

**VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH  
STUDIÍ, Z. Ú., ČESKÉ BUDĚJOVICE**

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Marketingový výzkum a návrh rozvoje služeb  
Zotavovny Přední Labská**

**Autor práce:** Veronika Havlíková, DiS.  
**Studijní obor:** Management a marketing služeb – Specializace cestovní  
ruch  
**Forma studia:** kombinovaná  
**Vedoucí práce:** Ing. Vlasta Doležalová  
**Katedra:** Katedra managementu a marketingu služeb

**2017**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně, na základě vlastních zjištění a s použitím odborné literatury a materiálů uvedených v této práci.

Souhlasím, aby práce byla uložena v knihovně Vysoké školy evropských a regionálních studií v Českých Budějovicích a zpřístupněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění.

.....

Děkuji vedoucí bakalářské práce Ing. Vlastě Doležalové, za cenné rady, připomínky a metodické vedení práce. Ráda bych také poděkovala Zotavovně Přední Labské za ochotu a spolupráci.

## ABSTRAKT

HAVLÍKOVÁ, V. *Marketingový výzkum a návrh rozvoje služeb Zotavovny Přední Labská : bakalářská práce*. České Budějovice : Vysoká škola evropských a regionálních studií, z. ú., 2017. 75 s. Vedoucí bakalářské práce: Ing. Vlasta Doležalová

**Klíčová slova:** cestovní ruch, hotel, kongresové služby, služby, stravování, stravovací služby, ubytování, ubytovací služby

Práce pojednává o základní problematice cestovního ruchu a rozvoji jeho služeb. Hlavním cílem této bakalářské práce je zefektivnit úroveň poskytovaných služeb vybraného ubytovacího zařízení a navrhnout jejich zlepšení tak, aby se zvýšila konkurenceschopnost a kvalita zvoleného subjektu.

Bakalářská práce je rozčleněna do dvou hlavních částí. První část se věnuje vymezení základních pojmů cestovního ruchu a jeho jednotlivým definicím, ubytovacím, stravovacím, kongresovým a ostatním službám. Druhá část zahrnuje vlastní dotazníkové šetření, ve kterém dochází k analýze a bližšímu popisu úrovně poskytovaných služeb ubytovacího zařízení. Závěr této části vychází z výsledků dotazníkového šetření a po vyhodnocení vybraných aspektů byl vytvořen návrh na budoucí zlepšení úrovně služeb.

## **ABSTRACT**

HAVLÍKOVÁ, V. *Marketing Research and Suggestion for Services Development of Zotavovna Přední Labská : Bachelor thesis.* České Budějovice : The College of European and Regional Studies, 2017. 75 p. Supervisor : Ing. Vlasta Doležalová

**Key words:** accommodation, accommodation services, catering, catering services, congress services, hotel, services, tourist industry

The thesis deals with the problems of tourist industry and the development of tourist services. The main aim of this work is to increase the efficiency of services provided by selected accommodation facilities and to introduce ideas which could improve the quality of the facilities and increase their competitiveness.

The thesis is divided into two parts. The first part gives definitions of tourism and describes accommodation, catering, congress services, and other services related to tourism. The second part includes a questionnaire survey which analyses the level of accommodation services provided by the facilities. The last part of the thesis is based on the results of the questionnaire survey. Improvement proposals were made after their assessment.

## Obsah

Úvod.....	7
1 Cíl a metodika práce .....	8
2 Charakteristika služeb.....	9
2.1 Definice cestovního ruchu.....	9
2.2 Definice služby.....	10
3 Charakteristika služeb cestovního ruchu .....	12
3.1 Klasifikace služeb cestovního ruchu .....	12
3.1.1 Informační služby.....	13
3.1.2 Sportovně - rekreační služby.....	13
3.1.3 Kulturně - společenské služby .....	14
3.1.4 Lázeňské služby .....	14
3.1.5 Služby venkovského cestovního ruchu .....	15
4 Charakteristika ubytovacích služeb cestovního ruchu.....	17
4.1 Kategorizace ubytovacího zařízení.....	17
4.2 Klasifikace ubytovacího zařízení .....	19
5 Hotelové služby a jejich charakteristika .....	25
5.1 Ubytovací služby .....	25
5.1.1 Příjezd hosta.....	25
5.1.2 Pobyť hosta.....	26
5.1.3 Odjezd hosta.....	26
5.2 Stravovací služby .....	27
5.3 Kongresové služby .....	28
5.4 Ostatní (volný čas).....	31
5.4.1 Volný čas.....	31
6 Charakteristika ubytovacího zařízení.....	33
7 Marketingový výzkum.....	35
7.1 Vyhodnocení výsledků .....	35
Závěr .....	53
Seznam použitých zdrojů .....	57
Seznam grafů.....	59
Seznam tabulek .....	60
Seznam obrázků a schémat .....	61
Přílohy .....	62

## Úvod

Cestovní ruch je neustále rozvíjející se celek, který je atraktivnější, modernější a dostupnější pro stále více lidí. Z těchto důvodů je potřeba, aby se všechny podnikatelské subjekty spojené s cestovním ruchem neustále rozvíjely a zvyšovaly svou konkurenceschopnost. Důležité je, aby tyto subjekty pečlivě naslouchaly svým zákazníkům a v co největší míře vycházely vstříc jejich požadavkům. Podstatné je sledovat aktuální vývoj oboru cestovního ruchu a nové poznatky je potřeba aplikovat tak, aby docházelo ke zkvalitnění poskytovaných služeb. I přesto je však nezbytné, aby si i přes veškeré inovace jednotlivé subjekty udržely svůj unikátní charakter.

Téma této bakalářské práce bylo zvoleno z důvodů autorčiných zkušeností s oborem cestovního ruchu, zájmem o jeho neustálý rozvoj a bližší poznání jednotlivých aspektů.

Bakalářská práce na téma Marketingový výzkum a návrh rozvoje služeb Zotavovny Přední Labská se zabývá kvalitativní analýzou vybraného ubytovacího zařízení a následným návrhem inovací problematických oblastí.

Teoretická část vymezuje základní pojmy spojené s cestovním ruchem, zároveň se zabývá také jejich bližší charakteristikou. V úvodu této části je nastíněna definice cestovního ruchu a služeb jako takových. Zde je popsána základní problematika tohoto odvětví. Další část práce je věnována charakteristice služeb cestovního ruchu. V této kapitole jsou specifikovány vybrané služby, se kterými se lze v cestovním ruchu setkat. V návaznosti na předchozí kapitolu se dále zabývá popisem jednotlivých ubytovacích služeb. Zde jsou charakterizovány pojmy klasifikace a kategorizace ubytovacího zařízení. Závěr teoretické části detailně popisuje vybrané hotelové služby, jako jsou ubytovací, stravovací, kongresové a ostatní služby, včetně služeb, jež jsou spojeny s volným časem.

Praktická část je zaměřena na marketingový výzkum ubytovacího zařízení Zotavovny Přední Labská. Tato kapitola je věnována vyhodnocení dotazníkového šetření a bližšímu seznámení s výsledky výzkumu. Na základě těchto výsledků bylo následně vypracováno hodnocení kvality a úrovně poskytovaných služeb. S pomocí tohoto hodnocení došlo k vypracování doporučení společně s návrhem změn, které mohou pomoci do budoucna zvýšit konkurenceschopnost ubytovacího zařízení a zvýšit kvalitu poskytovaných služeb.

# 1 Cíl a metodika práce

Cílem bakalářské práce je zefektivnit úroveň poskytovaných služeb ubytovacího zařízení a navrhnout jejich zlepšení tak, aby se zvýšila konkurenceschopnost a kvalita vybraného subjektu.

Cestovní ruch se neustále rozvíjí jako celek společně s dalšími přidruženými službami jako je ubytování, doprava, stravování, wellness a další. Práce je členěna do dvou částí, do části teoretické a části praktické. Přičemž část teoretická je zaměřena na stručnou charakteristiku oboru cestovního ruchu, dále pak na klasifikaci ubytovacích služeb, kategorizaci ubytovacího zařízení, rozdělení ubytovacího zařízení a dalšího členění jednotlivých služeb.

Pro praktickou část bylo využito dotazníkového šetření, které probíhalo v prostorách zkoumaného ubytovacího zařízení. K vytvoření dotazníku bylo využito osobních zkušeností a odborné literatury zabývající se marketingovým výzkumem.<sup>1</sup> Jednotlivé výsledky pak byly ve většině případů graficky, formou tabulky, případně textově vyhodnoceny. V případě grafického znázornění a vyhodnocení pomocí tabulek, bylo užito procentuálních ukazatelů a aritmetických průměrů, ze kterých bylo vytvořeno pořadí důležitosti a pořadí známek, vycházejících ze získaných odpovědí. Výsledky pak byly pečlivě vyhodnoceny, a na jejich základě byl vytvořen návrh zefektivnění úrovně poskytovaných služeb.

Dotazníkové šetření probíhalo v prostorách ubytovacího zařízení Zotavovny Přední Labská a to v měsících červenci a srpnu roku 2016. V období od 7.8. do 14.8. byly prostory Zotavovny Přední Labské navštíveny osobně. V tomto časovém horizontu byly jednotlivé dotazníky rozdávány a sbírány individuálně. Během této návštěvy se naskytla příležitost sledovat samotný provoz zotavovny. V tomto týdnu bylo získáno 56 odpovědí. Zbylé dotazníky byly rozdány respondentům vedením zotavovny a to na recepci při příjezdu hosta. Následně při odjezdu byly hosté požádáni o vyplněné dotazníky. Tímto způsobem bylo získáno celkem 70 odpovědí. Dotazníky, které získala zotavovna, pak byly zaslány zpět v písemné podobě. Celkový počet odpovědí činil 126. Text bakalářské práce byl zpracován pomocí programu Microsoft Office Word 2013. K vyhodnocení statistických dat bylo využito programu Microsoft Office Excel 2013.

---

<sup>1</sup> MACHKOVÁ, H. *Mezinárodní marketing*. 2. rozšířené a přepracované vydání. Praha : Grada Publishing, 2006, s. 54-57. ISBN 80-247-1678-X.



## 2 Charakteristika služeb

Charakteristika služeb je v moderní společnosti různorodá a existuje nespočet kritérií, dle kterých lze služby dělit. Služby jsou součástí každé moderní ekonomiky a čím větší je poměr služeb v ekonomice, tím lze tuto ekonomiku považovat za vyspělejší. Službu jako takovou lze zcela jasně definovat a vždy musí splňovat určitá kritéria. V následujících kapitolách je této problematice věnován dostatek prostoru.

### 2.1 Definice cestovního ruchu

Pojem cestovní ruch pochází z řeckého slova *tornos*, přeneseného do latiny jako *tornare* (kroužit) a dále do anglického a francouzského slova *tour*.

Cestovní ruch je nedílnou součástí dnešní moderní společnosti. Toto odvětví společenské činnosti se začalo formovat koncem 19. století a začátkem 20. století. Jedním z měřítek životní úrovně se v poválečném období stala účast na cestovním ruchu. Již každý alespoň jednou v životě vycestoval mimo místo svého bydliště za účelem poznání, rekreace, styku s dalšími lidmi či sportem a dalším. Cestovní ruch jako takový je velice pestrý a jedinci mnohdy nestačí celý život na to, aby mohl procestovat celý svět a vyzkoušet všechny formy cestovního ruchu. Motivem tohoto pohybu je uspokojit některé z jeho potřeb, například potřeby odpočinku, klidu, poznání, pohybu, kulturních zážitků a další.<sup>2,3</sup>

Pojem cestovní ruch má mnoho definic od různých autorů. Nejčastěji používaná definice vzešla ze zasedání Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO – World Tourism Organization) v Ottawě roku 1991, kde byl cestovní ruch definován jako „činnost osoby cestující na přechodnou dobu místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“.<sup>4</sup>

Rozsáhleji a z jiného úhlu pohledu vnímá cestovní ruch J. ORIEŠKA,<sup>5</sup> který ve své definici klade důraz na uspokojování potřeb. Definuje cestovní ruch jako „*soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo*

---

<sup>2</sup> HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. 1. vyd. Praha : Fortuna, 2006, s. 9. ISBN 80-7168-948-3.

<sup>3</sup> INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch*. 2. přepracované vydání. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2009, s. 7. ISBN 978-80-245-1569-4.

<sup>4</sup> HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. 1. vyd. Praha : Fortuna, 2006, s. 11. ISBN 80-7168-948-3.

<sup>5</sup> ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 2010, s. 7. ISBN 978-80-85970-68-5.

*místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a společenského využití, lázeňského léčení a pracovních cest.“*

Zcela odlišný názor na význam pojmu cestovního ruchu mají S. HORNER a J. SWARBROOKE <sup>6</sup> podle nich mnoho lidí nevnímá cestovní ruch jako zcela samostatné odvětví, ale jako činnosti, které jsou důsledkem služeb pocházejících z jiných odvětví. Jedná se především o služby, které jsou s cestovním ruchem úzce spjaty, jako je ubytování, stravování a doprava.

Obecně lze říci, že cestovním ruchem je myšleno vycestování mimo své bydliště za účelem jiným než je cesta za výkonem práce. Především se jedná o poznání, společenský kontakt, kulturu, zotavení, sport a další činnosti, při kterých člověk tráví svůj volný čas jiným, než pracovním způsobem. Tyto činnosti tak slouží k uspokojování potřeb, které daný jedinec má. Důležitou složkou v cestovním ruchu hraje ubytování, stravování a doprava. Tyto tři složky jsou v podstatě základním předpokladem pro cestování. V prvopočátku je potřeba se do dané destinace dopravit, přičemž je využívána právě doprava. Po příjezdu do dané destinace je nezbytné se ubytovat a tak přichází na řadu využívání ubytovacích služeb. Tyto služby jsou velice těsně spojeny s posledním ze základních složek cestovního ruchu, se stravováním. <sup>7</sup>

## 2.2 Definice služby

Služba je činnost s určitým prvkem nehmataelnosti a je zde nutná interakce se zákazníkem či jeho majetkem. Výsledkem není převod vlastnictví tohoto majetku. Produkce nemusí být spojena s fyzickým produktem. Služba je rozhodující součást produktu cestovního ruchu.

Autoři KŘEŠŤAN a VAŠÍČEK <sup>8</sup> uvádí ve své publikaci, že službu můžeme definovat jako činnost, kterou může nabídnout poskytovatel uživateli. Jak již bylo předesláno výše, služby v sobě mají jistý prvek nehmataelnosti a vyžadují určitou

---

<sup>6</sup> HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha : Grada Publishing, 2003, s. 53. ISBN 80-247-0202-9.

<sup>7</sup> PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Cestovní ruch, výkladový slovník*. 1. vyd. Česká republika : Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, s. 94. ISBN 978-80-7201-880-2.

<sup>8</sup> KŘEŠŤAN, Vladimír a Miloslav VAŠÍČEK, *Marketing*. Vysoká škola polytechnická Jihlava, s. 121 [online] © 2005, [cit. 2016-12-01] Dostupné z WWW: <<http://www.vspj.cz/ISBN/Skripta%20-%20V%C5%A0PJ/Marketing%20-%20Vladim%C3%ADr%20K%C5%99es%C5%A5an.%20Miloslav%20Va%C5%A1%C3%AD%C4%8Dek.pdf>>.

interakci se zákazníkem nebo s jeho majetkem. Služba je činnost, kterou dělá jedna strana pro druhou, a nikdy si nemůžeme být zcela jisti jejím výsledkem.

Podle KOTLERA<sup>9</sup> může znít definice takto: „*Jakákoli aktivita nebo výhoda, kterou může jedna strana nabídnout druhé, je v zásadě nehmotná a nepřináší vlastnictví*“.

Z předchozích definic lze chápat, že služba je činnost, která probíhá mezi poskytovatelem a uživatelem. Charakteristickou vlastností služby je, že je nehmotná, díky tomu nelze předem určit její výsledek. Typickým příkladem může být návštěva kadeřnictví, kam zákazník přichází s určitým očekáváním. Nicméně, tato očekávání nemusí být vždy splněna, a to z mnoha rozličných důvodů, jako jsou například: nedostatek zkušeností kadeřnice, nepochopení požadavků zákazníka, neadekvátní vybavení a mnohé další. Důležité je, aby zákazník, pokud možno co nejpřesněji, interpretoval své požadavky, dle kterých se může poskytovatel řídit. Současně s tím je však žádoucí, aby i poskytovatel služby jasně definoval nabízenou službu a nedošlo tak k nedorozumění se zákazníkem.

Za základní vlastnosti služeb lze považovat nehmotnost, neoddělitelnost, proměnlivost a pomíjivost.<sup>10, 11</sup>

- **Nehmatatelnost** – služby nemají tvar, chuť, barvu ani obal, i když jsou často spojovány s hmotnými prvky (letadlo), vlastní podstata však zůstává nehmotná.
- **Proměnlivost** – služby závisí na kvalitě poskytovaných služeb, která se odvíjí od kvality zařízení, odbornosti pracovních sil, velikosti interiéru atd.
- **Neoddělitelnost** – služby jsou pevně spjaty s místem, časem a osobou, která je zajišťuje.
- **Pomíjivost** – služby nejsou trvalé, z toho důvodu je nelze skladovat ani je není možno vyrobit dopředu.

---

<sup>9</sup> KOTLER, J. *Moderní marketing*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2007, s. 710. ISBN 978-80-247-1545-2.

<sup>10</sup> FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2001, s. 20. ISBN 80-247-0207-X.

<sup>11</sup> RYGLOVÁ, K., BURIAN, M., VAJČNEROVÁ, I. *Cestovní ruch. Podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha : Grada publishing, 2011, s. 97. ISBN 978-80-247-4039-3.

### 3 Charakteristika služeb cestovního ruchu

Služby jsou podstatnou a neodmyslitelnou součástí cestovního ruchu. Jsou velice důležité pro uspokojování všech různorodých potřeb, jenž účastníci cestovního ruchu mají.

Služby cestovního ruchu se dají definovat jako jednotlivé činnosti, jejichž výsledkem je užitečný individuální, nebo společenský efekt. Pokud dochází k růstu životní úrovně obyvatelstva, automaticky v tu chvíli vzrůstá podíl výdajů za služby a díky tomu i za cestovní ruch. Klasifikace jednotlivých služeb cestovního ruchu je velice obsáhlá, viz schéma 1. Z tohoto důvodu je žádoucí zaměřit svou pozornost pouze na ty základní.<sup>12</sup>

#### 3.1 Klasifikace služeb cestovního ruchu

Služby v cestovním ruchu lze dělit dle mnoha různých hledisek. Tím nejzákladnějším je rozdělení na služby cestovního ruchu a ostatní služby. Služby cestovního ruchu se dále mohou dělit podle časového hlediska, z hlediska uspokojování potřeb, dále pak z ekonomického hlediska a v neposlední řadě také podle charakteru spotřeby. V časovém hledisku se jedná o služby poskytované ať už v sezónním, nebo mimosezónním období. Služby poskytované v sezónním období se dají považovat za univerzálnější, zatímco mimosezónní jsou vázané na určitou část v roce. Z hlediska uspokojování potřeb jsou služby rozlišovány na základní a doplňkové. Základní služby jsou těmi nejpodstatnějšími, bez kterých by cestovní ruch v podstatě nemohl existovat. Do této kategorie spadají služby ubytovací, stravovací a dopravní. Druhou, již zmíněnou skupinou, jsou doplňkové služby. Tyto služby jsou spojeny s využíváním atraktivit a charakteristických vlastností, které konkrétní rekreační prostor nabízí. Stručně lze tedy říci, že tyto služby jsou spjaty s určitým místem, a budou se proto vždy v určitých případech lišit. Bylo by totiž zcela zcestné, aby byly například lázeňsko-léčebné služby nabízeny v místech, které s tím vůbec nesouvisejí. Jako příklad doplňkových služeb lze uvést služby obchodní, sportovně-rekreační, společensko-kulturní, lázeňsko-léčebné, směnářské, komunální, zprostředkovatelské, horská služba a mnohé další.<sup>13, 14</sup>

---

<sup>12</sup> HLADKÁ, J. *Technika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1997, s. 27. ISBN 80-716-9476-2.

<sup>13</sup> HLADKÁ, J. *Technika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1997, s. 28. ISBN 80-716-9476-2.

<sup>14</sup> HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. 1. vyd. Praha : Fortuna, 2006, s. 104 - 105. ISBN 80-7168-948-3.

