

Projekt rozšíření portfolia služeb ve vybraném lázeňském hotelu

Bc. Lenka Hrušková

Diplomová práce
2016



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Lenka Hrušková**
Osobní číslo: **M14355**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Projekt rozšíření portfolia služeb ve vybraném lázeňském hotelu**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujte literární rešerši z oblasti daného tématu.

II. Praktická část

- Analyzujte současnou nabídku portfolia služeb vybraného lázeňského hotelu.
- Analyzujte současnou nabídku hotelových služeb konkurence na regionálním trhu.
- Na základě výsledků analýzy vypracujte projekt rozšíření portfolia služeb ve vybraném lázeňském hotelu.

Závěr

Rozsah diplomové práce: **cca 70 stran**
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

BERÁNEK, Jaromír. Moderní řízení hotelového provozu. 5., zcela přeprac. vyd. Praha: MAG Consulting, 2013, 335 s. ISBN 978-80-86724-45-4.
KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.
KOTLER, Philip, John T. BOWEN a James C. MAKENS. Marketing for hospitality and tourism. 6th ed. Harlow: Pearson, 2014, 630 s. ISBN 978-1-292-02003-7.
RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
SMITH, Melanie a László PUCZKÓ. Health, tourism and hospitality: spas, wellness and medical travel. 2nd ed. London: Routledge, 2014, 508 s. ISBN 978-0-415-63865-4.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.**
Ústav podnikové ekonomiky
Datum zadání diplomové práce: **15. února 2016**
Termín odevzdání diplomové práce: **18. dubna 2016**

Ve Zlíně dne 15. února 2016

doc. RNDr. PhDr. Oldřich Hájek, Ph.D.

děkan



prof. Ing. Felicita Chromjaková, Ph.D.

ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE


Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 18. 4. 2016


.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá rozšířením portfolia služeb ve vybraném lázeňském hotelu. Teoretická část vysvětluje základní pojmy jako lázeňství, hotelnictví, kvalitu a řízení služeb a vybrané analytické metody použité v práci. V praktické části je představen hotel Miramare a stručně popsáno lázeňské město Luhačovice. Praktickou část tvoří mimo jiné analýza současné nabídky pobytů a služeb hotelu Miramare. Dále je provedena analýza současné nabídky hotelových služeb konkurence na regionálním trhu. Praktickou část doplňuje zpracovaná ekonomická analýza, analýza přijatých hostů, SWOT analýza a v poslední řadě dotazníkové šetření. Na základě informací získaných z provedených analýz je v projektové části vytvořen specifický pobyt pro seniory. Pobyt je podroben časové, nákladové a rizikové analýze.

Klíčová slova: Hotel, lázeňství, lázeňský hotel, služba, pobyt, produkt, senior, hosté, analýza.

ABSTRACT

The thesis deals with the expansion of the service portfolio of a selected spa hotel. The theoretical part explains the basic concepts, such as spa industry, hospitality, quality and service management as well as analytical methods used later on in this thesis. In the practical part, the hotel Miramare and the spa town Luhačovice are both briefly described. The practical part also includes an analysis of a current offer of stays and services in the Miramare hotel. Further analysis evaluates competitor's current hotel services being offered on the regional market. In addition, an economic and received guest analysis, the SWOT analysis and a questionnaire survey have been added to the practical part as well. On the basis of information obtained from above mentioned analysis, a specific product for seniors has been created. The new product is then subjected to time, cost and risk analysis.

Keywords: Hotel, spa, spa hotel, service, stay, product, senior, guests, analysis.

Tímto bych chtěla poděkovat své vedoucí diplomové práce paní doc. Ing. Zuzaně Tučkové, Ph.D. za odborné vedení diplomové práce, cenné rady a připomínky.

Dále bych chtěla poděkovat zaměstnancům hotelu Miramare za jejich ochotu, cenné konzultace, věnovaný čas a pomoc při tvorbě diplomové práce.

Závěrem bych chtěla poděkovat své rodině a přátelům za jejich podporu a trpělivost po celou dobu studia.

„Žijeme v nádherném světě, který je plný krásy, půvabu a dobrodružství. Těch dobrodružství, která můžeme prožít, je bez konce, pokud je hledáme s otevřenýma očima.“

Džaváharlál Néhrú

OBSAH

ÚVOD	9
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 LÁZEŇSTVÍ	12
1.1 CHARAKTERISTIKA A DĚLENÍ LÁZEŇSKÝCH SLUŽEB	13
1.2 LÁZEŇSTVÍ V ČÍSLECH.....	14
1.3 TRENDY V LÁZEŇSTVÍ	15
1.3.1 Trendy ve světě	16
1.3.2 Budoucí předpověď trendů.....	17
2 HOTELNICTVÍ	19
2.1 VYMEZENÍ POJMU HOTEL	20
2.2 KATEGORIZACE UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ.....	21
2.3 KLASIFIKACE A CERTIFIKACE UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ	22
2.4 NOVÉ TRENDY V OBLASTI UBYTOVACÍCH SLUŽEB	25
3 KVALITA A ŘÍZENÍ SLUŽEB	27
3.1 DŮVODY PRO ŘÍZENÍ KVALITY V HOTELU	27
3.2 KVALITA SLUŽEB V HOTELNICTVÍ.....	28
3.3 KVALITA SLUŽEB V PRAXI.....	29
4 VYBRANÉ ANALYTICKÉ METODY	30
4.1 ANALÝZA KONKURENCE	30
4.2 EKONOMICKÁ ANALÝZA	30
4.3 SWOT ANALÝZA	31
4.4 DOTAZNÍK	31
II PRAKTICKÁ ČÁST	34
5 PŘEDSTAVENÍ LÁZEŇSKÉHO HOTELU	35
5.1 ZÁKLADNÍ ÚDAJE O HOTELU	35
5.2 LÁZEŇSTVÍ V LUHAČOVICÍCH.....	36
5.3 ANALÝZA SOUČASNÉHO NABÍDKY POBYTŮ.....	36
5.3.1 Lázeňské pobyty.....	37
5.3.2 Wellness pobyty	38
5.4 ANALÝZA HOTELOVÝ SLUŽEB	40
5.5 ANALÝZA SOUČASNÉ NABÍDKY HOTELOVÝCH SLUŽEB KONKURENCE NA REGIONÁLNÍM TRHU	42
5.5.1 Spa & Wellness hotel Alexandria ****	43
5.5.2 Lázeňský & Wellness hotel Niva ***/****	44
5.5.3 Lázeňský hotel Jurkovičův dům ****	45
5.5.4 Lázeňský hotel Palace ****	45
6 EKONOMICKÁ ANALÝZA	48
7 ANALÝZA PŘIJATÝCH HOSTŮ	50
8 SWOT ANALÝZA	53

8.1	SILNÉ STRÁNKY	53
8.2	SLABÉ STRÁNKY	54
8.3	PŘÍLEŽITOSTI.....	55
8.4	HROZBY	56
9	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ	57
10	PROJEKT ROZŠÍŘENÍ PORTFOLIA SLUŽEB VE VYBRANÉM LÁZEŇSKÉM HOTELU	64
10.1	CÍLE PROJEKTU	64
10.2	CÍLOVÁ SKUPINA.....	64
10.3	TVORBA POBYTU.....	65
10.4	PROGRAM POBYTU – „ŽIJ NAPLNO V KAŽDÉM VĚKU“	66
10.5	DISTRIBUCE A PROPAGACE	72
10.6	LIDSKÉ ZDROJE POTŘEBNÉ K POBYTU	74
10.7	SPOLUPRÁCE	75
10.8	ČASOVÁ ANALÝZA	76
10.9	NÁKLADOVÁ ANALÝZA	77
10.9.1	Kalkulace pobytu na osobu	77
10.9.2	Celková kalkulace pobytu	79
10.10	RIZIKOVÁ ANALÝZA	81
	ZÁVĚR	84
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	85
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	89
	SEZNAM GRAFŮ	90
	SEZNAM TABULEK.....	91
	SEZNAM PŘÍLOH.....	92

ÚVOD

Lázeňství patří k neodmyslitelné součásti života. Cílem lázeňství je léčba a prevence lidských onemocnění, odpočinek a regenerace sil. Lázeňství je spojeno s využíváním přírodních léčivých zdrojů a s prostředím, ve kterém léčba probíhá.

Hotelnictví je již od dávné historie spojeno s poskytováním služeb, především ubytovacích a stravovacích služeb. Hotelnictví má dlouholetou tradici v České republice i v zahraničí. Tento obor se neustále vyvíjí a zlepšuje ve svých službách. Budoucnost hotelnictví je v poskytování kvalitních služeb na vysoké úrovni, vzdělanému a vyškolenému personálu a samozřejmě vysoké úrovni gastronomie.

Tématem diplomové práce je rozšíření portfolia služeb vybraného lázeňského hotelu. Práce se skládá ze dvou částí z teoretické a praktické. Teoretická část je rozdělena na čtyři různé kapitoly. První kapitola definuje charakteristiku lázeňství a dělení jeho služeb, dále informuje o číselných údajích týkajících se lázeňství a o aktuálních trendech v lázeňském odvětví. V další kapitole je vysvětlen pojem hotelnictví, dále popsána kategorizace, klasifikace a certifikace ubytovacích zařízení. Kapitulu zakončují nové trendy v oblasti ubytovacích služeb. Třetí kapitola definuje kvalitu a řízení služeb především v hotelnictví. V kapitole jsou vysvětleny důvody pro řízení kvality v hotelu, poté je definována kvalita služeb v hotelnictví a nakonec je uveden praktický příklad kvality služeb. Poslední kapitola v teoretické části vysvětluje konkrétní analytické metody.

Praktická část je rozdělena na dvě části. Jedná se o analytickou a projektovou část. V analytické části je stručně představen lázeňský hotel Miramare. Dále je uvedeno pár informací o lázeňství v Luhačovicích. V této části práce je analyzována současná nabídka pobytů a hotelových služeb hotelu. Poté je provedena analýza současné nabídky hotelových služeb u konkurence na regionálním trhu. Z analýz vyplynulo, že na regionálním trhu existují celkem čtyři konkurenční hotely. Dále je zpracována ekonomická analýza hotelu a provedena analýza přijatých hostů za období pěti let. Důležitou součástí práce je zpracovaná SWOT analýza služeb hotelu. Analytickou část zakončuje vyhodnocení dotazníkového šetření.

Projektová část se věnuje samotnému rozšíření portfolia služeb, kde vytvářím konkrétní pobyt pro seniory. Projekt je podrobně popsán a je podroben časové, nákladové a rizikové analýze.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavní cíl

Hlavním cílem diplomové práce je rozšíření portfolia služeb ve vybraném lázeňském hotelu.

Vedlejší cíl

Vedlejším cílem je nastudovat odbornou literaturu k danému tématu a zpracovat teoretickou část práce. V teoretické části je nutné vymezit potřebné analytické metody, které budou využity v praktické části.

Analyzovat a vyhodnotit pobyty a služby v hotelu Miramare a hotelové služby konkurence. Na základě získaných informací vypracovat konkrétní projektové řešení.

Metody

Diplomová práce je rozdělena na dvě části. Teoretická část je vytvořena z poznatků získaných studiem odborné české a zahraniční literatury, týkající se tématu diplomové práce. Součástí jsou vybrané analytické metody, které jsou využity v praktické části. Praktická část se dělí na analytickou a projektovou část.

V analytické části práce jsem provedla analýzu pobytů a služeb hotelu Miramare a analýzu konkurence, abych věděla, jaké pobyty a služby nabízí konkurenční hotely na regionálním trhu. Poté je vypracována ekonomická analýza, abych zjistila, v jaké ekonomické situaci se hotel nachází. Dále je zpracována SWOT analýza hotelových služeb a analýza přijatých hostů za posledních pět let. Nakonec jsem využila data získaná z dotazníkového šetření.

Závěry vyplývající z analytické části slouží jako podklad pro vytvoření projektu rozšíření portfolia služeb ve vybraném lázeňském hotelu. Samotná projektová část se zabývá již vytvořením nového specifického pobytu pro seniory. Pobyt je podroben časové, nákladové a rizikové analýze.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 LÁZEŇSTVÍ

České lázeňství se pyšní slavnou a dlouholetou historií, která je spojena s řadou důležitých osob převážně kulturního, vědeckého, společenského a dokonce i politického života. Jedná se o vzkvétající obor, který je dlouhodobě výnosný.

Pojem lázeňství má svoji podstatu ve slovu lázeň ve významu koupel. Tento pojem má mnoho definic např. orientace na léčbu a regeneraci fyzických a duševních sil lidí, při kterém se používají léčivé přírodní zdroje (vody, rašeliny obohacené o minerální látky, plyny nebo klima). Účinek je úzce spjat se změnou prostředí a místa, nicméně k tomu je potřeba období alespoň 3 - 4 týdnů. Pro efektivní zdravotní účinek je v České republice nutný léčebný pobyt v délce alespoň 21 dní, přičemž ve Francii pouze 18 dní.

Rozkvět lázeňství je prioritně vázán přírodními léčivými zdroji a klimatickými podmínky lázeňských oblastí. Podle Mezinárodní organizace lázní (ISPA) navazují současné lázně na tradiční léčebné lázně, které jsou založené na minerálních a termálních pramenech. V dnešní době je však lázeňství obohaceno o moderní resorty, které nabízí vše pro relaxaci, načerpání energie a odstranění bolesti.

Potřeby lázeňských hostů jsou charakterizovány prostřednictvím tzv. „6R“:

- léčení (Remedy) – samostatné balneo procesy,
- rehabilitace (Rehabilitation) – odstranění následků úrazů,
- obnova (Revitalize) – procesy obnovení fyzických a psychických sil lázeňských návštěvníků,
- odpočinek (Relax) – uzdravení, oddech,
- uvolnění (Reflex) – odvázení se od negativních problémů současného životního stylu,
- potěšení (Rejoice) – získání nové radosti ze života a životní energie. (Ryglová, 2009, stránky 140-141)

Lázeňství ve světě není rozloženo stejnoměrně. Použitelné zdroje se odjakživa nacházely na mnoha místech, ale lázeňství zůstalo hlavně evropskou záležitostí. Pouze malým podílem se rozvíjelo v Asii. Za nejstarší tradiční lázeňství je považována Evropa, tzn. Itálie, Česká republika, Slovenská republika, Německo, Francie, Španělsko, Polsko a Rusko. V Americe a anglosaských státech není lázeňství příliš rozšířeno, ani dokonce v minulosti k němu nebyl postoj. (Turistické regiony ČR, ©1998-2016)

V sousedních státech je lázeňství také rozšířeno (především v Rakousku, Německu, Maďarsku a Slovensku), existuje zde silná konkurence. Tradice lázeňství v Maďarsku zasahuje až do římského období. Budapešť představuje jediné hlavní město, které je současně lázeňské město. Slovensko využívá termálních pramenů hlavně k chodu mnoha aquaparků. Aquaparky jsou oblíbeným cílem pro turisty a rekreanty, ale nemají léčebný význam (např. Bešeňová, Tatrallandia atd.). Salcbursko příznivě kombinuje nabídku vysokohorských lyžařských svahů s termálními lázněmi včetně radonových kúr (příkladem je oblast Gasteinu). (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, str. 195)

Lázeňský cestovní ruch vysvětlují Smith a Puczkó jako cestovní ruch, který se zaměřuje na relaxaci nebo léčbu těla především s využitím vodních procedur např. minerální nebo termální bazény, parní lázně a sauny. Důraz je kladen na léčbu, rehabilitaci nebo fyzický odpočinek. Pro Českou a Slovenskou republiku jsou charakteristické lázně léčebné, které zahrnují tradiční, komplexní terapeutickou a léčebnou péči a mnoho dalších služeb. Tato péče je obstarávána zařízeními, která patří do systému zdravotní péče. V České republice existuje systém poskytování a financování pobytů v lázních ve třech různých variantách: komplexní lázeňská péče, příspěvková lázeňská péče a samoplátecká lázeňská péče. V roce 2012 byl změněn indikační seznam, který velmi zredukoval poskytování lázeňské péče v České republice. (Kotíková, 2013, stránky 54-55)

1.1 CHARAKTERISTIKA A DĚLENÍ LÁZEŇSKÝCH SLUŽEB

Lázeňské služby zahrnují souhrn aktivit, které souvisí s lázeňskou léčbou a pobytem. Vytváří balíček základních a doplňkových služeb. Při příchodu návštěvníka jej ubytovací kancelář informuje o jednotlivých službách. Tuto funkci může splnit i recepce ubytovacího zařízení. (Orieška, 2010, str. 303)

Tabulka 1 Dělení lázeňských služeb

Lázeňské služby				
Základní služby				Doplňkové služby
Zdravotní / léčebné	Ubytovací	Stravovací	Kulturně-spoločenské	Služby prádelny, čistírny, zahradnictví lázní, léčebná kosmetika, pohostinské, obchodní, dopravní a další
Lázeňský léčebný režim				

Zdroj: Orieška, 2010, s. 303

Lázeňský host po svém příchodu podstoupí vstupní lékařskou prohlídku a během celého pobytu je pod dohledem lékaře. Předtím než ukončí léčbu, zpravidla absolvuje výstupní lékařskou prohlídku. Podle výsledků ze vstupní lékařské prohlídky se stanovuje postup léčení – tzv. individuální léčebný plán. Lázeňské procedury se poskytují dle předpisu lékaře v lázeňském průkazu. Typ a počet léčebných procedur se odvíjí od zdravotního stavu hosta a indikaci lázní. Může se jednat například o tyto procedury:

- pitná kúra,
- vodoléčba a léčba teplem,
- inhalační léčba,
- elektroléčba,
- klimatická léčba,
- léčebná masáž,
- akupunktura a mnoho dalších. (Orieška , 2010, stránky 303-304)

Péče a celkový zájem o zdraví přináší poskytovatelům služeb určitou příležitost. Lze to spatřit i v neustálém zvyšování poptávky po sportovních a rekreačních zařízeních v hotelech, ale i ze stále zvyšujícího zájmu o služby lázeňské a wellness procedury. V restauračních zařízeních se zvyšuje poptávka po zdravém stravování. Léčebné komplexy jsou zakládány na kombinaci užití základní léčby přírodními zdroji a léčby za pomoci fyzikálních a rehabilitačních metod, diet, psychoterapií či léky. (Schwartzhoffová, 2013, str. 80)

1.2 LÁZEŇSTVÍ V ČÍSLECH

Lázeňství hraje důležitou roli v cestovním ruchu ČR, jedná se o významný zdroj příjmu v cizí měně. Podle statistiky České národní banky, cestovní ruch vytvořil 5,4 biliónů euro za rok 2011. Dle Českého statistického úřadu navštívilo v roce 2011 Českou republiku více než 6,8 mil. turistů a více než 711 tis. z nich navštívilo lázně. Počet lázeňských hostů je stále rostoucí. Lázeňské města v západních Čechách, tzn. Karlovy Vary, Mariánské Lázně a Františkovy Lázně přilákala až 60 % všech lázeňských hostů České republiky. Tyto lázně se tak staly druhou nejznámější turistickou destinací za Prahou.

Kvalita ubytování v lázeňských hotelech přispívá k celkovému vzhledu destinace. Podle Českého statistického úřadu v roce 2000 existovalo v České republice 61 lázeňských hotelů, mezi nimi nebyly žádné pětihvězdičkové hotely, ale pouze 21 čtyřhvězdičkových hote-

lů. Začátkem roku 2012 bylo celkem 106 lázeňských hotelů, z toho čtyři pětihvězdičkové a 62 čtyřhvězdičkových. Tento růst odráží popularitu lázeňských destinací hlavně pro luxusní segment.

Tyto trendy v sektoru lázeňského ubytování jsou v souladu s dramatickými změnami lázeňských klientů. Během posledních 12 let se počet lázeňských návštěvníků téměř zdvojnásobil. V roce 2000 byl počet 437 tis. a o rok později 711 tis. návštěvníků. Podíl zahraničních lázeňských hostů se za stejné období zvýšil z 26 % na 48 %. Zároveň během tohoto období došlo ke snížení lázeňských cest hrazených zdravotními pojišťovny. V roce 2011 byla situace lázeňských pacientů následující: samopláteckých zahraničních pacientů 37 %, pacienti hrazení zdravotní pojišťovnou 32 % a samopláteckých domácích pacientů 31 %. (Smith, Puczko, 2014, stránky 331-332)

1.3 TRENDY V LÁZEŇSTVÍ

Předpovědi na další roky nemusí být tak překvapivé, co se týká odvětví lázeňství a wellness. Je zřejmé, že zdravý životní styl zůstane rozhodně v módě. Na opačné straně zájem, povědomí a uvědomování si důležitosti svého zdraví, krásy a také nutnost investovat do sebe je nejenom trendy, ale stává se běžnou součástí života.

Některé trendy z odvětví lázeňství a wellness služeb jsou shrnuty do následujících bodů:

Prevence na úkor rozmazlování

Trh lázeňských a wellness služeb bude více zaměřován na prevenci, tzn., služby, které určitým způsobem posílí zdraví a kondici člověka. Poroste zájem o procedury, které přinášejí prokazatelné účinky (např. bahno).

