získání přesného počtu ubytovacích zařízení bylo problematické, neboť ČSÚ má údaje rozdělené jen

do určitých regionů. Z toho důvodu jsem prováděla vlastní šetření, ze kterého mi vyplynulo, že se ve vymezeném území nachází 119 ubytovacích zařízení (viz. tabulka č.1 nebo příloha č.). Dále mi z šetření vyplynulo, že je zde k dispozici víc penzionů než hotelů. To může být dáno i tím, že lidé dávají přednost levnějšímu ubytování v penzionech. Zaměstnankyně TIC v Českých Budějovicích mi tuto skutečnost potvrdila, jejich klienti se zajímají především o informace týkající se levnějších penzionů či ubytování v soukromí. V těchto menších zařízeních jsou hosté velmi spokojeni především s ochotou a snahou personálu vyjít vstříc jejich potřebám a přáním. Nespokojenost co se týče ubytovacích zařízení se objevila v souvislosti se zastaralým vybavením některých ubytovacích zařízení a čistotou hygienických zařízení.

Charakteristika stravovacích zařízení

Získat přesné údaje o stravovacích zařízeních je prakticky nemožné, neboť ČSÚ uvádí v této oblasti jen pár statistik. Také získat informace v turistických centrech je obtížné, zveřejňují jen určitá zařízení, se kterými spolupracují. Proto jsem prováděla vlastní šetření.

Součástí většiny ubytovacích zařízení je i zařízení stravovací, samostatných zařízení, které nejsou součástí hotelů je přibližně 90. Nejvíce restaurací se nachází v Českých Budějovicích přímo v centru města.

Z dotazníkového šetření mi vyplynulo, že lidé často využívají ke stravování restaurace. Tomuto zjištění jsem věnovala větší pozornost. V turistickém centru v Borovanech jsem zjistila, že se lidé nechávají často informovat o stravovacích zařízeních. Naopak v Českých Budějovicích vůbec. Podle mého názoru je to dáno tím, že v Českých Budějovicích jsou restaurace „na každém rohu“, kdežto v menších městech tomu tak není.

Ve stravovacích zařízeních lidé vyhledávají českou kuchyni, zde se však objevuje problém ze strany restaurací, lákají své hosty na typicky českou kuchyni, pod kterou si můžeme představit vídeňský řízek, francouzské brambory či smažený sýr. Tyto pokrmy se řadí do mezinárodní kuchyně, tudíž by je restaurace neměly prezentovat jako typicky české.

Z šetření mi vyšlo, že dotazovaní nebyli spokojeni s přístupem zaměstnanců stravovacích zařízení. Povolání servírky je velmi náročné, odůvodnil majitel restaurace Beseda. Z jeho pozice je těžké sehnat někoho na toto místo, protože pracují s hotovostí a bývá zde problém s jejich spolehlivostí, dodává. Podle mého názoru by si měli, zaměstnanci těchto zařízení zachovat určitou profesionalitu a nepřinášet si špatnou náladu do práce.

Další otázkou v dotazníkovém šetření bylo, zda si lidé myslí, že ceny za poskytované ubytovací a stravovací služby odpovídají kvalitě. Více než polovina lidí si myslí, že ceny odpovídají kvalitě. Tuto otázku jsem položila i majiteli restaurace Beseda, abych získala názor obou stran. Podle jeho názoru, jsou-li ceny v restauraci stanoveny příliš nízké, může to znamenat špatnou kvalitu poskytovaných jídel. Snaží se držet cenu na takové úrovni, aby byla dostupná pro všechny a žádným způsobem nezasahovala do kvality připravovaných pokrmů a byly pokryty veškeré náklady.

5 NÁVRHY A OPATŘENÍ

5.1 Statistická data

Největší problém, na který jsem narazila, se týkal sekundárních dat. Zjistila jsem, že nejsou nikde dostupné přesné informace o počtu stravovacích a ubytovacích zařízeních. Data by se přitom měla vyskytovat ve statistikách mnoha orgánů, na příslušných úřadech by měli mít k dispozici záznamy o ubytovacích a stravovacích zařízeních. Doufám, že se situace změní po Sčítání lidí, domů a bytů, protože zde provozovatelé těchto zařízení vyplňují údaje o svých podnicích.

5.2 Zařazení ubytovacích zařízení do Oficiální jednotné klasifikace

V literárním přehledu již byla tato problematika definovaná z teoretického hlediska. Na základě sekundárních údajů zjištěných vlastním pozorováním mi vyplynulo, že se ve vymezené oblasti nachází pouze tři zařízení, která podstoupila certifikaci. Tato skutečnost se mi jeví jako nedostatečná, když vezmu v úvahu, kolik ubytovacích zařízení se ve vymezené oblasti nachází. Klasifikace není v České republice povinná, ale pro zákazníky přináší podle mého názoru lepší pohled na poskytované služby a standard ubytovacího zařízení. Certifikací získávají ubytovací zařízení marketingovou podporu od Czechtourism. Doporučila bych, aby se k certifikaci přihlásila i další zařízení, neboť tím získají lepší ocenění z pohledu svých stávajících i budoucích zákazníků.

Zájemce o certifikaci musí vyplnit žádost o udělení klasifikačního znaku a zaplatit stanovený poplatek (viz. tabulka č.5). Před udělením certifikace projde zařízení kontrolou, která probíhá za přítomnosti majitele, je předem ohlášená. Kontroloři poté předají záznam o kontrole, na základě kterého komise certifikaci schválí či neschválí.