Co se ekonomického hlediska týká, tak zde dochází k poměrně logickému členění na služby placené a neplacené. Zde je však nutné upustit od klasického ekonomického chápání. Pochopitelně, že všechny poskytované služby jsou jistým způsobem hrazené, avšak v tomto případě se za placené služby považují pouze ty, které jsou placeny přímo. Za neplacené lze tak považovat odnos zavazadel na hotelu, informace, hotelový trezor a další. Podle charakteru spotřeby se pak služby dělí na osobní a věcné. Pod osobními službami si lze představit takové služby, které mají pozitivní vliv na duševní stránku člověka, zatímco věcné služby jsou spojené s určitou fyzickou věcí. Následně si rozebereme jednotlivé doplňkové služby.<sup>15, 16</sup>

### **3.1.1 Informační služby**

Do informačních služeb zařazujeme například poradenskou činnost, různé druhy katalogů (např. katalog cestovních kanceláří, konkrétních měst a jejich památek, katalog služeb ve městě atd.), cestovní příručky (bedekry), TIC (turistická informační centra), která poskytují turistické mapy, automapy, autoatlasy a mapy měst.<sup>17</sup>

### **3.1.2 Sportovně - rekreační služby**

Sportovně rekreačními službami rozumíme využívání volného času aktivním odpočinkem. Rekreační cestovní ruch je zpravidla realizován v prostředí, které slouží k rekreaci a člověk se zde zotavuje nejen po fyzické stránce, ale také po té duševní. Rekreace není pouze pasivním odpočinkem, ale jedná se i o aktivní pobyt. Mezi aktivní pobyt lze zařadit například různé sportovní aktivity, hry, různé zájmy, záliby, koníčky, ale i například houbaření, a podobně. Sportovně založené pobyty jsou zaměřené především na udržování a posilování zdraví a také na prohlubování morálních vlastností člověka. Tyto pobyty mohou mít různou formu podle druhů sportu. Například horská turistika, cykloturistika, vodní, případně pěší turistika a mnohá další. Jednotlivé aktivity lze pak rozdělit na ty, které mají univerzální a sezónní charakter. Aktivity univerzálního charakteru nejsou vázané na přírodní předpoklady. Lze je vykonávat na místech uměle vytvořených, například hřiště, fitness centra, tělocvičny a podobně. Zatímco aktivity

---

<sup>15</sup> HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. 1. vyd. Praha : Fortuna, 2006, s. 105 - 106. ISBN 80-7168-948-3.

<sup>16</sup> ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea Servis, 1999, s. 7 – 12. ISBN 80-85970-27-9.

<sup>17</sup> HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. 1. vyd. Praha : Fortuna, 2006, s. 106 - 107. ISBN 80-7168-948-3.

sezónního charakteru se dají vykonávat pouze na místech k tomu určených, jenž jsou pevně vázány na přírodu a její dispozice. Jedná se například o sjezdovky, řeky a další.<sup>18</sup>

### 3.1.3 Kulturně - společenské služby

Tyto služby uspokojují jak společenské, tak i kulturní potřeby všech účastníků cestovního ruchu. Kulturně poznávací cestovní ruch se proto zaměřuje z velké části především na poznávání historie, kultury, národních tradic a zvyků. Díky tomu tak plní důležitou výchovně vzdělávací funkci a přispívá k rozšíření rozhledu obyvatelstva. Jako poskytovatele těchto služeb bychom mohli uvést například různé kulturně historické památky, jako jsou hrady, zámky a další.<sup>19</sup>

V určitých případech lze tyto služby považovat i za samotný cíl účasti na cestovním ruchu. Existují specializované zájezdy do galerií, návštěv divadelních představení, kulturních festivalů, náboženských slavností atd. Poptávku po těchto službách pak do jisté míry ovlivňuje délka pobytu účastníků cestovního ruchu.

Na společenské styky a komunikaci mezi lidmi je orientován společenský cestovní ruch. Velice často sem bývá zařazována i tzv. klubová turistika neboli klubový cestovní ruch. Za účastníky se dají označit cíleně utvořené skupiny lidí, které vyhledávají společné zájmy a záliby, případně podobný styl trávení svého volného času.<sup>20</sup>

### 3.1.4 Lázeňské služby

Služby spojené s lázeňstvím jsou zaměřeny především na zdravotní prevenci, rehabilitaci, ale i léčení následků nemocí. Tato léčba probíhá převážně v rámci pobytu v lázeňských zařízeních, případně v jiných střediscích cestovního ruchu, jež mohou nabídnout příznivé zdravotní prostředí. Lázeňské služby zahrnují celou řadu zdravotně orientovaných aktivit, jako jsou například rekondiční a zdravotně orientované pobyty, jež jsou zaměřeny na udržení, posílení či obnovení ať už fyzické, nebo případně psychické kondice člověka.<sup>21</sup>

Služby, jenž jsou zde poskytovány se mohou rozdělit na základní a doplňkové. Pod pojmem základní si lze v tomto případě představit služby spojené s ubytováním,

---

<sup>18</sup> MALÁ, V. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola ekonomická, 1999, s. 16 – 18. ISBN 80-7079-443-7.

<sup>19</sup> INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch*. 2. přepracované vydání. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2009, s. 18 - 19. ISBN 978-80-245-1569-4.

<sup>20</sup> MALÁ, V. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola ekonomická, 1999, s. 17 – 18. ISBN 80-7079-443-7.

<sup>21</sup> MALÁ, V. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola ekonomická, 1999, s. 19. ISBN 80-7079-443-7.

stravováním, případně sem mohou spadat i služby zdravotnické. Co se doplňkových služeb týká, tak ty zde hrají opravdu pouze nepodstatnou úlohu a mají za úkol pobyt co nejvíce zpříjemnit. Můžeme sem zařadit například různou léčebnou kosmetiku, manikúru, pedikúru a mnohé další.<sup>22</sup>

### 3.1.5 Služby venkovského cestovního ruchu

Na poznání přírody a života v ní se orientuje tzv. venkovský cestovní ruch. Toto odvětví je zaměřeno na přiblížení fauny a flory v určitých přírodních oblastech. Pod tímto si lze představit například návštěvu přírodních rezervací, národních parků, chráněných krajinných oblastí, anebo výjimečných přírodních míst a atraktivit. Zcela specifickým typem orientovaným na poznání přírody je tzv. ekoturistika. Účastníci ekoturistiky jsou vedeni k tomu, aby jejich chování nikterak nenarušovalo hodnoty přírodního prostředí, ve kterém se v tu chvíli pohybují. Vyznačují se tak vysokou mírou pochopení, odpovědnosti, ohleduplnosti a etiky vůči přírodě a její ochraně. Ve zkratce lze tedy říci, že se jedná o druh turistiky, jenž zachovává původní hodnoty přírodního prostředí, a tím tak přispívá k jeho ochraně a uchování pro budoucí generace.<sup>23, 24</sup>

Co se samotných služeb týká, tak opět zde narážíme na základní a doplňkové rozdělení. Stejně jako v předešlých případech i zde se za základní služby považují služby spojené s ubytováním a stravováním. Specifikem venkovského cestovního ruchu je, že hlavním typem ubytovacího zařízení by měla být chata, chalupa, či rolnický dům. Důvodem je, aby si i lidé z velkých měst mohli vyzkoušet, jaké to je bydlet na vesnici, na statku či obývat chatu. Obdobné je to i se stravováním. Návštěvníci si mohou vyzkoušet, jaké to je připravovat produkty vlastní výroby v naprosto odlišných podmínkách, než na co mohou být zvyklí.<sup>25</sup>

Mezi doplňkové služby se řadí nepřeberné množství různých aktivit. Jedná se o animační programy, informační služby, společenské a zábavní služby, nebo také obchodní a komunální služby.<sup>26</sup>

---

<sup>22</sup> MALÁ, V. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola ekonomická, 1999, s. 19. ISBN 80-7079-443-7.

<sup>23</sup> INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch*. 2. přepracované vydání. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2009, s. 20. ISBN 978-80-245-1569-4.

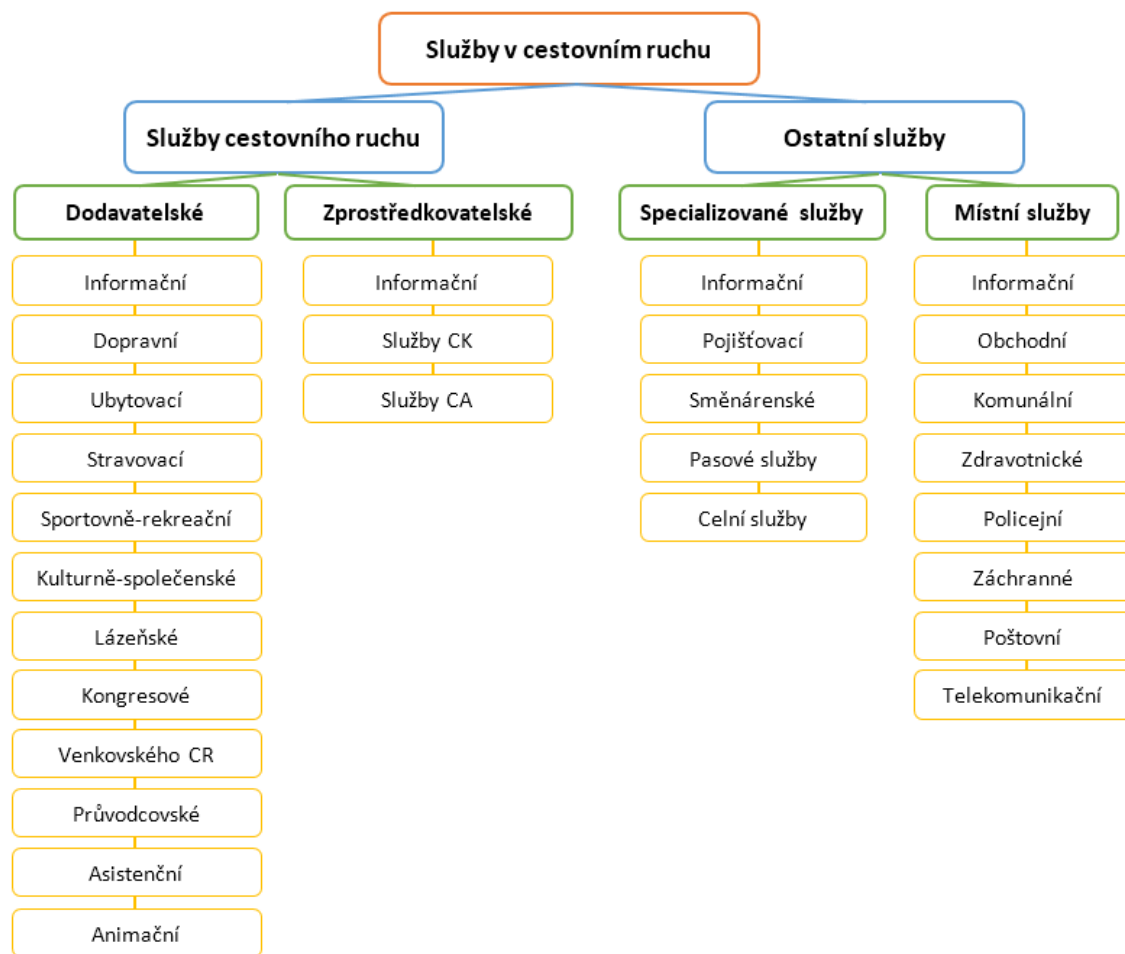
<sup>24</sup> RYGLOVÁ, K., BURIAN, M., VAJČNEROVÁ, I. *Cestovní ruch. Podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha : Grada publishing, 2011, s. 196 - 199. ISBN 978-80-247-4039-3.

<sup>25</sup> INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch*. 2. přepracované vydání. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2009, s. 20. ISBN 978-80-245-1569-4.

<sup>26</sup> ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea Servis, 1999, s. 155. ISBN 80-85970-27-9.

Specifikem venkovského cestovního ruchu jsou pak služby volného času. Tímto rozumíme například práci na venkově, mnohé slavnosti, oslavy, pozorování spektakulárních přírodních úkazů, fotografování a nepřeborné množství dalších volnočasových aktivit.<sup>27</sup>

Schéma 1: Rozdělení služeb cestovního ruchu



Zdroj: vlastní úprava dle<sup>28</sup>

<sup>27</sup> ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea Servis, 1999, s. 156 - 158. ISBN 80-85970-27-9.

<sup>28</sup> HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. 1. vyd. Praha : Fortuna, 2006, s. 106. ISBN 80-7168-948-3.



## 4 Charakteristika ubytovacích služeb cestovního ruchu

Ubytovací služby můžeme charakterizovat jako umožnění přechodného ubytování mimo místo trvalého bydliště. Slouží tak účastníkům cestovního ruchu k přenocování nebo přechodnému ubytování mimo místo jejich trvalého bydliště, včetně uspokojení dalších potřeb, které s přenocováním souvisejí. Tyto služby tak představují základní podmínku pro rozvoj cestovního ruchu, a to zejména pobytového cestovního ruchu. Rozvoj ubytovacích zařízení je nerozlučně spjat s politickými, hospodářskými a sociálními změnami ve společnosti. Tyto změny nadále ovlivňují pohyb obyvatelstva mimo místo trvalého bydliště a působí na vznik různých druhů ubytovacího zařízení.<sup>29</sup>

Ubytovací služby můžeme rozdělit podle kategorizace a klasifikace ubytovacího zařízení. Kategorizací rozumíme druh ubytování (hotel, motel, hotel garni, dependance, penzion a mnohá další). Klasifikací je myšleno zařazení jednotlivých kategorií podle vybavení, úrovně a rozsahu poskytovaných služeb do tříd. Nejčastěji užívaným členěním podle tříd, je značení hvězdičkami. Tato problematika bude podrobně rozebírána v kapitole Klasifikace ubytovacího zařízení.<sup>30</sup>

Další dělení ubytovacích zařízení může být různé. Ubytovací zařízení lze členit dle umístění, pod čímž si lze představit například městská zařízení, lázeňská, horská a mnohá další. Dále dle způsobu výstavby, podle velikosti (zde rozhoduje počet pokojů), z hlediska doby provozu (na celoroční či sezónní), nebo i dle převažující klientely jako jsou obchodníci, rodiny s dětmi, sportovci a mnozí další.<sup>31</sup>

### 4.1 Kategorizace ubytovacího zařízení

Každou službu lze dělit dle určitých kritérií a dále takzvaně kategorizovat. Kategorizací služeb se rozumí zařazení určitého zařízení poskytujícího ubytovací služby dle typu a způsobu jejich poskytování. Záleží tedy především na úrovni poskytování služeb v ubytovacím zařízení.

Na území České republiky existuje Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení, která jasně rozděluje všechna ubytovací zařízení na jednotlivé kategorie, jako

---

<sup>29</sup> INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch*. 2. přepracované vydání. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2009, s. 31. ISBN 978-80-245-1569-4.

<sup>30</sup> ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 2010, s. 122. ISBN 978-80-85970-68-5.

<sup>31</sup> HLADKÁ, J. *Technika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1997, s. 42 – 46. ISBN 80-716-9476-2.

jsou hotel, penzion, hotel, hotel garni a další. Jednotlivá ubytovací zařízení si následně rozebereme. Tato jednotná klasifikace vznikla ze spolupráce Asociace hotelů a restaurací ČR (AHR ČR), Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách (UNIHOST), Ministerstva pro místní rozvoj ČR a České centrály cestovního ruchu (Czech Tourism).<sup>32</sup>

**Hotel** – Jedná se o ubytovací zařízení, které musí obsahovat nejméně 10 pokojů pro hosty. Tyto pokoje musí být vybavené pro poskytování přechodného ubytování a určitých služeb, které jsou s tímto ubytováním spojené. Nejčastěji se jedná o služby spojené se stravováním. Hotely se pak člení do 5 různých tříd.<sup>33</sup>

**Hotel garni** – Tento typ hotelů je prakticky totožný se standartními hotely, avšak podstatným rozdílem je omezený rozsah stravovacích služeb. Hotel garni se člení pouze do 4 tříd.<sup>34</sup>

**Dependance** – Jedná se o vedlejší budovu ubytovacího zařízení, která neobsahuje vlastní recepci. Organizačně souvisí s hlavním ubytovacím zařízením, které zajišťuje pro dependance plný rozsah služeb, jenž odpovídají příslušné kategorii a třídě. Dependance není nikdy vzdálena více jak 500 metrů od hlavní budovy.<sup>35</sup>

**Motel** – Je ubytovací zařízení opět s nejméně 10 pokoji pro hosty, jenž poskytují přechodné ubytování. Služby zde poskytované jsou zaměřené především na motoristy. Návštěvníkům je k dispozici parkování přímo u motelu. Tento druh ubytování se člení do 4 tříd.<sup>36</sup>

**Penzion** – Tento typ ubytovacího zařízení musí mít k dispozici nejméně 5 pokojů. Rozsah společenských a doplňkových služeb je zde omezený, nicméně ubytovací služby jsou zde srovnatelné s hotelem. Penzion se člení do 4 tříd.<sup>37</sup>

---

<sup>32</sup> KRÍŽEK, F., NEUFUS, J. *Moderní hotelový management*. 1. vyd. Praha : Grada publishing, 2011, s. 23. ISBN 978-80-247-3868-0.

<sup>33</sup> HOTELSTARS. Metodika a klasifikace. *Hotelstars.cz* [online]. © 2016 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.hotelstars.cz/metodika-klasifikace#6>>.

<sup>34</sup> HOTELSTARS. Metodika a klasifikace. *Hotelstars.cz* [online]. © 2016 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.hotelstars.cz/metodika-klasifikace#6>>.

<sup>35</sup> HOTELSTARS. Metodika a klasifikace. *Hotelstars.cz* [online]. © 2016 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.hotelstars.cz/metodika-klasifikace#6>>.

<sup>36</sup> MALÁ, V. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola ekonomická, 1999, s. 34. ISBN 80-7079-443-7.

<sup>37</sup> INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch*. 2. přepracované vydání. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2009, s. 37. ISBN 978-80-245-1569-4.

**Botel** – Představuje ubytovací zařízení, které se nachází v trvale zakotvené osobní lodi. Jednotlivé obytné jednotky se nazývají kajutami a obsahují jedno až dvě lůžka.<sup>38</sup>

**Kemp** – Je ubytovací zařízení, jež umožňuje přechodné ubytování ať už ve vlastním zařízení hostů nebo v ubytovacích objektech provozovatele. Pod vlastním zařízením hostů si lze představit stan, nebo obytný přívěs. Ubytovacími objekty provozovatele se rozumí chaty, sruby, bungalovy a další. Kempy jsou zařazovány do jedné ze 4 tříd.<sup>39</sup>

**Chatová osada** – Pro přechodné ubytování hostů zde slouží výhradně ubytovací objekty provozovatele, jako jsou chaty, sruby a bungalovy. Tyto osady jsou pak zařazovány do jedné ze 3 tříd.<sup>40</sup>

**Turistická ubytovna** – Patří mezi jednodušší ubytovací zařízení sloužící pro přechodné ubytování hostů. Vyznačuje se větším počtem lůžek v jednotlivých ubytovacích pokojích. Díky nízkému počtu nabízených služeb se zařazuje pouze do jedné ze 2 tříd.<sup>41</sup>

**Ubytování v soukromí** – Jedná se o přechodné ubytování turistů v samostatných místnostech k tomu určených. Tyto místnosti se však nacházejí v rodinných domech, bytech, chatách, srubech a chalupách. Tyto objekty však patří soukromím vlastníkům. Díky tomu nelze tento typ zařadit do jednotlivých tříd.

## 4.2 Klasifikace ubytovacího zařízení

Klasifikace ubytovacího zařízení označená pomocí hvězdiček patří mezi nejznámější klasifikační prostředky a je důležitá pro orientaci hostů. Na českém území existuje systém, který se nazývá Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky. Tento systém funguje pod záštitou Asociace hotelů a restaurací České republiky, Konfederace národních asociací hotelů, restaurací, kaváren a obdobných zařízení v Evropské unii a evropském ekonomickém prostoru (HOTREC). Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky vymezuje určité minimální požadavky, které musejí jednotlivé třídy ubytovacích zařízení splnit. Výše zmíněná klasifikace vstoupila v České republice v platnost v lednu 2010. Současně s tím tvoří součást Hotelstars Union. Tato unie má za úkol vytvořit jeden ucelený systém klasifikací ubytovacích zařízení na území všech států Evropské unie. Cílem Hotelstars Union

---

<sup>38</sup> INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch*. 2. přepracované vydání. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2009, s. 37. ISBN 978-80-245-1569-4.

<sup>39</sup> MALÁ, V. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola ekonomická, 1999, s. 34. ISBN 80-7079-443-7.

<sup>40</sup> INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch*. 2. přepracované vydání. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2009, s. 38. ISBN 978-80-245-1569-4.