Stres přináší provozu zisk

Za řadu osobních problémů v dnešním světě může dle světové zdravotnické organizace stres. Lidé budou vyhledávat takové terapie, které přinesou ihned viditelný účinek. Na vrcholu budou jednoznačně masáže různého druhu (např. antistresové, s aromaterapií atd.).

Zpět k přírodě a osvědčeným tradicím

Celosvětově je obrovský zájem o aromaterapie a zdroje získané z přírody. Dále je zvýšený zájem o tradiční čínské lékařství a používání bylinných esencí v lázeňství a wellness.

Eko provozy

Velkým tempem roste poptávka po přírodní bio kosmetice. Dále se staví více zelených provozů, tzn., nové koncepty založené na ekologickém fungování. Tyto provozy šetří náklady v oblasti obnovitelných a využitelných zdrojů a užívají se bio produkty. I v oblasti gastronomie se klade čím dál větší důraz na produkty od farmářů a pěstitelů.

Rodinné zázemí

V blízké budoucnosti se očekává, že poptávka po lázeňských a wellness službách pro rodiny s dětmi bude pružnější. Rodiny vyhledají pohodlí, zážitky, odpočinek pro všechny své členy tzn., že hledají místo kde naleznou vše, co potřebují. (Wellnesslife, ©2014)

1.3.1 Trendy ve světě

Japonsko

V Japonsku se nachází opravdu zvláštní lázně zvané Junessun. Tyto lázně poskytují svým hostům veřejné bazénky ke koupání v termální vodě plněné např. zeleným čajem, kávou, červeným vínem nebo polévkou.

Kuriozitou je opravdu koupel v polévce. Zákazník leží ve vaně, která vypadá jako polévková mísa a je naplněná silným teplým vývarem s česnekem, pepřem a kolagenem. Toto složení má přispívat k vyživení pokožky a podpoře metabolismu. Zákazník může během své koupele polévku samozřejmě vyzkoušet.

Londýn

Dalších z neobvyklých procedur nabízí londýnský kadeřnický salón Hari's. Zákazníci zde mohou vyzkoušet proteinovou masku na vlasy vyrobenou ze směsi spermatu určitého druhu býka a kořene íránské rostliny katera. Vlasy jsou po proceduře hladké a jemné. Taková maska stojí 1400 Kč za 40 minut.

Itálie

Zvláštností jsou také procedury hotelu Heubad, který se nachází na úpatí italských Dolomit. Zde řeší problémy a bolesti celého těla zabalením do sena. Tato unikátní procedura je tady klientům nabízena více jak sto let. Zábál funguje tak, že klienta zabalí do plátna, které je plné vlhkého a voňavého sena a poté naloží do vody o teplotě 42 stupňů Celsia. Procedura způsobí roztažení pórů a tělo může nasávat léčivé látky z mnoha bylin.

Indie

Procedura Shirodara je původem z Indie a odvíjí se z léčebných účinků ayurvédy. V průběhu procedury se kape klientovi na čelo teplý olej nebo podmáslí. Jedná se o místo, kde se nalézá tzv. třetí oko. Tento postup se užívá k léčbě neurologických poruch. Takovou terapii je možné již podstoupit v Evropě nebo v Americe.

Izrael

Velmi neobvyklá je masáž živými hady, která je známá hlavně v Izraeli. Místní obyvatelé věří, že se jedná o účinnou metodu, která zbavuje člověka bolestí kloubů a svalů. Na masáži se podílí celkem 6 nejedovatých a neagresivních hadů např. užovka červená. Procedura spočívá ve svíjení hadů po těle, což není zrovna pro prostého člověka příjemná iluze. (Novinky, ©2009)

1.3.2 Budoucí předpověď trendů

The Tourism Observatory for Health, Wellness and Spa provedla výzkum nazvaný „4WR: Wellness for Whom, Where and What?“ Do projektu Wellness Tourism 2020 byly sesbírány názory od 140 odborníků z lázeňství, cestovního ruchu a zdravotních středisek z 50 zemí světa. Cílem výzkumu bylo poskytnout analýzu nejlepších možností na příštích 10 let, která je určena pro odborníky z marketingu a praxe, jak lépe definovat nové strategie vývoje produktů. Výzkum udává nejreprezentativnější výsledky, protože informuje o tom, co se děje v lázeňství a léčebném cestovním ruchu po celém světě. Dotazovaní byli vybráni tak, aby odrážely pestrou škálu zemí, organizací a iniciativ.

Podle prognóz na rok 2020, zůstanou wellness hotely a lázeňské resorty nejpoblárnějším produktem v několika kontinentech a regionech. Vývoj naznačuje, že produkty, které jsou dostupné na celém světě, ztratí jejich odlišné vlastnosti včetně kosmetických procedur, masáží všeho druhu, saun, relaxačních pobytů a některých duševních praktik (např. jóga, meditace).

Padesát osm procent respondentů považuje tradiční léčebné služby cestovního ruchu (tj. cestování především za chirurgickými zákroky, stomatologickými službami, rehabilitacemi) za populární nebo velmi populární v tomto odvětví. Jedná se o rostoucí trend, zejména v léčebném cestovním ruchu, založeném na důkazech, které byly podrobně prozkoumány a jsou prokazatelným přínosem pro zdraví (např. léčivé vody, bahna). Tento výzkum byl prováděn na čtyřech segmentech: single osoby, rodiny s dětmi, dospělí ve vě-

ku 20-34 let a muži. Po shrnutí klíčových faktorů se předpokládá, že ve střední a východní Evropě budou stále dominující terapeutické léčebné služby, ale služby založené na životním stylu a wellness služby se stanou důležitějšími. Pravděpodobně poklesnou vládní dotace na léčebný cestovní ruch, což způsobí růst ve vývoji wellness služeb. (Smith, Puczko, 2014, stránky 215-217)

2 HOTELNICTVÍ

Počátek hotelnictví a cestovního ruchu je spojen se společenskou dělbou práce, tzn. s objektivním vyčleněním různorodých typů práce, specializací výrobních jednotek, ale i směnou výrobků jejich činnosti mezi nimi.

Již ve středověku byl položen základní kámen pro současné hotelnictví. V dřívějších dobách cestovali hlavně poutníci do míst, která byla posvátná a kupci mezi různými městy a státy. Ze začátku byl nocleh obstaráván soukromými osobami. Kvůli rostoucímu počtu poutníků, obchodníků a cestovatelů se začaly v Řecku budovat první zájezdní hostince, protože kapacita domů řeckých občanů přestala stačit. Zde mohli přenocovat cestující i se svými povozy. Kromě zájezdních hostinců byly v provozu také velké společné ubytovny, které byly soukromého charakteru a ty přinášely majiteli zisk.

V Římě začala vznikat dokonalá rozvětvená síť silnic. Římané pochopili, že cesty spojující hospodářská centra a přístavy jsou strategicky důležitá, a proto byly na příkaz římského císaře postaveny kolem cest poštovní stanice, které měly posloužit veškerým cestovatelům ve starověkém Římě.

Od 11. století byly poutníci a obchodníci na cestách ubytováni v pohostinných klášteřích. Mimo tyto kláštery se začaly zakládat hospitia, které poskytovaly také ubytování pro poutníky. V dalších stoletích se centrem všeho dění i dálkového obchodu stala města. Ubytovací kapacity hospitií a klášterů již cestovatelům nedostačovaly, a proto za městskými hradbami vznikaly zájezdní hostince a kupecké dvory, kde byla obchodníkům na cestách poskytnuta strava i nocleh.

Poté co byly objeveny obchodní trasy po moři, se přístavy staly záchytnými místy pro kupce. Byla to centra obchodu, ve kterých si kupci určité národnosti zakládali vlastní základny k ubytování. (Beránek a kol., 2013, stránky 15-17)

K zásadním mezníkům vedoucí k rozmachu hotelnictví se řadí:

- průmyslová revoluce (období 18. – 19. století);
- rozvoj dopravy, hlavně železniční; (1. polovina 19. století)
- objev elektrické energie (přelom 19. – 20. století);
- rozvíjení letecké dopravy (začátek 20. století);
- rozvíjení informačních technologií (druhá pol. 20. století, 21. století);
- vznik hotelových asociací (20. století). (Beránek a kol., 2013, stránky 17-18)

HOTELNICTVÍ V ČESKÉ REPUBLICE

Začátky ubytovacích služeb na území dnešního Česka jsou pravděpodobně propojené s činnostmi řádu maltézských rytířů. Hotelový průmysl se začal rozvíjet od 2. poloviny 19. století hlavně v lázeňských městech – nejvíce západočeské lázně. Když se konala 1. světová válka, začalo upadat mnoho hotelů i lázeňských komplexů, které posloužily vojákům jako kasárny. V období mezi válkami se začaly v Československu utvářet první hoteliérské svazy a společenství živností.

Nějaké moderní hotely evropského standartu byly vystavěny ve 30. letech. O pár let později došlo k anulování soukromého vlastnictví a k zestátnění podniků. Mezitím chátraly lázeňské komplexy. Tehdejší státní cestovní kancelář ČEDOK našla inspiraci u západních států k výstavbě hotelových řetězců. V roce 1965 vzniklo na území Československa 10 Interhotelů, hlavně pro zahraniční klientelu.

Pražský hotel Intercontinental se stal prvním hotelem v Československu. Tento hotel měl franchisovou smlouvu s mezinárodním hotelovým řetězcem. Řada změn nastala v listopadu 1989, kdy listopadové události značně ovlivnily životní styl všech občanů republiky. Mnoho hotelů se vrátilo zpět do rukou původních vlastníků na základě restituce. Mezi lety 1993 až 1996 se zvýšil počet hotelů v ČR z 583 na 1428.

Řadě podnikatelů i zaměstnancům v hotelovém průmyslu chyběly nutné odborné předpoklady a zkušenosti se zaváděním nových technologií. Pomalým tempem k nám začaly pronikat nové trendy z oboru gastronomie. Takové důvody vedly v České republice svou kvalitou k zaostávání oproti zemím západní Evropy.

Na začátku 90. let vznikaly první české hotelové řetězce EuroAgentur Hotels & Travel, a. s. a OREA HOTELS s. r. o. Postupem času přišly na český trh i hotelové společnosti ze zahraničí – Holiday Inn, Marriott, Hilton a jiné. (Beránek a kol., 2013, stránky 19-21)

2.1 VYMEZENÍ POJMU HOTEL

Od 17. století se pojmem hotel nazývaly městské paláce i budovy, které byly veřejné povahy. Ve Francii se pod výrazem hotel de ville označuje radnice. V Německu se nachází nejstarší hotel zvaný Pilgrim, který byl založen v roce 1304. V České republice je považován za nejstarší hotel Grandhotel Pupp, který se nalézá v Karlových Varech.

Slovo hotel je vysvětleno jako ubytovací zařízení, které má nejméně 10 pokojů pro hosty vybavené tak, aby mohlo nabídnout přechodné ubytování a služby s tím spojené (např.

stravovací, společenské aj.). Dle kvality nabízených služeb se odlišuje 5 tříd. Organizačně napojená vedlejší budova hotelu bez vlastní recepce se nazývá depandance hotelu. Depandance nebývá vzdálený více jak 500 m od hlavní budovy hotelu a podle příslušné třídy a kategorie je zajišťován plný rozsah služeb. (Schwartzhoffová, 2013, str. 30)

Hotely se odlišují podle: velikosti (malé, střední, velké); umístění (v horských částech, na pobřeží, ve velkých městech atd.; doby provozu (sezónní nebo celoroční provoz); poptávky (hotely zaměřené na kongresovou turistiku, hotely zaměřené na obchodní klientelu atd.); třídy (od neklasifikované až po pětihvězdičkové ubytování); formy řízení (řízené skupinou, franchisingové, nezávislé); prostředí (hotely s rodinou atmosférou, klasické hotely atd.). (Beránek a kol., 2013, str. 22)

2.2 KATEGORIZACE UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ

Kategorizace znamená postup, kdy se zařazují ubytovací zařízení dle jednotlivých druhů. Vychází se mimo jiné z typu poskytovaných služeb a způsobu, jak se tyto služby poskytují. Mezi ubytovací zařízení patří tyto druhy:

- **hotel** – je ubytovací zařízení, které má alespoň 10 pokojů a je zařízené pro poskytování přechodného ubytování a službami s tím spojených (hlavně stravování);
- **hotel garni** – zařízení, které disponuje minimálně 10 pokoji pro hosty a má pouze omezené vybavení pro poskytování stravovacích služeb, dělí se dále do 4 tříd;
- **penzion** – je ubytovací zařízení, které má minimálně 5 a maximálně 20 pokojů, nabízí pouze omezený rozsah služeb (společenských i doplňkových);
- **motel** – jedná se o zařízení, určené především pro motoristy, které se nachází zejména v blízké vzdálenosti od pozemních komunikací;
- **botel** – je zařízení, které je umístěné na trvale zakotvené osobní lodi, především v přístavech, ubytování se člení na 4 třídy. (Hotelstars, ©2016)

Zvláštní hotelová zařízení

Tato hotelová ubytování jsou zvláštní nejen polohou, uspořádáním či druhem poskytovaných služeb, ale i svou rozmanitou nabídkou volnočasových aktivit. K nejznámějším zařízením se řadí zejména:

- **lázeňský/spa hotel** – jedná se o hotel, který má vlastní léčebné procedury a nachází v lázeňském místě; přesněji dle oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení v České republice se jedná o ubytovací zařízení, které se nachází v místě se statu-

tem lázeňského místa dle zákona č. 164/2001 Sb. v aktuálním znění, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii hotel a které zajišťuje zároveň lázeňskou péči dle § 33 zák. č. 48/1997 Sb.;

- **butik hotel** – jde o menší privátní hotel, který klade specifický důraz na vzhled exteriéru a interiéru, na výzdobu, pohodlnost či kvalifikovaný personál a vysokou úroveň poskytovaných služeb;
- **pet friendly hotel** – tento hotel nabízí hostům možnost přicestovat dohromady se svými domácími miláčky (např. se psy nebo kočkami), pokoje jsou zařízené veškerým nutným vybavením pro domácí zvířátka např. misky, krmivo, pamlsky, pelíšek nebo balíčkem s kosmetikou (šampon, sprej na blechy, hřeben aj.); hotel nabízí i další služby např. kadeřnictví pro psy, službu venčení atd.;
- **baby (friendly) hotel** – tento typ hotelu si žádá speciální vybavení a služby pro pobyt dětí, především nábytek se zaoblenými rohy a dětské postýlky na pokojích nebo dětské pokoje uvnitř apartmánů, službu hlídání dětí, prostory vyhrazené pro hraní dětí;
- **depandance** – jedná se o vedlejší budovu ubytovacího zařízení, která nemá vlastní recepci, ale organizačně je propojená s hlavním ubytovacím zařízením, neměla by být vzdálená více než 500 m od hlavní budovy;
- **wellness hotel** – musí splňovat všechny specifické požadavky pro kategorii třetí až páté třídy a současně provozovat wellness služby;
- **ekohotel** – jedná se o typ hotelu, kterému byl udělen certifikát „ekologicky šetrná služba“; hotel musí splňovat přísná kritéria např. omezování energie a spotřeby vody, užívání ekologicky ohleduplných výrobků a vybírat dodavatele beroucí ohled na životní prostředí. (Beránek a kol., 2013, stránky 23-24)

2.3 KLASIFIKACE A CERTIFIKACE UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ

Jednotlivé kategorie hromadných ubytovacích zařízení se dále dělí do tříd. Pojem klasifikace je použito pro pojmenování minimálních požadavků jednotlivých tříd ubytovacího zařízení. Prostřednictvím jedné až pěti hvězdiček je v praxi formulována třída. Hvězdičky poskytují hostům různé informace např. o rozsahu poskytovaných služeb či kvalitě služeb. Klasifikačními znaky by měly být označeny reklamní materiály, internetové stránky, rezervační systémy, ale hlavně samostatná provozovna. V živnostenském zákoně č. 455/1991 Sb., respektive jeho novele č. 356/1999 Sb. v § 17 odstavci 8 je zapsána po-

vinnost, začlenit ubytovací zařízení do příslušné třídy a kategorie, a dále je určena povinnost provozovatele ubytovacího zařízení, aby měl svou provozovnu určenou pro prodej výrobků nebo poskytování služeb spotřebitelům nepřetržitě a zvenčí viditelně označenou, to platí i pro kategorii a třídu ubytovacího zařízení poskytující přechodné ubytování. V současné době platí pro veškeré provozovatele ubytovacích zařízení typu hotel, penzion, motel tzv. oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení v České republice. Tato klasifikace vychází z jednotné metodiky, na které se při hodnocení ubytovacích služeb domluvilo v projektu Starunion celkem 12 evropských zemí. (Schwartzhoffová, 2013, stránky 37-38)

Svazy Asociace hotelů a restaurací ČR a Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách UNIHOST udělují a obnovují klasifikační symboly a certifikáty svým členům i další podnikatelům. Klasifikační symboly se poskytují na období tři let, období začíná rokem vydání znaků a končí uplynutím tříleté lhůty. Klasifikační komise řeší případné konflikty. Ten profesní svaz, který udělil danému zařízení klasifikační znak a certifikát, vykonává zjištění a kontrolu. Ubytovacím zařízením typu hotel garni, motel, penzion a depandance mohou být uděleny nejvíce 4 hvězdičky.

Ubytovací zařízení splňující v jednotlivých klasifikačních třídách více než pouze povinná kritéria a minimum nepovinných kritérií, mohou dostat mimo hvězdiček dále označení „Superior“:

- * Tourist;
- ** Economy;
- *** Standard;
- **** First Class;
- ***** Luxury. (Křížek, Neufus, 2011, str. 24)

Jednoduché porovnání tříd pro kategorii hotel

*** Tourist**

- každodenní úklid pokoje,
- 100 % pokojů má barevnou TV včetně dálkového ovladače,
- stůl a židle,
- mýdlo či tekuté tělové mýdlo,

- služby recepce k dispozici,
- možnost přijetí a odesílání faxů,
- veřejně přístupný telefon pro hosty,
- nabídka snídaní,
- nabídka nápojů v hotelu,
- možnost uložení cenností.

** Economy

- každodenní úklid pokoje, každodenní výměna ručníků na požádání,
- 100 % pokojů má barevnou TV včetně dálkového ovladače,
- světlo na čtení vedle lůžka,
- přísada do koupele nebo sprchový gel/mýdlo,
- 1 ručník, 1 osuška na osobu, poličky na prádlo,
- nabídka hygienických pomůcek (např. zubní kartáček, zubní pasta atd.),
- přijímání kreditních karet,
- snídaně formou bufetu nebo odpovídající snídaňový lístek,
- možnost uložení cenností.

*** Standard

- 100 % pokojů má barevnou TV včetně dálkového ovladače,
- recepce otevřena 14 hodin, telefonicky dostupná 24 hodin, personál hovořící dvěma jazyky (čeština, jeden světový jazyk),
- místa sezení v prostoru recepce, pomoc se zavazadly,
- centrální trezor nebo trezor na pokoji,
- telefon v pokoji, noční stolek, čtecí světlo,
- internetový přístup na pokoji nebo ve veřejných prostorách,
- topení v koupelně, vysoušeč vlasů, kosmetické ubrousky,
- zrcadlo na výšku postavy, prostor pro uložení zavazadla či kufru,
- šitíčko, pomůcky k čištění obuvi, služba prádelny a žehlení,
- polštář a přikrývka navíc na požádání,
- přehledný systém vyřizování stížností,
- restaurace otevřená nejméně 5 dnů v týdnu.

**** First Class

- recepce otevřená 18 hodin, dostupná telefonicky 24 hodin,
- hotelová hala s místy k sezení a nápojovým servisem, bar v hotelu,
- snídaňový bufet nebo snídaňový jídelní lístek prostřednictvím Room Service,
- čalouněné křeslo/pohovka se stolkem,
- osušky, pantofle na požádání, služba krejčovství – drobné opravy,
- kosmetické výrobky (např. sprchovací čepice, pilníček na nehty, bavlněné tampóny), kosmetické zrcátko, velká odkládací plocha v koupelně,
- internetový přístup a internetový terminál, možnost IT podpory,
- minibar či nápoje 24 hodin denně prostřednictvím Room Service,
- restaurace s „à la carte“ nabídkou otevřená nejméně 6 dnů v týdnu
- zjišťování a vyhodnocování připomínek hostů.

***** Luxury

- recepce otevřená 24 hodin, vícejazyčný personál (čeština a nejméně dva světové jazyky),
- služba dveřníka, bagážisty, concierge,
- prostorná hala recepce s místy k sezení a nápojovým servisem, hotelový bar,
- osobní přivítání každého hosta,
- minibar a nabídka pokrmů a nápojů prostřednictvím Room Service 24 hodin denně,
- produkty osobní péče v lahvičkách, župan na pokoji,
- internet – PC v pokoji, trezor v pokoji,
- služba žehlení (navrácení do 1 hodiny), služba čištění obuvi,
- restaurace s „à la carte“ nabídkou otevřená nejméně 7 dnů v týdnu,
- kontroly mystery guest. (Hotev ý provoz, ©2012)

2.4 NOVÉ TRENDY V OBLASTI UBYTOVACÍCH SLUŽEB

V dnešní době se ve světě objevují různé trendy hotelových koncepcí, které spočívají např. ve zvláštní nabídce služeb či ve zvláštním umístění hotelu. Jedná se např. o proslulý ledový hotel, hotel v panelové odpadní rouře, hotel postavený v korunách stromu či safari hotel aj. S rozkvětem cestovního ruchu se turistům na jejich cestách nabízejí nové nebo neobvyklé možnosti ubytování. Jedná se například o tyto druhy:

Glamping

Jde o luxusní stanování. Stan je vybaven podobně jako luxusní hotelový pokoj, i když je postavený např. v africké divočině či hudebním festivalu. Je zde zajištěn celkový komfort pro ubytované hosty např. elektrická energie, komfortní postel nebo voda.