Tabulka č. 5

Kapacita ubytovacích zařízení	člen AHR nebo UNIHOST	nečlenové
do 20 pokojů	2 000 Kč	4 000 Kč
do 100 pokojů	4 000 Kč	8 000 Kč
nad 100 pokojů	7 500 Kč	15 000 Kč
5* hotely	10 000 Kč	20 000 Kč

Zdroj: www.hotelstars.cz

5.3 Návrhy pro restauraci Beseda

5.3.1 Všední večer s country muzikou

Na základě rozhovoru s majitelem restaurace Beseda, ze kterého vyplynulo, že jeho podnik je v Českých Budějovicích oblíbený, především díky tanečním večerům s živou hudbou. Navrhuji rozšířit nabídku o večery s country muzikou, hlavně z toho důvodu, aby se zvýšila návštěvnost restaurace v pracovním týdnu. Hrál by se každou středu od 17 do 23 hodin. Vstupné by činilo 40 Kč. Předpokládaná návštěvnost by byla přibližně 40 lidí. Náklady na kapelu by se odvíjely od počtu zákazníků, minimálně by však byly 1500 Kč.

Reklamu na tyto country večery by majitelé vyvěsili na internetové stránky restaurace, nechali by vyrobit letáky a plakát. Letáky by byly položeny na stolech při tanečních večerech s muzikou, které jsou v pátek a sobotu, vloženy by byly i v jídelních lístcích. Opakovaně by se roznášely do poštovních schránek domů v okolí restaurace. Plakát by byl vylepen v okně restaurace. V případě slabé návštěvnosti po delší dobu by nechali majitelé udělat reklamu v rádiu, reklama by se týkala nejen večerů s country muzikou, ale i zbývajících provozů.

Velkou výhodou vidím v tom, že by se potenciálními návštěvníky mohli stát právě lidé, kteří již navštěvují taneční večery. V Českých Budějovicích je málo podniků, kde by hrála právě country muzika.

5.3.2 Stavba nového baru

V pátky a soboty bývá restaurace Beseda plně obsazena, protože jsou zde pořádány taneční večery. Došla jsem k závěru, že by bylo dobré vytvořit zde ještě jeden bar pro lepší a rychlejší uspokojení potřeb a přání zákazníků.

Navrhuji vystavit bar v zadní části restaurace. Bar bude poskytovat podobné služby jako stávající bar, jediná odlišnost bude v tom, že se tam nebude točit pivo, to nahradí míchané nápoje, které jsou ženami restaurace žádány. Budou na něm připravovány míchané alkoholické i nealkoholické koktejly, nealkoholické nápoje a vína. Bar bude otevřený pouze o tanečních večerech.

Projekt by byl realizován na nynějším nevyužitém prostoru, který se nachází na balkónku v zadní části salónku. Výhoda je v tom, že je možnost snadného napojení elektriky, vody a odpadů.

Bude se jednat o dřevěný bar se šesti barovými židlemi. V baru se budou nacházet dvě lednice – velká na nealkoholické nápoje (džusy, limonády, vody) a menší lednice bude na alkoholické nápoje. Budou zde dva dřezy, jeden z hygienických předpisů bude určen jen k mytí rukou, druhý bude sloužit k mytí skleněného inventáře. Na policích budou sklenice jak na nealkoholické nápoje, tak i speciální sklenice na koktejly. Pod policemi se bude nacházet pracovní deska, na které bude umístěn výrobek ledu. Dále tu bude mixér a klasická výbava barmana (shaker, sítko, odměrky a míchací sklenice).

Finanční rozpočet výstavby baru v restauraci Beseda

Vybudování nového baru v restauraci Beseda bude v režii firmy K+S-Cb, spol. s r. o., která restauraci provozuje. Na výstavbu baru nepotřebují povolení, protože se jedná o zásah do interiéru.

Výstavba baru bude stát

180 000 Kč

V této ceně jsou zahrnuty police, pracovní desky, dva dřezy, mixér, barový pult, šest barových židlí, rozvod elektřiny, vody a odpadů. V ceně je započtena i montáž baru. Lednice a sklenice na nealkoholické nápoje dodá firma Coca-Cola podle stávající smlouvy o odběrech. Výrobek ledu bude na tento bar přesunut ze skladovacích prostor restaurace.

Majitel domu Beseda sníží provozovatelům nájemné měsíčně o 2 000 Kč a prodlouží jim nájemní smlouvu o pět let.

Snížené nájemné začnou platit provozovatelé ihned po uvedení nového baru do provozu.

Zásoby na baru

50 000 Kč

V ceně jsou zahrnuty sirupy na přípravu míchaných nápojů, sklo na tyto míchané nápoje, barmanská výbava, alkoholické a nealkoholické nápoje.

Majitelům restaurace budou vznikat náklady na nového zaměstnance. Barman bude pracovat na základě dohody o provedení práce, to znamená, že se mu ze mzdy bude srážet pouze 15% daň z příjmu, nebudou za něj odvádět zdravotní ani sociální pojištění. Bude za barem pracovat každý pátek a sobotu od 18 do 2 hodin, tedy 8 hodin. Předpokládám, že bude pracovat 8 dní v měsíci.