<sup>41</sup> MALÁ, V. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola ekonomická, 1999, s. 35. ISBN 80-7079-443-7.

a Oficiální jednotné klasifikace je dát hostům k dispozici transparentní a spolehlivé informace o jednotlivých ubytovacích zařízeních a jimi nabízených službách.<sup>42</sup>

Tato klasifikace je založena na dobrovolnosti. Řídí se tak pevně stanoveným řádem a způsobem vyhodnocování. Tento způsob vyhodnocování dále přihlíží i k místním specifickým podmínkám. Existuje zde jednotný klasifikační znak, včetně certifikátu, který je platný pro celou Českou republiku.<sup>43</sup>

Jednotlivá třída nám ukazuje úroveň poskytovaných služeb, jež se projevují jak ve vybavení, tak i kvalitě a rozsahu nabízených služeb. Jak již bylo předesláno výše, tak mezi nejznámější označování patří značení pomocí hvězdiček. Avšak někde se můžeme setkat i s odlišným značením, například v Anglii mnohá zařízení používají korunky, klíče, případně i slovní označení. Dle současně platné klasifikace se v České republice ubytovací zařízení označují následovně:<sup>44, 45</sup>

- TOURIST \*
- ECONOMY \*\*
- STANDARD \*\*\*
- FIRST CLASS \*\*\*\*
- LUXURY \*\*\*\*\*

#### **Hotel \***

Ve všech pokojích musí docházet ke každodennímu úklidu, pokoj musí vlastnit barevnou televizi včetně dálkového ovládání, anebo musí nabízet možnost zapůjčení televize. Dále se v pokoji musí nacházet stůl a židle, v koupelně musí být k dispozici tělové mýdlo a jeden ručník na osobu. Dalšími službami jsou služby recepce, možnost přijímání a odesílání faxů, veřejně přístupný telefon a možnost uložení cenností pomocí trezorů, které mohou být umístěny na pokoji či jinde v budově hotelu. Co se stravy týká, tak by hotel měl nabízet snídani a nápoje.<sup>46</sup>

---

<sup>42</sup> HOTELSTARS. *Hotelstars.cz* [online]. © 2016 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.hotelstars.cz/>>.

<sup>43</sup> KRÍŽEK, F., NEUFUS, J. *Moderní hotelový management*. 1. vyd. Praha : Grada publishing, 2011, s. 24. ISBN 978-80-247-3868-0.

<sup>44</sup> INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch*. 2. přepracované vydání. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2009, s. 36. ISBN 978-80-245-1569-4.

<sup>45</sup> KRÍŽEK, F., NEUFUS, J. *Moderní hotelový management*. 1. vyd. Praha : Grada publishing, 2011, s. 24. ISBN 978-80-247-3868-0.

<sup>46</sup> KRÍŽEK, F., NEUFUS, J. *Moderní hotelový management*. 1. vyd. Praha : Grada publishing, 2011, s. 25. ISBN 978-80-247-3868-0.

## **Hotel \*\***

Mezi totožné služby lze zařadit, každodenní úklid pokoje, barevnou televizi s dálkovým ovládním nebo možností jejího zapůjčení, jeden ručník na osobu a uložení cenností v trezorech. Pokoj však musí mít k dispozici navíc světlo na čtení vedle lůžka. Co se týká koupelny, patří tam navíc přísada do koupele nebo sprchový gel, jedna osuška na osobu a poličky na prádlo. Z nabídky hygienických předmětů se jedná například o zubní kartáček, pastu či holicí soupravu. Stravování musí obsahovat snídaneň formou bufetu nebo odpovídající nabídku předem připravených snídaní. Hotel musí umožňovat platbu kreditní nebo debetní kartou. <sup>47</sup>

## **Hotel \*\*\***

Tříhvězdičkový hotel musí mít pokoje vybavené totožně jako v přechozích případech, avšak k dispozici by měl být navíc rozhlas. Dále se zde musí nacházet telefon, noční stolek, světlo ke čtení, zrcadlo na výšku postavy, místo pro uložení zavazadel, šitíčko a pomůcky na čištění obuvi. V koupelně by se mělo nacházet topení, vysoušeč vlasů a kosmetické ubrousky. V hotelu by měl být zpřístupněn internet. Recepce by měla být otevřena 14 hodin a telefonicky dostupná 24 hodin denně. Personál by měl mít jazykové znalosti alespoň dvou jazyků. V prostoru recepcie by měla být místa k sezení a jeden pomocník se zavazadly. Dále by měl být k dispozici centrální trezor nebo trezor na pokoji, na požádání polštář s příkryvkou a přehledný systém vyřizování stížností. Stravováním rozumíme restauraci otevřenou alespoň 5 dnů v týdnu. <sup>48</sup>

## **Hotel \*\*\*\***

V pokoji by se mělo nacházet čalouněné křeslo či pohovka se stolkem, kosmetické produkty jako je například sprchovací čepice, pilníček na nehty, bavlněné tampony, kosmetické zrcátko, velká odkládací plocha v koupelně, osušky či pantofle na požádání. Dále by měl být k dispozici přístup na internet a internetový terminál s možností IT podpory. Co se týká hotelového prostředí, tak recepce by měla být otevřená 18 hodin a dostupná telefonicky 24 hodin denně. Hotel by měl obsahovat i halu s místy k sezení, nápojovým servisem a hotelovým barem. U stravovacích služeb je povinen nabízet snídanový bufet nebo snídanový jídelní lístek. Dále by měl být na pokoji umístěn minibar s nápoji. Všechny tyto služby by měly být nabízeny prostřednictvím Room Service. K dispozici

---

<sup>47</sup> KRÍŽEK, F., NEUFUS, J. *Moderní hotelový management*. 1. vyd. Praha : Grada publishing, 2011, s. 25. ISBN 978-80-247-3868-0.

<sup>48</sup> HOTELSTARS. Porovnání tříd. *Hotelstars.cz* [online]. © 2016 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z WWW: <http://www.hotelstars.cz/porovnaní-tríd>.

by měla také být restaurace s „Á la carte“ (běžný jídelní a nápojový lístek) nabídkou otevřenou alespoň 6 dnů v týdnu. Posledním znakem hotelu tohoto typu je zjišťování a vyhodnocování připomínek hostů. Jako službou navíc je krejčovská služba s drobnými opravami.<sup>49</sup>

### **Hotel \*\*\*\*\***

Pro pětihvězdičkové hotely jsou významné služby zaměřené na osobní péči o své klienty. Těmito službami je myšleno například žehlení (s navrácení do 1 hodiny), služba čištění obuvi, služby dveřníka, bagážisty a concierge (osoba která zařídí hostům vše nač si vzpomenou). V pokoji se nacházejí produkty osobní péče v lahvičkách a župan. Důležitou součástí hotelu je internet, trezor v pokoji, recepce otevřená 24 hodin denně s personálem, který musí ovládat češtinu a alespoň dva světové jazyky. K dispozici je prostorná hala s recepcí, kde jsou k dispozici místa k sezení, nápojový servis a hotelový bar. Ze stravovacích služeb se jedná o nabídku minibaru na pokoji, včetně nabídky pokrmů a nápojů prostřednictvím Room Service (pokojový servis). Tato služba by měla být k dispozici 24 hodin denně. Dále by měla být dostupná restaurace s „Á la carte“ nabídkou otevřená 7 dní v týdnu. Kvalita těchto služeb je pravidelně ověřována pomocí kontrol tzv. Mystery Guestů (průzkumní zákazníci).<sup>50</sup>

### **Penzion \***

Nabídka služeb v penzionech se od hotelů v mnohých detailech liší. U penzionu označeném jednou hvězdičkou by měla být na pokoji k dispozici židle, skříň, police či zásuvky na prádlo, umyvadlo s mýdlem, či tekutým tělovým mýdlem a jeden ručník na osobu. V neposlední řadě by měl být dostupný sprchový kout s toaletou, nicméně pokud se toto zařízení nenachází na pokoji, tak by mělo být k dispozici na chodbách, a to maximálně pro deset pokojů. Výměna ložního prádla je obdobná jako v hotelech, avšak s tím rozdílem, že zde je k dispozici minimálně jednou týdně. Z dalších služeb lze jmenovat například veřejný telefon pro hosty s kontaktní osobou přítomnou v uvedených časech a non stop dosažitelnou telefonicky. Samozřejmostí je možnost uložení cenností. Ze stravovacích služeb se jedná o snídaňovou nabídku na požádání a dále pak nabídku nápojů, jež by měla být k dispozici kdekoli v penzionu.<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup> KŘÍŽEK, F., NEUFUS, J. *Moderní hotelový management*. 1. vyd. Praha : Grada publishing, 2011, s. 26. ISBN 978-80-247-3868-0.

<sup>50</sup> KŘÍŽEK, F., NEUFUS, J. *Moderní hotelový management*. 1. vyd. Praha : Grada publishing, 2011, s. 25. ISBN 978-80-247-3868-0.

<sup>51</sup> HOTELSTARS. Porovnání tříd. *Hotelstars.cz* [online]. © 2016 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.hotelstars.cz/porovnaní-tríd>>.

### **Penzion \*\***

Penzion s dvěma hvězdičkami by měl mít při vstupu úsek příjmu hostů, recepci či vhodný prostor. Měla by se zde nacházet kontaktní osoba přítomná v uvedených časech a non stop dosažitelná telefonicky. Dalšími službami rozumíme službu buzení a možnost uložení cenností. Co se samotných pokojů týká, je to to samé jako u penzionu s jednou hvězdičkou, avšak navíc by tu měla být odkládací plocha u umyvadla, osuška a sklenka na požádání. Dále by se v místnosti měl nacházet stůl alespoň s jednou možností sezení na každé lůžko, dále lampička ke čtení u každého lůžka a barevná televize včetně dálkového ovládání nebo možnosti jejího zapůjčení, není-li na pokoji. Ze stravovacích služeb to je snídaňová nabídka na požádání.<sup>52</sup>

### **Penzion \*\*\***

V těchto typech penzionů je k dispozici rozšířená nabídka snídaní. Dále by se zde měl nacházet veřejný počítač s internetem, trezor v budově, telefon s možností volat mimo penzion a v neposlední řadě i psací potřeby. V penzionu se musí nacházet úsek příjmů hostů, recepce či vhodné prostory se sedací soupravou. Zde by se také měla nacházet kontaktní osoba, která bude přítomna v uvedených časech a non stop dosažitelná telefonicky. Kontaktní osoba by také měla zvládnout komunikaci v cizím jazyce. Na pokoji by se měl pak dále nacházet sprchový kout se závěsem, či vanovou zástěrou a WC. Dále pak dostatečná nabídka hygienických potřeb, jako je šampon, sprchový gel, kapesníčky a vysoušeč vlasů. Je důležité, aby bylo na pokoji k dispozici místo pro uložení zavazadel. Stejně tak je nutné, aby bylo na pokoji zrcadlo na výšku postavy, osvětlení u stolu a u každého lůžka noční stolek s lampičkou. Výměna ložního prádla a ručníků probíhá minimálně 2x týdně.<sup>53</sup>

### **Penzion \*\*\*\***

Nejvýznamnější změnou oproti předchozí třídě penzionu je nabídka stravovacích služeb. Snídaně zde probíhají formou bufetu a večere pak nabídkou jídel na přání. Dále je zde k dispozici pračka pro hosty, žehlička společně s žehlicím prknem a službou žehlení. Výměna ložního prádla zde probíhá denně na požádání. Důležitou součástí požadavků je parkoviště v areálu penzionu. Stejně jako v předchozích případech, tak i zde je nutné, aby se na místě nacházel úsek příjmu hostů, recepce či vhodný prostor

---

<sup>52</sup> HOTELSTARS. Porovnání tříd. *Hotelstars.cz* [online]. © 2016 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.hotelstars.cz/porovnaní-tríd>>.

<sup>53</sup> HOTELSTARS. Porovnání tříd. *Hotelstars.cz* [online]. © 2016 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.hotelstars.cz/porovnaní-tríd>>.

s možností sezení a kontaktní osobou, jenž musí být k dispozici nonstop. Pokoje musí mít vlastní sprchový kout se závěsem, či vanovou zástěrou a toaletou. Kosmetické výrobky jako jsou kosmetické zrcátko, vysoušeč vlasů a župan na požádání jsou samozřejmostí. V interiéru samotného pokoje by měla být pohovka společně s konferenčním stolem a trezorem.<sup>54</sup>

Jestliže kterékoliv ubytovací zařízení splňuje v rámci výše zmíněných tříd více, než jen povinná kritéria a následně i minimální počet kritérií nepovinných, může tak získat kromě hvězdiček i speciální označení „Superior“.<sup>55</sup>

Do klasifikace mohou být zahrnuty všechny provozovny s více než 5 pokoji, jestliže však jejich provozovatelé vlastní živnostenský list na ubytovací služby. Dále je nutné, aby klasifikované provozovny odpovídaly všem právním předpisům platným na území ČR. Hotelům typu garni, motelům a penzionům mohou být přiděleny maximálně 4 hvězdičky.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> HOTELSTARS. Porovnání tříd. *Hotelstars.cz* [online]. © 2016 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.hotelstars.cz/porovnaní-tríd>>.

<sup>55</sup> KRÍŽEK, F., NEUFUS, J. *Moderní hotelový management*. 1. vyd. Praha : Grada publishing, 2011, s. 24. ISBN 978-80-247-3868-0.

<sup>56</sup> HOTELSTARS. Metodika a klasifikace. *Hotelstars.cz* [online]. © 2016 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.hotelstars.cz/metodika-klasifikace#6>>.



## 5 Hotelové služby a jejich charakteristika

Tato kapitola popisuje jednotlivé služby, se kterými se může host v rámci hotelu setkat. Hotelových služeb je nesčetně mnoho, a proto zde budou popsány ty nejdůležitější, kterými jsou ubytovací a stravovací. Tyto služby jsou těmi nejzákladnějšími a další služby jsou spíše doplňkové. Můžeme mezi ně zařadit například kongresové služby, cateringové, fitness, wellness a další. Díky omezenému rozsahu této práce se však doplňkovými službami budeme zabývat pouze do té míry, aby dostatečně korespondovaly s ubytovacím zařízením, kterým se zabývá praktická část. Ubytovacími službami se již tato část práce nebude příliš zabývat, jelikož je tato problematika zmíněna v předchozí kapitole. Nicméně pro komplexnost se na tyto služby zaměříme z jiného úhlu pohledu.

### 5.1 Ubytovací služby

Jak již bylo předesláno výše, tak problematika ubytovacích služeb zde již byla detailně rozebrána. Z tohoto důvodu si nyní ubytovací služby rozebereme z pohledu samotných hostů. Tím je myšleno, s čím se host setkává od chvíle svého příjezdu, během samotného pobytu, až do chvíle svého odjezdu z ubytovacího zařízení. Samotný ubytovací úsek se podle funkcí člení na dvě části, a to na front office<sup>57</sup> a lůžkovou část tzv. housekeeping. Tyto části zahrnují pracovníky starající se o hosty v průběhu jejich pobytu. Tito pracovníci jsou nedílnou součástí ubytovacího zařízení. Kvalita všech nabízených služeb často záleží právě na jejich schopnostech, zkušenostech a jednání.<sup>58</sup>

K prvotnímu kontaktu mezi ubytovacím zařízením a zákazníkem však dochází ještě mnohem dříve, již během rezervace. Samotná rezervace může mít mnoho forem, jako například telefonicky, emailem, faxem, osobně, případně pomocí speciálního online rezervačního systému. Na tuto žádost by mělo ubytovací zařízení co nejdříve reagovat a v případě nedostatku ubytovací kapacity zákazníka ihned vyrozumět.<sup>59</sup>

#### 5.1.1 Příjezd hosta

Host se ve chvíli svého příjezdu setkává v první řadě s takzvaným front office. Pod tímto pojmem si lze představit recepci nebo vhodný prostor pro příjem hostů. V některých typech hotelů však začíná samotná péče již u vstupu. Jedná se o takzvaného

---

<sup>57</sup> NEGI, J. M. S., *Professional Hotel Management*. S. Reprint. Chand Publishing, 2008, s. 17. ISBN 81-219-1518-X.

<sup>58</sup> KRÍŽEK, F., NEUFUS, J. *Moderní hotelový management*. 1. vyd. Praha : Grada publishing, 2011, s. 35. ISBN 978-80-247-3868-0.

<sup>59</sup> ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 2010, s. 129. ISBN 978-80-85970-68-5.

dveřníka, který má za úkol otvírat dveře do hotelu a přivolávat nosiče zavazadel, jinak řečeno bagážistu. Následně je host zaveden k samotné recepci. Zde se musí nacházet pracovník, který má na starost přivítání hosta, kontrolu rezervace, vyplnění nutné administrativy a podání důležitých informací. Po vyřízení všech formalit je host zapsán do takzvané domovní knihy, čímž dojde k oficiálnímu přihlášení a mohou mu být předány klíče či karty od pokoje. Každému hostu je při příjezdu otevřen v hotelovém žurnálu osobní účet, kde jsou evidovány další služby, jež klient během pobytu využije a následně uhradí. V různých typech ubytovacího zařízení se mohou pochopitelně tyto služby lišit v závislosti na typu ubytovacího zařízení a jeho úrovni. Samotný pracovník recepce je jedním z nejdůležitějších zaměstnanců hotelu, jelikož především na něm závisí první, a také závěrečný dojem hosta.<sup>60, 61</sup>

### 5.1.2 Pobyť hosta

V průběhu pobytu je důležité, aby byl host co nejvíce spokojen s nabízenými službami. Proto je nutné naslouchat jeho stížnostem, připomínkám a přáním, které může vyjádřit buďto na recepci nebo v boxu či knize stížností. Na pracovnících ubytovacího zařízení pak je těmto přáním a stížnostem vyhovět do takové míry, aby byly dostatečně uspokojeny obě dvě strany. Mezi další služby spojené s ubytováním lze zařadit úklid pokoje, výměnu ložního prádla, ručníků a další. Tyto služby zajišťuje oddělení takzvaného housekeepingu. Pracovníci mají za úkol udržovat pokoje vždy v naprosté čistotě. Návštěvník by měl mít při příjezdu pocit, že před ním v pokoji nikdo nebyl. Je zcela pochopitelné, že čím vyšší bude úroveň těchto služeb, tím spokojenější bude samotný zákazník. Hostům je dále k dispozici nespočet dalších služeb, avšak veškeré tyto služby se liší s typem a úrovní ubytovacích zařízení.<sup>62, 63</sup>

### 5.1.3 Odjezd hosta

Během odjezdu hosta opět přicházejí na řadu pracovníci recepce. Stejně jako při příjezdu, tak i během odjezdu komunikují s hostem a vyřizují nutnou administrativu. Následně dojde k vrácení klíčů či karet od pokoje. Zároveň od hostů zjišťují určitou zpětnou vazbu spojenou s pobytem. Tato část je pro samotné ubytovací zařízení velice

---

<sup>60</sup> ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 2010, s. 129. ISBN 978-80-85970-68-5.

<sup>61</sup> KRÍŽEK, F., NEUFUS, J. *Moderní hotelový management*. 1. vyd. Praha : Grada publishing, 2011, s. 40. ISBN 978-80-247-3868-0.

<sup>62</sup> HLADKÁ, J. *Technika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1997, s. 48. ISBN 80-716-9476-2.

<sup>63</sup> ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 1999, s. 50 - 51. ISBN 80-85970-27-9.

důležitá, jelikož pomáhá odhalovat nedostatky a zvyšovat kvalitu nabízených služeb. Tato zpětná vazba může mít pouze osobní povahu, nebo může být realizován pomocí krátkého dotazníku. Ještě před samotným odjezdem hostů dojde ke kontrole pokoje a případnému uhrazení doplňkových služeb, jež byly čerpány během pobytu. Hotelový zřízenec se pak může postarat o odnesení zavazadel, případně lze zajistit odvoz pro hosta.<sup>64, 65</sup>

## 5.2 Stravovací služby

Další nezbytně nutnou složkou základních hotelových služeb jsou služby spojené se stravováním. Tyto služby uspokojují základní potřebu každého člověka, potřebu výživy. Stravovacích služeb využívá účastník cestovního ruchu, jak v průběhu přemístování, tak i během samotného pobytu v ubytovacím zařízení. Pro zahraniční turisty však stravování představuje nejen nasycení, nicméně i možnost seznámení s určitými specifickými prvky kultury daného národa. Poznání takových zvyklostí či gastronomických produktů může být i samo motivem návštěvy daného místa.<sup>66</sup>

Formy stravování můžeme rozdělit na individuální a společenské. Pod prvním pojmem si lze představit způsob stravování, kdy si návštěvníci zařizují stravu na vlastní náklady a pomocí vlastních zdrojů. Pod společenskou formou stravování si lze představit hromadnou formu přípravy pokrmů. Samotná nabídka jídel je variabilní a může se tak obměňovat v různých časových intervalech, v závislosti na sezóně, složení klientely, módních trendech, případně i na možnostech samotného ubytovacího zařízení. Každá z těchto forem stravování s sebou pochopitelně nese různá pozitiva či negativa. Je pouze na samotných návštěvnících, kterou formu budou preferovat.<sup>67</sup>

Vyjma výše zmíněných dvou druhů stravování dále existují další možnosti stravování během ubytování. Jednou z možností je myšlena polopenze, pro kterou jsou typické pouze snídaně a večeře. Dále pak plná penze, která je charakterizována snídaní, obědem a večeří. Za samotný vrchol bylo do nedávna považováno stravování All inclusive s kterým se můžeme setkat spíše v zahraničí a je typické velkým výběrem pokrmů a některých nápojů. V All inclusive jsou dále zahrnuty i různé odpolední

---

<sup>64</sup> ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 1999, s. 51. ISBN 80-85970-27-9.