Couchsurfing

Jde o ubytování, které se objednává přes webové stránky. Ubytování je zajišťováno u cizích osob, které jsou zaregistrované v tzv. Hospitality clubu a nabízí takový typ bezplatného ubytování po celém světě. Tento trend je populární mezi mladými lidmi, ale dokonce má i svou variantu pro rodiny s dětmi. V rámci takového ubytování nejsou určeny žádné standarty, tzn., že cestovatel by měl očekávat vše např. přespání na gauči v kuchyni.

Zaplat', kolik chceš

Kvůli dopadům celosvětové ekonomické krize došlo k poklesu ubytovaných hostů, i když do této doby byly pražské hotely většinou plně obsazeny. Z takového důvodu se některé hotely rozhodly k marketingové strategii, která se spíše používá v restauracích. Strategie spočívá v tom, že nechají na hostovi, aby si sám řekl, kolik je ochotný uhradit za určitou úroveň ubytovacího zařízení a délku pobytu.

Time sharing

Jde o časové sdílení jednoho objektu více zákazníky stejného prázdninového klubu, který o vybranou budovu celý čas pečuje a organizuje, kdo, kdy a kde bude ubytován. Zákazník si hradí členství v klubu s tím, že si sám zvolí termín a místo. (Schwartzhoffová, 2013, str. 35)

3 KVALITA A ŘÍZENÍ SLUŽEB

„Podle Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) představuje kvalita v cestovním ruchu uspokojení všech legitimních požadavků a očekávání zákazníka v rámci akceptované ceny zahrnující určující kvalitativní faktory jako je bezpečnost, hygiena, dosažitelnost služeb cestovního ruchu, harmonie se sociálním a přírodním prostředím“. (Beránek a kol., 2013, str. 251)

Český systém kvality služeb je dobrovolný inovativní nástroj, který systematickým způsobem podporuje růst kvality služeb v podnicích v oblasti cestovního ruchu a v navazujících službách. Majitelem systému je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, které spolupracuje s některými profesními asociacemi cestovního ruchu. (Český systém kvality služeb, ©2016)

Kvalita je velmi důležitý prvek v oblasti řízení hotelnictví. V současné době je trendem orientovat se na zákaznickovy požadavky. Proto, aby mohl hoteliér řídit kvalitu služeb, je nutné si vybrat cílový segment zákazníků. Každá skupina zákazníků si totiž klade odlišné požadavky na kvalitu poskytovaných služeb v hotelu. Z důvodu obtížného měření kvality služeb by měl hoteliér věnovat pozornost svým zákazníkům a odhalovat jejich potřeby a přání. (Beránek a kol., 2013, str. 251)

3.1 DŮVODY PRO ŘÍZENÍ KVALITY V HOTELU

Kvalita v hotelech se řídí z několika příčin:

- **konkurence** – v současné době je konkurence v hotelnictví obrovského charakteru; hodně hotelů se snaží zajistit konkurenční výhodu právě vysokou kvalitou služeb,
- **lepší efektivita** – řízení kvality se specializuje kromě jiného na vytyčení a popsání procesů, které probíhají v hotelu; zrovna tato definice odhalí v hotelu činnosti, které se odehrávají např. duplicitně, zbytečně komplikovaně nebo úplně zbytečně,
- **složitější a komplexnější služby** – trendem v hotelovém průmyslu je směřovat k poskytování obtížnějších služeb,
- **informovanost zákazníka** – v současnosti ve světě moderních technologií má každý zákazník přístup k informačním zdrojům, které mu umožní porovnávat služby a produkty konkurence,

- **hrozba sankcí** – když nejsou splněny zákonné požadavky na kvalitu poskytovaných služeb, může např. Česká obchodní inspekce udělit ubytovacímu zařízení peněžitou pokutu. (Beránek a kol., 2013, str. 252)

3.2 KVALITA SLUŽEB V HOTELNICTVÍ

Kvalita služeb v hotelovém průmyslu se promítá na ekonomickém úspěchu a konkurenceschopnosti celého oboru a také na jednotlivých podnikatelských subjektech. Postoje ke kvalitě služeb v hotelovém průmyslu musí být postaveny na dodržování základních principů a atributů moderních manažerských přístupů. Z tohoto důvodu budou poté organizace schopné poskytovat kvalitní služby včas a podle představ klienta (hosta) a přitom díky efektivnímu řízení podniku, lze uspořit část nákladů. Velmi důležitou roli hraje ve vnímání kvality zařízení samozřejmě personál organizace a způsob, jakým služby poskytují. Zaměstnanci představují pro koncové spotřebitele hlavní ukazatel kvality. Podstatné je, aby si zaměstnanci vždy řádně a včas splnili své pracovní povinnosti a při kontaktu se zákazníkem jednali přesvědčivě a slušně. Důležitou roli hrají průběžná školení a vzdělávání zaměstnanců, které jim poskytnou znalosti v oblasti poskytování služeb a zároveň by je měly motivovat. (Český systém kvality služeb, ©2013)

Faktory, které ovlivňují kvalitu služeb:

- **spolehlivost** – stabilní výkonnost bez omylů nebo průtahů,
- **způsobnost** – určité znalosti a dovednosti zaměstnanců,
- **přístup** – přístupnost a snadnost kontaktu,
- **citlivost** - ochota pracovníků, kteří poskytují služby,
- **zdvořilost** – laskavost, úcta zaměstnanců,
- **komunikace** – informování hostů a věnování pozornosti jejich přáním a připomínkám,
- **důvěryhodnost** – poctivost, jistota,
- **bezpečnost** – ochrana před rizikem nebo nebezpečím,
- **empatický vztah** – porozumění požadavkům hostů.

Hosté posuzují kvalitu služeb podle jiných hledisek:

- **dostupnost,**
- **pohodlí,**
- **prostornost,**

- poměr mezi cenou a hodnotou,
- odpovídající služby

Pro řízení kvality jsou k dispozici dvě strategie, a to kontrolní a prevenční strategie. (Beránek, Kotek, 2007, str. 45)

3.3 KVALITA SLUŽEB V PRAXI

K zaujmutí turistů musí turistické destinace investovat více než jen finanční investice. V místech je potřeba rozšířit veřejné služby, zejména veřejnou bezpečnost, dopravu, záchrannou službu, hygienická opatření a úklid ulic. Dále musí podporovat cestovní ruch uvnitř měst a maloobchodníky, restaurace, finanční instituce, veřejnou a soukromou dopravu, ubytování, policii a veřejné osoby. Firmy musí investovat do nabírání, vyškolení, licencování zaměstnanců. Například v Singapuru jsou taxikáři proslulí odbornou přípravou a službami, mezi které patří anglické jazykové zkoušky, bezpečnostní programy a lokalizační dovednosti.

Dubaj nacházející se ve Spojených arabských emirátech je správný příklad města, který má dobře rozvinutou infrastrukturu společně s turistickými atrakcemi. Letiště je zde na vysoké úrovni a nabízí vynikající „duty free“ nakupování. Dálniční systém je navržen tak, aby bylo snadné se dostat z letiště do resortů. Hotely si kladou důraz na důležitost služeb a spokojenost zákazníka. Host si může vybrat v hotelech z celé řady aktivit, která zahrnují vodní sporty, tenis, golf nebo návštěvu památek. Resorty vynakládají hodně úsilí do zaškolení svých zaměstnanců, kteří pocházejí z celého světa. Vhodně zaškolený kolektiv zaměstnanců znamená, že hosté z téměř z jakékoliv země si mohou zvolit zaměstnance, který mluví stejným jazykem. Dubaj je založena na strategii využití cestovního ruchu tak, aby podpořila svou ekonomiku a zároveň vytvářela plán této strategie. (Kotler, Bowen, Makens, 2014, stránky 554-555)

4 VYBRANÉ ANALYTICKÉ METODY

V této kapitole budou popsány metody, které budou použity v analytické části diplomové práce. Jedná se o analýzu konkurence, ekonomickou analýzu, SWOT analýzu a vyhodnocení dotazníkového šetření.

4.1 ANALÝZA KONKURENCE

Konkurenční analýza se orientuje na přesné určení klíčových konkurentů daného podniku a přitom i na určení jejich konkurenčního profilu. Podle analýzy konkurence firma většinou formuluje vlastní marketingovou strategii.

Konkurenční analýza se snaží zjistit:

- strategické cíle konkurenta,
- strategii konkurenta,
- specifické předpoklady konkurenta.

Analýza konkurence se také snaží odkrýt výhody a nevýhody konkurenčních produktů a služeb a důvody tohoto stavu. Analýza se současně zabývá nákladovým postavením konkurenčního zboží. (Marke, ©2015)

4.2 EKONOMICKÁ ANALÝZA

Ekonomická analýza pozoruje rozvoj jistého ekonomického celku, jeho rozklad na jednotlivé složky a jejich podrobnější prozkoumání a ocenění za účelem stanovení způsobů jejich vylepšení a opětovnou skladbu do pozměněného celku. To všechno s cílem zvýšení výkonu a vylepšení fungování. Tento postup v sobě zahrnuje i jiné činnosti a to včetně syntézy, metod hodnocení či specifických matematicko-statistických metod atd.

Ekonomická analýza v tomto slova smyslu se může vztahovat k podniku, závodu a jiným vnitropodnikovým útvarům. Může obsahovat všechny důležité činnosti a úkazy. Předmětem ekonomické analýzy může být celá firma, její výsledky a všechny její aktivity či pouze úseky podniku a jen některé její aktivity nebo procesy.

Podle toho jak často se analýzy provádí, je lze třídit na pravidelné (periodické) a nepravidelné (neperiodické), dále dle doby, ke které se vztahují – dlouhodobé a krátkodobé (operativní). (Synek, Kopkáně, Kubálková, 2009, stránky 151-152)

4.3 SWOT ANALÝZA

Jde o souhrnnou metodu kvalitativního vyhodnocení všech relevantních stránek fungování podniku (popř. řešení, problémů atd.) a její současné pozice. Jedná se o silný nástroj pro souhrnnou analýzu interních a externích činitelů a v podstatě zahrnuje postupy technik strategické analýzy. Základ metody spočívá v klasifikaci a ohodnocení různých faktorů, které jsou rozčleněny do čtyř skupin (interní stránky podniku – silné a slabé stránky a faktory vnějšího prostředí – příležitosti a hrozby). (Křížek, Neufus, 2011, str. 95)

Strengths (silné stránky)

Silné stránky jsou v podstatě konkurenční výhodou, která existuje v rámci podniku. Může se jednat např. o zaměstnanecké nebo manažerské schopnosti, jedinečné zdroje, silnou image značky, dominanci na trhu či o prospěšné vztahy s odběrateli a dodavateli.

Weaknesses (slabé stránky)

Slabé stránky jsou naopak konkurenční nevýhodou, které se nachází uvnitř podniku. Může jít o nedostatek personálních a manažerských schopností, zdroje, prezentaci firmy navenek, postavení na trhu nebo o vztahy s odběrateli a dodavateli.

Opportunities (příležitosti)

Příležitost je vhodná situace v okolí firmy. Příležitosti lze využít k zajištění větších prodejů a vyšší výnosnosti. Jde např. o růst firemního potenciálu nebo o změny v právní regulaci podnikání (daňové zákony), tj. v hospodářské politice státu v sektoru, technologickém pokroku apod.

Threats (hrozby)

Hrozba představuje nepříznivé hledisko v okolí firmy. Hrozby mohou potenciálně ovlivňovat schopnost podniku operovat v dané tržní situaci. Může jít např. o nebezpečí konkurence. (Beránek, Kotek, 2007, stránky 131-132)

4.4 DOTAZNÍK

Dotazník zobrazuje formulář (buď v papírové či elektronické podobě), který obsahuje sérii otázek, na které dotazovaní odpovídají, eventuálně obsahují varianty jejich odpovědí. Tento druh formuláře slouží respondentovi, tazateli nebo oběma. Jedná se vlastně o způsob psaného řízeného rozhovoru.

V porovnání s rozhovorem je méně náročný na čas a umožňuje relativně rychlé získání dat od většího počtu respondentů. V mnoha případech není potřeba tazatele, čímž se šetří náklady, nelze ovlivňovat respondenty při jejich odpovědích a respondent je ujistěn o anonymitě jeho odpovědí. Na druhou stranu nelze získat kontrolu, kdo a jak pravdivě dotazník vyplňuje, protože respondent může přeskačovat otázky či dokonce dotazník úplně nevyplnit.

Smysl dotazníku spočívá ve čtyřech oblastech:

- získávání informací od respondentů,
- poskytování struktury a usměřování procesu rozhovoru,
- zajišťování standardní jednotné šablony pro zapisování odpovědí,
- zlehčení při zpracování dat. (Kozel, Mynářová, Svobodová, 2011, str. 200)

SHRNUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

Hlavním cílem teoretické části bylo vymezit základní pojmy týkající se tématu mé diplomové práce. Zdrojem teoretických poznatků byla česká a světová odborná literatura, ze které jsem získala teoretický přehled o dané problematice.

Tato část se skládá ze čtyř různých kapitol. První kapitola pojednávala o samotném pojmu lázeňství, charakteristice a dělení lázeňských služeb, statistických informacích v lázeňství, dále o trendech a budoucích předpovědích trendů v lázeňství. Druhá kapitola popisovala hotelnictví v minulosti i současné době, vysvětlovala pojem hotel a jeho kategorizaci, klasifikaci a certifikaci. Poslední část informovala o nových trendech v oblasti ubytovacích zařízení. Třetí kapitola charakterizovala kvalitu a řízení služeb, důvody pro řízení kvality a faktory, které ovlivňují kvalitu služeb. Nakonec byla popsána kvalita služeb v praxi. Poslední kapitola teoretické části informuje o použitých analytických metodách.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 PŘEDSTAVENÍ LÁZEŇSKÉHO HOTELU

Společnost Léčebné lázně Luhačovice - Sanatorium Miramare, s.r.o. vede v lázeňském městě hned několik lázeňských hotelů. Od roku 1995 poskytuje profesionální lázeňské a hotelové služby v hotelu Miramare. V roce 2007 byl otevřen lázeňský hotel Vila Antoineta, který patří k sanatoriu Miramare. O dva roky později byl slavnostně zahájen provoz také v hotelu Vila Valaška, který je kulturní památkou města Luhačovice, protože pochází od proslulého architekta Dušana Jurkoviče. Součástí komplexu Miramare jsou dependance vila Naš'a a vila Rita, které jsou jednodušeji zařízené než hotel Miramare.

Všechny uvedené hotely v lázeňském městě Luhačovice spadají do rodinného řetězce lázeňských a wellness hotelů ROYAL SPA. Tento řetězec hotelů působí na území České republiky ve 4 důležitých lázeňských místech - Mariánské Lázně, Luhačovice, Lázně Ostrožská Nová Ves a Termální lázně Velké Losiny. (O nás, © 2016)

Hotel Miramare poskytuje procedury na bázi přírodních léčivých zdrojů. K těmto procedurám se využívají dva vlastní minerální prameny – pramen Sv. Josefa a pramen Jaroslava. Nabídka léčebných, relaxačních a wellness procedur je obohacena o již nový léčebný program Léčba neplodnosti. Tento léčebný program probíhá ve spolupráci s Klinikou reprodukční medicíny a gynekologie ve Zlíně. (Léčebné lázně, ©2009-2016)

5.1 ZÁKLADNÍ ÚDAJE O HOTELU

Název: Léčebné lázně Luhačovice – Sanatorium Miramare, s. r. o.

Sídlo: Bezručova 338, 763 26 Luhačovice

Kapitál: 10 mil. Kč

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Předmět podnikání

Společnost Léčebné lázně Luhačovice – Sanatorium Miramare, s. r. o. byla zapsána 11. listopadu 1994 u Krajského soudu v Brně, oddíl C, vložka 17155. Hlavní předmět podnikání tvoří podle aktuálního výpisu z obchodního rejstříku následující činnosti:

- lázeňská péče v rozmezí indikací uváděných u lázeňského místa Luhačovice v Indikačním seznamu pro lázeňskou péči o dospělé, komplexní i příspěvková lázeňská péče;
- hostinská činnost;

- výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona;
- prodej kvasného lihu, konzumního lihu a lihovin;
- směnárská činnost. (Ministerstvo spravedlnosti ČR, ©2012-2015)

5.2 LÁZEŇSTVÍ V LUHAČOVICÍCH

Lázeňské město Luhačovice patří mezi největší moravské lázně, které mají dlouholetou tradici léčby trávicího ústrojí, dýchacích cest, diabetu a samozřejmě pohybového aparátu. Znamé jsou hlavně kvůli přírodním léčivým pramenům, vhodným klimatickým podmínkám a příjemnému prostředí, které obklopuje úžasná příroda a typické stavby. Za hodinu tady vyteče až 15 tisíc litrů minerální vody. Prameny v Luhačovicích se řadí mezi jedny z nejučinnějších v Evropě.

Na území Luhačovic bylo v minulosti objeveno až 16 kyselek a jeden sirný pramen. Mezi nejznámější prameny patří Vincentka, Ottovka, Aloiska, Pramen Dr. Šťastného a pramen Sv. Josefa. Tyto prameny mají vysoký obsah minerálních látek, proto jsou považovány za jedny z nejučinnějších v Evropě. Nejmladším luhačovickým pramenem je pramen Jaroslava, který se nachází v areálu budovy Sanatoria Miramare. Tento pramen využívá sanatorium hlavně při uhličitých koupelích. Tyto prameny obsahují vápník, sodík, draslík, hořčík, železo a jiné minerální látky. (Luhačovice, ©2016)

5.3 ANALÝZA SOUČASNÉHO NABÍDKY POBYTŮ

Lázeňský hotel Miramare nabízí širokou škálu různých pobytů. Jedná se o pobyty lázeňské, wellness, víkendové pobyty nebo akční nabídky. Pobyty lze rozdělit na pobyty pro samoplátce a pobyty pro klienty zdravotních pojišťoven. Pobyty pro klienty zdravotních pojišťoven se dělí na komplexní lázeňskou péči a příspěvkovou lázeňskou péči.

Komplexní lázeňskou péči (KLP) využívá klient v době své pracovní neschopnosti. Zdravotní pojišťovna hradí ubytování ve dvoulůžkovém pokoji, příslušnou stravu – plná penze (dietní strava), vstupní i výstupní vyšetření od lékaře a lázeňské procedury, které stanoví lékař na základě zdravotního stavu hosta. Host si platí pouze lázeňský poplatek a případně doplatky, které se vztahují na ubytování a služby. Příspěvková lázeňská péče (PLP) se poskytuje hlavně u nemocí chronických, kdy nebyly splněny podmínky pro poskytnutí KLP. Tato péče může být využita pouze jednou za 2 roky. Host si hradí všechny výdaje spojené s pobytem – ubytování, stravování, lázeňský poplatek, pouze léčebné procedury mu zaplatí zdravotní pojišťovna. Samoplátci si mohou vybrat z veškerých lázeňských a wellness po-

bytů, které si platí ovšem celé sami. Hoteloví hosté mají k dispozici zdarma bazén a infra-saunu. V ceně veškerých pobytů není zahrnut lázeňský poplatek, který činí 15,- Kč/os./den. (Pobyty pro klienty pojišťovny, ©2016)

5.3.1 Lázeňské pobyty

Základem těchto pobytů je odborná léčba pod dohledem kvalifikovaného lékaře, dále pak profesionální rehabilitace a nenahraditelná prevence. Během pobytu se stará o všechny pacienty kvalifikovaný zdravotnický personál. Důležitým prvkem je rovněž racionální stravování, na které dohlíží nutriční terapeut. Pobyty, u kterých jsou dopředu určené léčebné procedury, mají pouze orientační povahu, mohou být přizpůsobeny každému pacientovi dle jeho zdravotního stavu po domluvě s lázeňským lékařem.

Lázeňské pobyty většinou zahrnují ubytování ve vybraném lázeňském hotelu (hotel Miramare, vila Antoaneta nebo vila Valaška), plnou penzi, lékařské vyšetření nebo konzultaci s lékařem, určitý počet léčebných procedur podle předpisu lékaře a zdravotního stavu hosta, volný vstup do hotelového bazénu (hotel Miramare) či do relaxačního vodního centra (vila Antoaneta) a infrasauny.