		Měsíční mzdový základ
1 barman, připravující koktejly	1 500 Kč/8 hodin	12 000 Kč
(denní mzdový základ)	(denní čistá mzda)	

Celkové měsíční náklady na nového zaměstnance

12 000 Kč

Celkové náklady na montáž a vybavení baru	230 000 Kč
Úspora na nájemném za 5 let (2 000*12 měsíců*5 let)	120 000 Kč

Po odečtení těchto dvou částek mi vyplynou vlastní náklady na výstavbu nového baru, ty činí 110 000 Kč.

$$110\ 000:5=22\ 000\ \text{Kč}$$

22 000 Kč jsou vlastní náklady na výstavbu baru za jeden rok.

Vlastní roční náklady na výstavbu baru	22 000 Kč
Roční náklady na provoz baru (mzda+energie)	180 000 Kč
Celkové náklady na provoz baru	202 000 Kč

Měsíční náklady na provoz nového baru:

$202\ 000:12=16\ 833$ Kč, zaokrouhlíme na 17 000 Kč, tato částka představuje měsíční náklady na provoz nového baru.

Denní náklady na provoz nového baru:

$$17\ 000:8=2\ 125\ \text{Kč}$$

Z této částky vyplývá, jak vysoké jsou náklady na jeden den provozu baru.

Majitelé restaurace bude mít na míchaných nápojích marži 200 %. Aby se jim provoz nového baru vyplatil, musejí navýšit tržby o 6 500 Kč za jeden večer, pak budou pokryty veškeré náklady související s provozem baru.

Hlavní přínos vidí majitelé restaurace v uspokojení svých zákazníků, tím navýší i potenciální návštěvnost svého podniku.

6 ZÁVĚR

Na základě provedené analýzy došlo ke zmapování a vyhodnocení situace ubytovacích a stravovacích služeb ve vymezené oblasti. Pomocí dotazníkového šetření, řízených rozhovorů, studia sekundárních dat a vlastního pozorování jsem získala přehled o přibližném počtu zařízení, úrovni a kvalitě poskytovaných služeb. Pro vylepšení nabídky stravovacích služeb ve vymezeném regionu jsem podala návrhy, kterými by se mohlo docílit zlepšení.

Na začátku své práce jsem si stanovila tři pracovní hypotézy, které se nyní na základě zjištěných údajů, pokusím potvrdit nebo vyvrátit.

První hypotéze zněla: „Nabídka ubytovacích a stravovacích služeb odpovídá poptávce návštěvníků“. Tuto hypotézu mohu potvrdit, neboť z dotazníkového šetření mi nevyplynula nespokojenost návštěvníků s nabídkou služeb. Většina návštěvníků ji naopak hodnotila jako dostatečnou. Také z mého vlastního šetření vyplynulo, že je zde široká nabídka různých forem a úrovní ubytovacích a stravovacích zařízení, tudíž mohou být uspokojeni všichni.

Druhá hypotéza byla: „Ve zkoumané oblasti je patrné působení sezónnosti“. Tuto hypotézu mohu potvrdit na základě zjištěných údajů, ačkoliv se zde sezónnost neprojevuje takovým způsobem jako v jiných oblastech. Podle mého názoru jsou výkyvy týkající se sezóny kompenzovány tím, že je zde pořádáno velké množství kulturních i sportovních akcí, kvůli kterým se lidé přijíždějí v jakémkoliv období bez ohledu na sezónu. Zaměstnankyně informačních center mi hypotézu také potvrdily, neboť se z důvodu zvýšené návštěvnosti pozměňuje i otevírací doba center.

„Kvalita ubytovacích a stravovacích zařízení odpovídá požadavkům“, tak zněla třetí hypotéza. Tuto hypotézu mohu také potvrdit i přesto, že má své negativní stránky. Jak mi vyplynulo z dotazníkového šetření, nelze jednoznačně určit, co je dobré a co špatné, protože každý host vnímá kvalitu poskytovaných služeb jinak. Z šetření mi vyplynulo

pár nesrovnalostí, kde by se mohly zlepšit služby např. vybavení pokojů, čistota a přístup zaměstnanců.

Hlavním cílem mé bakalářské práce bylo zanalyzování ubytovacích a stravovacích služeb ve vymezené oblasti Českobudějovicko, toto bylo na základě všech dostupných informací splněno.

7 SUMMARY

☒ The main aim of this thesis will analyze the market accommodation and catering services in České Budějovice. A secondary goal will be finding gaps in the provision of such services from the perspective of the client on the basis of data that emerge from my survey. Subsequently, the proposed measures to address these problems. The last side to convert the lessons learned and apply for the operation of selected equipment.

First I had to study special literature and next I had to make a literary background research, which yielded necessary knowledge of these problems. To be able to consider the present circumstances, I had to carry out an investigation among the visitors of this area, next the interviews with the owner of caterings facilities and with an employee of the Tourist Information of České Budějovice and with an employee of the Tourist Information Centre of Borovany. The third source was all the available information about the area and finally also my own observation and experience. Consequently I made a synthesis of the obtained data and on the grounds of the obtained results I worked up suggestions and introduction for the improvement of the present state.

I determined three hypotheses at beginning of my bachelor thesis. All available resources helped me to evaluate the present circumstances and so I could confirm three hypotheses.

On the basis of all available resources I could the general aim of my bachelor thesis, i. e. the analysis of accommodation facilities and catering establishments in the area of Českobudějovicko.

8 SEZNAM LITERATURY

Literární rešerše

[1]BERÁNEK, J., KOTEK, P. *Řízení hotelového provozu*. 2. rozšířené vyd. Praha: Grada Publishing, 1998. ISBN: 80-7169-726-5.