<sup>65</sup> HLADKÁ, J. *Technika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1997, s. 48. ISBN 80-716-9476-2.

<sup>66</sup> ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 2010, s. 137. ISBN 978-80-85970-68-5.

<sup>67</sup> INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch*. 2. přepracované vydání. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2009, s. 41. ISBN 978-80-245-1569-4.

takzvané coffee breaky (odpolední nabídka zákusků a nápojů) a další různé doplňkové možnosti stravování. V těch nejluxusnějších hotelech se lze pak setkat i s Ultra All inclusive, které zajišťuje absolutně neomezenou konzumaci všech jídel i nápojů. V neposlední řadě se může jednat o ubytování zcela bez stravy, či ubytování pouze se snídaní.<sup>68, 69</sup>

Dle INDROVÉ:<sup>70</sup> „*Výběr rozsahu stravovacích služeb má souvislost se zvolenou formou cestovního ruchu, motivem účasti, délkou pobytu, potřebami účastníka a jeho finančními možnostmi.*“

Je zřejmé, že se službami jako je all inclusive se nemůžeme setkat například v penzionu. Tedy u ubytovacího zařízení, které se řadí do nižší kategorie.

### 5.3 Kongresové služby

Cestovní ruch spojený s kongresovými službami v současné době patří mezi dynamicky se rozvíjející části cestovního ruchu. Dle ORIEŠKY<sup>71</sup> je předmětem samotného kongresového cestovního ruchu „*organizování kongresů, konferencí, sympózií, seminářů, výstav a veletrhů. Zároveň zahrnuje incentivní cestovní ruch a služební cesty.*“ Často mohou být součástí kongresových setkání i mnohé doprovodné programy spojené s využitím volného času a poznáním daného místa.

Pro označení trhu, jenž se zaměřuje na kongresový a incentivní cestovní ruch se používá mezinárodně uznávaná zkratka MICE, jež je složena z počátečních písmen anglických slovíček Meeting, Incentive, Congress/Convention, Exhibition. Pro akce MICE je charakteristická vysoká úroveň a komplexnost služeb. Dále pak odborný charakter, vysoké organizační nároky, kvalitní technické zabezpečení a mnohé další.<sup>72</sup>

---

<sup>68</sup> INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch*. 2. přepracované vydání. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2009, s. 45. ISBN 978-80-245-1569-4.

<sup>69</sup> RYGLOVÁ, K., BURIAN, M., VAJČNEROVÁ, I. *Cestovní ruch. Podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha : Grada publishing, 2011, s. 58. ISBN 978-80-247-4039-3.

<sup>70</sup> INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch*. 2. přepracované vydání. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2009, s. 45. ISBN 978-80-245-1569-4.

<sup>71</sup> ORIEŠKA, J. *Kongresový cestovní ruch*. Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, 2001, s. 4. ISBN 80-8055-516-8.

<sup>72</sup> ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 2010, s. 311. ISBN 978-80-85970-68-5.

Poskytování kongresových služeb s sebou nese mnohá pozitiva: <sup>73</sup>

- ekonomické přínosy pro pořádající organizaci a pro daný region,
- nové pracovní příležitosti,
- zvýšení prestiže dané oblasti,
- podnět pro nabídku dalších služeb spojených s poznáním místní kultury, zvyků včetně kuchyně v rámci doplňkových programů a
- služby probíhající v průběhu celého roku pomáhají překlenout sezónnost.

### Členění kongresových akcí

Kongresové akce můžeme rozlišovat podle řady kritérií, a to podle: <sup>74</sup>

- počtu účastníků akce,
- délky trvání akce,
- druhu akce,
- tematického zaměření akce,
- struktury účastníků akce,
- významu akce a jejích závěrů,
- možnosti účasti na akci a
- způsobu organizace akce.

K nejpoužívanějším kritériím pro členění kongresových akcí patří rozdělení podle počtu účastníků a druhu samotné akce. Názory různých autorů se však mnohdy liší a proto popis jednotlivých akcí není vždy totožný. Nicméně většina autorů se shoduje na následujícím rozdělení: <sup>75, 76</sup>

- kongresy,
- konference,
- sympozia,
- semináře.

---

<sup>73</sup> INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch*. 2. přepracované vydání. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2009, s. 98 - 99. ISBN 978-80-245-1569-4.

<sup>74</sup> ORIEŠKA, J. *Kongresový cestovní ruch*, Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, 2001, s. 27. ISBN 80-8055-516-8.

<sup>75</sup> DROBNÁ, D., MORÁVKOVÁ, E. *Cestovní ruch*. 2. upravené vydání. Praha : Fortuna, 2010, s. 125. ISBN 978-80-7373-079-6.

<sup>76</sup> ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 2010, s. 313. ISBN 978-80-85970-68-5.

K tomu, aby mohly být poskytovány kvalitní kongresové služby, je nezbytně nutné, aby samotné ubytovací zařízení disponovalo kvalitní materiálně – technickou základnou. Je proto nutné mít dostatečně a dobře technicky vybavené konferenční prostory, odpovídající ubytovací a stravovací zázemí a to i včetně možnosti využívání dalších doplňkových služeb. Tyto podmínky většinou splňují především hotely zařazené do třídy 3. – 5. Řada regionů, s rozvinutou infrastrukturou a vhodnými přírodními, či kulturně – historickými dispozicemi se může přímo zaměřovat na budování speciálních kongresových center.<sup>77</sup>

**Kongres** – Akce zvláštního, často mezinárodního významu, zaměřená na výměnu výsledků lidského poznání z různých vědních a společenských oblastí. Účastníky jsou zejména významné osobnosti. Počet účastníků přesahuje 300 osob. Přípravy jsou dlouhodobé a obvykle je ustaven programový a organizační výbor.<sup>78</sup>

**Konference** – Charakterizována jako větší schůze, která je svolaná pro projednání určitých otázek, s maximální účastí 300 osob. Jedná se respektive o akci s širokou účastí teoretických, řídicích a praktických pracovníků, která je zaměřena na vyjádření stanovisek k různým aspektům odborné problematiky.<sup>79</sup>

**Symposium** – Je definováno jako vědecká konference speciálního oboru, jež je spojená s vědeckou diskuzí o dané problematice s domácí, případně zahraniční účastí. Počet účastníků obvykle nepřesahuje 300 osob.<sup>80</sup>

**Seminář** – Jedná se o formu kolektivního odborného studia, jejíž podstatou je spojení přednášky, případně série přednášek, s diskuzí a dotazy samotných posluchačů. Jde o užší intenzivní pracovní jednání s účastí do 50 osob zaměřené na podrobnější seznámení s aktuálními úkoly a problémy.<sup>81</sup>

---

<sup>77</sup> INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch*. 2. přepracované vydání. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2009, s. 99 - 100. ISBN 978-80-245-1569-4.

<sup>78</sup> ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 2010, s. 313. ISBN 978-80-85970-68-5.

<sup>79</sup> ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 2010, s. 313. ISBN 978-80-85970-68-5.

<sup>80</sup> ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 2010, s. 313. ISBN 978-80-85970-68-5.

<sup>81</sup> DROBNÁ, D., MORÁVKOVÁ, E. *Cestovní ruch*. 2. upravené vydání. Praha : Fortuna, 2010, s. 125. ISBN 978-80-7373-079-6.

## 5.4 Ostatní (volný čas)

V cestovním ruchu se pak dále setkáváme s ostatními službami, jako jsou například služby pasových a celních orgánů, vízovou agendou, služby týkající se zdravotních opatření, služby místní infrastruktury a mnohé další. V některých ubytovacích zařízeních se můžeme také setkat se službami směnářskými.<sup>82</sup>

Předmětem směnářských služeb je především nákup a prodej cizích měn za domácí měnu, ale také výměna cizích měn navzájem. Mimo hotových peněz, jež jsou označovány jako valuty, se manipuluje také s bezhotovostními hodnotami, které se označují jako devizy. Mezi ně lze zařadit především cestovní šeky, výjimečně také bankovní a soukromé šeky. Cestovní šeky jsou však v posledních letech stále více nahrazovány platebními kartami.<sup>83</sup>

### 5.4.1 Volný čas

SWARBROOKE a HORNER<sup>84</sup> ve své publikaci uvádějí následující definici volného času: „Podle Collina je volný čas „časem, kdy můžete dělat, co chcete“. Tentýž autor definuje odvětví služeb pro využití volného času jako „firmy poskytující zboží a služby využívané lidmi během jejich volného času (dovolené, kina, divadla, zábavní parky atd.)“

Zmíněná definice je však velice všeobecná, a díky tomu do ní lze zahrnout nesčetné množství různých činností a organizací, které nemusí mít na první pohled mnoho společného. Samotný volný čas lze věnovat cyklistice, bruslení, hraní společenských her, turistice a mnohým dalším činnostem.<sup>85</sup>

Volný čas si pochopitelně může organizovat každý návštěvník zcela podle svého uvážení. Jednotlivá ubytovací zařízení se však vždy snaží přinášet co největší nabídku jednotlivých činností, které mohou jejich návštěvníci ve svém volném čase využívat. Některá ubytovací zařízení mají předem připravené programy. Na organizaci těchto programů se podílí takzvaný manažer volného času, který je odborníkem v oblasti cestovního ruchu. Je žádoucí, aby měl koordinační, jazykové a manažerské schopnosti.

---

<sup>82</sup> HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha : Grada, 2003, s. 356. ISBN 80-247-0202-9.

<sup>83</sup> ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 2010, s. 356. ISBN 978-80-85970-68-5.

<sup>84</sup> HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha : Grada, 2003, s. 356. ISBN 80-247-0202-9.

<sup>85</sup> HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha : Grada, 2003, s. 54. ISBN 80-247-0202-9.

Specifickým pracovníkem, který se stará o výplň volného času návštěvníků, je animátor. Tento člověk má na starost zábavu návštěvníků mnohdy s jejich samotnou účastí.

Jako příklad lze uvést rozličné společenské večery s kulturním představením, kterého se účastní samotní hosté.<sup>86</sup>

Činnosti volného času, animace v cestovním ruchu:<sup>87</sup>

- pohybové a sportovní činnosti,
- společenské a zábavní činnosti,
- tvořivé činnosti,
- vzdělávací, poznávací a objevovací činnosti,
- dobrodružné činnosti,
- meditativní činnosti a
- činnosti pro děti a mládež.

Různá ubytovací zařízení mají pochopitelně zcela odlišné možnosti k zabezpečení služeb volného času. Mezi základní rozdělení materiálního zabezpečení patří rozdělení na prostory v exteriéru a interiéru. Exteriérem rozumíme sjezdovky, kluziště, minigolf, koupaliště a další venkovní prostory, zatímco do interiéru spadají kryté bazény, zimní stadiony, sportovní haly a další kryté prostory. K jednotlivým aktivitám mohou být zřízeny i půjčovny potřebné výstroje.<sup>88</sup>

---

<sup>86</sup> ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 1999, s. 172. ISBN 80-85970-27-9.

<sup>87</sup> HESKOVÁ, M. *Cestovní ruch*. 2. upravené vydání. Praha : Fortuna, 2011, s. 120. ISBN 978-80-7373-107-6.

<sup>88</sup> ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 1999, s. 174. ISBN 80-85970-27-9.



## **6 Charakteristika ubytovacího zařízení**

Ubytovací zařízení Zotavovna Přední Labská se nachází v Krkonošském národním parku, a to konkrétně mezi Špindlerovým Mlýnem a Vrchlabím. Toto rekreační zařízení v minulosti sloužilo pro zaměstnance Vězeňské služby a Ministerstva spravedlnosti, a i nadále je státní příspěvkovou organizací.

V současné době jsou služby zotavovny velice rozsáhlé a přístupné i pro širokou veřejnost. Jsou zde nabízeny služby ubytovací, relaxační, dále pak služby stravovací a konferenční pro pořádání příležitostných akcí (školení, prezentace).

### **Ubytování**

Zotavovna Přední Labská svým vybavením odpovídá tříhvězdičkovému hotelu. Nabízí ubytování ve dvou až čtyřlůžkových pokojích. Celková kapacita je 116 lůžek ve 45 pokojích. Pro hosty je zde vyhrazeno parkoviště, viz příloha I, obrázek 10.

Zotavovna je rozdělena na dvě budovy, a to budovu "A" a "B". V budově "A", která je hlavní budovou, se nachází dvoulůžkové pokoje s možností dvou přistýlek (příloha I, obrázek 1). Dále se zde nacházejí pokoje rodinné (příloha I, obrázek 2 a 3) a apartmá. Pokoje v hlavní budově mají terasu nebo balkon. V budově "B", která je vzdálena od hlavní budovy asi 20 metrů, se nachází pokoje 2 - 4 lůžkové s přistýlkami (příloha I, obrázek 6). Každý pokoj obsahuje vlastní sociální zařízení, chladicí box, nebo lednici. Všechny pokoje jsou nekuřácké a výhodou je, že v nabídce nechybí ani protialergické pokoje. Velkým pozitivem je možnost pobytu s domácími mazlíčky, pro které je vyhrazený prostor jak na budově "A" tak i na budově "B".

### **Stravování**

Co se týká stravovacích služeb, tak zotavovna nabízí možnost plné penze, polopenze, nebo pouze snídaně. K výdeji jídel slouží jídelna s kapacitou 120 osob, kterou si lze prohlédnout v příloze I, obrázek 7, jež může být využita k pořádání různých oslav či firemních večírků. Hosté si mohou vybrat snídani z nabídky deseti druhů jídel. Pro oběd a večeři zde existuje možnost výběru ze tří až čtyř druhů jídel. Během této doby je zde možnost minutkového jídelního lístku, který zahrnuje: zeleninové saláty, obložené mísy, grilovaná masa a poháry.

Návštěvníci, kteří mají plnou penzi a z rozličných důvodů nestíhají oběd, si ho mohou zvolit ve formě balíčku.

Dále je k dispozici denní snack bar (příloha I, obrázek 8) a zahradní altán bar. Zde je široký výběr nealkoholických i alkoholických nápojů včetně točeného piva, zmrzlinových pohárů a dezertů. Výjimečně pořádá zotavovna u bazénu odpoledne s míchanými koktejly a gril párty v zahradním altánu.

### **Školící místnost**

Jak již bylo zmíněno, zotavovna poskytuje akce služebního a pracovního charakteru, pro které je potřeba specifické zázemí. Konferenční místnost má kapacitu až pro 90 osob (viz příloha I, obrázek 9). Mohou se zde pořádat školení, konference, firemní večírky, různé oslavy či svatby. Technické vybavení, které konferenční místnost nabízí, zahrnuje ozvučení, řečnický pult, dataprojektor, wi-fi připojení, TV, DVD a flip-chart (přenosná prezentační papírová tabule). Dále, dle dohody, coffee break a občerstvení.

### **Relax, sport a zábava**

V rámci relaxačních pobytů jsou zde nabízeny rozsáhlé wellness služby, jako jsou například whirlpool (příloha I, obrázek 11), sauna (viz příloha I, obrázek 13), solárium (příloha I, obrázek 14), relaxační místnost a masáže. Co se sportovního vyžití a zábavy týká, tak zotavovna poskytuje venkovní vyhřívaný bazén a jedno dětské brouzdaliště (viz příloha I, obrázek 17). Dále je zde k dispozici stolní tenis, posilovna (příloha I, obrázek 12), venkovní hřiště s umělým povrchem (příloha I, obrázek 15), minigolf (příloha I, obrázek 16), dětské hřiště, dětský koutek (příloha I, obrázek 18) a v neposlední řadě také přírodní ohniště.

## **7 Marketingový výzkum**

K realizaci marketingového výzkumu bylo využito dotazníkového šetření, které probíhalo v měsících červenci a srpnu roku 2016 přímo v prostorách zkoumaného ubytovacího zařízení. Počet respondentů, kteří byli ochotni se účastnit, dosáhl čísla 126. Díky tomu byl získán dostatečný počet odpovědí, což posloužilo jako adekvátní základ pro vyhodnocení úrovně poskytovaných služeb.

Cílem tohoto marketingového výzkumu bylo analyzovat spokojenost klientů s poskytovanými službami, jejich kvalitou a zjistit případné nedostatky. Na základě výše zmíněného výzkumu byl vypracován návrh na zlepšení, zefektivnění jednotlivých služeb a zvýšení konkurenceschopnosti. Realizace představených návrhů by mohla do budoucna přinést zvýšení kvality a konkurenceschopnosti vybraného ubytovacího zařízení.

### **7.1 Vyhodnocení výsledků**

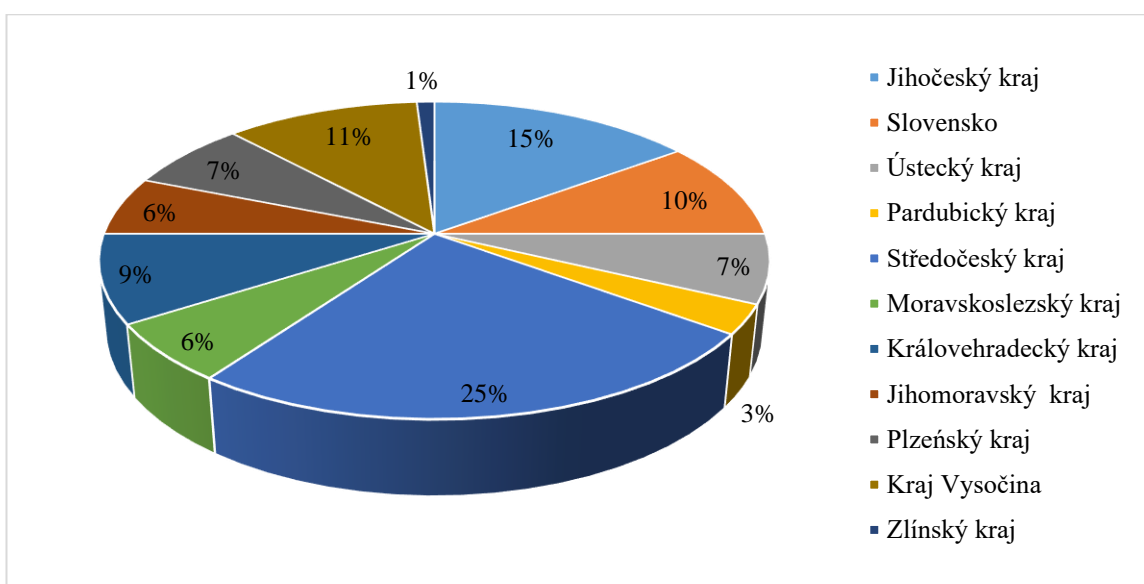
Vyhodnocení jednotlivých otázek dotazníkového šetření je ve většině případů znázorněno koláčovými grafy. Zbylé tři otázky, konkrétně otázky 20, 22, 25, které byly vzhledem k hodnocení složitější, jsou znázorněny tabulkami.

Následující odstavce se pak konkrétněji věnují jednotlivým částem dotazníků, kde je blíže specifikován jejich význam.

### Otázka 1: Odkud jste?

Majoritní podíl tvoří návštěvníci ze Středočeského kraje, celou jednu čtvrtinu. Tento fakt není až tak překvapivý, jelikož Středočeský kraj společně s Prahou má vysoký počet obyvatel, odlišné ekonomické možnosti a příznivou vzdálenost od zkoumaného ubytovacího zařízení. Druhou největší skupinou, rovných 15 %, představují turisté z Jihočeského kraje a třetí větší skupinu tvoří Kraj Vysočina s 11 %. Tyto hodnoty jsou zajímavé, avšak mohou být zkresleny statistickou odchylkou, jelikož rozložení návštěvníků z různých krajů je víceméně rovnoměrné.