Mezi **lázeňské pobyty**, které hotel nabízí, patří:

- lázně na zkoušku,
- lázeňská siesta,
- preventivní program,
- tradiční léčba,
- komplexní kúra,
- individuální péče,
- harmonie a zdraví,
- seniorský pobyt. (Lázeňské pobyty, ©2016)

Příklad konkrétního pobytu i s cenovou nabídkou – „Lázně na zkoušku“

Tabulka 2 Pobyt s cenovou nabídkou

Termín pobytu	Cena
13. 03. 2016 - 23. 04. 2016	od 8 750 Kč / 7 nocí / os.
24. 04. 2016 - 24. 09. 2016	od 9 800 Kč / 7 nocí / os.
25. 09. 2016 - 22. 10. 2016	od 8 750 Kč / 7 nocí / os.
23. 10. 2016 - 18. 12. 2016	od 7 350 Kč / 7 nocí / os.

Zdroj: vlastní zpracování dle internetových stránek

Cena zahrnuje:

- ubytování v pokoji požadované kategorie v hotelu Miramare,
- plná penze - možnost dietní stravy,
- lékařské vyšetření,
- léčebné procedury v hodnotě do 2100,- Kč týdně dle předpisu lékaře a zdravotního stavu klienta,
- volný vstup do bazénu a infrasauny,
- možnost rezervace také v hotelu Vila Antoaneta a Vila Valaška. (Lázeňské pobyty, ©2016)

V příloze P I se nachází ceník veškerých procedur, které hotel Miramare nabízí.

5.3.2 Wellness pobyty

Pobyt ve wellness vede ke sladění těla a duše. Člověk by se neměl nechat pohltit současnou dobou plnou stresu, ale měl by se naučit zůstat v psychické pohodě. Tyto pobyty jsou orientovány tak, aby vedly ke zdravému stylu života, kráse těla i duše.

Pobyty jsou vhodné především pro tyto typy osob:

- **ženy** – dokonalý pobyt pro ženy, které touží po zkrášlení, omlazení svého vzhledu a relaxaci v útulném prostředí města Luhačovice,
- **děti** – v hotelu Vila Antoaneta je připraven pro děti dětský koutek a venkovní dětské hřiště, báječné vyžití nabízí rovněž vodní relax centrum,
- **zamilované páry** – určeno pro dvojice, které chtějí strávit volné chvílky v romantickém ubytování v hotelu Vila Valaška, který je kulturní památkou Dušana Jurkoviče,

- **manažeri** – pobyty vhodné hlavně pro lidi, kteří pracují v prostředí plném stresu a potřebují načerpat novou energii a sílu. (Wellness pobyty, ©2016)

Mezi nabízené wellness pobyty patří:

- **víkendový pobyt** – možnost výběru ubytování (vila Antoaneta, vila Valaška), zahrnuje 2 relaxační procedury např. klasická masáž, volný vstup do bazénu (v hotelu Miramare) nebo do vodního centra (vila Antoaneta), stravování - polopenze, ubytování;
- **relaxační pobyt** – možnost zvolit si délku pobytu na 2 až 3 noci nebo 4 až 5 nocí, možnost výběru ubytování – vila Valaška, vila Antoaneta, v ceně pobytu určitý počet wellness procedur dle délky pobytu např. relaxační zábal – kokosový, volný vstup do bazénu (hotel Miramare) nebo vodního relax centra (vila Antoaneta), stravování – polopenze, ubytování;
- **prodloužený relaxační víkend** – ubytování ve vile Valašce nebo ve vile Antoanetě, jedná se o 3 denní pobyt, který zahrnuje ubytování, stravování – polopenze, lékařskou konzultaci a 3 relaxační procedury např. přírodní uhličitá koupel, dále volný vstup do bazénu nebo vodního relaxačního centra;
- **romantický víkend** – ubytování v luxusní vile Valašce, cena zahrnuje 3 wellness procedury např. klasickou masáž éterickým olejem, volný vstup do bazénu či vodního centra, lékařskou konzultaci, ubytování v požadovaném pokoji nebo apartmá a polopenzi;
- **potěšení z Jávy** – pobyt, který nabízí tajemství ukryté v jávských masáží, v ceně jsou 2 exotické wellness procedury – tradiční Jávská, Borneo, Sumatra, Thajská nebo Havajská masáž, která trvá 60 minut a relaxační koupel z bylinek, polopenze, ubytování a volný vstup do bazénů;
- **lázně na ochutnávku** – možnost volby ubytování – hotel Miramare nebo vila Antoaneta, pobyt zahrnuje ubytování, stravu – polopenzi, lékařské vyšetření, 8 relaxačních procedur např. inhalaci Vincentky, vstup do vodního centra;
- **harmonie a zdraví** – tento pobyt by měl převést tělo do dokonalé harmonie, pobyt zahrnuje ubytování v hotelu Miramare, plnou penzi – možnost volby dietního stravování, 10 relaxačních procedur, konzultaci s lékařem a vstup do bazénu a infra-sauny;

- **antistresový pobyt** – pobyt by měl přispět k odbourání stresu, možnost volby ubytování – vila Antoaneta nebo vila Valaška, léčebné procedury v ceně do 2800,- Kč dle lékařského předpisu a zdravotního stavu hosta, lékařské vyšetření, plná penze, ubytování a volný vstup do bazénu a infrasauny jsou zahrnuty v ceně pobytu;
- **wellness pobyt** – ubytování zajišťované v hotelu vila Valaška nebo vila Antoaneta, v ceně pobytu je zahrnuto 6 relaxačních procedur např. indická masáž hlavy nebo relaxační přísadová koupel, denní pitná kúra, plná penze – lze si zvolit i dietní stravu, ubytování v příslušném pokoji a vstup do vodního centra ve vile Antoaneta;
- **beauty program** – ubytování ve vile Antoanetě, vhodné především pro ženy, obsahuje mimo jiné 13 léčebných procedur za týden např. čokoládový zábal, anti-celulitidová masáž, syrovátková koupel atd., volný vstup do relax centra, ubytování a příslušnou stravu. (Wellness pobyty, ©2016)

Dále hotel Miramare nabízí ve své nabídce víkendové pobyty, které jsou v rámci wellness pobytů. Na akční pobyty se vztahují výhodné ceny, které platí pouze omezenou dobu.

Dárkové poukazy a šeky

V lázeňském hotelu je možné si zakoupit dárkový šek nebo poukaz na přání hosta. Dárkové šeky lze uplatit na ubytování, výtečnou večeři, konkrétní proceduru nebo na lázeňský pobyt. Nominální hodnota těchto šeků je v hodnotě 500, 1000, 2000 a 5000,- Kč. Šek platí 1 rok od jeho vystavení a to ve všech lázeňských hotelech, patřících k hotelu Miramare a hotelech ROYAL SPA. Dárkový poukaz na přání lze použít na wellness a lázeňské procedury či na vybraný pobyt. (Dárkové poukazy, ©2016)

5.4 ANALÝZA HOTELOVÝ SLUŽEB

V následující podkapitole budou analyzovány všechny hotelové služby, které hotel Miramare ve své nabídce poskytuje. Hotel nabízí jak základní služby – ubytování, stravování, atd., tak doplňkové služby – zajištění transferu, obstarání vstupenek na kulturní akce a mnoho dalších.

Ubytování

Hosté si mohou vybrat z několika ubytovacích zařízení – Miramare I, Miramare II, vila Helena, vila Antoaneta, vila Valaška. Dále jsou k dispozici dependance vila Nasťa ** a vila Rita ***. Lázeňský hotel Miramare se skládá ze třech vzájemně propojených budov (Miramare I, II a Helena) s ubytovací kapacitou 166 lůžek. Vila Nasťa a Rita mají ubyto-

vací kapacitu celkem 46 lůžek. Ubytování v pokojích Miramare II a vila Helena jsou kategorie Superior a v pokojích Miramare I jde o pokoje typu Standart. (Lázně Luhačovice hotel Miramare, ©2016)

Vybavení hotelu: recepce se vstupní halou, 2 restaurace, zimní terasa a hotelový bar, kompletní balneoprovoz – k dispozici 2 vlastní prameny, ordinace pro lékaře a zdravotní personál, 2 bazény s protiproudem, infrasauna, solárium, sauna, nehtové studium a pedikúra, kadeřnictví pro ženy, kosmetika a jávský masážní salon.

Vila Naš'a je ekonomicky příznivé ubytování. Pokoje jsou vybaveny rádiem, TV a umyvadlem. Společné sociální zařízení je umístěno na patře. Vila Rita se nachází asi 30 metrů od hotelu Miramare a nabízí ubytování typu Standart. Všechny pokoje mají sprchu nebo vanu a jsou vybaveny WC, telefon, TV+SAT. Celá budova je bez výtahu. (Luhačovice hotel Miramare, ©2011)

Stravování

Hotel má 2 restaurace s barem, zimní terasu a hotelový bar, který je otevřen do 21 hod. Restauraci využívají pouze hoteloví hosté, což znamená, že zákazník z ulice nemá možnost se zde najíst. Hotel nabízí možnost stravy v podobě polopenze, plné penze nebo pouze hotelový pobyt se snídaní v ceně.

Samoplávecké balíčky pro hosty obsahují výběrovou stravu, která se podává ve formě polopenze a plné penze. Snídaně jsou servírovány formou bufetového stolu a obědy i večeře výběrem z menu, různých salátů, ovoce. Hostům, kteří mají pobyt přes pojišťovnu, jsou podávány servírované snídaně a obědy i večeře výběrem z menu. Po dohodě s lékařem a nutričním terapeutem je možno podávat dietní stravu. (Stravování, ©2016)

Pro pohodlně strávený pobyt nabízí lázeňský hotel Miramare řadu hotelových služeb pro své hosty.

Služby recepce

- recepce s nepřetržitým provozem – recepce je hostům k dispozici 24 hod denně;
- wifi připojení k internetu zdarma;
- high-speed připojení k internetu zdarma v hotelu vila Valaška;
- možnost platby platebními kartami Visa, Visa Electron, Maestro, MasterCard;
- služba směnárny;

- možnost platby stravenkami a platebními poukázkami (Sodexo, Edenred/Accor, Chéque Déjeuner);
- buzení telefonem;
- možnost uschování cenností;
- obstarání vstupenek na společenské akce;
- administrativní služby – kopírování;
- prodej denního tisku a časopisů;
- prodej cukrovinek, nápojů, hygienických potřeb;
- prodej dárkových poukazů a šeků;
- nabídka lázeňské kosmetiky SINOVA - šampon, krém, mýdlo, sůl atd.;
- prodej dárkových předmětů – hrníčky, oplatky, pohlednice atd.;
- poskytování informací o okolí Luhačovic a titech na výlet;
- bezbariérový přístup s výtahem;
- zajištění transferu k vile Antoanetě a Valašce;
- možnost zajištění pronajmutí tenisové haly, jízdního kola, ledničky, županu, fénu, žehličky, knih nebo stolních her;
- úschovna jízdních kol. (Hotelové služby, ©2016)

Hotelové služby

Mezi služby, které všeobecně obstarává hotel nebo pracovníci různých úseků, patří:

- room service;
- minibar v pokoji na přání hosta;
- čištění, praní a žehlení oděvů;
- parkování na vyhrazeném místě před hotelem Miramare;
- denní úklid pokojů. (Hotelové služby, ©2016)

5.5 ANALÝZA SOUČASNÉ NABÍDKY HOTELOVÝCH SLUŽEB KONKURENCE NA REGIONÁLNÍM TRHU

V podkapitole budu analyzovat hotelové služby konkurence, ale pouze na regionálním trhu tzn., hotely, které se nachází v Luhačovicích a v Pozlovicích. Zaměřím se pouze na čtyřhvězdičkové hotely. Tyto hotely budou analyzovány na základě vybraných kritérií, která jsou následující:

- 4 * hotel,
- hotel musí nabízet pobyty komplexní nebo příspěvkové lázeňské péče i samoplátecké pobyty,
- kapacita ubytování nejméně 50 lůžek,
- nabídka profesionálních wellness služeb nebo lázeňských procedur,
- vzdálenost od lázeňského náměstí (kolonády) do 2000 m.

5.5.1 Spa & Wellness hotel Alexandria *****

Tento hotel byl postaven již v roce 1939, ale nově byl zrekonstruován a slavnostně otevřen v roce 2008. Spa & Wellness hotel Alexandria se skládá ze dvou propojených budov. Obě budovy hotelu disponují luxusním ubytováním. Hotel má celkem 56 pokojů a kapacita je 106 lůžek. V hlavní budově hotelu jsou pokoje klimatizovány a zařízeny do stylu třicátých let, mají terasu nebo balkon. Nová moderní budova je zdobena napodobeninami suvenýrů Alexandra Velikého. Všechny pokoje mají balkon nebo terasu. Některé pokoje jsou klimatizovány. (Alexandria ubytování pokoje, ©2016)

Hotel nabízí rozsáhlou nabídku služeb:

- recepce fungující 24 hodin denně,
- wellness centrum – saunový svět, bazén, masáže, whirlpool, fitness centrum atd.,
- francouzská restaurace – zážitková gastronomie,
- hotelový bar,
- wifi připojení v celém hotelu,
- úschova zavazadel,
- administrativní služby – kopírování,
- možnost pořádání seminářů, večírků, meetingů atd. v prostorách night clubu - kapacita 85 míst atd. (Lázeňské hotely Luhačovice Alexandria, ©2016)

Hotel Alexandria poskytuje širokou nabídku zážitkových balíčků, ze kterých si vybere opravdu každý. Mezi tyto pobyty patří balíček pro gurmány, wellness zážitky, tělové rituály, zážitky pro dva nebo obličejové rituály. Kromě zážitkových balíčků nabízí i léčebný pobyt. Jedná se kombinaci lázeňské léčby v hotelu Palace a wellness služby v hotelu Alexandria, jde o pobyt „Léčba a Wellness“. Mezi další pobyty patří např. ochutnávka wellness, V.I.P. wellness týden, wellness na zkoušku a mnoho dalších. Co se týká parkovacích možností, hosté si mohou vybrat mezi krytým parkovištěm ve městě (100 metrů od hotelu)

nebo lázeňskými garážemi (1200 metrů od hotelu). Hotel nemá své parkoviště, host před hotelem pouze vyloží a naloží své zavazadla. (Zážitkové balíčky Lázně Luhačovice, ©2016)

5.5.2 Lázeňský & Wellness hotel Niva ***/*****

Lázeňský & Wellness hotel Niva leží v poklidné části Pozlovic, je vzdálen asi 1800 m od lázeňské kolonády. Hotel prošel celkovou rekonstrukcí a byl znovu otevřen v roce 2012. Hotelové pokoje jsou nabízeny ve dvou kategoriích – 3* pokoje Standard – 64 lůžek nebo 4* pokoje Executive nebo Deluxe – 46 lůžek. V nabídce pobytů poskytuje dvoudenní pobyty – relaxační, romantický pobyt a vinný relax, vícedenní – zážitkový, odpočinkový a prodloužený relaxační pobyt, dále lázeňské pobyty – lázeňská dovolená, týden regenerace a léčebný pobyt na 14 nebo 21 dní. Hotel nabízí také hotelové ubytování se snídaní, ubytování s wellness procedurami nebo pořádání firemních akcí – semináře, školení atd. Lázeňský hotel Niva nabízí jak pobyty pro samoplátce, tak pobyty pro komplexní a příspěvkovou lázeňskou péči.

Hotelové služby a vybavení:

- 24 hodin otevřená recepce, trezor na recepci,
- parkování u hotelu – za poplatek,
- luxusní wellness centrum – v roce 2015 bylo zvoleno mezi TOP 10 v ČR, rozsáhlá nabídka procedur – kneippovy koupele, několik typů saun (bylinková, lesní atd.), masáže, whirlpool, bazén atd.,
- stylová valašská restaurace a vinotéka s venkovním grilováním – nabízí valašské speciality, valašskou kuchyni, pořádání akcí pro gurmány,
- kancelářské služby – kopírování, skenování,
- wifi připojení v celém hotelu,
- služby lékaře v hotelu,
- fitcentrum, tělocvična,
- možnost zapůjčení kol, stolního tenisu,
- konferenční místnost - pro 80 osob,
- prodej hygienických potřeb, kosmetiky fy Jansen a Kneipp, lázeňských oplatků atd.,
- praní a žehlení oděvů,

- výtah, bezbariérový přístup atd. (Katalog Niva, ©2016)

5.5.3 Lázeňský hotel Jurkovičův dům ****

Lázeňský hotel Jurkovičův dům je jedinečný hotel ve stylu lidové secese, nachází se ve středu samotných lázní. Jurkovičův dům byl postaven v roce 1822 a roku 1902 ho přestavil Dušan Jurkovič, kdy bylo přistaveno jedno patro a nové zastřešení. Lázeňský hotel byl zrekonstruován a zmodernizován v roce 2002, celkem nabízí 50 pokojů, kapacita ubytování je 80 lůžek. Hotel nabízí možnost zajištění pobytu pro komplexní nebo příspěvkovou lázeňskou péči. Jurkovičův dům má ve své nabídce lázeňské, wellness procedury a samozřejmě tradiční hotelové ubytování. (Lázeňské hotely Luhačovice Jurkovičův dům, ©2016)

Lázeňský hotel nabízí tyto služby:

- wellness služby – bazén, masáže (klasická, havajská, čokoládová atd.), koupele (perličkové, relaxační atd.), whirlpool,
- lobby bar,
- recepce fungující 24 hodin denně,
- směnárna,
- kadeřnictví,
- wifi připojení v celém hotelu,
- bezplatný denní tisk,
- administrativní služby – kopírování, skenování,
- hotelový transfer,
- room service,
- praní a žehlení oděvů,
- prodej suvenýrů,
- úschovna kol, cenných předmětů,
- půjčovna sportovního vybavení, společenských her atd. (Jurkovičův dům Luhačovice, ©2002-2016)

5.5.4 Lázeňský hotel Palace ****

Hotel Palace je největším léčebným hotelem, který se v Luhačovicích nachází. Hotel vznikl již mezi lety 1926-1928, ale v roce 1997 byl zrekonstruován a zmodernizován na úroveň špičkových hotelových zařízení. Kapacita hotelu je 230 lůžek, pro handicapované hosty

jsou zde speciálně upravené dva dvoulůžkové pokoje. Tento lázeňský hotel nabízí více jak 60 druhů lázeňských procedur (např. masáže, vodoléčba, inhalace atd.). Pobyty jsou možné jak pro komplexní či příspěvkovou lázeňskou péči – léčebné pobyty atd., tak i pro samoplátce - hotelové ubytování, regenerační pobyty a jiné.

Mezi vybavení hotelu a hotelové služby patří:

- provozování denního baru a kavárny,
- bezbariérový přístup a výtah,
- 24 hodinová služba lékaře, balneoprovoz,
- praní a žehlení oděvů,
- restaurace,
- směnárna,
- kadeřnictví, pedikúra, kosmetika,
- sauna a bazén,
- zdarma přístup na hotelový počítač s internetem,
- parkování v hotelové garáži nebo na městském parkovišti vzdáleném asi 100 m (za poplatek). (Lázeňské hotely Luhačovice Palace, ©2016)

Tabulka 3 Srovnání konkurenčních hotelů podle kritérií

	Počet hvězdiček	Pobyty pro KLP,PLP i pro samoplátce	Kapacita ubytování	Wellness služby nebo lázeňské procedury	Vzdálenost od centra
Spa & Wellness hotel Alexandria	4*	ANO	106 lůžek, včetně 1 apartmá	ANO	1100 m
Lázeňský & Wellness hotel Niva	3*/4*	ANO	110 lůžek	ANO	1800 m
Lázeňský hotel Jurkovičův dům	4*	ANO	80 lůžek + 1 apartmá	ANO	0 m
Lázeňský hotel Palace	4*	ANO	230 lůžek včetně 4 apartmá	ANO	1100 m

Zdroj: vlastní zpracování dle internetových stránek

Zhodnocení analýzy konkurenčních hotelů

Z analýzy konkurence vyplývá, že na regionálním trhu existují celkem 4 hotely, které splňují stanovená kritéria. Všechny hotely mají 4 hvězdičky, hotel Niva nabízí pokoje jak 3*, tak 4*. Dokonce tento lázeňský a wellness hotel patří skrz své luxusní wellness centrum do TOP 10 v ČR. Všechny již zmiňované hotely nabízí pobyty pro komplexní lázeňskou péči či příspěvkovou lázeňskou péči, ale i pro samoplátce. Kapacita lůžek u jednotlivých hotelů je různá, nejméně lůžek má lázeňský hotel Jurkovičův dům, který disponuje pouze 80 lůžky + 1 apartmá. Kapacitou ubytování je největší lázeňský hotel Palace, který má až 230 lůžek včetně 4 apartmá. Analyzované hotely prošly rozsáhlými rekonstrukcemi. Dalším kritériem byla nabídka lázeňských nebo wellness služeb, tuhle podmínku splňují všechny

4 hotely. Hotel Palace se zaměřuje spíše na léčení a hotel Alexandria na wellness aktivity. Lázeňský hotel Niva a hotel Jurkovičův dům nabízí jak lázeňské procedury, tak wellness aktivity. Posledním kritériem byla vzdálenost od lázeňského centra, tzn. od lázeňského náměstí. Nejlépe je na tom Jurkovičův dům, který se nachází přímo na lázeňském náměstí. Nejdále od lázeňského centra je hotel Niva. Hotel Palace a Alexandria se nachází asi 1100 metrů od lázeňského náměstí.