[2] FIALOVÁ, H, *Malý ekonomický výkladový slovník*, 7. vydání. Praha: Grada, 2004, ISBN 80-902514-7-1

[3]HESKOVÁ, Marie. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1.vyd. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.

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

[5]INDROVÁ, Jarmila. a kol. *Cestovní ruch I*. 1.vyd. Praha: VŠE., 2004, ISBN 80-245-0799-4.

[6]KIRÁLOVÁ, Alžběta, *Marketing destinace cestovního ruchu*. 1.vyd. Praha: Ekopress, 2003. ISBN 80-86119-56-4.

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

[8]KUČEROVÁ, Irah. *Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 1997. ISBN: 80-85970-14-7.

[9]ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 1999, ISBN 80-85970-27-9.

- [10]PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006.
ISBN: 80-247-1014-5
- [11]PAYNE, Adrian. *Marketing služeb*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 1996.
ISBN 80-7169-276-X.
- [12]PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomického cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 1999. ISBN 80-85970-29-5.
- [13] PETRŽELOVÁ, Jana, Encyklopedie ekonomických a právních pojmů pro školy a veřejnost. Praha:Linde Praha, a. s., 2007, ISBN 978-80-7201-643-3
- [14]PRAŽSKÁ, L. JINDRA, J. a kol. *Obchodní podnikání: retail management*. 2. vyd. Praha: Management Press, 2002. ISBN 80-7261-059-7.
- [15]RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch*. 1.vyd. Brno: Brno International Business School, 2005. ISBN 80-86575-92-6.
- [16]ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. *Cestovní ruch: výkladový slovník*. 1.vyd. Praha: MMR, 2002
- [17] ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu, 1.vyd. Praha: IDEA SERVIS, 2010, ISBN 978-80-85970-68-5*

Internetové zdroje

- [18] Politika cestovního ruchu ČR na národní a regionální úrovni - cíle, nástroje a mechanismus [online][cit. 6.1.2006] Dostupné na WWW.mmr-vyzkum.cz/infobanka/DownloadFile/5768.aspx)

[19] Základní terminologie cestovního ruchu, Beránek [online] [cit. 23.3. 2010] Dostupné

na WWW [http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:G2zwU_L9_7EJ:www.vosunicov.cz/vlacilova/ZakladniPojmy.ppt+Cestovn%C3%AD+ruch+je+komplexn%C3%AD+spole%C4%8Densk%C3%BD+jev+jako+souhrn+aktivit+%C3%BA%C4%8Dastn%C3%ADk%C5%AF+cestovn%C3%ADho+ruchu,+souhrn+budov%C3%A1n%C3%AD+a+provozov%C3%A1n%C3%AD+za%C5%99%C3%ADzen%C3%AD+se+slu%C5%BEbami+pro+%C3%BA%C4%8Dastn%C3%ADky+cestovn%C3%ADho+ruchu+v%C4%8Detn%C4%9B+souhrnu+aktivit+osob,+kter%C3%A9+tyto+slu%C5%BEby+nab%C3%ADzej%C3%AD+a+zaji%C5%A1%C5%A5uj%C3%AD,+aktivit+spojen%C3%BDch+s+vyu%C5%BE%C3%ADv%C3%A1n%C3%ADm,+rozvojem+a+ochranou+zdroj%C5%AF+pro+cestovn%C3%AD+ruch,+souhrn+politick%C3%BDch+a+ve%C5%99ejn%C4%9B+spr%C3%A1vn%C3%ADch+aktivit+\(politika+CR,+propagace+CR,+regulace+CR,+mezin%C3%A1rodn%C3%AD+spolupr%C3%A1ce,+apod.\)+a+reakce+m%C3%ADstn%C3%AD+komunity+a+ekosyst%C3%A9mu+na+uveden%C3%A9+aktivity&hl=cs&gl=cz&pid=bl&srcid=ADGEESheC3gCyKkO1KGAKmm2RH2t4-FHu6vzJI768PObxRpjEISjgW28VgdA5TKdH48DAZKBjTT7aDMTTa4-cZkSoCxxvFFQtNr8rPC4vIHFPdx6AsjR0sxFMqeeE6TFPyzRGIWBc16E6&sig=AHIEtbSiDSaQ3df83WBhYFZpRIZWGDyPlw](http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:G2zwU_L9_7EJ:www.vosunicov.cz/vlacilova/ZakladniPojmy.ppt+Cestovn%C3%AD+ruch+je+komplexn%C3%AD+spole%C4%8Densk%C3%BD+jev+jako+souhrn+aktivit+%C3%BA%C4%8Dastn%C3%ADk%C5%AF+cestovn%C3%ADho+ruchu,+souhrn+budov%C3%A1n%C3%AD+a+provozov%C3%A1n%C3%AD+za%C5%99%C3%ADzen%C3%AD+se+slu%C5%BEbami+pro+%C3%BA%C4%8Dastn%C3%ADky+cestovn%C3%ADho+ruchu+v%C4%8Detn%C4%9B+souhrnu+aktivit+osob,+kter%C3%A9+tyto+slu%C5%BEby+nab%C3%ADzej%C3%AD+a+zaji%C5%A1%C5%A5uj%C3%AD,+aktivit+spojen%C3%BDch+s+vyu%C5%BE%C3%ADv%C3%A1n%C3%ADm,+rozvojem+a+ochranou+zdroj%C5%AF+pro+cestovn%C3%AD+ruch,+souhrn+politick%C3%BDch+a+ve%C5%99ejn%C4%9B+spr%C3%A1vn%C3%ADch+aktivit+(politika+CR,+propagace+CR,+regulace+CR,+mezin%C3%A1rodn%C3%AD+spolupr%C3%A1ce,+apod.)+a+reakce+m%C3%ADstn%C3%AD+komunity+a+ekosyst%C3%A9mu+na+uveden%C3%A9+aktivity&hl=cs&gl=cz&pid=bl&srcid=ADGEESheC3gCyKkO1KGAKmm2RH2t4-FHu6vzJI768PObxRpjEISjgW28VgdA5TKdH48DAZKBjTT7aDMTTa4-cZkSoCxxvFFQtNr8rPC4vIHFPdx6AsjR0sxFMqeeE6TFPyzRGIWBc16E6&sig=AHIEtbSiDSaQ3df83WBhYFZpRIZWGDyPlw)