**Graf 1: Demografické rozložení respondentů <sup>89</sup>**

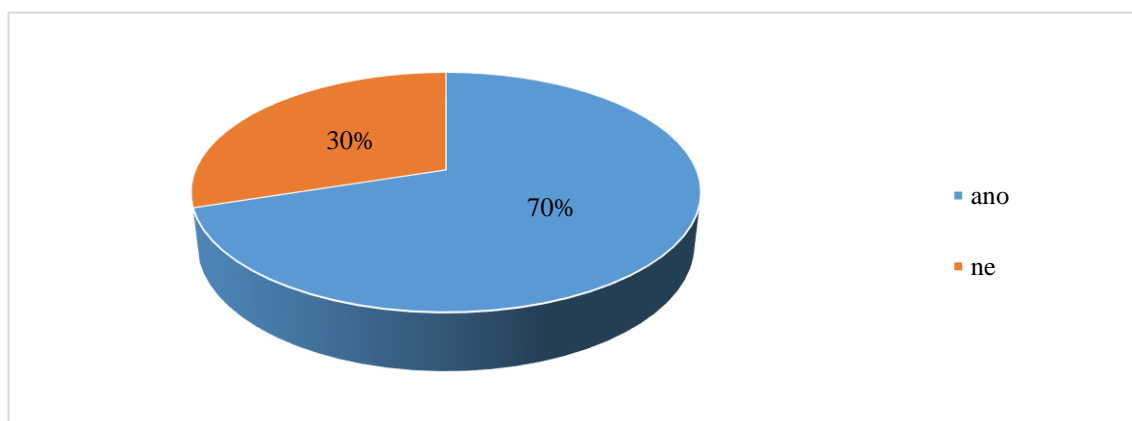


<sup>89</sup> Vlastní výzkum.

## Otázka 2: Byla návštěva v zotavovně Vaší první návštěvou?

Pro většinu respondentů (70 %) byla návštěva zotavovny jejich první, nicméně zbylých 30 % již zotavovnu někdy v minulosti navštívilo. Díky těmto výsledkům mohou být zbylé odpovědi mnohem relevantnější, jelikož lidé, kteří zde byli poprvé, mají objektivnější názor než návštěvníci, kteří zotavovnu navštěvují opakovaně.

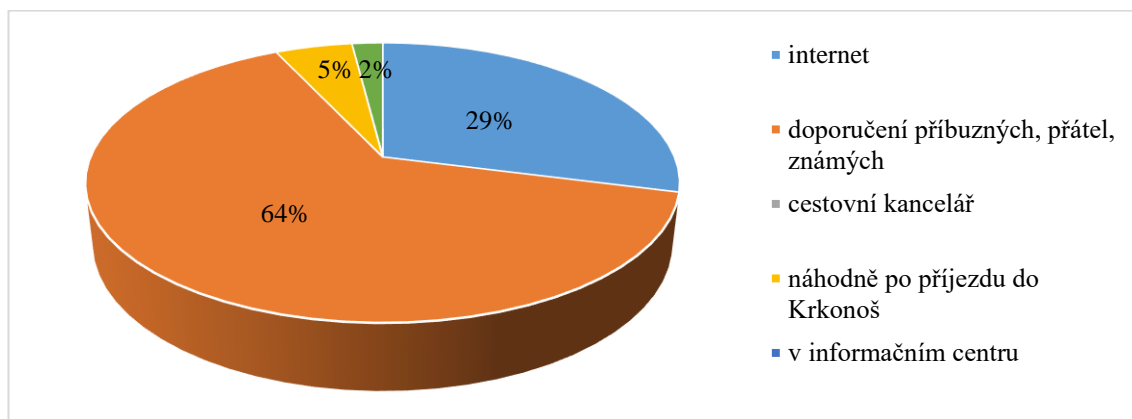
**Graf 2: Návštěvnost zotavovny <sup>90</sup>**



## Otázka 3: Jak jste se dozvěděl/a o Zotavovně Přední Labská?

Více než polovina respondentů, rovných 64 %, se o Zotavovně Přední Labská dozvěděla na doporučení příbuzných, přátel nebo známých. Druhou největší skupinou (29 %) jsou návštěvníci, jež se o zotavovně dozvěděli pomocí internetu. Poslední dvě skupiny tvoří respondenti, kteří se dozvěděli o zotavovně náhodně po příjezdu do Krkonoš, nebo z propagačních materiálů. Nikdo z dotazovaných se však o zotavovně nedozvěděl od cestovní kanceláře, případně z informačního centra.

**Graf 3: Informovanost o Zotavovně Přední Labská <sup>91</sup>**



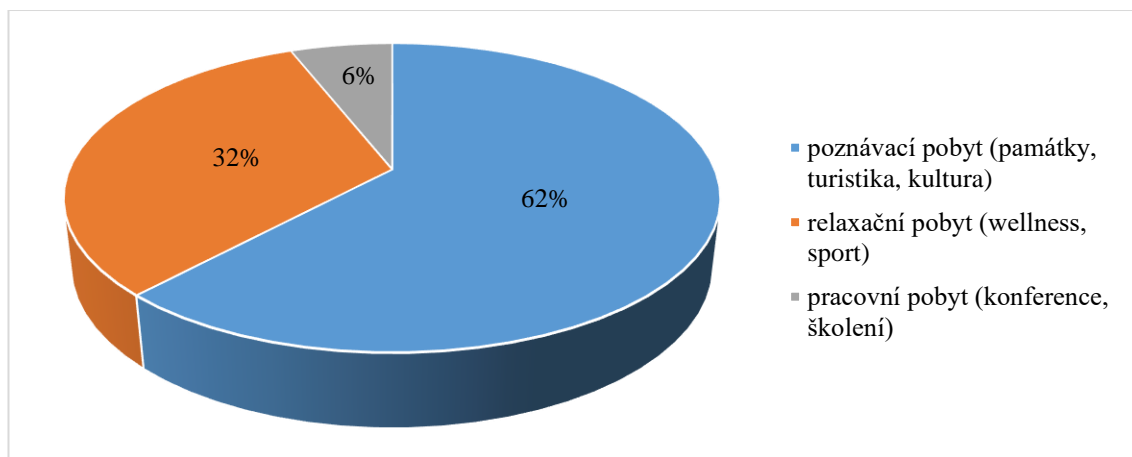
<sup>90</sup> Vlastní výzkum.

<sup>91</sup> Vlastní výzkum.

#### Otázka 4: Za jakým účelem jste k nám přijel/a?

Většina respondentů přijela v rámci poznávacího pobytu, pod čímž si lze představit návštěvu památek, turistiku, kulturu a mnohé další. 32 % návštěvníků přijelo za odpočinkem, který zahrnoval wellness služby, různé sporty a jiné. Zotavovna Přední Labská nabízí i kongresové služby, které během zkoumaného období využilo pouze 6 % dotazovaných.

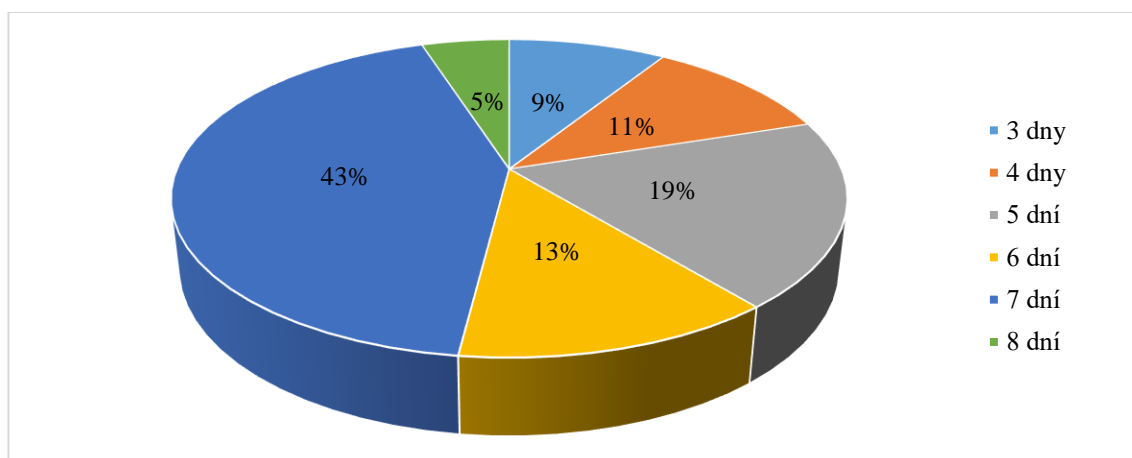
Graf 4: Důvod návštěvy <sup>92</sup>



#### Otázka 5: Na kolik dní jste k nám přijel/a?

Nejvíce návštěvníků přijelo na celý týden, a to celých 43 %. 19 % respondentů uvedlo, že délka jejich pobytu činila 5 dní. Velice obdobné výsledky uvedli lidé, kteří přijeli na 4, nebo 6 dní. Na 3 dny, respektive na prodloužený víkend, přijelo 9 % dotazovaných. Nejmenší podíl tvoří 5 % účastníků s délkou pobytu 8 dní.

Graf 5: Délka pobytu <sup>93</sup>



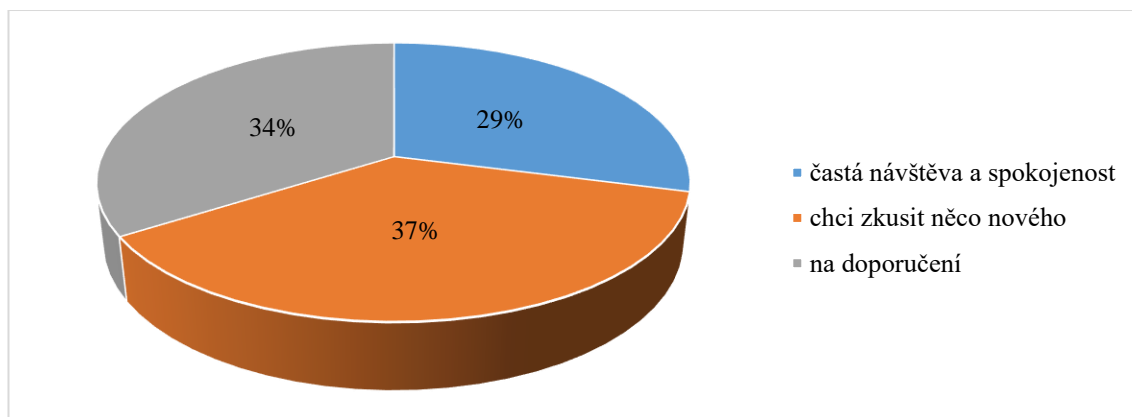
<sup>92</sup> Vlastní výzkum.

<sup>93</sup> Vlastní výzkum.

### Otázka 6: Proč jste si vybral/a naši Zotavovnu Přední Labská?

Nejčastějším důvodem (37 %) pro výběr Zotavovny Přední Labská, byla touha zkusit něco nového. Druhým nejčastějším důvodem (34 %) výběru zotavovny bylo na doporučení. Téměř 30 % si zotavovnu vybralo díky časté návštěvě a spokojenosti. Tento údaj koresponduje s otázkou 2 a ukazuje, že lidé, kteří se vracejí, jsou s návštěvou velice spokojeni.

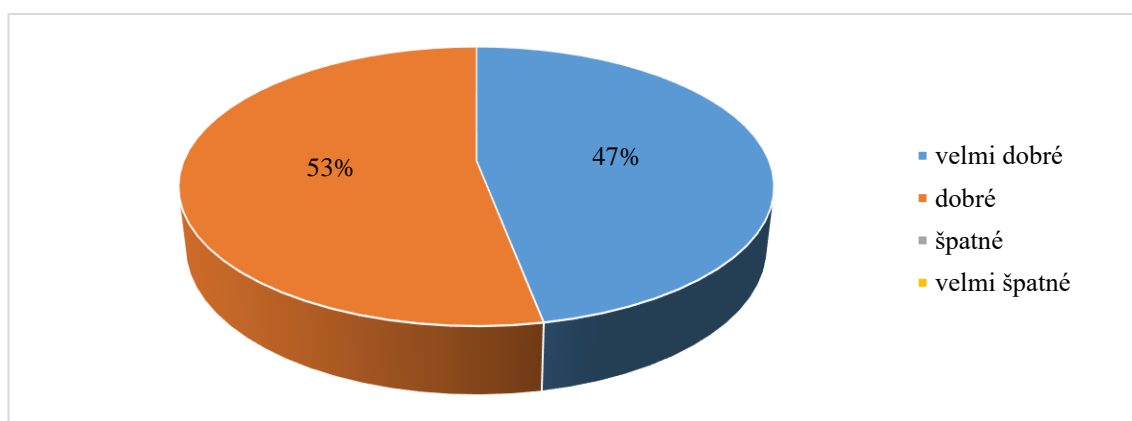
Graf 6: Výběr zotavovny <sup>94</sup>



### Otázka 7: Jak byste ohodnotil/a zařízení pokoje a jeho vybavení?

V první řadě je důležité uvést, že žádný z respondentů nehodnotil zařízení pokoje nikterak negativně. Díky tomu podíl hodnocení mezi dobré a velmi dobré je téměř totožný, kolem 50 %. Z těchto údajů vyplývá, že návštěvníci jsou spokojeni se zařízením a vybavením pokojů.

Graf 7: Spokojenost s vybavením pokoje <sup>95</sup>



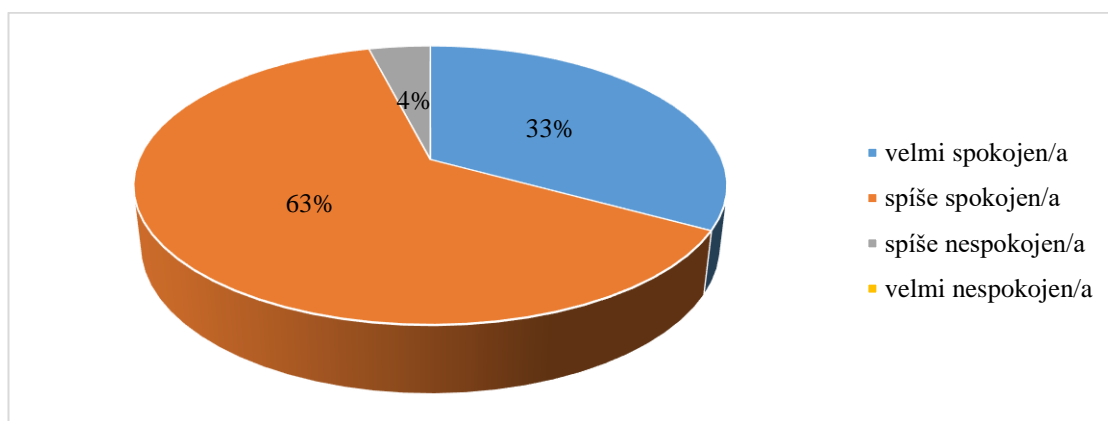
<sup>94</sup> Vlastní výzkum.

<sup>95</sup> Vlastní výzkum.

### Otázka 8: Jak jste spokojen/a s kvalitou pokojového servisu?

Téměř dvě třetiny dotázaných byly s kvalitou pokojového servisu spíše spokojeny. Zatímco 33 % respondentů si na kvalitu pokojového servisu nestěžovalo. Avšak zbylá 4 % byla mírně nespokojena. Tato nespokojenost pramenila především z nedostatečné čistoty pokojů a nízké frekvence pokojového servisu.

**Graf 8: Kvalita pokojového servisu <sup>96</sup>**



### Otázka 9: Využil/a jste možnost stravování?

Všichni návštěvníci, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření, uvedli, že využili možnosti stravovacích služeb, které zotavovna poskytuje. V následující otázce 10 je podrobněji rozebráno, které konkrétní stravovací formy byly využity a v jaké míře.

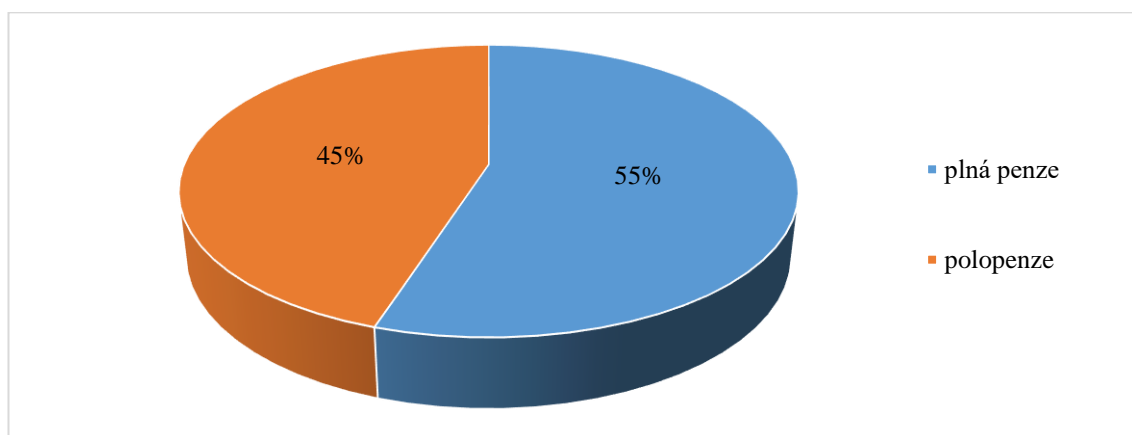
### Otázka 10: Pokud jste možnost stravování využila/a, o jakou formu se jednalo?

Více než polovina respondentů využila možnost stravování formou plné penze, což zahrnuje snídani, oběd, večeři. Zbýlých 45 % využilo možnost polopenze (snídaně, večeře). Lidé, kteří volili polopenzi, tak ve většině případů přijeli pravděpodobně za poznáváním, díky čemuž nemuseli být časově omezeni dobou oběda. Avšak návštěvníci, kteří využili formu stravování v podobě plné penze, nemuseli být ve výsledku ochuzeni o oběd, jelikož zotavovna nabízí možnost přípravy oběda ve formě balíčků na cestu.

<sup>96</sup> Vlastní výzkum.



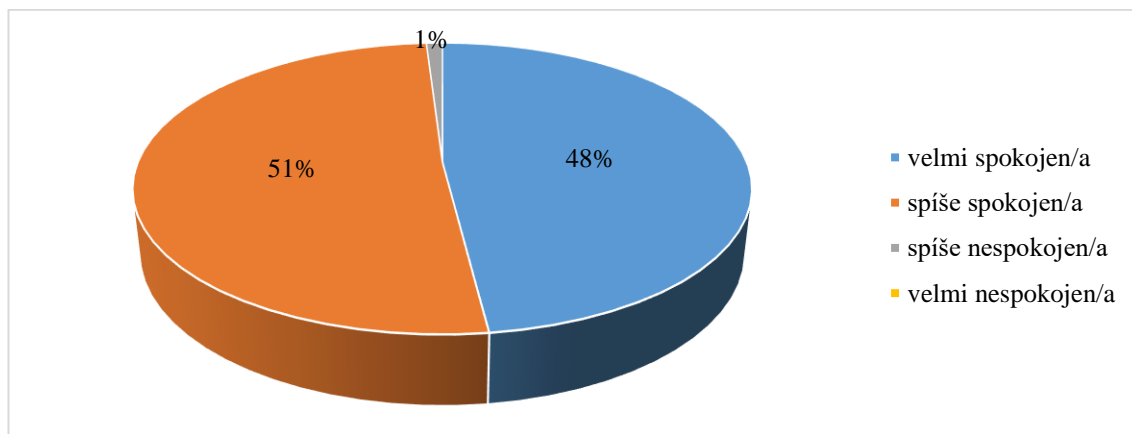
**Graf 9: Forma stravování <sup>97</sup>**



**Otázka 11: Jak jste spokojen/a se stravovacími službami a jejich doplňkovým prodejem?**

Z výsledků lze vyčíst, že lidé jsou v drtivé většině případů velmi spokojeni, či spíše spokojeni s nabízenými stravovacími službami a jejich doplňkovým prodejem. Pouhé 1 % dotázaných uvedlo, že jsou s nabídkou těchto služeb spíše nespokojeni. Tato velice nízká nespokojenost je dle výsledků z otázky 22 spojena s nabídkou alkoholických nápojů. Jedná se zde však o nepatrné množství dotázaných se specifickými požadavky.