6 EKONOMICKÁ ANALÝZA

V podkapitole ekonomická analýza bude zjednodušeně popsáno hospodaření společnosti Léčebné lázně Luhačovice – Sanatorium Miramare, s. r. o. za období 2010-2014. Jsou zde provedeny výpočty vybraných finančních ukazatelů rentability, likvidity, zadluženosti a aktivity. Všechny finanční údaje byly čerpány z účetních závěrek společnosti.

Hotel dosáhl v roce 2014 tržeb ve výši 107 370 tis. Kč, z toho tržby za vlastní služby činí 105 973 tis. Kč. Hospodářský výsledek za rok 2014 byl 17 412 tis. Kč. V roce 2014 bylo v hotelu zaměstnáno průměrně 100 zaměstnanců. Průměrná mzda na jednoho zaměstnance v průměrném přepočteném stavu činila 21 184,- Kč za sledované období. (Rejstřík firem, ©2000-2016)

Rentabilita společnosti

Tabulka 4 Vybrané ukazatele rentability za období 2010-2014

	2010	2011	2012	2013	2014
ROS	21,30%	23,37%	9,07%	5,34%	16,33%
ROA	23,39%	27,41%	9,69%	5,45%	17,58%
ROE	34,46%	32,09%	9,77%	5,24%	16,33%

Zdroj: vlastní zpracování dle účetních závěrek

Jak lze vidět z tabulky u všech ukazatelů rentability, došlo každý rok k výrazným změnám. Z důvodu poklesu zisku došlo k největšímu poklesu všech ukazatelů v roce 2012, kdy se ukazatel rentability celkových aktiv (ROA) propadl o 17,72 %, ukazatel rentability vlastního kapitálu (ROE) dokonce o 22,32 % a ukazatel tržeb (ROS) o 14,3 %. Další výrazná změna nastala v roce 2014, kdy všechny ukazatele vzrostly oproti roku 2013. Tato změna byla zapříčiněna růstem zisku ze 7 485 tis. Kč na 17 412 tis. Kč.

Likvidita společnosti

Tabulka 5 Vybrané ukazatele likvidity za období 2010-2014

	2010	2011	2012	2013	2014
Běžná likvidita	2,59	1,98	2,71	3,65	3,32
Pohotová likvidita	2,53	1,92	2,64	3,56	3,29
Okamžitá likvidita	0,95	0,15	0,1	1,12	0,69

Zdroj: vlastní zpracování dle účetních závěrek

Hodnoty ukazatelů pohotovosti likvidity se pohybovaly nad doporučenými hodnotami, které jsou 1-1,5. Snižování hodnoty běžné a pohotovosti likvidity jsou pro společnost příznivé, protože pokud jsou tyto hodnoty vyšší než doporučené, snižují společnosti výnosnost. V tomto případě platí spíše opak této skutečnosti, protože od roku 2011 ukazatele likvidity většinou rostly. Hodnoty běžné likvidity se pohybovaly také nad doporučenými hodnotami kromě roku 2011, ve kterém byly hodnoty v doporučené normě. Okamžitá likvidita se blížila normě jen v roce 2011, kdy dosahovala hodnoty 0,15 a doporučované je rozmezí od 0,2 do 0,5.

Aktivita společnosti

Tabulka 6 Vybrané ukazatele aktivity za období 2010-2014

	2010	2011	2012	2013	2014
Obrat celkových aktiv	1,1	1,17	1,07	1,02	1,08
Doba obratu zásob	2,66	2,81	2,44	2,92	1,62

Zdroj: vlastní zpracování dle účetních závěrek

Obrat celkových aktiv informuje o tom, kolikrát se aktiva v průběhu roku obrátila. V hotelovém průmyslu se hodnota pohybuje na nižších číslech. Minimální hodnota, která je doporučená, se pohybuje kolem 1 a tomu se blíží nejvíce obrat celkových aktiv v roce 2013, kdy dosahoval hodnoty 1,02. Nejnižší doba obratu u zásob byla v roce 2014, což vypovídá o tom, že zásoby byly přeměněny na hotové peníze nebo pohledávku za 1,62 dne.

Zadluženost společnosti

Tabulka 7 Vybrané ukazatele zadluženosti za období 2010-2014

	2010	2011	2012	2013	2014
Míra zadluženosti	0,82	0,44	0,26	0,21	0,25
Celková míra zadluženosti	44,85%	30,01%	20,66%	17,38	20,21%

Zdroj: vlastní zpracování dle účetních závěrek

Společnost nepřesáhla doporučenou hodnotu cizích zdrojů v žádném roce za sledované období. Tato hodnota činí 50 % z celkových zdrojů. Míra zadluženosti i celková zadluženost se každým rokem snižovala, kromě roku 2014, kdy došlo k mírnému růstu těchto ukazatelů.

7 ANALÝZA PŘIJATÝCH HOSTŮ

Na základě obdržených dat od lázeňského hotelu Miramare bude provedena analýza všech přijatých hostů. V analýze se zaměřím na počet hostů a délku jejich pobytu u jednotlivých typů pobytu za období 2011-2015.

Tabulka 8 Vývoj počtu ubytovaných hostů a délky pobytu v hotelu Miramare – cizinecký a hotelový pobyt

	2011		2012		2013		2014		2015	
	počet hostů	délka pobytu (dny)	počet hostů	délka pobytu (dny)	počet hostů	délka pobytu (dny)	počet hostů	délka pobytu (dny)	počet hostů	délka pobytu (dny)
Cizinecký pobyt	910	9	1117	8	1221	8	1500	9	990	8
Hotelový pobyt	1860	2	1926	2	2143	2	2038	2	1876	2

Zdroj: vlastní zpracování dle interních dat

Tabulka ukazuje vývoj počtu ubytovaných cizinců a hotelových hostů a průměrnou délku pobytu za posledních 5 let. Počet cizinců od roku 2011 stoupal až do roku 2014, kdy celkový počet ubytovaných cizinců byl 1500. Až v roce 2015 počet klesl o více než 500. Průměrná délka pobytu se pohybuje každý rok zhruba stejně mezi 8 až 9 dny. Hotelových hostů je více než cizinců. Počet hotelových hostů od roku 2011 každým rokem stoupá, kromě roku 2015, kdy zde byl mírný pokles z 2038 na 1876 hotelových hostů. Průměrná délka u hotelových pobytů je pořád stejná a pohybuje se každý rok kolem 2 dnů.

Tabulka 9 Vývoj počtu ubytovaných hostů a délky pobytu v hotelu Miramare –
komplexní, rehabilitační, příspěvkový a samoplátecký pobyt

	2011		2012		2013		2014		2015	
	počet hostů	délka pobytu (dny)	počet hostů	délka pobytu (dny)	počet hostů	délka pobytu (dny)	počet hostů	délka pobytu (dny)	počet hostů	délka pobytu (dny)
Komplexní pobyt + doprovod	1386	25-26	992	26-28	1114	21	1564	20-21	1823	24-27
Léčebně rehabilitační pobyt	107	7	158	6	122	7	92	7	98	7
Příspěvkový pobyt (ubytován i neubytován)	325	20	265	20-21	321	18-19	333	19	273	20-21
Samoplátecký pobyt (ubytován i neubytován)	3529	6	3733	6-7	3526	4-6	3722	6	3709	6-12

Zdroj: vlastní zpracování dle interních dat

Tato tabulka znázorňuje vývoj hostů na komplexních, rehabilitačních, příspěvkových a samopláteckých pobytech za období 2011–2015. Ubytovaných hostů na komplexních lázeňských pobytech i s doprovodem bylo nejvíce za celé pětileté období v roce 2015. Počet hostů využívajících komplexních lázeňských pobytů činil 1823. Průměrná délka pobytu se oproti roku 2014 zvýšila z 20-21 dní na 24-27 dní, což je v průměru o 4-6 dní. V roce 2012 se zpřísnily podmínky pro čerpání lázeňské péče hrazené pojišťovnou. Vyhláška omezila hlavně délku pobytu v lázních ze čtyř týdnů na tři. Z tabulky 9 lze vidět, že v roce 2013 byla výrazná změna v délce pobytu z 26-28 dní na pouhých 21 dní. Nejmenší počet hostů na komplexní lázeňské péči byl v roce 2012. Oproti roku 2015 je to téměř polovina lázeňských hostů, kteří byli plně hrazeni z prostředků zdravotních pojišťoven. V roce 2013 byl počet hostů na komplexním lázeňském pobytu 1114 a průměrná délka pobytu činila 21 dní.

Průměrná délka pobytu u léčebně rehabilitačních pobytů je 6-7 dní. Tento počet dnů je průměrně stejný za posledních 5 let. Počet hostů na léčebně rehabilitačních pobytech byl nejvyšší v roce 2012 a nejnižší v roce 2014.

Počet hostů na příspěvkových pobytech mají střídající se charakter. Průměrná délka tohoto pobytu činí zhruba 18-21 dní, ale každý rok je to trochu odlišné. Nejvyšší počet hostů byl na tomto pobytu v roce 2014, což činilo zhruba 333 hostů na příspěvkových pobytech. Oproti roku 2015 byl zaznamenán pokles zhruba o 60 hostů na příspěvkových pobytech.

Poslední největší skupinu tvoří samoplátci, jejichž počet se od roku 2013 zvýšil. Minulý rok přijelo do hotelu na samoplátecký pobyt celkem 3709 hostů. Někteří hosté nebyli ubytováni, ale jsou započítány do statistiky samopláteckých pobytů, protože zde docházeli na léčebné procedury. Poslední roky roste trend samopláteckých pobytů, proto je zde vidět nárůst. Průměrná délka tohoto pobytu je 4-7 dní, v roce 2015 to bylo 6-12 dní, tzn., že se doba prodlužuje. Nejnižší počet hostů, kteří si pobyt platili sami, bylo zaznamenáno v roce 2013 a nejvyšší počet byl 3733 hostů, který byl v roce 2012.

8 SWOT ANALÝZA

V této kapitole se zaměřím na zhodnocení služeb hotelu prostřednictvím SWOT analýzy. Analýza by měla ukázat všechny silné a slabé stránky hotelových služeb a upozornit na možné příležitosti a hrozby, týkající se služeb hotelu. Výsledky analýzy budou sloužit jako vstupní informace do projektu rozšíření portfolia služeb vybraného lázeňského hotelu.

Tabulka 10 SWOT analýza hotelových služeb

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Komplexní služby pod jednou střechou	Restaurace pouze pro hotelové hosty
Získané certifikáty na služby	Absence společenské místnosti, konferenčních prostor
Moderní balneo provoz a dva vlastní léčivé prameny	Nedostatek specifických pobytových balíčků pro seniory
Široká nabídka léčebných a wellness procedur	Klimatizace pouze ve vstupní hale
Kvalifikovaný a vzdělaný personál	
Provozování jávského masážního salonu	
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
Rostoucí trend v zážitkových pobytech a zážitkové gastronomii	Růst zájmu o služby levnějších tříhvězdičkových hotelů
Rozšíření wellness služeb	Výstavba nových 4* hotelů – kvalitnější služby
Zájem samoplátců o lázeňské a wellness služby	Přímá konkurence v oblasti poskytování lázeňských procedur
Trend volnočasových aktivit pro seniory	Zpřísnění legislativy v oblasti poskytování lázeňské péče

Zdroj: vlastní zpracování

8.1 SILNÉ STRÁNKY

Léčebné lázně Luhačovice – Sanatorium Miramare, s. r. o. poskytuje již 21 let profesionální služby v oblasti hotelnictví a lázeňství. Hotel nabízí ubytování, stravování ve dvou nekuřáckých restauracích, lázeňské procedury, wellness služby, lékařské služby atd., tzn., host nemusí zařízení vůbec opouštět, protože všechny potřebné služby najde pod jednou střechou právě v tomto hotelu. Hotel Miramare spolupracuje se zdravotními pojišťovnami, což znamená, že poskytuje komplexní lázeňskou a příspěvkovou péči. Tento lázeňský hotel se pyšní svými získanými certifikáty. První certifikát získal v roce 2006, jedná se

o certifikát kvality EUROPESPAmed, který zaručuje poskytování lázeňské péče na obdobné úrovni jako zahraniční státy a akceptují ho i zdravotní pojišťovny v Německu. Dalším certifikátem je ISO 9001-2000, který udává kvalitu služeb. Tímto certifikátem se hotel zařadil mezi lázeňské zařízení v ČR. Další silnou stránkou je moderně zařízený balneo provoz. Jeho součástí jsou dva vlastní léčebné prameny – pramen sv. Josefa a pramen Jaroslava. Pramen sv. Josefa se nachází pár metrů od hotelu a druhý pramen Jaroslava vyvěrá přímo v areálu Miramare II. Pramen Jaroslava se využívá k přísadovým a uhličitým koupelím a je nejmladším pramenem v Luhačovicích. Pramen sv. Josefa se používá jako pitná kúra a taktéž k uhličitým koupelím. Do balneo centra patří 2 bazény, infrasauna, sauna, solárium atd. Sanatorium nabízí širokou nabídku léčebných a wellness procedur. Nabídku tvoří přes 80 lázeňských a relaxačních procedur. Mezi tyto lázeňské a relaxační procedury patří zábaly, masáže, koupele a vodoléčba či odborné procedury např. fyzikální terapie.

O všechny hosty se stará kvalifikovaný a vzdělaný personál, který má k hostům osobní přístup. Ať už je to personál na recepci nebo v restauraci či u lázeňských procedur, vždy se snaží hostovi nabídnout maximum tak, aby uspokojil jeho potřeby a přání. Odbornou léčbu provádí profesionální lékařský a zdravotnický personál. Mezi další silnou stránku patří provozování jávského masážního salónu přímo v hotelu. Jávský salón funguje v hotelu Miramare od roku 2009. Masáže se uskutečňují v tradičním indonéském prostředí za pomoci jávských terapeutek. Mezi jávské masáže patří např. havajská, thajská nebo sumatra masáž. Salón není určen jen na masáže, ale i na různé zábaly, ošetření těla či pleti, pedikúru atd. V příloze P II je k nahlédnutí ceník jávského masážního salónu.

8.2 SLABÉ STRÁNKY

Slabou stránkou lázeňského hotelu Miramare je hlavně restaurace, která slouží pouze hotelovým hostům. Restaurace je využívána na snídani, obědy a večere pro hotelové hosty. Není však určena pro širokou veřejnost. Myslím si, že je to obrovská škoda, protože např. o víkendech by lidé přišli na dobré posezení a vynikající večeri právě sem. Kdyby byla restaurace otevřena, alespoň některé dny nebo o víkendu, mohly by se zde pořádat různé akce spojené se zážitkovou gastronomií, večery při živé muzice, které by přitáhly mnoho nových zákazníků. Zážitková gastronomie je velmi aktuálním a módním tématem. V hotelu chybí společenská místnost a konferenční prostory, což lze považovat za slabou stránku. Hlavně seniorům chybí nějaká společenská místnost, kde by se mohli sejít a po-

vykládat si. Za jediné prostory, které mohou být takovým způsobem využity, jsou: denní bar, který má malou kapacitu, prostor na chodbě s malou knihovnou a sedačkou nebo vstupní hala, kde se nachází pár křesel a stolek. V hotelu by bylo vhodné zřídit místnost, která by sloužila jako společenská místnost, ve které by byly křesla, stolky, noviny, časopisy či společenské hry. Co se týká konferenčních prostor, tak většina konkurenčních hotelů v Luhačovicích a blízkém okolí takové prostory nabízí k pronájmu. Hotel by tyto prostory mohl nabízet k pronájmu na různé semináře, konference, oslavy či společenské akce. Po analýze pobytů jsem zjistila, že hotel nabízí velké množství lázeňských, wellness a relaxačních procedur, ale konkrétně pro seniory není nabídka tak široká. Jelikož do hotelu přijíždí z větší části starší klientela, bylo by vhodné pro ně rozšířit nabídku služeb a pobytů. Senioři jsou speciální skupina, která má specifické potřeby a přání, takže musí být ušity na míru právě pro ně. Poslední slabou stránkou je klimatizace, která se nachází jen ve vstupní hale u recepcie. Pokoje nejsou klimatizací vybaveny, což je velmi slabá stránka. Hosté si během letních měsíců stěžují, že se kvůli vysoké teplotě v pokoji nedá vůbec spát. Investice do zabudování klimatizace do pokojů by byla doporučujícím krokem.

8.3 PŘÍLEŽITOSTI

Jak již bylo zmíněno ve slabých stránkách, hotel nepořádá žádné akce spojené se zážitkovou gastronomií. Jedná se o aktuální trend, který vyhledává čím dál více gurmánů i laiků. Mezi typy zážitkové gastronomie, které by hotelová restaurace mohla zařadit do nabídky, patří tematické akce nebo ochutnávka vín společně s nabídkou vhodného menu. Tento trend by se mohl stát vhodnou příležitostí pro lázeňský hotel Miramare. Mezi další příležitost lze zařadit rozšíření wellness služeb přímo do tohoto lázeňského hotelu, protože vila Antoaneta již disponuje vlastním vodním relaxačním centrem. Hotel Miramare by měl být v budoucnu vybaven více saunami např. vonná, parní nebo whirlpool bazénem. Jelikož se zvyšuje trend samopláteckých pobytů, bude čím dál vyšší zájem o samoplátecké pobyty, což je pozitivní zpráva pro hotel. Hotel může postupem času rozšiřovat nabídku pobytových balíčků vhodných pro samoplátce. Samoplátci obvykle utrací více peněz než hosté na komplexní lázeňské péči, proto by bylo vhodné doplnit služby o další doplňkové aktivity (exkurze po okolí, půjčování segwayů za poplatek, atd.). Pro klientelu seniorů ubytovaných v lázeňském hotelu by bylo vhodné nabídnout více volnočasových aktivit např. zapůjčení trekkingových holí, jógu a jiné.

8.4 HROZBY

Hrozbou pro hotel by mohl být rostoucí zájem o tříhvězdičkové hotely, které nabízí levnější služby. Jelikož je český národ spořivý a vyhledávající slevy, může se tento fakt stát v budoucnu hrozbou všech 4* hotelů. Hrozbu představují konkurenční společnosti, hlavně Lázně Luhačovice a. s. a Lázeňský a léčebný dům Praha. Tyto lázeňské společnosti si mohou navzájem přebírat klienty, ať už z cenových důvodů nebo kvalitnějších služeb. Další hrozbou může být výstavba nových 4* hotelů, které mohou vzniknout v blízkém okolí Luhačovic či Pozlovic. Hrozí zde riziko, že hotely budou poskytovat širší rozsah kvalitnějších služeb (lázeňské procedury) než hotel Miramare, což by znamenalo další přímou konkurenci a přebírání zákazníků na svou stranu. V budoucnu se může stát, že příslušné ministerstvo zpřísní požadavky na poskytování lázeňské péče a hostů bude jezdit méně nebo se bude zkracovat délka pobytu v lázních, jak již tomu bylo v minulosti v roce 2013. Takové změny představují pro lázeňský hotel hrozbu.

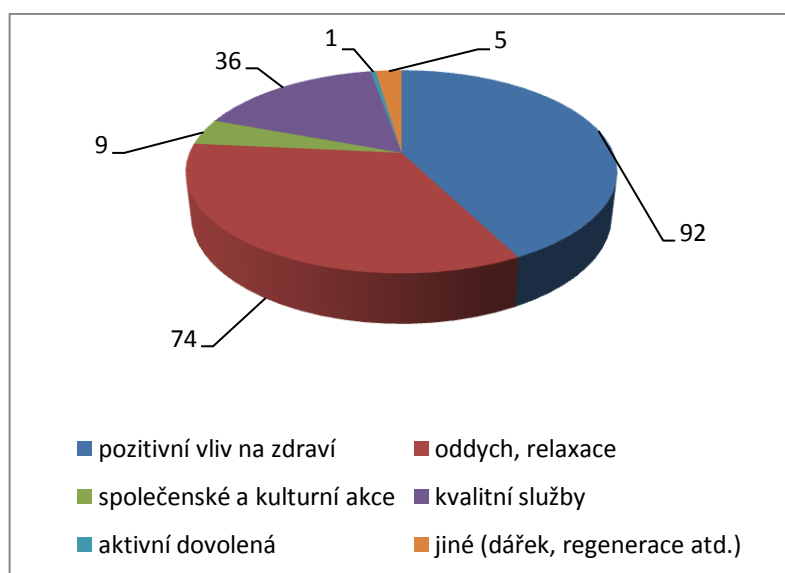
9 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Na základě dotazníkového šetření, které probíhalo v lázeňském hotelu Miramare, jsem použila některá primární data do své práce. Tenhle dotazník si hotel sestavil sám. Dotazníkové šetření probíhá již od roku 2014 až do současné doby. Do diplomové práce jsem použila data za rok 2014-2015. Z dotazníku jsem vybrala pouze otázky, které se týkaly tématu mé diplomové, které jsem si následně vyhodnotila. Dotazník byl hostům předkládán při jejich příchodu do hotelu, ale většina hostů jej nevyplnila. V budoucnu lze zvýšit počet vyplněných dotazníků např. malou pozorností (čokoládkou) každému hostu, který dotazník vyplní. Někteří hosté určité otázky vynechali, tzn., že nelze udělat procentuální vyhodnocení. Za dva roky se nasbíralo pouze 150 kusů dotazníků, což je malý počet, ale k vyhodnocení postačí. Počet přijatých hostů za tyto dva roky je samozřejmě vyšší, jedná se pouze o hosty, kteří vyplnili dotazník. Dotazník byl určen pouze tuzemským hostům. U některých otázek byla možnost více odpovědí, proto otázky nebudou dávat hodnotu 100 %. Číselné údaje v grafech udávají celkový počet respondentů, kteří si sami mohli zvolit jednu nebo více z nabízených odpovědí. V příloze P III je umístěn celý dotazník hotelu.