[18] NECHVÍLOVÁ S., HOLÝ M., KRÁTKÝ J., *Partnerství pro cestovní ruch*, [online] [cit. 2006] Dostupné na WWW: <http://www.mmr-vyzkum.cz/INFOBANKA/DownloadFile/5673.aspx>

[20] Charakteristika jednotlivých kategorií hostinských provozoven [online] [cit.12.7.1994] Dostupné na WWW: <http://www.cestovni-ruch.cz/kategorizace/doporuceni.html>

[21] Mediafax, [online] [cit.6.3.2011] Dostupné na WWW: <http://www.mediafax.cz/ekonomika/3182943-Oblibeny-Husakuv-ceskobudejovicky-hotel-Gomel-projde-rekonstrukci-za-280-milionu-koron>

[22] Wikipedie, otevřená encyklopedie, České Budějovice, [online] [cit.2006] Dostupné na WWW: http://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%A9_Bud%C4%9Bjovice#Historie

[23] Geografie, [online][cit. 10.4.2004] Dostupné na <http://jaroska.cz/elearning/geografie/slovnicekphp?keyword=kvart%ED%20sektor>

Ostatní zdroje

[24] <http://www.czso.cz/>

[25] <http://www.risy.cz/>

[26] <http://www.c-budejovice.cz/>

[27] <http://portal.mpsv.cz/sz/local/czinfo/>

[28] <http://freetime.cz/beseda/>

[29] <http://cestovni-ruch.cz>

[30] <http://mmr-vyzkum.cz>

[31] <http://vosunicov.cz>

[32] <http://www.rozhlas.cz/>

[33] http://trasovnik.cz/k_jihoc/cesbud/cesbud.asp

[34] <http://jiznicechy.cz>

[35] <http://hotelypenziony.cz>

[36] <http://zlatestranky.cz/firmy>

[37] <http://cukrarny-kavarny.cz>

[38] <http://restaurace.cz/ceske-budejovice.html>

[39] <http://czechpubs.cz/ceskebudejovice/rest>

[40] <http://c.budejovice.cz/cz/rozvoj-mesta/documents/strategie>

[41] <http://hotel-zvon.cz>

[42] <http://hotelbudweis.cz>

[43] <http://zatkuvdum.cz>

[44] <http://krajjihocesky.info/kategorie/ubytovani-ceskobudejovicko.aspx>

[45] <http://rudolfov.cz>

[46] <http://czechtourism.cz>

[47] <http://borovanskymlyn.cz>

[48] <http://borovany.cz>

[49] <http://lisov.cz>

[50] <http://ledenice.cz>

[51] <http://mediafax.cz/ekonomika/>

[52] <http://rozhlas.cz>

[53] <http://csad.cz>

[54] <http://studentagency.cz>

[55] <http://wikipedie.cz>

[56] <http://czechtourism.cz>

[57] Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích a stravovacích zařízení České republiky
kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel pro období let 2010-2012

9 SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK

Grafy

Graf 1: Jaký dopravní prostředek jste použil/a při cestě do regionu?

Graf 2: Za jakým účelem jste tento region navštívil/a?

Graf 3: S kým jste přijel/a do tohoto regionu?

Graf 4: Vyberte, které z následujících aktivit jsou pro Vás nejlákavější.

Graf 5: Kolikrát jste již navštívil/a region?

Graf 6: Jak dlouho potrvá Váš pobyt v regionu?

Graf 7: Jaké ubytovací zařízení vyžijete při svém pobytu?

Graf 8: Jaká je Vaše celková spokojenost s ubytovacími službami?

Graf 9: Kde se nejčastěji stravujete?

Graf 10: Jakou stravu upřednostňujete?

Graf 11: Jaká je Vaše celková spokojenost s ubytovacími službami?

Graf 12: Odpovídají podle Vašeho názoru ceny za poskytované služby jejich kvalitě?