**Graf 10: Spokojenost se stravovacími službami <sup>98</sup>**



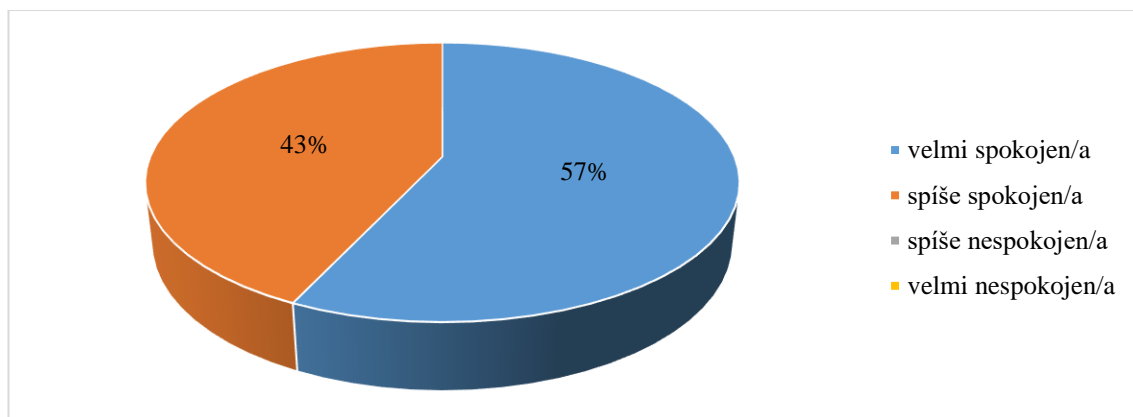
<sup>97</sup> Vlastní výzkum.

<sup>98</sup> Vlastní výzkum.

**Otázka 12: Jestliže jste na služební cestě, ohodnoťte spokojenost s kongresovými službami (vybavení, školicí místnosti, technické zázemí, ochota personálu, čistota prostředí, kapacita prostor atd.)**

Po dobu výzkumu byly kongresové služby využity pouze několika jedinci. Z toho jich bylo 57 % velmi spokojeno s nabídkou a kvalitou výše zmíněných služeb. Zbývajících 43 % pak s těmito službami bylo spíše spokojeno.

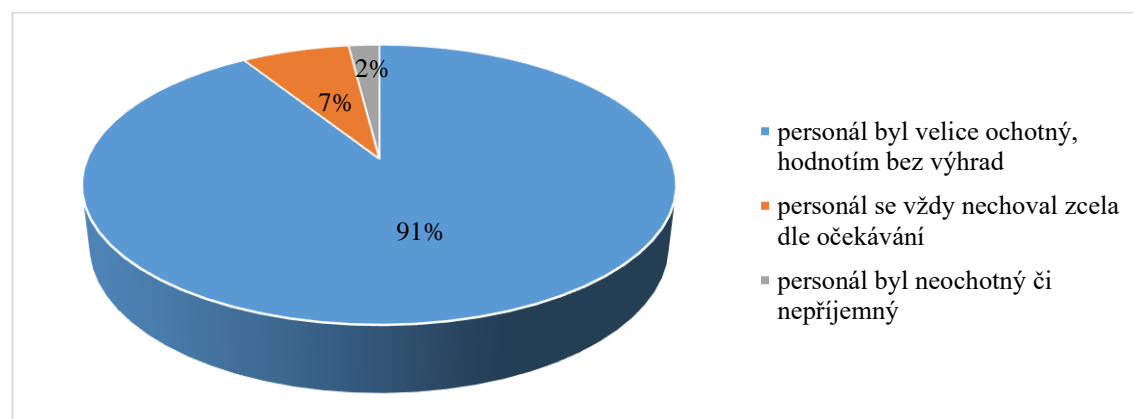
**Graf 11: Spokojenost s kongresovými službami <sup>99</sup>**



**Otázka 13: Jak byste ohodnotil/a přístup personálu?**

91 % všech dotázaných hodnotí personál bez výhrad a bylo s ním velice spokojeno. Avšak našly se i výjimečné situace, přičemž 7 % respondentů narazilo na situaci, kdy se personál vždy nechoval zcela dle očekávání. Ojedinele se návštěvníci setkali s případy (2 %), kdy byl personál neochotný či nepříjemný. Tyto výtky směřovaly pouze na stranu recepce a je tak velice pravděpodobné, že se jednalo pouze o jednu konkrétní směnu.

**Graf 12: Přístup personálu <sup>100</sup>**



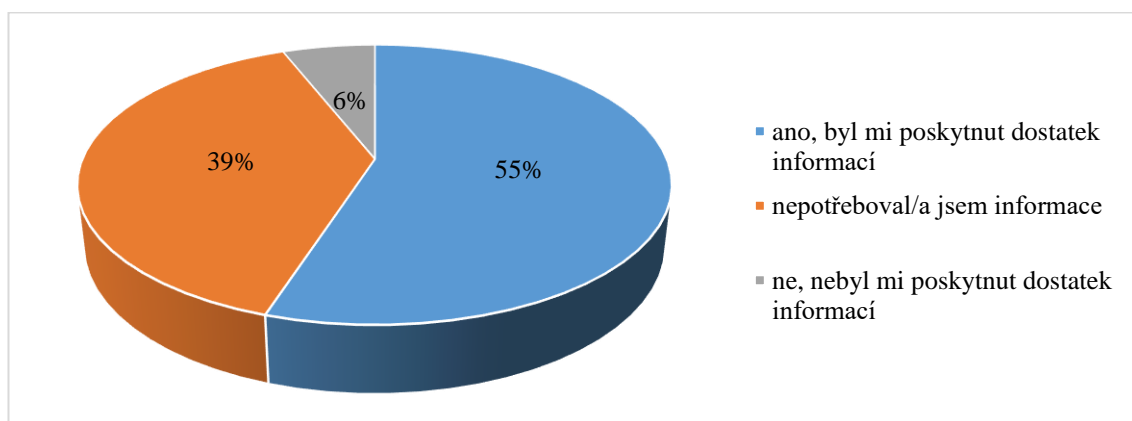
<sup>99</sup> Vlastní výzkum.

<sup>100</sup> Vlastní výzkum.

#### Otázka 14: Byl Vám poskytnut dostatek informací o možnostech turistického či sportovního vyžití?

55 % dotázaných uvedlo, že jim byl poskytnut dostatek těchto informací. Našli se i tací, kteří informace nepotřebovali (39 %). Tento údaj opět víceméně koresponduje s počtem lidí, kteří se sem opakovaně vrací a informace díky tomu tolik nepotřebují. Poslední skupinu tvoří lidé, kteří si myslí, že dostatek informací jim nebyl poskytnut. Pokud budeme vycházet z předchozí otázky, tak lze předpokládat, že nedostatek informací byl poskytnut právě díky problematické směně na recepci.

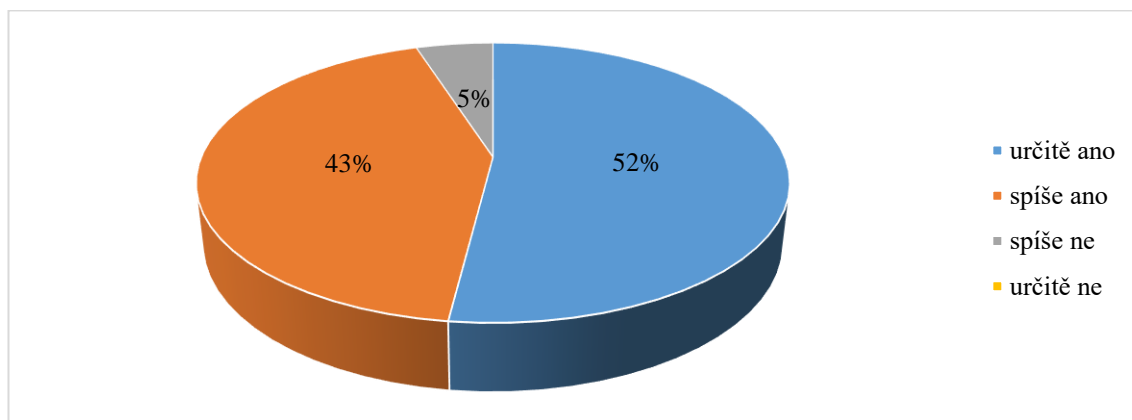
**Graf 13: Poskytování dostatku informací** <sup>101</sup>



#### Otázka 15: Je podle Vás dostatečně zajištěno kulturní a sportovní vyžití?

Více než polovina respondentů odpověděla, že je kulturní a sportovní vyžití zajištěno v plné míře. Dalších 43 % respondentů však uvedlo, že výše zmiňované vyžití není dle jejich názoru zcela adekvátně zajištěno. Pouhých 5 % dotazovaných si myslí, že kulturní a sportovní vyžití není dostatečně zajištěno.

**Graf 14: Zajištění kulturního a sportovního vyžití** <sup>102</sup>



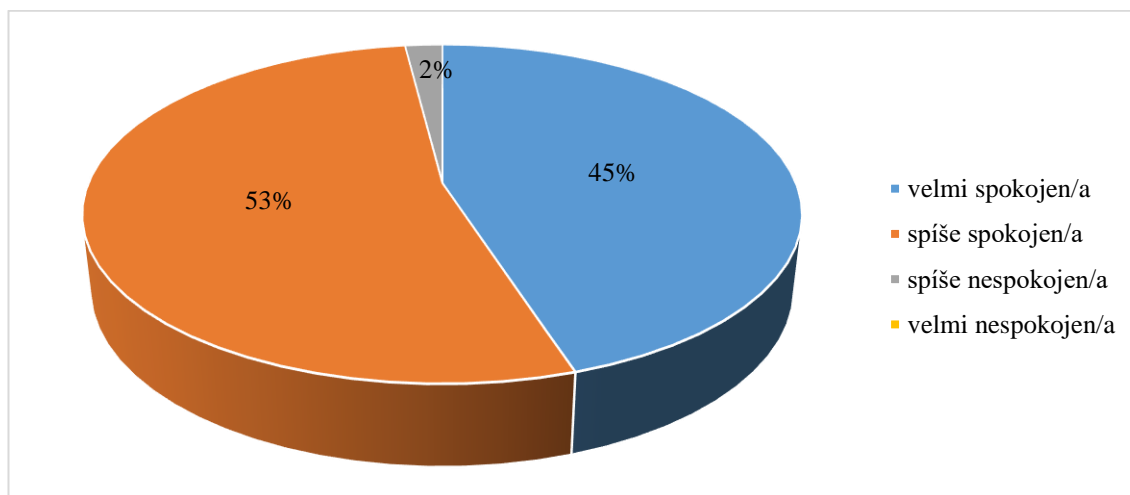
<sup>101</sup> Vlastní výzkum.

<sup>102</sup> Vlastní výzkum.

**Otázka 16: Jak jste spokojen/a s vybavením zotavovny (jídlna, společné prostory atd.)?**

Téměř všichni dotazovaní byli s vybavením zotavovny spíše spokojeni (53 %), případně velmi spokojeni (45 %). V ojedinělých případech respondenti uvedli, že s vybavením zotavovny byli spíše nespokojeni. Tyto případy tvoří zbylá 2 %.

**Graf 15: Spokojenost s vybavením zotavovny<sup>103</sup>**



**Otázka 17: Vyhovují Vám nabízené služby?**

Naprostá většina respondentů (98 %) uvedla, že veškeré služby, které zotavovna nabízí, jsou zcela vyhovující. Pouhá 2 % ze vzorku dotázaných uvedla, že poskytované služby nevyhovovaly. V následující otázce 18 je dále uvedeno, které další služby by návštěvníci uvítali, a které by jim mohly přinést větší užitek.

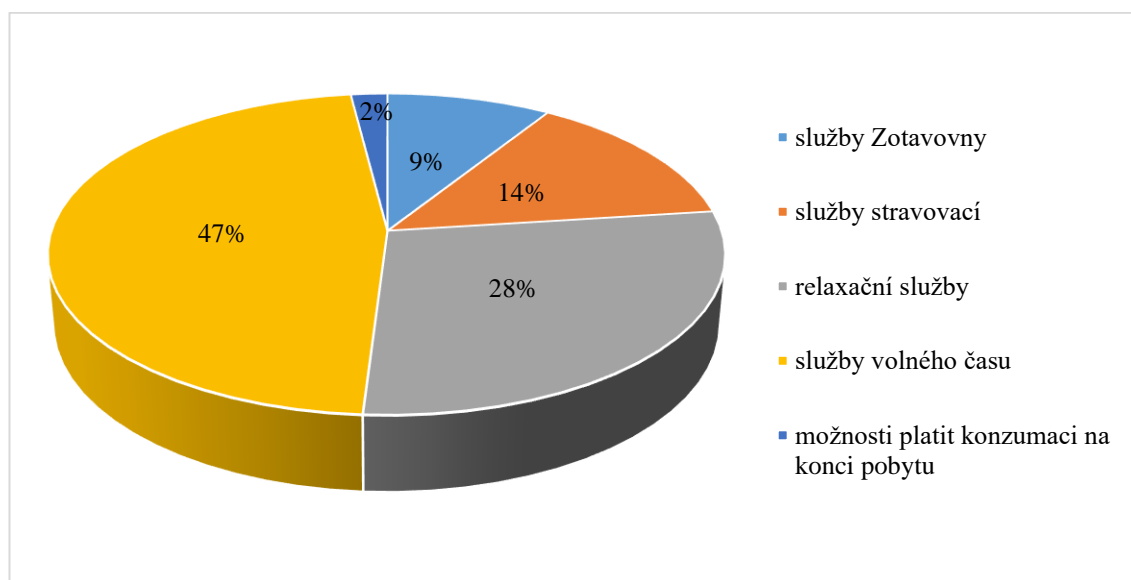
**Otázka 18: Ocenil/a byste některé služby navíc? Pokud ano, uveďte prosím které.**

Z celkového počtu dotázaných uvedlo 66 % návštěvníků, že by neocenili žádné služby navíc a zbývajících 34 % uvedlo, že by některé služby navíc uvítali. Tyto služby, byly rozděleny do pěti kategorií a následující graf se zabývá jejich přiblížením. Téměř polovina respondentů by uvítala více služeb spojených s trávením volného času. Jednotliví návštěvníci uvedli tyto konkrétní příklady: wi-fi, sportovní služby, doplnění hraček a zlepšení osvětlení dětského koutku nebo venkovní obří šachy. 28 % dotázaných by ocenilo více služeb spojených s relaxací a to konkrétně: wellness otevřen po celou dobu, bazén (lepší ohřev, krytý, celoroční provoz, rekonstrukce), masáže a jóga.

<sup>103</sup> Vlastní výzkum.

Další kategorií (14 %) tvoří služby stravovací, kde by si návštěvníci přáli tyto služby navíc: snídaně formou švédských stolů, obsluha na baru, noční bar, grilování, opékání buřtů. Předposlední kategorií jsou služby zotavovny, jež tvoří 9 % odpovědí. Spadají tam: společenské večery, výlety a akce pořádané zotavovnou. Posledním přáním, které tvoří 2 %, je možnost platit konzumaci až na konci pobytu.

**Graf 16: Služby navíc** <sup>104</sup>



### Otázka 19: Odpovídá cena kvalitě služeb?

Všichni z dotázaných uvedli, že cena za pobyt, který absolvovali, odpovídá kvalitě služeb. Tento fakt je pro zotavovnu velkým pozitivem. Avšak jeden z dotázaných v závěrečné části dotazníku uvedl, že ačkoliv zaškrtl, že cena odpovídá kvalitě, tak i přesto by mohla být cena nižší. Poměr cena/kvalita je tudíž na velice výhodné úrovni, která uspokojuje jak zákazníky, tak provozovatele zotavovny.

<sup>104</sup> Vlastní výzkum.

**Otázka 20: Seřad'te následující aspekty zotavovny podle toho, jak jsou pro Vás důležité při pobytu (jedinečné pořadí, co aspekt to jiná hodnota; Ohodnot'te body 1-12, kdy 1 = nejdůležitější a 12 = nejméně důležité). Tyto aspekty ohodnot'te na stupnici od 1 do 5 (jako ve škole – tzn. 1 = nejlepší známka, 5 = nejhorší známka).**

K vyhodnocení této otázky bylo použito odlišných způsobů výpočtu než v ostatních otázkách. V první řadě bylo potřeba vyhodnotit, které aspekty byly pro návštěvníky nejdůležitější, a které pro změnu méně podstatné. Ze všech 126 odpovědí byl u každého z aspektů vypočítán vážený aritmetický průměr, díky kterému bylo možno dospět k průměrnému pořadí důležitosti jednotlivých aspektů. Čím nižší hodnota vyšla, tím byl aspekt důležitější. Následně bylo sestaveno pořadí důležitostí jednotlivých aspektů, jež znázorňuje, které aspekty jsou důležité (zvýrazněné zeleně), a které pro změnu méně (zvýrazněné červeně). Poté bylo nutno zpracovat samotné hodnocení jednotlivých aspektů. Stejně jako v předchozím případě i zde bylo dosaženo průměrné známce. Čím nižší průměrná známka byla, tím lépe byl aspekt hodnocen. Opět bylo nutno vytvořit pořadí hodnocení jednotlivých aspektů, jež nám ukázalo, které aspekty byly hodnoceny lépe (zeleně zvýrazněny), a které hůře (zvýrazněny červeně).

Porovnáním sloupců pořadí důležitosti a pořadí známek bylo dosaženo k výsledkům uvedeným níže. V tomto porovnání se vychází z rozdílu hodnot pořadí důležitosti a pořadí známek. Čím větší je rozdíl hodnot, tím je nutno se na tento aspekt blíže zaměřit. Pokud je hodnota ve sloupci pořadí důležitosti výrazně nižší než v pořadí známek, jedná se o problém a výrazný nedostatek. Jestliže je však hodnota ve sloupci pořadí známek nižší než v pořadí důležitosti, tak to znamená, že samotný aspekt je hodnocen pozitivně, avšak pro návštěvníky není příliš podstatný. Samotná tabulka, jež jednotliví respondenti vyplňovali, je k nahlédnutí v příloze II.

Nejdůležitějším faktorem byla čistota pokoje, která však nedosáhla příliš dobrého hodnocení. Tento fakt je dále popisován v závěru práce. Naopak stravovací služby, které byly označeny jako druhé nejdůležitější, získaly nejlepší hodnocení ze všech. Dalším zajímavým výsledkem je hodnota porovnání známky a důležitosti u zařízení pokoje. Obdobná situace nastala v případě možnosti kulturního vyžití v okolí zotavovny, čemuž je věnována část závěru. Naopak v případech možnosti sportovního vyžití uvnitř a vně zotavovny, stejně tak u aspektu klidného prostředí a okolí zotavovny, bylo dosaženo k výsledkům, jež ukazují menší důležitost, zatímco obdržely lepší výslednou známku.

Doplňkové služby byly jedny z těch nejméně podstatných a zároveň obdržely horší průměrnou známku, stejně tak jako parkovací možnosti. Na posledním místě se umístily služby spojené s možností zábavy pro děti, které byly hodnoceny jako nejméně důležité a zároveň obdržely nejhorší hodnocení. Výsledkům u kongresových služeb nemůže být přikládán velký význam, jelikož ve více jak 90 % případů zůstalo toto pole nevyplněno a to ze zcela logických důvodů nevyužití těchto služeb běžnými návštěvníky. Avšak z dostupných odpovědí bylo možno vyčíst velice pozitivní hodnocení těchto služeb.

**Tabulka 1: Pořadí a hodnocení jednotlivých aspektů <sup>105</sup>**

Aspekty	Průměrná důležitost	Pořadí důležitosti	Pořadí známek	Průměrná známka
Přístup personálu	4,4	3	3	1,45238
Zařízení pokojů	4,4	4	6	1,72222
Čistota pokojů	3,1	1	7	1,76984
Stravovací služby	4,3	2	1	1,35714
Doplňkové služby	8,0	9	10	1,99206
Možnost kulturního vyžití v okolí zotavovny	5,9	5	8	1,84921
Možnost sportovního vyžití v a vně zotavovny	6,3	6	4	1,56349
Okolí zotavovny	6,6	8	2	1,40476
Parkovací možnosti	8,2	10	9	1,85714
Kongresové služby	11,5	12	12	1,37500
Klidné prostředí	6,5	7	5	1,57143
Možnost zábavy pro děti	8,9	11	11	2,00000

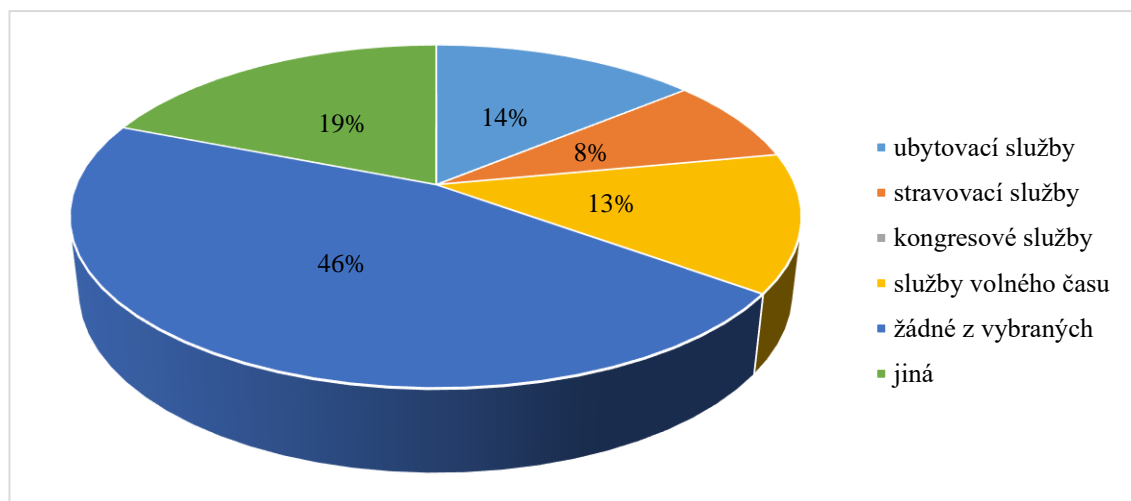
<sup>105</sup> Vlastní výzkum.