Vybrané otázky z dotazníku

Otázka č. 1 - Z jakého důvodu jste přijel/a do lázní Luhačovice?

Graf 1 Důvod návštěvy lázní Luhačovice



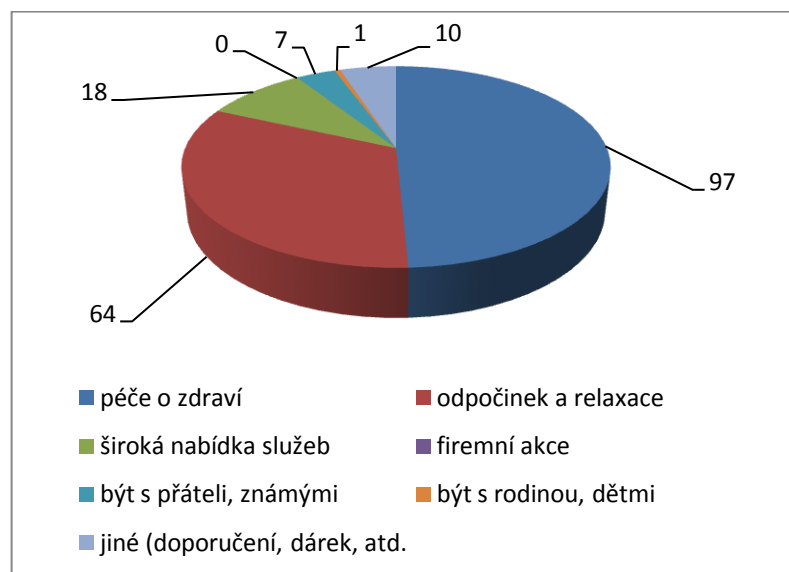
Zdroj: vlastní zpracování

Tato otázka byla zajímavá pro mou diplomovou práci, protože důvodem byly i kvalitní služby. Z grafu vyplývá, že 36 respondentů přijelo do lázní kvůli kvalitním službám.

Nejvíce respondentů si vybralo, že do lázní jezdí kvůli pozitivnímu vlivu na zdraví. Jednalo se o 92 respondentů. Nejmenší podíl zaujímá aktivní dovolená, kterou si zvolil pouze jeden respondent. Velká většina až 74 respondentů volila odpověď oddech a relaxace, což je jasný důvod. Za společenskými a kulturními akcemi jezdí do Luhačovic 9 respondentů a pouze 5 dotazovaných si zvolilo odpověď jiné, což znamená, že pobyt v lázních dostali jako dárek nebo jejich důvodem je regenerace.

Otázka č. 2 - Z jakého důvodu jste přijel/a do lázeňského hotelu Miramare?

Graf 2 Důvod návštěvy lázeňského hotelu Miramare

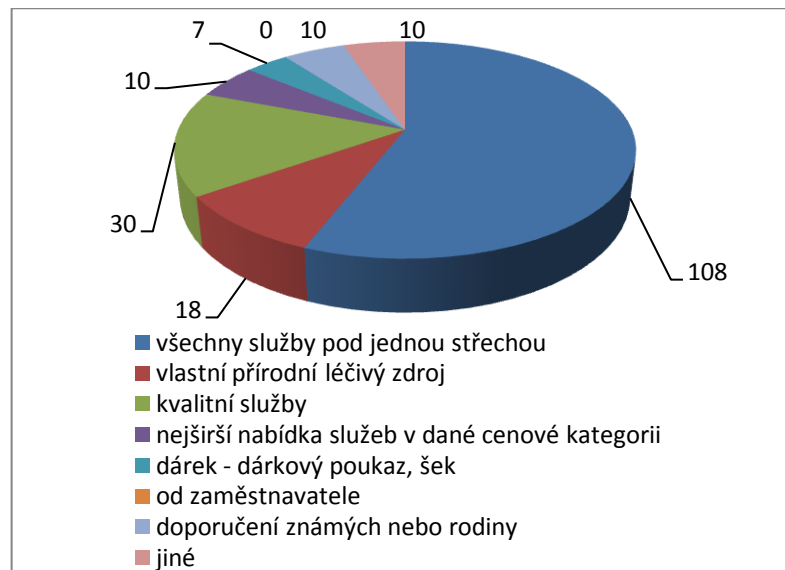


Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 2 popisuje, z jakého důvodu přijeli hosté do lázeňského hotelu Miramare. Až 97 respondentů přijelo za péčí o své zdraví. 64 respondentů si chce v hotelu odpočinout a relaxovat. Kvůli kvalitním službám do hotelu Miramare docestovalo 18 respondentů a za jiným důvodem přijelo 10 respondentů, což může být např. doporučení od lékaře nebo pobyt přidělený lékařem. 7 dotazovaných chce v rámci lázeňského pobytu trávit volný čas se svými známými a přáteli. Pouze jeden dotazovaný host uvedl, že přijel kvůli tomu, že chce být se svou rodinou a dětmi. Žádný z respondentů si jako důvod své návštěvy nevybral firemní akce.

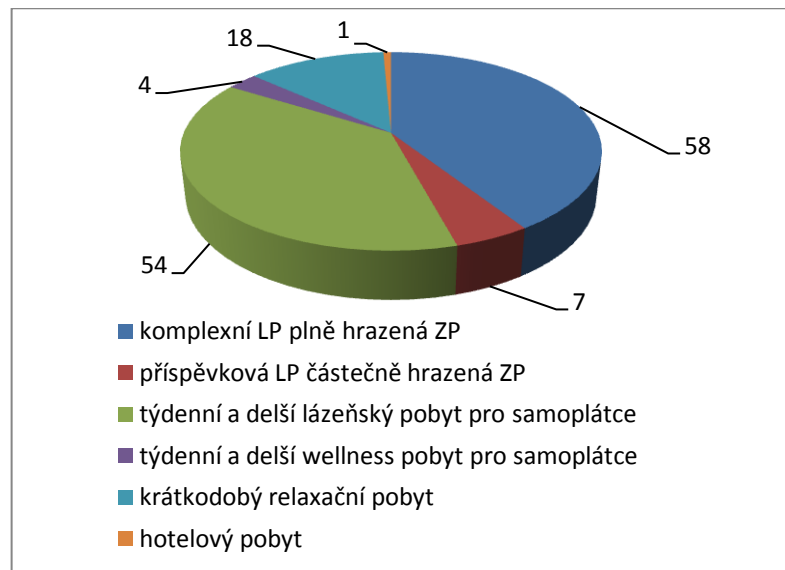
Otázka č. 3 - Proč jste si vybral/a právě lázeňský hotel Miramare?

Graf 3 Kritéria výběru



Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu č. 3 je patrné, že nejvíce respondentů si vybralo lázeňský hotel Miramare hlavně kvůli tomu, že všechny potřebné služby najdou pod jednou střechou. Celkem se jedná o 108 respondentů. Druhý nejvyšší počet respondentů byl u kvalitních služeb, tzn., že hosté jezdí do hotelu Miramare kvůli kvalitním službám. Jedná se 30 respondentů. 18 dotazovaných si zvolilo tento hotel, protože disponuje vlastním léčebným pramenem přímo v hotelu a druhý pramen má pár metrů od hotelu. Nejširší nabídku služeb v dané cenové kategorii si zvolilo celkem 10 respondentů. Jako doporučení od svých známých si vybralo 10 dotazovaných a jiné důvody zvolilo také 10 respondentů. 7 dotazovaných osob se zmínilo, že dostali darem dárkový poukaz nebo šek do tohoto konkrétního hotelu.

Otázka č. 4 - Typ Vašeho pobytu zde je?*Graf 4 Typ pobytu*

Zdroj: vlastní zpracování

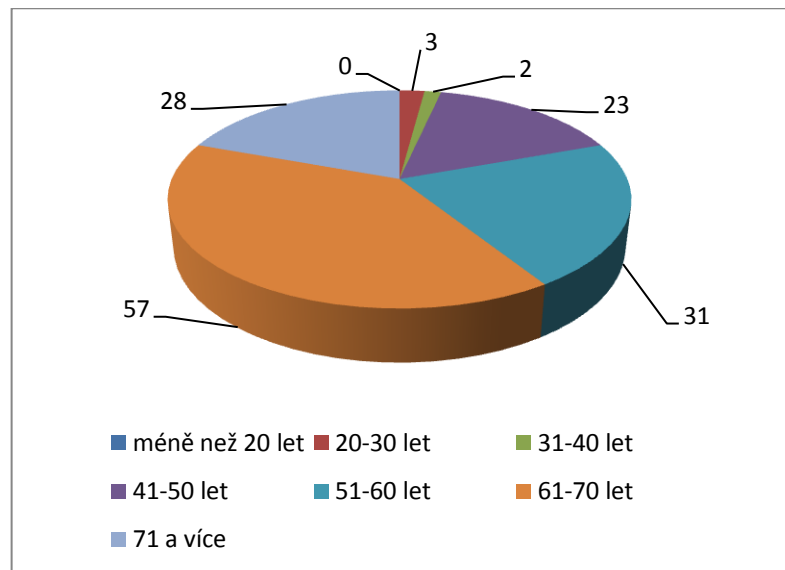
Z grafu č. 4 plyne, že nejvíce přijatých hostů je v hotelu Miramare na komplexní lázeňské péči, která je hrazená zdravotními pojišťovnami, jedná se o 58 hostů. Na druhém místě skončily týdenní a delší lázeňské pobyty, které si sami hosté platí, jedná se o 54 respondentů. Krátkodobého relaxačního pobytu se účastnilo celkem 18 respondentů. 7 dotazovaných bylo v hotelu na příspěvkové lázeňské péči. 4 respondenti strávili v hotelu týdenní a delší wellness pobyt pro samoplátce a pouze jeden respondent zde byl na hotelovém pobytu.

Dále jsou to 2 identifikační otázky**Otázka č. 5 - Vaše pohlaví?**

Z vyhodnocené otázky vyplývá, že 101 respondentů, kteří navštívili hotel Miramare, jsou ženy a dalších 46 dotazovaných tvoří muži. Tento počet je samozřejmě jen orientační, protože skutečnost je jiná, jelikož každý přijatý host tento dotazník nevyplní. Je patrné, že do lázní, wellness center a na relaxační pobyty jezdí více ženy než muži.

Otázka č. 6 - Váš věk?

Graf 5 Věková skladba hostů



Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 6 popisuje věkovou skladbu lázeňských hostů. Hotel Miramare navštěvují nejvíce hosté ve věku 61-70 let, tzn., že se jedná o seniory, počet je 57 respondentů. Až 31 dotazovaných je ve věku 51-60 let a 28 respondentů ve věku 71 let a více. Ve věku 41-50 let má celkem 23 respondentů. K menším skupinkám patří lidé, kteří mají 20-30 let, ty jsou 3 a lidé ve věku 31-40 let, kteří jsou 2.

Další služby na přání hostů

Z vyhodnocených dotazníků vyplývá, že lidé si přáli další služby v hotelu. Mezi tyto služby patří pořádání kulturních a společenských akcí, taneční večery, seznamovací a ukončovací večírek, bazén s vířivkou, automat na kávu, čaj a nápoje nebo nabídka poznávacích zájezdů spojená s příslušnými procedurami a mnoho dalších.

VSTUPNÍ INFORMACE PRO PROJEKTOVOU ČÁST

Z provedených analýz vyplývají následující závěry pro projektovou část:

Z kapitoly 5.3 a 5.4 (**analýza pobytů a hotelových služeb**) lze říci, že hotel nabízí širokou nabídku různých hotelových pobytů, které se dále dělí na lázeňské a wellness pobyty, ale v nabídce nelze najít pobytově poznávací produkt s lázeňskými procedurami zároveň určený pro seniory. To jistě lze říci i o hotelových službách. Hotel Miramare poskytuje rozsáhlý komplex služeb, ale některé aktivity či služby v hotelu hostům chybí.

Z kapitoly 5.5 (**analýza konkurence**) je patrné, že na regionálním trhu existují celkem 4 konkurenční hotely, které splňují zadané kritéria. Po analýze každého hotelu jsem zjistila, že všechny hotely poskytují rozsáhlou nabídku hotelových služeb a zaměřují se na wellness pobyty, lázeňské a léčebné pobyty, pobyty pro relaxaci a oddych a dokonce i seniorské pobyty. Ale žádný z uvedených hotelů nenabízí specifický pobytově poznávací produkt spojený s lázeňskými procedurami, který je určen pro seniory.

Kapitola 7 (**analýza přijatých hostů**) informuje o vývoji přijatých hostů. Z tabulky 9 je zřejmé, že roste počet hostů na samopláteckých pobytech a prodlužuje se délka jejich pobytu. Dříve to bylo 6-7 dní, minulý rok se jednalo v průměru o 6-12 dní. Hostů na komplexních pobytech hrazených ZP od roku 2012 také vzrostl z 992 na 1823 hostů, ale počet hostů na těchto pobytech není tak velký jako u pobytů pro samoplátce. Zbytek přijatých hostů tvoří hosté na příspěvkových a rehabilitačních pobytech. Dále hosté na hotelových a cizineckých pobytech, kterých bylo za rok 2015 zhruba 2866.

Z kapitoly 8 (**SWOT analýza**) bylo zjištěno, že v budoucnu se bude zvyšovat zájem samoplátců o lázeňské, relaxační a wellness procedury. Již v současné době lze vidět z tabulky 9, že podíl samoplátců oproti klientům na komplexní lázeňské péči je dvojnásobně vyšší. Ze SWOT analýzy vyplývá, že roste trend v zážitkových pobytech i zážitkové gastronomii. Host chce při svém pobytu zažít něco neobyčejného, nejen využívat běžné procedury. Dále lze říci, že roste trend volnočasových aktivit pro seniory, kteří vyhledávají čím dál více různé pohybové, kulturní, sociální, vzdělávací a sportovní aktivity.

Z dotazníkového šetření (kapitola 9) vyplynulo, že lidé jezdí do lázní Luhačovice hlavně kvůli pozitivnímu vlivu na zdraví, oddychu, relaxaci a kvalitním službám. Důvod, proč přijeli dotazovaní právě do lázeňského hotelu Miramare, byl jednoznačně péče o zdraví, odpočinek a široká nabídka služeb, kterou hotel nabízí. Mezi nejčastější kritéria výběru

hotelu Miramare patřily: všechny služby pod jednou střechou, kvalitně poskytované služby a vlastní přírodní a léčivý zdroj, který vyvěrá přímo v budově hotelu Miramare. Co se týká typu pobytu, nejčastěji se jedná o komplexní lázeňskou péči a týdenní a delší lázeňský pobyt pro samoplátce. Tyto dva pobyty byly zhruba na stejných číslech. Identifikačními otázkami bylo zjištěno, že hotel navštěvuje více žen než mužů, a to ve věkové kategorii 61-70 let, 51-60 let a 71 a více. Zbytek tvoří menší skupiny. Dotazovaní uvedli v dotazníku, že by si přáli další služby v hotelu. Jedná se zejména o kulturní a taneční večery, nabídku poznávacích zájezdů spojenou s procedurami a další.

10 PROJEKT ROZŠÍŘENÍ PORTFOLIA SLUŽEB VE VYBRANÉM LÁZEŇSKÉM HOTELU

Projektová část vyplývá z analýz, které byly provedeny v rámci praktické části. Zmiňované analýzy poskytly vstupní informace k vytvoření nového pobytu pro určitý segment obyvatelstva. Tímto pobyttem bude rozšířeno portfolio služeb vybraného lázeňského hotelu.

Základní informace

Ve zmiňovaném lázeňském hotelu chybí specifické pobyty pro seniory – samoplátce. Hotel nabízí pouze tradiční lázeňskou léčbu, komplexní kúru či seniorský pobyt a jiné, ve kterých chybí poznání, zábava a dobrodružství. Jednalo by se o pobyt, na kterém senior zažije něco nového, vzrušujícího a neobvyklého. Z tohoto důvodu bych chtěla vytvořit specifický týdenní pobyt pro seniory. Je nutné si uvědomit, že velkou roli zde bude hrát personál a finance.

10.1 CÍLE PROJEKTU

Hlavním cílem projektu bude rozšíření portfolia služeb pro seniory ve vybraném lázeňském hotelu. Vedlejším cílem bude získání více samoplátců – seniorů, což může být možnost, jak zvýšit tržby a rozšířit pobyty. Pokud takový produkt na trhu uspěje, bude možné rozšířit nabídku o další nové pobyty.

Ze strany seniora to může být jedinečná šance, jak strávit příjemné chvíle, kde může poznat nové přátele, zažít dobrodružství a ještě se vrátí zcela odpočatý a plný energie. Bude se jednat o cenově přijatelný pobyt s kvalitními službami.

10.2 CÍLOVÁ SKUPINA

Pobyt „Žij naplno v každém věku“ bude určen pro dvě konkrétní cílové skupiny. První skupinu by měli tvořit lidé ve věku **51-60 let**. Tato cílová skupina jsou osoby v dobré fyzické kondici a převážně stále pracující, tzn., zatím jsou finančně nezávislí. Druhou cílovou skupinou budou osoby ve věku **61-70 let**. Jedná se o osoby v důchodovém věku, které mají dostatek volného času. Tito lidé již vyhledávají různé typy aktivit tak, aby přicházeli do kontaktu a nebyli vyloučeni ze společenského života. Tyto cílové skupiny by měly mít k dispozici volné peněžní prostředky a chuť zažít něco nového.

Až po uvedení produktu na trh se zjistí, zda je pobyt vhodný pro obě skupiny nebo jen pro jednu z nich.

Specifika pobytu:

- týdenní pobyt,
- pobytově – poznávací pobyt s lázeňskými procedurami,
- termín konání: jaro – podzim,
- pobyt pro seniory ve věku 51-60 let a 61-70 let,
- strava v rámci pobytu – polopenze,
- minimálně 10 a maximálně 15 osob ve skupině,
- novinka pobytu pro hosty hotelu Miramare.

10.3 TVORBA POBYTU

Celý pobyt se skládá z mnoha dílčích služeb a aktivit. Nabídka komplexního pobytu služeb je pro zákazníka výhodnější a přitažlivější, než kdyby zakoupil každou službu zvlášť.

Cena pobytu zahrnuje:

- 6x ubytování ve dvoulůžkovém pokoji,
- 6x polopenze – snídaně formou bufetového stolu, večeře výběrem ze tří menu,
- 1x oběd (v rámci návštěvy zoologické zahrady),
- vstupy na exkurze – exkurze + ochutnávka v likérce Jelínek, návštěva zoologické zahrady ve Zlíně + vstup do zámku Lešná,
- 2x doprava mikrobusem na exkurze,
- průvodce na výletech po okolí i na exkurzích,
- 2x inhalace,
- 1x návštěva wellness centra ve vile Antoanetě,
- vstup do sauny, možnost využití bazénu v hotelu Miramare,
- projížďka městským vláčkem,
- večer při cimbálové hudbě s ochutnávkou moravských vín,
- skupinové cvičení – jóga, relaxační a kondiční cvičení, aqua aerobic,
- 1x zapůjčení jízdnic kol.

Za příplatek je možné si zapůjčit trekkingové hole. Cena zapůjčení je 30,- Kč za hodinu.

10.4 PROGRAM POBYTU – „ŽIJ NAPLNO V KAŽDÉM VĚKU“

Program je sestavován na základě vyhodnocené SWOT analýzy a vyhodnocených otázek z dotazníku, ve kterém jsem přihlížela na přání respondentů, zajistit další možné služby v hotelu. Tento pobyt je určen pro menší skupinu osob, kterou může tvořit maximálně 15 osob a minimálně 10 osob. V programu jsou zahrnuty dvě exkurze do blízkého okolí. V rámci pobytu je přidělen skupině externí průvodce, který bude seniory doprovázet na různých exkurzích, vyjíždkách a výletech.