Graf 13: Kde jste získal/a informace o této destinaci,

Graf 14: Věk

Graf 15: Pohlaví

Tabulky

Tabulka č.1: Počet ubytovacích zařízení ve vymezené oblasti

Tabulka č.2: Počet stravovacích zařízení ve vymezené oblasti

Tabulka č.3: Ohodnoťte jednotlivé služby ubytovacího zařízení podle Vaší spokojenosti

Tabulka č.4: Ohodnoťte jednotlivé služby stravovacího zařízení podle Vaší spokojenosti

Obrázky

Obrázek č.1: region Českobudějovicka

Obrázek č.2: Přední část restaurace

Obrázek č.3: Salónek

10 PŘÍLOHY

Příloha č.1: Seznam ubytovacích a stravovacích zařízení ve vymezeném regionu

Českobudějovicko

Příloha č.2: Fotografie restaurace Beseda

Příloha č.3: Dotazník

**Příloha č.1: Seznam ubytovacích a stravovacích zařízení ve vymezeném regionu
Českobudějovicko**

UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ

ČESKÉ BUDĚJOVICE

PENZIONY

A – pension	AAA Pension
Alešova Penzion	CB Penzion Novohradská
Jan Burda – Pension	L Penzion/Apartmán
Marie Tomanová – Penzion Na jízdárně	Miloslava Šafářová – OPPUS –
Penzion centrum	
Miloš Marek – Penzion Marek	Orient Spa – Oáza Smyslů
Pension AT	Penzion Atrium
Penzion B. Holická	Penzion Barbara
Pension Baloun	Pension Begonie
Pension Bohemia	Pension Bergamo
Penzion Centrum Na Mlýnské stoce	Pension Doležal
Pension Dvořák Pavel	Pension Fontana
Pension Flora	
Penzion hospůdka U Havrana	Pension Hradský
Pension Jakeš	Penzion Jiřina – Mladé
Penzion Josko	Pension Kondik
Penzion Life is Dream	Pension Lux
Penzion Mycelia	Pension Miltom
Penzion Minor České Budějovice	
Penzion Na Kopečku – Dobrá Voda u Českých Budějovic	
Penzion N31 Marie Nečasová	Penzion NR36
Penzion Nonstop BED & BREAKFAST	Penzion Olma R+
Penzion Relax Martina	Penzion Restaurant Centrum
Pension Restaurant Mlýnská Krčma – Šindlovy Dvory	
Pension – Restaurant Olympie	Pension Restaurant Rex
Penzion Solnička	Pension – Turín Jan
Pension Tylia – Dobrá Voda u Českých Budějovic	
Penzion U Mariánského kamene – Dobrá Voda u Českých Budějovic	
Penzion U Nádraží	Penzion U Tří sedláků
Penzion U Vlachů	Penzion „U Vlka“
Pension U Výstaviště	Penzion U Železných
Penzion Victoria – Včelná	Penzion Za Budvarem
Zelená ratolest	2 Traders Penzion v centru

HOTELY

Café Hostel	Garni Hotel Alton
Grandhotel Zvon * * * *	Hostel Cuba bar

Hostel V Podpalubí
Hotel Adler
Hotel Amstel
Hotel Bohemia
Hotel CB ROYAL
Hotel Garni K.I.T.
Hotel Gomel
Hotel Klika
Hotel Laguna
Hotel Minor České Budějovice
Hotel U Budvaru
Hotel U Tří lvů
Hotel Zvonárna – Dobrá Voda u Českých Budějovic
OREA HOTEL DVORÁK ČESKÉ BUDĚJOVICE

Hotel A3
Hotel Amadeus
Hotel Atlas
Hotel Budweis * * * *
Hotel Filip
Hotel Garni PVT
Hotel Grand
Hotel Klor
Hotel Malý Pivovar
Hotel Savoy
Hotel U Solné brány
Hotel Zátkův dům * * *

MOTELY

Motel Dlouhá louka
Sportomotel Slavia

Motorest Pegast – Litvínovice

OSTATNÍ UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, koleje a menzy
Ubytovna Hochtief
Ubytovny U Nádraží
Ubytovny Koleje Educo

BOROVANY

Hotel Alf
Penzion Borovanský mlýn
Penzion U Hofhanzlů
Penzion Valeš

BORŠOV NAD VLTAVOU

Pension U Brejžků

DOUDLEBY

Hotel Klor

LEDENICE

Penzion Gabriela

LIŠOV

Hotel Mrkáček

Penzion Fischer
Penzion „U obrázků“
Penzion Vochozková Zdeňka
Kemp Na Borkách

RUDOLFOV

Domov mládeže SŠ a VOŠ cestovního ruchu České Budějovice
Pension Family
Penzion U Lucie
Kemp Florida

STRAVOVACÍ ZAŘÍZENÍ

České Budějovice

RESTAURACE

Restaurace

Akropolis Řecký Restaurant	Alchymista
Amigo	Atlantida
Ameno	Apetit restaurant
Asia	Baarovka
Barbara	Beran
Bernard	Beseda
Bohemia	Bryčka
Bowling Merkury	Castella
City restaurant	Citro Bar Restaurant
Corrida	Dlouhá zeď
Družstevní dům	Eben
Evropa	Fantom pub
Fitness Pouzar - restaurace	
Fontána	Gateway of India
Gateway of India – Indická restaurace	Gerbera – Budvar Arena
Globus	Gourmet Symphoy – GRANDHOTEL ZVON
Indická restaurace Tandoor	Jackbar
Jelen	Jihočeská chalupa
Jihočeská Koliba	Jiskra Bowling
Karban	Kondik
Laverna	Lux
La Cabaña	Le Flambeau
Life is dream	Live restaurant & bar
Lotos	Malina
Masné krámy	Mauritius
Metropol	Modrý dveře
Myslivecká restaurace	Nautilus
Na Číně	Na Dynamu
Na Hřišti	Na Kanále
Na Plovárně	Na Růžku
Na Rychtě	Paluba