Specifické zabarvení jednotlivých buněk v tabulce má důležitý význam. Zelené hodnoty značí vysokou důležitost a dobré hodnocení. Naopak červené hodnoty ukazují nízkou důležitost a špatné hodnocení. Zbylé barvy v tabulce jsou brány jako neutrální.

### Otázka 21: Co byste zlepšil/a na zotavovně? (Můžete zvolit více možností).

Největší skupina dotázaných (46 %) uvedla, že by nebylo potřeba žádného zlepšení. Nicméně celých 19 % respondentů mělo různé nápady, jež spadají do uvedených kategorií, avšak byly vypsány pod možností odpovědi „jiná“. Jedná se například o: vybavení pokoje (matrace, výměna koberců); dětský koutek (větší, lepší hračky, osvětlení); výměna personálu na recepci; wi-fi (rychlost, silnější signál); bazén (vyšší teplota, lepší ohřev, krytý); rychlejší obsluha na baru, pití k večeři, prodloužit výdej večeře, volba přílohy, výběr ze tří jídel a parkování. Dalších 14 % dotázaných by si přálo zlepšit ubytovací služby. Předposlední část respondentů a to 13 % by ocenila zlepšení v oblasti služeb volného času. Poslední kategorií čítající 8 % odpovědí tvoří stravovací služby.

**Graf 17: Zlepšení služeb zotavovny <sup>106</sup>**



### Otázka 22: K čemu máte největší výhrady?

Vzhledem ke specifické povaze získaných odpovědí by vyhodnocení této otázky ve formě grafu bylo velice nepřehledné, a tudíž bylo přistoupeno k vyhodnocení formou přehledné tabulky. Jelikož někteří respondenti uvedli více než jednu odpověď, tak celkový počet odpovědí je vyšší než počet dotazovaných. Většina respondentů (47 %) uvedla, že byli se vším spokojeni, a tak hodnotí vše bez výhrad. Nejčastějším problémem bylo nedostatečné pokrytí a rychlost wi-fi připojení. K této problematice mělo výhrady rovných 13 % návštěvníků. Toto téma je blíže rozebráno v závěru práce.

Další výhrady (8 %) směřovaly k neukázněným dětem, které narušovaly klidné prostředí zotavovny. Tento problém není však na straně zotavovny, avšak na

<sup>106</sup> Vlastní výzkum.



zodpovědnosti rodičů. I přesto, jak pozitivně byly hodnoceny stravovací služby, tak se našli i tací (6 %), kteří k nim měli určité výhrady, jako například: vysoká cena za snídani, nedostatečná nabídka stravovacích služeb ve večerních hodinách, servírované snídani, zrušení společného opékání buřtů, výběr a kvalita nabízených vín a točeného piva. Další 6 % z dotázaných uvedlo, že by ocenilo lépe vyhřívání, případně krytý bazén. Obdobný počet respondentů (5 %) měl výhrady ke vzdálenému a nezastřešenému parkovišti. Stejně množství dotázaných si zároveň stěžovalo na vybavení pokoje, konkrétně na hlučnou a malou chladničku, nekvalitní matrace, čistotu při nástupu, vrzající schody či absenci úklidových prostředků.

Výtky směřovaly i na stranu recepce a to konkrétně také v 5 % odpovědí. Nejčastěji se jednalo o problémy s chováním recepčních, jejich neochotou a pocitem, že je návštěvníci neustále obtěžují svými dotazy, na které zaměstnanci neznají odpovědi. Poslední výhrady pak návštěvníci měli k vybavení dětského koutku, zrušení akcí od zotavovny, ceně ubytování a nedostatečnému vnitřnímu prostoru pro kuřáky.

**Tabulka 2: Výhrady** <sup>107</sup>

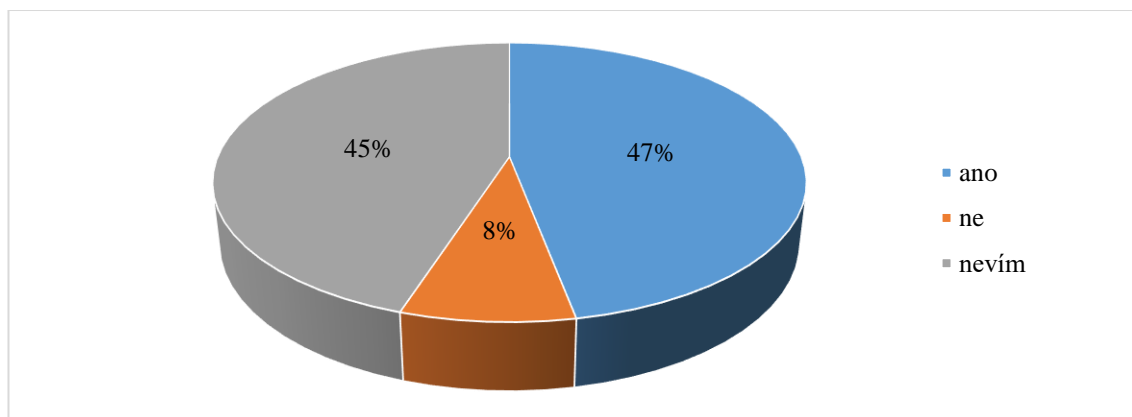
Výhrady	Počet odpovědí	Procenta
Bez výhrad	62	47
Wi-fi	17	13
K volnému nekontrolovanému běhání dětí po zotavovně a nezájem rodičů, kde jsou a co dělají (neukázněné, bez dozoru, hlučné)	10	8
Strava (vysoká cena za snídani, málo stravování večer, servírované snídani, opékání buřtů, výběr a kvalita vín, pivo)	9	6
Bazén (studený, krytý)	8	6
Parkoviště (není kryté, je vzdálené)	7	5
Vybavení pokoje (hlučná a malá chladnička, matrace, čistota při nástupu, vrzající schody, absence úklidových prostředků)	7	5
Recepce (chování recepční, neochota, neustále je obtěžujeme, nemají dostatek informací)	6	5
Vybavení dětského koutku	3	2
Akce zotavovny	2	1
Cena by mohla být nižší i dle odpovědi že cena odpovídá	1	1
Málo prostoru pro kuřáky	1	1

<sup>107</sup> Vlastní výzkum.

### Otázka 23: Navštívíte někdy v budoucnu naši Zotavovnu Přední Labská?

Většina dotázaných (47 %) uvedla, že zotavovnu někdy v budoucnu navštíví. Tento údaj je velice pozitivní, jelikož se zotavovnu chystá opakovaně navštívit větší množství lidí, než kteří sem již nyní jezdí opakovaně. 45 % respondentů si však není jisto svou opakovanou návštěvou. Zbýlých 8 % návštěvníků zotavovnu v budoucnu určitě nenavštíví.

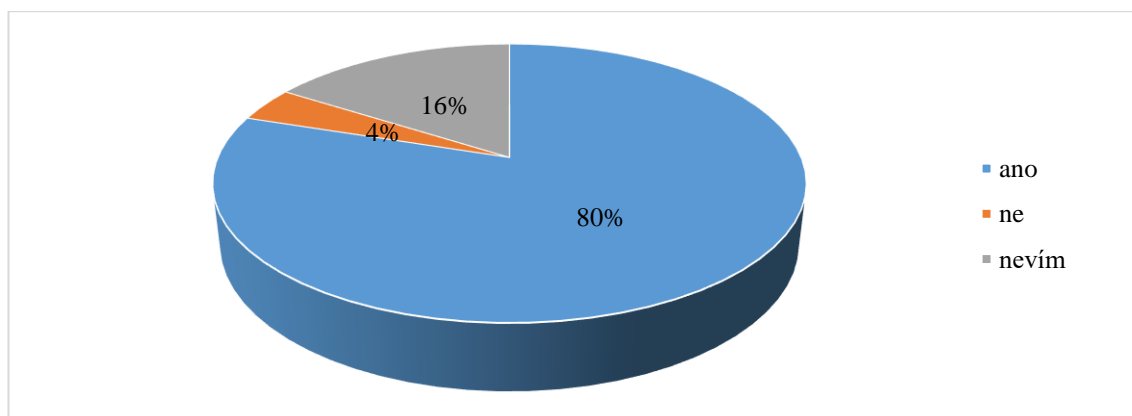
**Graf 18: Rozhodnost návštěvy zotavovny <sup>108</sup>**



### Otázka 24: Doporučil/a byste Zotavovnu Přední Labská svým přátelům či obchodním partnerům?

Přestože si někteří lidé nejsou jisti svou opakovanou návštěvou (viz otázka 23), tak by 80 % všech návštěvníků zotavovnu zcela jistě doporučilo. Avšak 16 % respondentů uvedlo, že si není jisto doporučením zotavovny. Zbylá 4 % dotázaných by Zotavovnu Přední Labská zcela jistě nedoporučila.

**Graf 19: Doporučení zotavovny <sup>109</sup>**



<sup>108</sup> Vlastní výzkum.

<sup>109</sup> Vlastní výzkum.

### Otázka 25: Co se Vám u nás nejvíce líbilo?

Stejně jako v případě otázky 22, tak i zde, díky velkému množství rozdílných odpovědí, bylo vhodné přistoupit k vyhodnocení pomocí tabulky. Jak lze vidět z tabulky, tak největší části respondentů, a to rovným 27 % se líbilo zkrátka vše. Dalších 14 % z dotázaných uvedlo, že bylo nejvíce spokojeno se stravou a s ní spojenými službami. Velké části návštěvníků (12 %) se líbila příroda a okolí zotavovny. Obdobný počet dotázaných (10 %) uvedl, že zde byl klid a hezké prostředí. Stejný počet odpovědí směřoval k wellness službám. Dalším 7 % návštěvníků vyhovovala samotná destinace zotavovny. Možnosti sportovního a kulturního vyžití, stejně tak jako přístup personálu hodnotilo pozitivně shodně 6 % dotázaných.

V mnohých případech byl uváděn milý a ochotný personál v jídelně. Pouhá 4 % návštěvníků uvedla, že se jim ze všeho nejvíce líbilo jejich ubytování. Pro některé zúčastněné byla výhodou možnost vzít s sebou psa. Předposlední kategorií odpovědí (3 %), tvoří možnosti zábavy a vyžití pro děti. Pouze jeden z respondentů uvedl, že byl nejvíce ze všeho spokojen s kongresovými prostory.

**Tabulka 3: Co se Vám u nás nejvíce líbilo.<sup>110</sup>**

Co se Vám u nás nejvíce líbilo?	Počet odpovědí	Procenta
Vše	39	27
Kvalita stravy	20	14
Příroda a okolí	18	12
Klidné a hezké prostředí	15	10
Wellness služby (vířivka, bazén)	15	10
Destinace	10	7
Sportovní a kulturní vyžití	9	6
Přístup personálu	9	6
Ubytování	6	4
Zábava pro děti (dětské hry)	5	3
Kongresové prostory	1	1

<sup>110</sup> Vlastní výzkum.

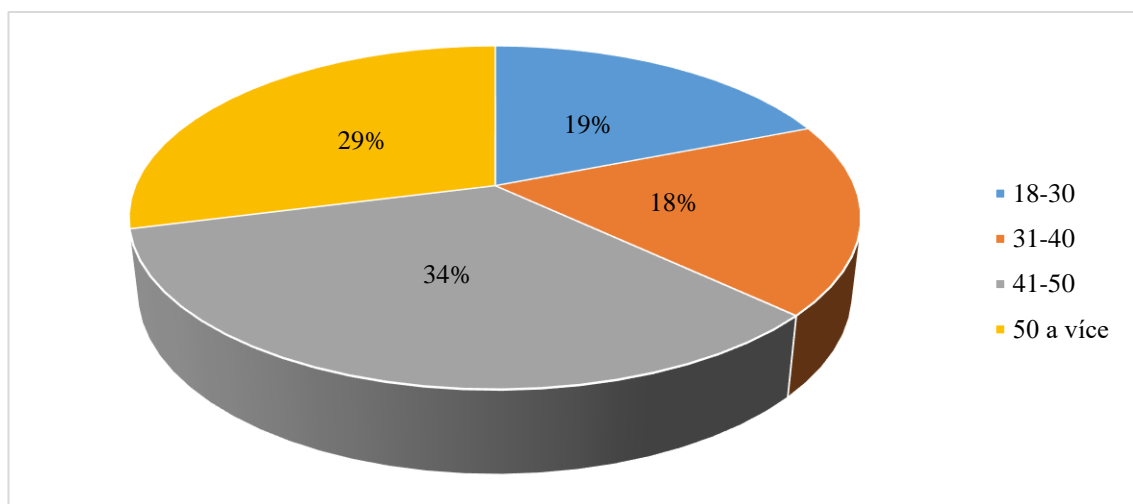
### Otázka 26: Pohlaví:

Co se pohlaví týká tak poměr mezi muži a ženami je téměř vyrovnaný. Ze vzorku dotazovaných bylo ochotno odpovědět 52 % žen. Tento rozdíl není nikterak velký v porovnání s počtem mužů, jež bylo ochotno odpovědět celkem 48 %.

### Otázka 27: Věk:

Největší skupinu (34 %) tvoří návštěvníci ve věku 41-50 let. Další početnou skupinou jsou lidé ve věku 50 a více let, tato skupina čítá rovných 29 %. Velice překvapivé je množství mladých lidí ve věku 18-30 let tvořící 19 % respondentů. Poslední část (18 %) tvoří návštěvníci ve věku 31-40 let.

**Graf 20: Věk** <sup>111</sup>



<sup>111</sup> Vlastní výzkum.

## **Závěr**

Zotavovna Přední Labská se těší veliké popularitě, a jak je z výsledků průzkumu patrné, tak i dobrému hodnocení. Návštěvníci byli adekvátně spokojeni s vybavením pokojů a ve většině případů i s kvalitou pokojového servisu. Nespornou výhodou je možnost využití ubytování v protialergických pokojích.

Z nejlépe hodnocených služeb zotavovny se ukázaly služby stravovací. Těchto služeb využili všichni z dotázaných, a jak lze vyčíst z tabulky 1, tak tyto služby byly označeny jako druhé nejdůležitější a zároveň si odnesly nejlepší hodnocení ze všech. V návaznosti na stravování byl velice obdobně hodnocen i doplňkový prodej těchto služeb.

Ve většině případů si velice pozitivní ohlas získal i přístup samotného personálu zotavovny. Mezi další kladně hodnocené služby patřilo sportovní vyžití, pro které je zde dobré a kvalitní zázemí. Obecně není příliš časté, aby bylo návštěvníkům poskytnuto ubytování včetně jejich domácích mazlíčků. Nicméně Zotavovna Přední Labská tuto možnost nabízí a samotní návštěvníci tuto možnost oceňují.

Za velice pozitivní lze označit množství návštěvníků, kteří by doporučili zotavovnu svým přátelům, známým či kolegům. V neposlední řadě je nutno vyzvednout množství návštěvníků, kteří Zotavovnu Přední Labská navštěvují opakovaně.

### **Kritika Zotavovny Přední Labská**

I přes veškerá pozitiva lze najít oblasti, které by bylo vhodné zlepšit a zvýšit tím tak kvalitu poskytovaných služeb a následně i konkurenceschopnost subjektu.

Jako nejzásadnějším problémem se ukázala čistota pokojů, která je pro návštěvníky tím nejdůležitějším aspektem pobytu. Z tabulky 1 lze vyčíst, že si čistota pokojů neodnesla příliš vysoké hodnocení, což by se mohlo ukázat jako zásadní problém. Několik respondentů si stěžovalo na příliš nekvalitní matrace.

I přestože byly stravovací služby hodnoceny velice pozitivně, tak i zde se našly drobné výtky. Jednalo se například o nemožnost snídání formou bufetu, nedostatečné množství stravovacích služeb ve večerních hodinách, noční bar a rychlejší obsluha na baru.

I přes kladné hodnocení přístupu personálu se zde našla odchylka. Výtky pak směřovaly na stranu zaměstnanců recepcce. Respondenti uvedli, že jim na recepci nebyl poskytnut dostatek informací, zaměstnanci byli neochotní apod.

Za nedostatečné byly označeny také možnosti kulturního vyžití v okolí zotavovny. Téměř polovina respondentů by také uvítala více služeb spojených s trávením volného času. Mnoho z nich pak uvádělo zlepšení pokrytí a rychlosti wi-fi sítě a to opakovaně v různých částech dotazníku. Kritika se snesla i na vybavení a stav dětského koutku. S tím mohou souviset i výhrady zmiňované v otázce 22 týkající se pobíhání neukázněných dětí po prostorách zotavovny.

Našly se však i případy, kdy bylo zotavovně vytykáno špatně řešené parkování, které si odneslo poměrně špatné hodnocení. Připomínky směřovaly především ke vzdálenosti některých parkovacích míst.

### **Návrh Zotavovny Přední Labská**

Z výzkumu bylo patrné, že pro většinu návštěvníků byla návštěva zotavovny jejich první. Zároveň se však většina z nich dozvěděla o zotavovně pouze díky doporučení od známých, přátel, či kolegů. V této oblasti by tak bylo vhodné zvýšit propagaci pomocí ostatních médií, zejména pak prostřednictvím internetu, sociálních sítí, či propagačních materiálů.

Z výzkumu je patrné, že vybavení pokoje patří k velice důležitým aspektům a bylo by vhodné se blíže zaměřit na tuto oblast. Konkrétně se jednalo o nekvalitní a proleželé matrace, které by bylo vhodné vyměnit. Výše zmíněná problematika zahrnuje i čistotu pokojů, kterou lze brát jako největší nedostatek. Eliminace tohoto problému může být realizována častějším a pečlivějším úklidem, případně pomocí externí úklidové firmy.

Výtky směřované ke stravovacím službám a jejich doplňkovému prodeji nebyly příliš vážné. Je proto na rozhodnutí vedení zotavovny, zdali tyto připomínky bude brát v potaz.

Výše zmiňované problémy přístupu personálu na recepci souvisely pravděpodobně pouze s jednou „defektivní“ směnou. Nicméně recepcce tvoří frontální útvar samotného ubytovacího zařízení, a proto by bylo vhodné sjednat nápravu například v podobě absolvování kurzu komunikace.

Vzhledem ke geografickému umístění zotavovny, mezi dvě větší města (Špindlerův Mlýn, Vrchlabí), je kulturní vyžití v blízkém okolí zotavovny nedostatečné. Z tohoto důvodu je očekáváno, že lidé budou za kulturou spíše dojíždět do větších měst. Nicméně někteří návštěvníci tuto možnost nemají, a tak poptávají kulturu v okolí zotavovny. Tento nedostatek je možno vyřešit pomocí zlepšení dostupnosti za kulturou do vzdálenějších měst, případně v létě pořádat hrané venkovní divadlo a obdobné kulturní akce. Tím se rozumí tematické procházky přírodou s průvodcem, který by během cesty vyprávěl smyšlený příběh zakládající se na okolní přírodě a vybraných místech.

Velice závažným faktem je, že většina respondentů si pod zlepšením služeb trávení volného času představuje zkvalitnění služeb wi-fi připojení. V tomto případě je na místě instalovat nové routery zprostředkovávající wi-fi síť, případně s providerem (poskytovatel internetového připojení) vyjednat novou smlouvu o poskytování rychlejšího internetu. V dnešní moderní době je potřeba důkladně zvážit investici do zkvalitnění těchto služeb.

Mnozí rodiče nebyli spokojeni s vybavením dětského koutku, proto by bylo vhodné zvážit doplnění hraček a případně i jeho rekonstrukci. Dále by bylo vhodné změnit otevírací dobu a způsob rezervací wellness služeb. Občasné připomínky se vztahovaly k venkovním bazénům, kde by bylo vhodné provést kontrolu a případně zlepšit jejich vyhřívání. Minoritní část z dotázaných by navíc ocenila pořádání různých společenských večerů a výletů přímo od zotavovny. Tyto akce byly dříve pořádány, avšak kvůli nízkému zájmu byly tyto akce přerušeny.