Tabulka 11 Program pobytu – 1. den

Den	Čas	Program
NE	15:00 hod.	příjezd do hotelu + ubytování
	15:30 hod.	volný program
	17:00 hod.	uvítací a seznamovací večer - seznámení s hotelem a okolím, seznámení seniorů mezi sebou
	19:00 hod.	večeře
	20:00 hod.	taneční večer v hotelové restauraci
	22:00 hod.	večerka

Zdroj: vlastní zpracování

Pobyt je zahájen příjezdem hostů do hotelu Miramare, kde jsou následně ubytováni ve dvouúžkových pokojích. Poté co se hosté ubytují, mají volný prostor k tomu, aby se mohli vybalit, odpočinout si a připravit se na večer. V 17 hodin je čeká uvítací a seznamovací večer, který bude probíhat v jedné z hotelových restaurací, popř. v hotelovém baru. Na programu je seznámení seniorů se službami hotelu, popis hotelu a následně obeznámení s celým týdenním programem. Hosté dostanou prostor, aby se mezi sebou blíže poznali. Uvítací a seznamovací večer má na starost pracovník z obchodního oddělení. V 19 hodin se koná první společná večeře, která se uskuteční v hotelové restauraci. Večeře je podávána výběrem ze tří menu. První večer bude večeře stejná pro všechny. Následovat bude taneční večer se spoustou zábavy, dobrého pití a občerstvení. O program se postarají sami hudebníci z kapely. Tento společenský večer není určen pouze pro hosty pobytu „Žij naplno v každém věku“, ale je volně přístupný pro všechny hotelové hosty. Kolem 22 hodiny bude program zakončen.

Tabulka 12 Program pobytu – 2. den

Den	Čas	Program
PO	8:00 hod.	snídaně
	9-12:30 hod.	procházka po Luhačovicích s průvodcem spojená s ochutnávkou jednotlivých luhačovických pramenů
	13:00 hod.	možnost oběda v luhačovických restauracích
	14:00 hod.	návrat do hotelu Miramare - volný program (možnost využití služeb hotelu -sauna, bazén atd.)
	16:00 hod.	skupinové kondiční cvičení
	18:00 hod.	večeře
	19-22 hod.	volný program - služby hotelu, procházka, návštěva tanečního podniku
	22:00 hod.	večerka

Zdroj: vlastní zpracování

Druhý den začíná v 8 hodin snídaní formou bufetového stolu v hotelové restauraci. V 9-12:30 čeká hosty příjemná procházka po Luhačovicích. Celou skupinu doprovází průvodce, který hosty seznámí s městem. Procházka je spojená s ochutnávkou luhačovických minerálních pramenů. Hosté mohou vyzkoušet všechny zdejší prameny. Průvodce by měl hosty upozornit, že doporučená denní dávka minerálních vod je 2x denně v množství maximálně 2 dcl, jelikož jsou tyto vody slané a zatěžují srdce a ledviny. Hosté budou mít pauzu na oběd, kdy mohou využít služeb některé z luhačovických restaurací, které jim může doporučit sám průvodce. Ve 14 hodin je čeká návrat z města zpět do hotelu Miramare. Zde mají hosté volný časový prostor, který mohou využít formou hotelových služeb např. masáže, bazén, zábaly atd. V 16 hodin se koná skupinové kondiční cvičení, které probíhá v hotelovém bazénu. Poté následuje večeře v hotelové restauraci. Od 19 hodin mají hosté volný program, který lze strávit mnoha způsoby. Mohou využít služeb hotelu, mezi které patří např. bazén, infrasauna, sauna nebo si zajít na procházku po Luhačovicích, navštívit některý taneční podnik, restauraci či kavárnu. Ve 22 hodin následuje večerka, která platí pro hosty na KLP a PLP. Hosté, kteří jsou na samopláteckém pobytu, takové opatření dodržovat nemusí.

Tabulka 13 Program pobytu – 3. den

Den	Čas	Program
ÚT	8:00 hod.	snídaně
	9:00 hod.	odjezd mikrobusem do Vizovic - návštěva místní likérky Jelínek - exkurze, ochutnávka
	12:00 hod.	možnost oběda ve Vizovicích
	13:00 hod.	návrat zpět do Luhačovic do hotelu Miramare
	14-16 hod.	inhalace, volný program
	16:00 hod.	infrasauna, skupinové relaxační cvičení
	18:00 hod.	večeře
	19:30 hod.	společenský večer - tanec, soutěže
	22:00 hod.	večerka

Zdroj: vlastní zpracování

V úterý po snídani se uskuteční odjezd sjednaným mikrobusem do vizovické likérky Jelínek, kde budou mít hosté možnost prohlédnout si samotný výrobní proces destilátů. V rámci prohlídky je zajištěna samozřejmě ochutnávka 3 druhů destilátů, které likérka vyrábí. Tato základní exkurze, která je rozšířena o prohlídku archivu a stáčírny zevnitř, zabere zhruba 80 minut. Po exkurzi palírny bude možnost poobědvat ve Vizovicích v některé z místních restaurací. Ve 13 hodin následuje cesta zpět mikrobusem do Luhačovic. Ve 14 hodin je na programu inhalace v balneoprovozu hotelu Miramare. Pak následuje volný program, který lze využít k odpočinku, ke svým aktivitám nebo si zajít na procházku na lázeňské náměstí či kolonádu. V 16 hodin bude na programu infrasauna, po které následuje relaxační cvičení s fyzioterapeutem. Jako každý den je v 18 hodin připravena večeře v hotelové restauraci. Po večeři je v plánu společenský večer plný zábavy např. karaoke soutěž, tanec atd. Společenský večer, který je přístupný všem hotelovým hostům, budou mít na starost hudebníci z kapely a samozřejmě personál restaurace. Večer bude zakončen ve 22 hodin.

Tabulka 14 Program pobytu – 4. den

Den	Čas	Program
ST	8:00 hod.	snídaně
	9:00 hod.	vyjížďka na kolech po cyklotrase
	13:00 hod.	možnost oběda v Luhačovicích
	14:00 hod.	prohlídka města Luhačovice městským vláčkem
	15:30-17:30 hod.	návštěva wellness centra ve vile Antoanetě
	18:00 hod.	večeře
	19:00 hod.	promítání cestopisu + společný program
	22:00 hod.	večerka

Zdroj: vlastní zpracování

V 8 hodin je jako každé ráno snídaně v hotelové restauraci. Po snídani se celá skupina i s průvodcem vydají na menší vyjížďku na kolech po cyklotrase „obora“, která má 8,3 km a vede převážně upravenými cestami, kolem mohyl z 9. století až k jezírku lásky. Tato cyklotrasa je vhodná pro méně zdatné cyklisty a dokonce i děti, takže by senioři neměli mít problém trasu zdolat. Hotel disponuje samozřejmě půjčovnou jízdnicích kol. Při nepříznivém počasí je zajištěn náhradní program. Když se vrátí z vyjížďky, budou mít čas poobědvat v centru Luhačovic v některé restauraci. V 13:45 bude sraz před hotelem na prohlídku města. Tato prohlídka se uskuteční městským vláčkem, kde je možnost zvolit si trasu prohlídky. Mezi 15:30-17:00 hodinou je v plánu návštěva wellness centra ve vile Antoanetě. Tato návštěva je v rámci propagace dalšího hotelu, patřící k hotelu Miramare. Hotelovým transferem budou senioři dopraveni k vile Antoanetě, která se nachází až v Pražské čtvrti, což je zhruba 2300 metrů od hotelu. V hotelovém wellness centru mají hosté k dispozici bazén s protiproudem, whirlpool, finskou saunu nebo parní lázeň. Po návštěvě wellness centra bude pro hosty opět zajištěn hotelový transfer zpět do hotelu Miramare, kde je v 18 hodin bude čekat vydatná večeře. Večer kolem 19 hodiny je v plánu promítání cestopisu a společný program ve formě společenských her (šachy, karty atd.). Kolem 22 hodiny bude program ukončen.

Tabulka 15 Program pobytu – 5. den

Den	Čas	Program
ČT	8:00 hod.	snídaně
	9:00 hod.	odjezd mikrobusem do zlínské ZOO + návštěva zámku
	14:00 hod.	oběd v ZOO
	15:00 hod.	návrat zpět do luhačovic do hotelu Miramare
	17:00 hod.	jóga v tělocvičně (dle chuti)
	18:00 hod.	večeře
	19-22 hod.	volný večer, večerka

Zdroj: vlastní zpracování

Čtvrteční ráno začne snídaní v hotelové restauraci. Po snídani je v plánu návštěva zlínské ZOO. Sraz před hotelem je naplánovaný na 9 hodinu, kde hosté společně s průvodcem nastoupí do mikrobuse, ve kterém budou přepraveni do zlínské ZOO, kde je zároveň čeká návštěva zámku Lešná. Prohlídka zoologické zahrady trvá zhruba 3 hodiny + 1 hodina prohlídka zámku. V rámci prohlídky je v plánu asi 1 hodina na obědovou přestávku. Odjezd ze ZOO je v 15 hodin. Cesta zpět do Luhačovic bude trvat asi necelou hodinu. Po příjezdu do hotelu si mohou hosté vybrat mezi dvěma variantami programu. První varianta je odpočinek na pokoji, čili volný program. Druhou variantou je jóga v hotelové tělocvičně. Hosté budou po cestě zřejmě unavení, ale třeba se najde někdo, kdo by se rád uvolnil při cvičení jógy. V 18 hodin je připravena v hotelové restauraci večeře, po které následuje volný večer. Tento večer lze využít návštěvou restaurace nebo tanečního podniku, záleží na chuti hostů. Hosté na samopláteckém pobytu nemusí dodržovat večerku ve 22 hodin, ale nesmí rušit noční klid v hotelu.

Tabulka 16 Program pobytu – 6. den

Den	Čas	Program
PÁ	8:00 hod.	snídaně
	9:00 hod.	skupinový aqua aerobic v bazénu
	10:00 hod.	inhalace, volný program
	12:00 hod.	možnost oběda a volný program
	15:00 hod.	pěší túra po okolí, možnost zapůjčení trekkingových holí
	18:00 hod.	večeře
	19:00 hod.	ukončovací večer při cimbálové hudbě s ochutnávkou moravských vín
	22:00 hod.	večerka

Zdroj: vlastní zpracování

Předposlední den má velmi pestrý program. Ráno v 8 hodin je snídaně, po které bude následovat skupinový aqua aerobic v hotelovém bazénu s fyzioterapeutem. Doba cvičení je stanovena zhruba na 30 minut. Poté dostanou hosté prostor k tomu, aby se připravili na inhalaci, která probíhá v balneoprovozu hotelu Miramare. Dále čeká hosty volný program, který mohou využít dle svých představ. Mohou využít služeb hotelu (masáž, zábal, koupel atd.) nebo strávit čas odpočinkem na pokoji. Ve volném čase si mohou zajít na oběd do nějakého restauračního zařízení. V 15 hodin je v plánu pěší túra po okolí např. k luhačovické přehradě, ke které vede vhodně upravená cyklostezka. V hotelu se dají zapůjčit trekkingové hole, které jsou pro pohyb seniorů vhodné. Po příjemné procházce následuje večeře. Kolem 19 hodiny začne program formou živé cimbálové hudby, který není určen pouze pro hosty pobytu „Žij naplno v každém věku“, ale je volně přístupný hostům z celého hotelu. Program večera mají v kompetenci sami hudebníci. Celý program je spojen s ochutnávkou moravských vín. Konec programu je stanoven na 22 hodin.

Tabulka 17 Program pobytu – 7. den

Den	Čas	Program
SO	8:00 hod.	snídaně
	9:00 hod.	možnost využití sauny nebo bazénu v hotelu
	11:00 hod.	rozloučení, odjezd

Zdroj: vlastní zpracování

Poslední den bude probíhat následovně. V 8 hodin se koná snídaně formou bufetového stolu. Po snídani mohou hosté naposledy využít saunu, bazén či masáž nebo jiné služby hotelu a do 11 hodin se musí vystěhovat z pokojů. Pověřený zaměstnanec hotelu se s hosty rozloučí a popřeje hostům šťastnou cestu a brzké shledání na dalším pobytu.

10.5 DISTRIBUCE A PROPAGACE

Při distribuci nového produktu hrají velkou roli lidské zdroje. Člověk musí umět svůj nový produkt správně prodat. K tomu je zapotřebí komunikačních dovedností u všech pracovníků. Při distribuování takového produktu bych využila určité **rezervační systém přes webové stránky**, který funguje při objednávání i běžných pobytů jako např. komplexní kúra, wellness víkendy a jiné. Rezervační systém hotelu funguje tak, že si klient vybere pobyt, o který má zájem, na stránce vybere kolonku rezervovat, poté mu naskočí okno s výběrem hotelu, typem pokojů a dalšími možnostmi. Poté označí možnost online rezervace, kde se otevře formulář, který sám navádí klienta k vyplnění. Významnou roli hraje pracovník, který na online rezervaci reaguje.

Zákazník může přijít samozřejmě i **osobně na oddělení rezervací hotelu Miramare**, kde mu pracovníce rezervačního oddělení sdělí všechny potřebné informace, které se týkají nového pobytu. V případě, že bude rezervační oddělení již zavřeno, protože má určitou pracovní dobu, tak má klient možnost si pobyt rezervovat či zakoupit **na recepci hotelu Miramare**. Pracovní náplní hotelové recepce je prodej hotelových služeb a pobytů. Kromě těchto distribučních kanálů bych doporučila také **spolupráci s cestovními kancelářemi**, které již s hotelem Miramare spolupracují. Mezi takové cestovní kanceláře patří např. CK Wellnesstour, CK Sunflowers, CK Relax a CK Wellness a mnoho dalších.

Propagace

Jelikož se jedná o výtěžný produkt, musí být vhodně propagován. Při volbě neoptimálnějšího typu propagace musí být brána v potaz cílová skupina a samozřejmě finanční náročnost. Zvolila bych následující typy propagace: **webové stránky hotelu, PPC reklama, direct mailing, letáčky, inzerce v magazínu „Moje lékárna“.**

Hotel Miramare disponuje již velmi přehlednými webovými stránkami, kde nabízí své pobyty a služby. Nový pobyt bych určitě přidala mezi stávající produkty s označením novinka pro seniory. Kvůli zvýšení počtu návštěv webových stránek bych doporučila také reklamu prostřednictvím PPC, kterou již hotel Miramare využívá. Hotel má již delší dobu uzavřenou smlouvu na správu PPC účtů. Svou reklamu má zacílenou na potenciální zákazníky či zájmové skupiny v internetových vyhledávačích a sociálních sítích. Využívá samozřejmě Google AdWords, Sklik a Facebook Ads, které patří mezi největší poskytovatele PPC inzerce. Další vhodnou formou propagace u takového pobytu je direct mailing. Taková forma propagace nestojí hotel žádné peníze, pouze čas strávený zasláním e-mailů. Funguje to tak, že marketingové oddělení hotelu si vyfiltruje v databázi svých hostů pouze seniory ve věku 51-70 let a na jejich e-mailové adresy zašle letáček s propagací nového pobytu pro seniory. Tato forma propagace by mohla být neúčinnější, protože pokud hosta pobyt zaujme, bude mít hotel okamžitou zpětnou vazbu. Kromě internetové propagace bych dále investovala peníze do vytvoření nových letáčků na nový pobyt. Jednalo by se o malý formát o rozměrech 10x21 cm. Tyto reklamní letáčky bych umístila samozřejmě v hotelu – do reklamního stojanu u recepce, dále na chodby, do ostatních hotelů spadající k hotelu Miramare v Luhačovicích, ale i do dalších ubytovacích zařízeních patřících do rodinného řetězce ROYAL SPA. Dále bych doporučila umístění do informačních center a domovů pro seniory. Posledním komunikačním médiem, které bych vybrala je inzerce v magazínu „Moje lékárna“. Tento magazín vychází 6x ročně a je platný vždy dva měsíce. K odběru je zdarma v lékárně „Moje lékárna“.

Náklady na propagaci

Jelikož mi nebyly sděleny náklady za propagaci na webových stránkách a za PPC reklamu, počítala jsem pouze s náklady na tisk nových letáčků a inzerce v magazínu „Moje lékárna“. Celkové náklady za propagaci budou činit 5 300,- Kč.

Webové stránky hotelu

Webové stránky má již hotel vytvořené. Přidání nového produktu na vytvořené webové stránky je bezplatné. Náklady za webové stránky společnosti jsou interní záležitostí a hotel si nepřeje je publikovat.

PPC reklama

Tato forma reklamy je již zavedená. Účty jsou vytvořené na Google AdWords, Sklik a Facebook Ads. Cena za reklamu PPC je interní záležitostí a hotel si nepřeje uvádět tyto informace.

Direct mailing

Direct mailing je forma propagace, která hotelu nevytváří žádné náklady. Propagace je prováděna formou zasílání letáčků s novým pobytem na e-mailové adresy hostů, kteří jsou uvedeni v databázi hotelu. Hosté jsou samozřejmě vyfiltrováni podle věku.

Letáčky

Hotel využívá služeb různých firem k tisku a zpracování propagačních letáků. Jedná se např. o grafické studio Bizmark z Uherského Brodu, Studio 5 v Uherském Hradišti, Grafo-
typ Šumperk a ještě pár menších samostatně pracujících grafiků. Ke grafickému zpracování a tisku letáčků jsem vybrala firmu Grafotyp Šumperk, která vyrobí pro začátek 400 kusů letáčků v celkových nákladech 1300,- Kč.

Inzerce v magazínu „Moje lékárna“

K propagaci nového produktu bych doporučila využít magazín „Moje lékárna“. Cena inzerce za ¼ stránky činí 2000,- Kč za měsíc. Celkové náklady na tento druh propagace činí 4000,- Kč za 2 měsíce propagace.

10.6 LIDSKÉ ZDROJE POTŘEBNÉ K POBYTU

Tato podkapitola se týká lidských zdrojů potřebných k pobytu. Kvůli novému produktu bude nutné zajistit externího průvodce, který nebude zaměstnancem hotelu, ale bude docházet do hotelu v rámci pobytového programu. Průvodce si hotel najme v městském informačním centru Luhainfo, které sídlí v Luhačovicích. Kromě tohoto nového pracovníka se samozřejmě počítá s již zaměstnanými zaměstnanci hotelu, jako jsou ředitel hotelu, provozní, účetní, zaměstnanci obchodního oddělení, recepční, kuchaři, fyzioterapeutové, pokojské a další. Uvítací a seznamovací večer na začátku pobytu bude mít na starosti

pracovnice z obchodního oddělení, která hosty informuje o hotelu, jeho službách, seznámí je s programem celého pobytu a o možnostech v okolí atd. Personál hotelu tvoří nejdůležitější složku hotelu.

Průvodce

- **Požadavky na průvodce**

Průvodce by měl mít vzdělání v oboru cestovní ruch nebo certifikát průvodce, dále všeobecný přehled a znalost Zlínského kraje. Přátelský vztah k seniorům, jazykové dovednosti – alespoň jeden cizí jazyk, výborné organizační, komunikační a orientační schopnosti jsou samozřejmostí. Mezi předpoklady průvodce patří odpovědnost, samostatnost, spolehlivost, fyzická vytrvalost a psychická odolnost.

- **Náplň práce průvodce**

Hlavním úkolem průvodce bude doprovázení klientů při všech návštěvách, prohlídkách, exkurzích turistických a volnočasových aktivit. Dále je nutné znát zlínskou ZOO a připravit zajímavou prohlídku pro klienty. Průvodce se bude účastnit také vyjížďky na kolech a pěší túry po okolí, takže je důležité informovat klienty o zajímavostech a o okolí města Luhačovice.

10.7 SPOLUPRÁCE

Nejprve bych doporučila rozšířit nový produkt prostřednictvím rodinného řetězce lázeňských a wellness **hotelů ROYAL SPA**, který působí na dalších třech místech v republice. Pokračovala bych nadále ve spolupráci s agenturou **Czech Tourism**, která propaguje Českou republiku jak ve své vlasti, tak v zahraničních státech. Agentura Czech Tourism pořádá propagační akce např. v obchodních centrech, což je velká příležitost, jak nalákat velké množství lidí na nové produkty různých organizací cestovního ruchu. Turistický portál **Kudy z nudy** spolupracuje s hotelem Miramare již nějakou dobu, proto bych v této spolupráci nadále pokračovala. Tento portál pro turisty informuje o všech akcích, které se v hotelech připravují. Mezi ostatní organizace působící v cestovním ruchu bych doporučila spolupráci s **informačním centrem Luhainfo**, které sídlí ve městě Luhačovice. Za spolupráci přes distribuční kanály bych zvolila již zmiňované **cestovní kanceláře a různé portály nabízející ubytování atd.** Jedná se např. o cestovní kancelář Wellnesstour, portál Booking.com nebo také Hotely.cz a mnoho dalších.

Do spolupráce s propagací bych nově zapojila **Centrálu cestovního ruchu východní Moravy**, která se stará o propagaci a rozvoj regionu Východní Morava. Dále bych oslovila **různé kluby, svazy a sdružení seniorů**, např. rada seniorů, která má celostátní působnost. V rámci spolupráce bych oslovila také **domovy pro seniory, charity** apod.

10.8 ČASOVÁ ANALÝZA

Tato kapitola se zabývá časovým harmonogramem projektu. Velmi podstatné je naplánovat si předem všechny činnosti, které se projektu týkají. Tabulka ukazuje, jak jdou jednotlivé činnosti za sebou v čase, a které osoby jsou za činnost zodpovědné.