Panda
Pavlač
Pilsner Urquell Originál Restaurant
Pohádka
Potrefená Husa Beerpoint
Restaurant & Blues club Highway
Restaurace Hotelu Adler
Restaurant Hotelu Budweis
Restaurace Hotelu Filip
Restaurace Hotel Klika
Restaurace Hotelu Laguna
Restaurace Hotelu Malý pivovar
Restaurace Hotelu U Budvaru
Restaurace Penzionu Miltom
Restaurace Penzionu U Vlka
Restaurace Sportcentrum Delfín
Rio
Sklep
Srdíčko
Šantán
Tulip
Terno
U Chromých
U Handlíře
U Kalicha
U Kapličky
U Klimešů
U Labužníka
U Ortů
U Rudana
U Svijanského Rytíře
U Solné brány
U Švejka
Verneovka
Vietnamská restaurace
Vltava
Zelená ratolest
Zlatá hvězda

Panský šenk
Perla
Pod Dubem
Potrefená Husa

Restaurace U Královské pečeti.
San Marco
Sokolovna
Sunset restaurant
Točna
Symbiosa
U Cara
U Dolíčku
U Hrušků
U Kanonu
U Karla IV.
U Koněspřežky
U Maxe
U Podkovy
U Rytíře
U tří mušketýrů
U Šebestů
Vatikán
Van Diesten, s. r. o. – Hotel Amstel
Vin de café
Zátiší
Zlatý dvůr

Bufet

Lila 1, s. r. o.

Bistro

Bistro Na Dvorku
Hladové Vokno – Piaristické náměstí a Lannova
KFC – Igy a Globus
McDonald's – Lannova třída a Strakonická
Papatoria

Rychlé občerstvení

Eurošenk, s. r. o.
Every time – síť Řeckých Restaurací Fast Food

BARY

Pizzerie

Bella Ragazza	Pizzeria Bolero
Pizzeria Giovanni	Pizzeria La Bomba
Pizza Los Amigos	Pizzeria Palermo
Pizzeria Pasáž	Pizzeria Pergola
Pizzeria Pollo	Pizzeria Regina
Pizzeria Regina Due	Pizzeria Romagna
Pizzeria U Žáby	U Dvou domů
Venezia	

Zeleninové bary

Greenhouse s. r. o.	Zeleninový bar
---------------------	----------------

Noční bary

B26	C. K. Solnice
Colmando	Coloseum
Comeback club & cafe	Cuba bar
Diamond club	DT Rock club
Džin bar	Fabrika
Fine club	Herna, bar Fantazie
Hollywood	K2
Klub Velbloud	Koktejl bar Anohialo
Legenda pub	Lucerna
Luna bar	Mariner
Marty´s club	Maxim
Media bar	MG Sport Bar & Club
Moon club	Mr. Brown
Music bar mari	Mystery
Na půdě	Nexos
Nosferatu	No Limit club
Orca herna – bar	Panter club
Paradox	Riviera Bar – Club
Rodeo bar	Sahara bar
Sid	Singer pub
Snach bar	Spektrum
Sukura bar	Spirit
U Sudu	Zepelín
Žlutá ponorka	

Cukrárny a kavárny

Bezbot café
Caffé Ambiet
Caffé Ionia
Cool Cafe
Cash bar & Café
Coffe&Co - Merkury
Cukrárna Pramenka
Dolce ILLY
Filharmonie
Fruitissimo cafe
Gaza café
Kavárna Delfín
Kavárna Hausbrant
Kavárna Manon
Kavárna Měsíc ve dne
Knebl café
Na Půl Cesty
Peace café, s. r. o.
Ruby café, s. r. o.
Sport cafe
Zmrzlinový bar Šrámek

Café Honner
Caffé Apollo
Caffe La Storia
Corso
Coffe&Co- Tesco
Columbia
Cukrárna Sluníčko
Dragy's caffé
Filip nt
Fratello café
Kavárna Cukrárna
Kavárna Filharmonie
Kavárna Film Story
Kavárna Meisl
Kavárna U Černého orla
Mercury bar
Nautilus cafe
Rozhlasová kavárna
Segafredo
Viedeňská kavárna

Hostince

Na Spojce
Pod Úrovní
U Nezmara
U tří sedláků
U Petřů

Na zahrádce
U Černého koníčka
U Šimona
V Podpalubí

Čajovny

Čajírna a kafiína

Dobrá Čajovna

Pivnice

Atika
Budvar
Pivní sklep
U Čepu

Budvarka
Juvel
Septim

Motorest

Motorest Eden

Motorest Pegast - Litvínovice

Borovany
RESTAURACE
Restaurace

Krčma U Jana Žižky – Trocnov Restaurace Hotelu Alf
Restaurace Penzionu Borovanský Mlýn
Restaurace Penzionu Valeš
Sýmalka