Také by bylo vhodné provést výstavbu zastřešení alespoň 10 parkovacích míst, za jejichž využití by byl však požadován příplatek. S kritikou související s pobíháním neukázněných dětí může samotné vedení zotavovny udělat poměrně málo a hlavní zodpovědnost tak připadá na stranu rodičů. Bylo by zde však na místě alespoň důrazněji upozornit rodiče na přísnější dohled nad svými ratolestmi.

### **Vlastní návrh**

Existuje zde velký potenciál pro budoucí rozvoj. Lze stavět na stabilní základně pravidelných návštěvníků. Je však potřeba neustále rozvíjet, nadále zlepšovat a rozšiřovat kvalitu služeb, a tím přilákat i návštěvníky nové, ale neodradit ty stávající. Z výzkumu bylo patrné (viz otázka 3), že se většina návštěvníků o zotavovně dozvěděla pouze od svých přátel či kolegů. Nelze na tato doporučení stále spoléhat a do budoucna by bylo

vhodné zvýšit propagaci pomocí sociálních sítí, katalogů cestovních kanceláří, anebo regionálních rádií. Jako velice silný nástroj propagace by mohla posloužit nabídka pobytových balíčků na slevových portálech typu Slevomat a jiné. V neposlední řadě by bylo vhodné se zaměřit i na propagaci využívání prostorů zotavovny k pořádání svateb a různých oslav. Díky kongresovým prostorům, které má zotavovna k dispozici, by bylo vhodné nalákat více firem pro využití těchto služeb na pořádání různých školení, teambuildingů a dalších obdobných akcí. Tato činnost by zabezpečila propagaci zotavovny jako takové.

Co se ubytovacích služeb týká, tak v krátkodobém horizontu by bylo nutné provést výměnu matrací v některých pokojích. Ve střednědobém až dlouhodobém horizontu by bylo vhodné provést alespoň částečnou renovaci prostorů zotavovny. Tím by byly eliminovány stížnosti na vrzající schody a zotavovna by díky tomu dostala moderní nádech. K těmto změnám je však nutno přistupovat s citem, aby zůstal zachován jedinečný charakter zotavovny a nebyli tím odrazeni pravidelní návštěvníci. Během této renovace by mohlo dojít i k zastřešení alespoň části parkovacích míst.

Provedený marketingový výzkum pomohl odhalit určité nedostatky, o kterých by se vedení zotavovny nemuselo dozvědět. Proto by bylo užitečné, aby byl tento nastolený trend udržován a návštěvníkům bylo stále více nasloucháno. Toto lze realizovat například pomocí schránky na připomínky, či knihou stížností, která by vedení zotavovny poskytla dostatečnou zpětnou vazbu.



## Seznam použitých zdrojů

### Literární zdroje

1. DROBNÁ, D., MORÁVKOVÁ, E. *Cestovní ruch*. 2. upravené vydání. Praha : Fortuna, 2010. 200 s. ISBN 978-80-7373-079-6.
2. FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2001. 178 s. ISBN 80-247-0207-X.
3. HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. 1. vyd. Praha : Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
4. HESKOVÁ, M. *Cestovní ruch*. 2. upravené vydání. Praha : Fortuna, 2011. 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.
5. HLADKÁ, J. *Technika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1997. 161 s. ISBN 80-716-9476-2.
6. HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha : Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
7. INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch*. 2. přepracované vydání. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2009. 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.
8. KOTLER, J. *Moderní marketing*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
9. KRÍŽEK, F., NEUFUS, J. *Moderní hotelový management*. 1. vyd. Praha : Grada publishing, 2011. 200 s. ISBN 978-80-247-3868-0.
10. MACHKOVÁ, H. *Mezinárodní marketing*. 2. rozšířené a přepracované vydání. Praha : Grada Publishing, 2006. 206 s. ISBN 80-247-1678-X.
11. MALÁ, V. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola ekonomická, 1999. 83 s. ISBN 80-7079-443-7.
12. NEGI, J. M. S., *Professional Hotel Management*. S. Reprint. Chand Publishing, 2008. 935 s. ISBN 81-219-1518-X.
13. ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.
14. ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Idea Servis, 1999. 244 s. ISBN 80-85970-27-9.
15. ORIEŠKA, J. *Kongresový cestovní ruch*, Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, 2001. 120 s. ISBN 80-8055-516-8.
16. PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: *Cestovní ruch, výkladový slovník*. Česká republika, Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

17. RYGLOVÁ, K., BURIAN, M., VAJČNEROVÁ, I. *Cestovní ruch. Podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha : Grada publishing, 2011. 216 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

### **Elektronické zdroje**

1. HOTELSTARS. Metodika a klasifikace. *Hotelstars.cz* [online]. © 2016 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.hotelstars.cz/metodika-klasifikace#6>>.
2. HOTELSTARS. *Hotelstars.cz* [online]. © 2016 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.hotelstars.cz/>>.
3. HOTELSTARS. Porovnání tříd. *Hotelstars.cz* [online]. © 2016 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.hotelstars.cz/porovnani-trid>>.
4. KŘEŠŤAN, Vladimír a Miloslav VAŠÍČEK, *Marketing*. Vysoká škola polytechnická Jihlava, 141 s. [online] © 2005 [cit. 2016-12-01] Dostupné z WWW: <<http://www.vspj.cz/ISBN/Skripta%20-%20V%C5%A0PJ/Marketing%20-%20Vladim%C3%ADr%20K%C5%99es%C5%A5an,%20Miloslav%20Va%C5%A1%C3%AD%C4%8Dek.pdf>>.

## Seznam grafů

Graf 1: Demografické rozložení respondentů .....	36
Graf 2: Návštěvnost zotavovny .....	37
Graf 3: Informovanost o Zotavovně Přední Labská.....	37
Graf 4: Důvod návštěvy .....	38
Graf 5: Délka pobytu.....	38
Graf 6: Výběr zotavovny.....	39
Graf 7: Spokojenost s vybavením pokoje .....	39
Graf 8: Kvalita pokojového servisu .....	40
Graf 9: Forma stravování .....	41
Graf 10: Spokojenost se stravovacími službami .....	41
Graf 11: Spokojenost s kongresovými službami.....	42
Graf 12: Přístup personálu .....	42
Graf 13: Poskytování dostatku informací .....	43
Graf 14: Zajištění kulturního a sportovního vyžití.....	43
Graf 15: Spokojenost s vybavením zotavovny.....	44
Graf 16: Služby navíc.....	45
Graf 17: Zlepšení služeb zotavovny.....	48
Graf 18: Rozhodnost návštěvy zotavovny .....	50
Graf 19: Doporučení zotavovny .....	50
Graf 20: Věk.....	52

## **Seznam tabulek**

Tabulka 1: Pořadí a hodnocení jednotlivých aspektů .....	47
Tabulka 2: Výhrady.....	49
Tabulka 3: Co se Vám u nás nejvíce líbilo. ....	51

## Seznam obrázků a schémat

Obrázek 1: Pokoj budova A .....	62
Obrázek 2: Rodinný pokoj budova A .....	62
Obrázek 3: Rodinný pokoj budova A .....	63
Obrázek 4: Pokoj budova B .....	63
Obrázek 5: Dvoulůžkový pokoj budova B .....	64
Obrázek 7: Jídelna pro 120 osob .....	65
Obrázek 8: Denní snack bar .....	65
Obrázek 9: Školící místnost .....	66
Obrázek 10: Parkoviště u zotavovny .....	66
Obrázek 11: Masážní vana – whirlpool .....	67
Obrázek 12: Posilovna .....	67
Obrázek 13: Sauna .....	68
Obrázek 14: Solárium .....	68
Obrázek 15: Venkovní hřiště s umělým povrchem .....	69
Obrázek 17: Venkovní vyhřívané bazény .....	70
Obrázek 18: Dětský koutek .....	70
Schéma 1: Rozdělení služeb cestovního ruchu .....	16

## Přílohy

### Příloha I. Obrázková příloha Zotavovny Přední Labská

Obrázek 1: Pokoj budova A <sup>112</sup>



Obrázek 2: Rodinný pokoj budova A <sup>113</sup>



<sup>112</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/ubytovani-spindleruv-mlyn-krkonose.html>>

<sup>113</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/ubytovani-spindleruv-mlyn-krkonose.html>>

Obrázek 3: Rodinný pokoj budova A <sup>114</sup>



Obrázek 4: Pokoj budova B <sup>115</sup>



<sup>114</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/ubytovani-spindleruv-mlyn-krkonose.html>>

<sup>115</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/ubytovani-spindleruv-mlyn-krkonose.html>>



Obrázek 5: Dvoulůžkový pokoj budova B <sup>116</sup>



Obrázek 6: Čtyřlůžkový pokoj budova B <sup>117</sup>

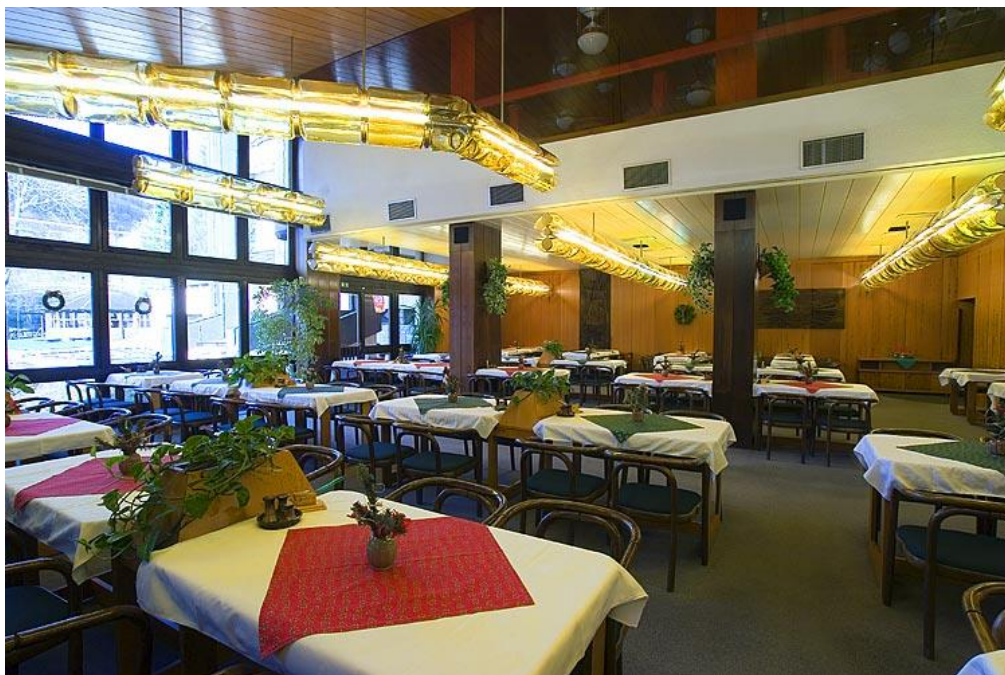


<sup>116</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/ubytovani-spindleruv-mlyn-krkonose.html>>

<sup>117</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/ubytovani-spindleruv-mlyn-krkonose.html>>



Obrázek 7: Jídelna pro 120 osob <sup>118</sup>



Obrázek 8: Denní snack bar <sup>119</sup>



<sup>118</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/restaurace-bar.html>>

<sup>119</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/restaurace-bar.html>>

Obrázek 9: Školící místnost <sup>120</sup>



Obrázek 10: Parkoviště u zotavovny <sup>121</sup>



<sup>120</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/sluzby-a-zabava.html>>

<sup>121</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/sluzby-a-zabava.html>>



Obrázek 11: Masážní vana – whirlpool <sup>122</sup>



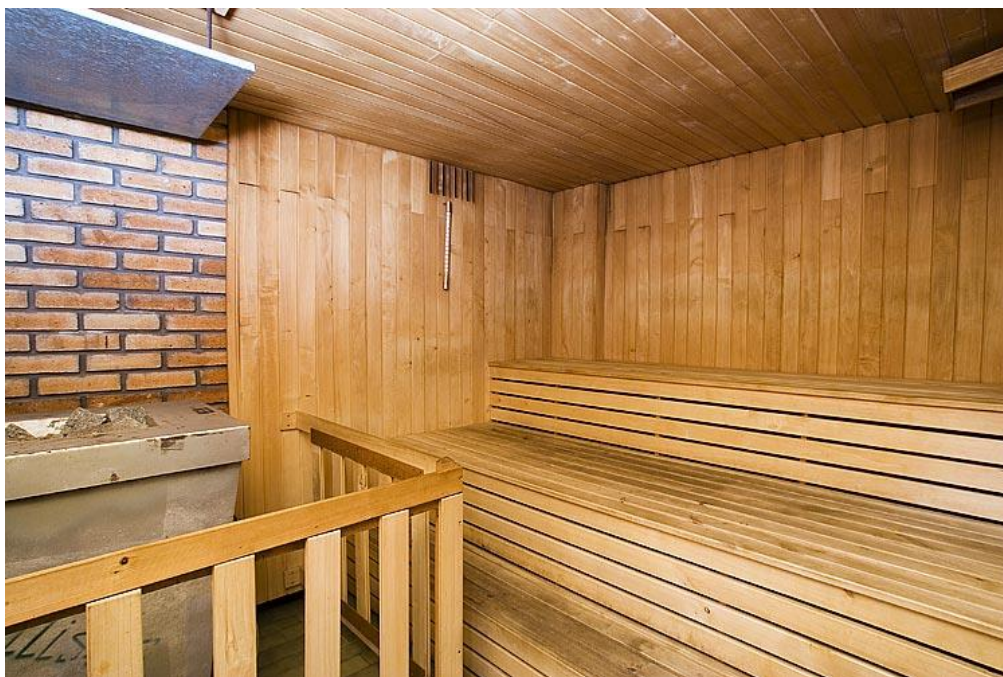
Obrázek 12: Posilovna <sup>123</sup>



<sup>122</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/sluzby-a-zabava.html>>

<sup>123</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/sluzby-a-zabava.html>>

Obrázek 13: Sauna <sup>124</sup>



Obrázek 14: Solárium <sup>125</sup>



<sup>124</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/sluzby-a-zabava.html>>

<sup>125</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/sluzby-a-zabava.html>>



Obrázek 15: Venkovní hřiště s umělým povrchem <sup>126</sup>



Obrázek 16: Minigolfové hřiště a dětské prolézačky <sup>127</sup>



<sup>126</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/sluzby-a-zabava.html>>

<sup>127</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/sluzby-a-zabava.html>>



Obrázek 17: Venkovní vyhřívané bazény <sup>128</sup>



Obrázek 18: Dětský koutek <sup>129</sup>



<sup>128</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/sluzby-a-zabava.html>>

<sup>129</sup> Zotavovna Přední Labská [online]. Špindlerův Mlýn, 2016 [cit. 2017-02-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.prednilabska.cz/sluzby-a-zabava.html>>

## **Příloha II. Dotazník**

Dobrý den,

jsem studentkou Vysoké školy, oboru Management a Marketing se specializací na Cestovní ruch. Chtěla bych Vás poprosit o vyplnění krátkého dotazníku, který slouží k analýze nabídky služeb ubytovacího zařízení v Zotavovně Přední Labská. Tento dotazník slouží ke zpracování praktické části bakalářské práce a je anonymní. Dotazník nezabere více než 10 minut. Děkuji za Váš čas a ochotu za vyplnění.

### **1. Odkud jste? Kraj a město.**

.....

### **2. Byla návštěva v zotavovně Vaší první návštěvou?**

a) ano

b) ne

### **3. Jak jste se dozvěděl/a o Zotavovně Přední Labská?**

a) internet

b) doporučení příbuzných, přátel, známých

c) cestovní kancelář

d) náhodně po příjezdu do Krkonoš

e) v informačním centru

f) z propagačních materiálů (průvodce)

### **4. Za jakým účelem jste k nám přijel/a?**

a) poznávací pobyt (památky, turistika, kultura)

b) relaxační pobyt (wellness, sport)

c) pracovní pobyt (konference, školení)

### **5. Na kolik dní jste k nám přijel/a?**

.....

**6. Proč jste si vybral/a naši Zotavovnu Přední Labská?**

- a) častá návštěva a spokojenost
- b) chci zkusit něco nového
- c) na doporučení

**7. Jak byste ohodnotil/a zařízení pokoje a jeho vybavení?**

- a) velmi dobré
- b) dobré
- c) špatné
- d) velmi špatné

**8. Jak jste spokojen/a s kvalitou pokojového servisu?**

- a) velmi spokojen/a
- b) spíše spokojen/a
- c) spíše nespokojen/a
- d) velmi nespokojen/a

**9. Využil/a jste možnost stravování?**

- a) ano
- b) ne

**10. Pokud jste možnost stravování využil/a, o jakou formu se jednalo?**

- a) plná penze
- b) polopenze

**11. Jak jste spokojen/a se stravovacími službami a jejich doplňkovým prodejem?**

- a) velmi spokojen/a
- b) spíše spokojen/a
- c) spíše nespokojen/a
- d) velmi nespokojen/a



**12. Jestliže jste na služební cestě, ohodnot'te spokojenost s kongresovými službami (vybavení školící místnosti, technické zázemí, ochota personálu, čistota prostředí, kapacita prostor atd.)**

- a) velmi spokojen/a
- b) spíše spokojen/a
- c) spíše nespokojen/a
- d) velmi nespokojen/a

**13. Jak byste ohodnotil/a přístup personálu?**

- a) personál byl velice ochotný, hodnotím bez výhrad
- b) personál se vždy nechoval zcela dle očekávání
- c) personál byl neochotný či nepříjemný

**14. Byl Vám poskytnut dostatek informací o možnostech turistického a sportovního využití?**

- a) ano, byl mi poskytnut dostatek informací
- b) nepotřeboval/a jsem informace
- c) ne, nebyl mi poskytnut dostatek informací

**15. Je podle Vás dostatečně zajištěno kulturní a sportovní využití?**

- a) určitě ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) určitě ne

**16. Jak jste spokojen/a s vybavením zotavovny (jídelna, společné prostory atd.)?**

- a) velmi spokojen/a
- b) spíše spokojen/a
- c) spíše nespokojen/a
- d) velmi nespokojen/a

**17. Vyhovují Vám nabízené služby?**

- a) ano
- b) ne

**18. Ocenil/a byste některé služby navíc? Pokud ano, uveďte prosím které.**

a) ano.....

b) ne

**19. Odpovídá cena kvalitě služeb?**

a) ano, cena odpovídá

b) ne, cena je vysoká

**20. Seřad'te následující obecné aspekty zotavovny podle toho, jak jsou pro Vás důležité při pobytu (jedinečné pořadí, co aspekt, to jiná hodnota; Ohodno'te body 1- 12, kdy 1 = nejdůležitější a 12 = nejméně důležité). Tyto aspekty ohodno'te na stupnici od 1 do 5 (jako ve škole – tzn. 1 = nejlepší známka, 5 = nejhorší známka)**

Aspekty	Pořadí	Známka
Přístup personálu		
Zařízení pokoje		
Čistota pokoje		
Stravovací služby		
Doplňkové služby		
Možnost kulturního vyžití v okolí zotavovny		
Možnost sportovního vyžití v a vně zotavovny		
Okolí zotavovny		
Parkovací možnosti		
Kongresové služby		
Klidné prostředí		
Možnosti zábavy pro děti		

**21. Co byste zlepšil/a na zotavovně? (můžete zvolit více možností)**

a) ubytovací služby (vybavení pokoje – nový nábytek, minibar, klimatizace, čistota)

b) stravovací služby (větší výběr, rychlejší obsluha, hezčí zázemí, vyšší kvalita pokrmů)

c) kongresové služby (vybavení školící místnosti, technické zázemí, ochota personálu, čistota prostředí, kapacita, prostor atd.)

d) služby volného času (kvalita služeb, upravenost prostředí, wellness, posilovna, minigolf, ohniště, dětský koutek, bazén atd.)

e) žádné z vybraných

f) jiné.....

**22. K čemu máte největší výhrady?**

Doplňte.....

**23. Navštívíte někdy v budoucnu znovu naši Zotavovnu Přední Labská?**

- a) ano
- b) ne
- c) nevím

**24. Doporučil/a byste Zotavovnu Přední Labská svým přátelům či obchodním partnerům?**

- a) ano
- b) ne
- c) nevím

**25. Co se Vám u nás nejvíce líbilo?**

Doplňte: .....

**26. Pohlaví:**

- a) muž
- b) žena

**27. Věk:**

- a) 18 – 30
- b) 31 – 40
- c) 41 – 50
- d) 50 a více