U Hřiště

Bistro

U Pantera

BARY
Noční bary

Bar – vinárna U Zeleného krále
Non-stop bar Noční Motýl

Herna – bar hotelu Alf

Kavárny a cukrárny

Kavárna Zámek

Hostinec

U Hofhanzlů

BORŠOV NAD VLTAVOU
RESTAURACE
Bistro

Homolka

LEDENICE
RESTAURACE
Restaurace

Na Hřišti – Miroslav Pařázek

U Saláta

BARY
Noční bary

Drinks – Dubský Miroslav

Kavárna a cukrárna

Cukrárna – Fabián Václav

LIŠOV RESTAURACE Restaurace

Restaurace Hotelu Sportcentrum Mrkáček
Větrník

U České koruny

BARY Vinárna

Šantán

Pivnice

Obec

RUDOLFOV RESTAURACE

Florida
U Žáby – Dubičné

U Lucie – Vráto
Zámecká Restaurace Bemaja

Bufet

U Martínka - Vráto

BARY

Vinárna

U Vorla

Hostinec

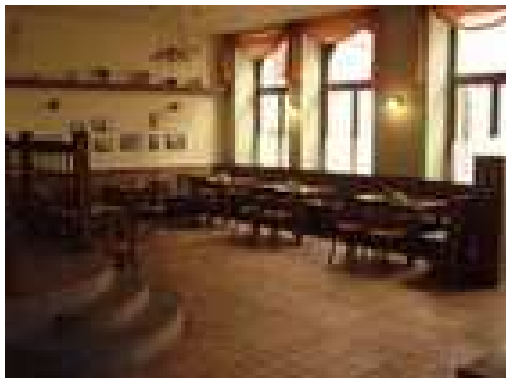
Na Americe
U Flašků
U Štítu
Na Hřišti

Noční bar

Disco Club Pavouk – Libnič

Příloha č.2: Fotografie restaurace Beseda

Obrázek č.2: Přední část restaurace



Zdroj: www.freetime.cz/beseda

Obrázek č.3: Salónek



Zdroj: www.freetime.cz/beseda

Příloha č.3: Dotazník

Dobrý den, jmenuji se Lucie Hůlková a jsem studentkou ekonomické fakulty Jihočeské univerzity. Nyní pracuji na bakalářské práci na téma Analýza stravovacích a ubytovacích služeb v oblasti Českobudějovicka. Tímto Vás chci poprosit o vyplnění následujících otázek z dotazníku, který je zcela anonymní. Získané údaje budou použity výhradně pro účel bakalářské práce. Pokud dotazník vyplníte sami, odpovídejte zakřížkováním informace, která nejlépe vystihuje Váš názor. Děkuji!

1. Osobní údaje

Pohlaví: muž žena

Věk: a) do 25
 b) 26-34
 c) 35-49
 d) 50-59
 e) 60 a více

2. Jaký dopravní prostředek jste využili k dopravení do regionu?

- a) automobil
- b) autobus
- c) vlak
- d) kolo
- e) jiná doprava (jaká?)

3. Jaký je účel Vaší cesty?

- a) rekreace
- b) poznání
- c) zábava
- d) zdravotní
- e) práce
- f) nakupování
- g) návštěva přátel
- h) kongres, obchod
- i) jiný

4. S kým jste přijel/a

- a) s rodinou
- b) s přáteli
- c) s obchodními partnery
- d) sám/sama

5. Které aktivity jsou pro Vás nejlákavější?

- a) vodní sporty/koupání
- b) rybaření
- c) cykloturistika
- d) pěší turistika
- e) poznávání (památky, příroda)
- f) zábava
- g) jiné...

6. Jaká je délka Vašeho pobytu?

- a) bez přenocování
- b) 1 až 2 noci
- c) 3 až 7 nocí
- d) déle než 7 nocí
- e) déle než 14 dní

7. Po kolikáté jste v tomto regionu?

- a) jsem tu poprvé
- b) už jsem zde byl/a 1-3 krát
- c) byl/a jsem zde více než 3 krát

8. Kde jste ubytováni po dobu pobytu?

- a) hotel/hotel garni
- b) pension
- c) apartmán
- d) kemp
- e) chatová osada
- f) u přátel či rodiny
- g) jinde...

9. Ohodnoťte spokojenost s jednotlivými částmi ubytovacího zařízení
(1 - 5, 1 = nejlepší, 5 = nejhorší)

Atmosféra/prostředí
 Vybavenost zařízení
 Úroveň personálu
 Čistota a hygiena
 Stravovací služby
 Recepční služby
 Pokoje

10. Označte prosím celkovou spokojenost s ubytovacími službami

- a) spokojený
- b) spíše spokojený
- c) spíše nespokojený
- d) nespokojený

11. Kde se stravujete?

- a) restaurace
- b) rychlé občerstvení
- c) vlastní stravování
- d) v budově ubytovacího zařízení (hotel, pension)
- e) potraviny
- f) jinde

12. Jakou stravu preferujete?

- a) vegetariánskou
- b) českou kuchyni
- c) italskou kuchyni
- d) jinou kuchyni
- e) je Vám to jedno/jíte všechno

13. Označte prosím celkovou spokojenost se stravovacími službami daného regionu

- a) spokojený
- b) spíše spokojený
- c) spíše nespokojený
- d) nespokojený

14. Jak jste spokojen/a s úrovní stravovacího zařízení?

(1 - 5, 1 = nejlepší, 5 = nejhorší)

Kvalita jídla
 Obsluha
 Prostředí
 Čistota a hygiena

15. Myslíte, že ceny za poskytované služby odpovídají jejich kvalitě?

- a) Ano
- b) Ne

16. Co Vás v regionu nejvíce zaujalo?

.....

17. Co Vám nejvíce chybí v tomto regionu/Co byste změnili?

.....

18. Jak jste se dozvěděli o tomto ubytovacím zařízení? Odkud?

- a) turistické informační centrum
- b) propagační materiály
- c) internet
- d) cestovní kancelář
- e) doporučení od přátel
- f) odjinud