Tabulka 18 Časový harmonogram činností

Činnosti	Čas	Zodpovědné osoby
Tvorba specifického pobytu	únor - březen 2016	student VŠ
Propagace	březen - červen 2016	marketingové oddělení
Uvedení produktu na trh	květen 2016	marketingové oddělení
Měření spokojenosti	červen - červenec 2016	marketingové oddělení
Nápravná opatření	září - říjen 2016	obchodní oddělení hotelu
Rozšíření produktu	zima 2016 - jaro 2017	marketingové oddělení

Zdroj: vlastní zpracování

Specifický pobyt pro seniory byl vytvořen v období únor – březen 2016. Poté následovala propagace produktu prostřednictvím marketingových nástrojů, která probíhá až do měsíce června. K propagaci bych využila webové stránky hotelu, PPC reklamu, direct mailing, letáčky a inzerci v magazínu „Moje lékárna“. Některé typy propagace budou probíhat delší dobu než pouhé 4 měsíce. V květnu 2016 vstoupí produkt na trh. V měsících červen a červenec se hotel zaměří na měření spokojenosti klientů s tímto pobyttem. Na základě toho budou stanovena nápravná opatření, která by měla eliminovat všechny nedostatky pobytu. Mělo by se také zjistit, zda pobyt vyhovuje oběma cílovým skupinám. V zimním období bude čas na případné rozšíření produktu nebo na nové další pobyty podobného typu.

Tabulka 19 Časový harmonogram propagace

Typ propagace	Čas
Webové stránky hotelu	březen 2016 - jaro 2017
PPC reklama	březen 2016 - jaro 2017
Direct mailing	březen - duben 2016
Letáčky	březen 2016 - jaro 2017
Inzerce v magazínu "Moje lékarna"	duben - květen 2016

Zdroj: vlastní zpracování

10.9 NÁKLADOVÁ ANALÝZA

Analýza zahrnuje veškeré nákladové položky, které projekt obsahuje. Celková kalkulace je počítána pro 15 osob, ale minimální počet účastníků je stanoven na 10 osob.

10.9.1 Kalkulace pobytu na osobu

Ubytování a stravování

Ubytování je zajištěno ve dvoulůžkových pokojích typu Superior, cena zahrnuje i polopenzi. Polopenzi tvoří snídaně a večeře. Snídaně je podávána formou bufetového stolu a večeře je servírována výběrem ze tří menu. Jelikož pobyt probíhá pouze od jara do podzimu (duben – říjen), ceny jsou stejné za celé období.

Cena za ubytování na 6 dní pro 1 osobu:

$$800 * 6 \text{ nocí} = 4800,- \text{ Kč}$$

Cena za stravování na 6 dní pro 1 osobu:

$$380 * 6 \text{ nocí} = 2280,- \text{ Kč}$$

Exkurze a návštěvy mimo Luhačovice

V rámci pobytu je zajištěna exkurze do vizovické likérky Jelínek, kde budou mít senioři možnost prohlédnout si areál celé likérky, ochutnat 3 destiláty a nahlédnout do archivu a stáčírny zevnitř. Další výlet bude uspořádán do zlínské zoologické zahrady společně s návštěvou místního zámku Lešná, který se nachází v areálu zoo. Na oba výlety bude objednan mikrobus.

Exkurze likérky Jelínek – cena pro 1 osobu:

prohlídka rozšířená o prohlídku archivu a stáčírny – délka 80 minut, cena **120,- Kč**

Návštěva zlínské ZOO + prohlídka zámku Lešná pro 1 osobu:

vstupné ZOO 110,- Kč + vstupné na zámek 40,- Kč, **celkem 150,- Kč**

oběd v ZOO: cena za osobu **150,- Kč**

Doprava na exkurze

V rámci exkurzí je zajištěna autobusová doprava. Vybrala jsem si soukromého dopravce z Luhačovic, kterého využívá hotel Miramare i k hotelovým transferům např. do Vídně. Dopravce si počítá 17,- Kč/ km a 100,- Kč/hod. stání. Trasa Luhačovice – Vizovice má celkem 18 km. Tato trasa se pojede celkem 2x, což je 36 km. Jedna cesta trvá asi 20 min. Cesta z Luhačovic do zlínské ZOO potrvá zhruba 40 minut a jedna cesta má asi 30 km. Řidič pojede celkem 2x, což je 60km.

Trasa Luhačovice - Vizovice

$$(17*36) + (3,5*100) = \mathbf{962,- Kč}$$

Trasa Luhačovice – Zlín

$$(17*60) + (5*100) = \mathbf{1520,- Kč}$$

Celkové náklady na dopravu: 2482,- Kč

Mzdové náklady na externího průvodce

Hotel Miramare nemá svého průvodce, proto bude tento externí pracovník zajištěn z informačního centra Luhainfo. Průvodce bude placen za počet odpracovaných hodin. Hodi- nová mzda průvodce činí 100,- Kč/hod. Průvodce stráví se skupinou celkem 28 hodin za týden.

Náklady na průvodce

$$28*100 = \mathbf{2800,- Kč}$$

Aktivita v rámci Luhačovic

Jedná se o aktivity, které probíhají v samotném hotelu Miramare nebo ve městě Luhačovi- ce.

Projížďka vláčkem: cena pro 1 osobu **50,- Kč**

Jóga: cena pro 1 osobu **100,-Kč**

2x inhalace: cena pro 1 osobu **300,- Kč**

Skupinový aqua aerobic: cena pro 1 osobu **150,- Kč**

Skupinové relaxační cvičení: cena pro 1 osobu **100,- Kč**

Skupinové kondiční cvičení v bazénu: cena pro 1 osobu **150,- Kč**

Náklady na propagaci

Položky, které tvoří tyto náklady, jsou tisk a grafická tvorba letáčků. Náklady na tuto propagaci činí 1 300,- Kč za 400 kusů letáčků. Dále je započítána do nákladů inzerce v magazínu „Moje lékárna“, což je celkem 4 000,- Kč za 2 měsíce.

Celkové náklady za propagaci činí 5 300,- Kč.

Dále jsou v kalkulaci započteny náklady na samotnou tvorbu pobytu. Tyto náklady činí celkem **3 000,- Kč.**

V ceně pobytu není zahrnut lázeňský poplatek, který činí 15,- Kč/den. Tento poplatek jsem do ceny pobytu nezapočítala, protože není předem známý věk hostů. Senioři, kterým je 70 let a více, již lázeňský poplatek neplatí. Dále není v ceně zahrnuto zapůjčení trekkingových holí, což činí 30,- Kč/hod.

10.9.2 Celková kalkulace pobytu

Celková kalkulace pobytu je kalkulována pro 1 osobu a pro 15 osob. K celkovým nákladům pobytu je připočtena 20% marže a z dané marže je spočítáno DPH v sazbě 21 %. Celkovou cenu pobytu pro jednu osobu jsem zaokrouhlila na stovky nahoru, což udává celkovou cenu pobytu 11 500,- Kč na osobu.

Tabulka 20 Celková kalkulace pobytu

Položka	Cena za 1 osobu	Cena za 15 osob
Ubytování	4 800	72 000
Stravování	2 280	34 200
Exkurze - likérka Jelínek	120	1 800
Návštěva ZOO + zámek Lešná + oběd	300	4 500
Doprava na exkurze	166	2 482
Mzdové náklady na externího průvodce	187	2 800
Aktivity v rámci Luhačovic	850	12 750
Náklady na propagaci	353	5 300
Náklady na tvorbu pobytu	200	3 000
Celkové náklady	9 256	138 832
Marže 20 %	1 851	27 766
DPH 21 %	389	5 831
Celková cena pobytu	11 496	172 429
Zaokroulení	11 500	172 430

Zdroj: vlastní zpracování

Bod zvratu

Bodem zvratu zjistím, kolik osob se musí zúčastnit pobytu. Důležité je, aby se hotelu vrátily fixní a variabilní náklady a pobyt nebyl pro hotel ztrátový. V první řadě je potřeba rozčlenit náklady na fixní a variabilní. Mezi fixní náklady jsou zařazeny celkové náklady na dopravu, náklady na průvodce, náklady na tvorbu samotného pobytu a náklady na propagaci. K variabilním nákladům patří ubytování, stravování, exkurze likérky, návštěva ZOO a zámku Lešná a aktivity konané v rámci Luhačovic.

Výpočet bodu zvratu (BZ) pro pobyt „Žij naplno v každém věku“ je stanoven podle následujícího vzorce:

$$\mathbf{BZ} = \mathbf{FN} / (\text{cena pobytu na 1 osobu} - \mathbf{VN} \text{ na 1 osobu})$$

$$= (2482 + 2800 + 5300 + 3000) / (11\,500 - 8\,350)$$

$$\cong 4 \text{ osoby}$$

Z bodu zvratu je zřejmé, že pobytu se musí zúčastnit alespoň 4 osoby. Vzhledem k charakteristice zájezdu a nákladům by se mělo pobytu zúčastnit minimálně 10 osob, ale

hotel si stanovil, že bude stačit, když se pobytu zúčastní alespoň 7 osob, protože v tomto případě bude pobyt ochoten zrealizovat a zároveň budou pokryty náklady.

10.10 RIZIKOVÁ ANALÝZA

Tato podkapitola popisuje rizika, která mohou být s projektem spojena. Každé riziko představuje určitou hrozbu pro projekt. Hlavním cílem rizikové analýzy je taková rizika odhalit a stanovit opatření, které dané rizika zmenší nebo eliminuje. Následující tabulka 18 zobrazuje rizika, která mohou daný projekt ohrozit, závažnost rizika a pravděpodobnost vzniku rizika.

Tabulka 21 Riziková analýza projektu

Riziko	Závažnost rizika			Pravděpodobnost vzniku rizika			Výsledek
	nízká	střední	vysoká	nízká	střední	vysoká	
	0,3	0,5	0,7	0,3	0,5	0,7	
Nedostatečný zájem o pobyt		X			X		0,25
Nedostatek financí u seniorů			X		X		0,35
Konkurence ze strany hotelů		X			X		0,25
Nevhodně vybraná propagace		X		X			0,15
Technické potíže			X	X			0,21
Nespokojenost seniorů s kvalitou služeb			X	X			0,21
Nevhodné počasí v průběhu pobytu	X				X		0,15

Zdroj: vlastní zpracování

Výsledek je stanoven jako součin závažnosti rizika a pravděpodobnosti vzniku rizika. Daná rizika se posuzují podle toho, jakou závažnost rizika představují a jaká je pravděpodobnost jejich vzniku. Rizika se dělí do tří skupin:

- Riziko nízké, které představuje interval 0-0,20
- Riziko střední, které představuje interval 0,21-0,30
- Riziko vysoké, které představuje interval 0,31-0,50

Nízká rizika

Nevhodně vybraná propagace

Mezi nízké riziko patří nevhodně vybraná propagace. Je důležité si uvědomit, do jaké formy propagace vložit své finanční zdroje a čas, aby se jednalo o efektivní reklamu. Marketingové oddělení hotelu musí zvážit, která forma marketingové komunikace je pro seniory nejvhodnější. Podstatné je také měření efektivnosti marketingových nástrojů.

Nevhodné počasí v průběhu pobytu

Další nízké riziko představuje nevhodné počasí, které může nastat během pobytu. Tento faktor nikdo neovlivní a člověk se mu musí podřídit. V tomto případě lze situace vyřešit náhradní programem. Aktivitu, které se měly konat ve venkovních prostorách, budou přesunuty na pozdější čas nebo jiný den. Se souhlasem všech seniorů lze program jednotlivých dnů kvůli počasí změnit nebo popřehazovat.

Střední rizika

Nedostatečný zájem o pobyt

Pobytové balíček musí seniory zaujmout, nabídnout něco zajímavého. Pokud senioři neprojeví dostatečný zájem o pobyt, představuje to určité riziko, že se pobyt neuskuteční kvůli malému počtu osob, ale neohrozí to hotel. Člověk, který stanovuje ceny těchto balíčků, by měl být schopný odhadnout finanční stav seniorů. Není vhodné nabízet seniorům pobyt, který je pro ně nedostupný z finančního hlediska.

Konkurence ze strany hotelů

Tato hrozba se řadí mezi střední rizika. Konkurence existuje již u poskytování běžných služeb, jako je ubytování, stravování atd. O to horší to může být při uvedení nového produktového balíčku na trh. Riziko lze snížit neustálým sledováním konkurenčních hotelů, tzn., s jakým produktem přichází na trh a přizpůsobit tomu také cenovou politiku.

Technické potíže

Další riziko představují technické potíže, které mohou nastat hlavně během dopravy. Při některé exkurzi se může stát, že bude mít mikrobus poruchu, defekt nebo bude na cestě

dopravní nehoda. Takové problémy mohou nastat kdykoliv, ale nelze je ovlivnit. V případě problému s mikrobusem je možnost dopravit se na exkurzi městskou autobusovou dopravou a na cestu zpět zajistit jiný mikrobus.

Nespokojenost seniorů s kvalitou služeb

Rizikem může být také nespokojenost seniorů s kvalitou poskytovaných služeb. Je nutné si vyslechnout připomínky a přání seniorů a napodruhé tyto služby vylepšit podle jejich představ. V tomhle případě je důležitý i personál hotelu, který by se měl postarat o to, aby senioři byly vždy se vším spokojeni. Nejlepší zpětnou vazbou, jak vylepšit služby, je samotný názor na pobyt od seniorů. Tuto zpětnou vazbu lze zajistit mini dotazníkem, který by senior při ukončovacím večeru vyplnil.

Vysoká rizika

Nedostatek financí u seniorů

Určitá část seniorů nemá dostatek finančních prostředků k tomu, aby mohla cestovat a zúčastnit se podobných pobytů. Někteří jsou kvůli tomu vyloučeni ze sociálního života. I tohle riziko se může stát určitou hrozbou. Je potřeba vzít na vědomí, že senioři nemají tolik finančních prostředků a přizpůsobit pobyt jejich příjmům. Důležitý je samozřejmě poměr cena a kvalita. Za kvalitnější služby si musí každý připlatit.

ZÁVĚR

Cílem této diplomové práce bylo rozšíření portfolia služeb ve vybraném lázeňském hotelu. Projekt jsem zaměřila na vytvoření nového pobytu pro seniory.

V teoretické části jsem využila poznatků z odborné české a zahraniční literatury a zpracovala literární rešerši k danému tématu práce. V této části práce jsem se zabývala výrazem lázeňství a hotelnictví, dále kvalitou a řízením služeb. Závěrem teoretické části byly shrnuty vybrané analytické metody, které byly využity v části praktické.

V analytické části jsem představila lázeňský hotel Miramare a krátce popsala lázeňství v Luhačovicích. Dále jsem provedla analýzu, týkající se pobytů a služeb hotelu Miramare. Poté byla vypracována analýza současné nabídky hotelových služeb konkurence na regionálním trhu. Na základě účetních závěrek jsem zpracovala ekonomickou analýzu společnosti, podle které jsem zjistila, v jaké ekonomické situaci se hotel nachází. Podle dostupných interních dat byla provedena analýza přijatých hostů za posledních pět let. V práci byla zpracována také SWOT analýza a nakonec vyhodnoceno dotazníkové šetření, z kterého jsem mimo jiné zjistila, jaké další služby by si hosté v hotelu přáli. Závěrem bylo vytvořeno shrnutí praktické části, které posloužilo jako podklad pro tvorbu projektu.

Projektová část se týkala samotné tvorby nového pobytu určeného seniorům. Na začátku jsem si zvolila cílovou skupinu a vytvořila nový pobyt „Žij naplno v každém věku“, který byl složen z mnoha služeb a aktivit. Poté jsem zpracovala program pobytu, jehož náplní byly různé aktivity. V programu byly kromě lázeňských procedur a aktivit v rámci Luhačovic navrženy dvě exkurze do blízkého okolí. Pro nový produkt byly stanoveny formy, jakým způsobem pobyt distribuovat a propagovat. K pobytu bylo nutné zajistit externího průvodce, který doprovázel skupinu seniorů na exkurzích a výletech po okolí Luhačovic. Dále bylo důležité zajistit rozšíření nového pobytu prostřednictvím spolupráce. Poté byla sestavena časová analýza, ve které byly naplánovány všechny potřebné činnosti týkající se projektu. V neposlední řadě jsem zpracovala nákladovou analýzu pobytu, kde mi vyšlo, že konečná cena pobytu „Žij naplno v každém věku“ činí 11 500,- Kč na osobu. Nakonec jsem pobyt podrobila rizikové analýze, z které vyplynulo, že existuje řada rizik, které mohou tento pobyt ohrozit.

Myslím si, že pobyt, který jsem vytvořila, je reálný a vhodný k zavedení do praxe. Díky této práci jsem se dozvěděla, jak funguje ve skutečnosti chod lázeňského hotelu. Jsem velmi ráda, že jsem měla možnost zpracovávat práci zrovna v hotelu Miramare.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BERÁNEK, Jaromír, 2013. *Moderní řízení hotelového provozu*. 5., zcela přepracované vyd. Praha: MAG Consulting. ISBN 978-80-86724-45-4.

BERÁNEK JAROMÍR, Pavel Kotek, 2007. *Řízení hotelového provozu*. 4., přepracované vyd. Praha: MAG Consulting. ISBN 978-808-6724-300.

Czecot, ©2002-2016. Jurkovičův dům Luhačovice. *Czecot.cz* [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: http://www.czecot.cz/ubytovani/5348_jurkovicuv-dum-luhacovice

Český systém kvality služeb, ©2013. Analýzy kvality poskytovaných služeb. *Csks.cz* [online]. [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: <http://www.csks.cz/cs/o-projektu/vystupy-projektu/analyzy-kvality-poskytovanych-sluzeb.html>

Český systém kvality služeb, ©2016. O českém systému kvality služeb. *Csks.cz* [online]. [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: (<http://www.csks.cz/cs/o-ceskem-systemu-kvality-sluzeb/>)

Hotel Alexandria, ©2016. Alexandria ubytování pokoje. *Hotalexandria.cz* [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://www.hotalexandria.cz/alexandria-ubytovani-pokoje.php>

Hotel Alexandria, ©2016. Zážitek balíčky Lázně Luhačovice. *Hotalexandria.cz* [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://www.hotalexandria.cz/zazitkove-balicky-lazne-luhacovice.php>

Hotelový provoz, ©2012. Kategorizace a klasifikace. *Hotelyprovoz.cz* [online]. [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: <http://hotelyprovoz.webnode.cz/maturitni-okruhy/kategorizace-a-klasifikace/>

Hotelstars, ©2016. Oficiální klasifikace v ČR. *Hotelstars.cz* [online]. [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: (<http://www.hotelstars.cz/oficialni-klasifikace-v-cr>)

Interní data hotelu Miramare, ©2016. Luhačovice.

KOTÍKOVÁ, Halina, 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4603-6.

KOTLER, Philip, John T BOWEN a James C MAKENS, 2014. *Marketing for hospitality and tourism*. 6th ed. Harlow: Pearson Education. ISBN 978-1-29202-003-7.

KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ, 2011. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3527-6.

KŘÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS, 2011. *Moderní hotelový management: nejnovější poznatky a trendy v řízení hotelů: komplexní informace o hotelovém provozu a jeho organizaci: optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku: případové studie a příklady*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3868-0.

Lázně Luhačovice, ©2016. Lázeňské hotely Luhačovice Alexandria. *Lazneluhacovice.cz* [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://www.lazneluhacovice.cz/lazenske-hotely-luhacovice-alexandria.php>

Lázně Luhačovice, ©2016. Lázeňské hotel Luhačovice Jurkovičův dům. *Lazneluhacovice.cz* [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://www.lazneluhacovice.cz/lazenske-hotely-luhacovice-jurkovicuv-dum.php>

Lázně Luhačovice, ©2016. Lázeňské hotely Luhačovice Palace. *Lazneluhacovice.cz* [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://www.lazneluhacovice.cz/lazenske-hotely-luhacovice-palace.php>

Léčebné lázně, ©2009-2016. Luhačovice. *Lecebne-lazne.cz* [online]. [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: <http://www.lecebne-lazne.cz/cs/prehled-lazni/luhacovice>

Luhačovice, ©2016. Lázeňství. *Luhacovice.cz* [online]. [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: <http://www.luhacovice.cz/24834-lazenstvi>

Marke, ©2015. Analýza konkurence. *Marke.cz* [online]. [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: <http://www.marke.cz/analyza-konkurence>

Ministerstvo spravedlnosti ČR, ©2012-2015. Výpis z obchodního rejstříku. *Justice.cz* [online]. [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=39578583&subjektId=68217&spis=703568>

Miramare Luhačovice, ©2016. Dárkové poukazy. *Miramare-luhacovice.cz* [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://www.miramare-luhacovice.cz/24778-darkove-poukazy>

Miramare Luhačovice, ©2016. Hotelové služby. *Miramare-luhacovice.cz* [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://www.miramare-luhacovice.cz/24734-hotelove-sluzby>

Miramare Luhačovice, ©2016. Lázně Luhačovice hotel Miramare. *Miramare-luhacovice.cz* [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://www.miramare-luhacovice.cz/24772-lazne-luhacovice-hotel-miramare>

Miramare Luhačovice, ©2016. Lázeňské pobyty. *Miramare-luhacovice.cz* [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://www.miramare-luhacovice.cz/24755-lazenske-pobyty>

Miramare Luhačovice, ©2016. O nás. *Miramare-luhacovice.cz* [online]. [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: <http://www.miramare-luhacovice.cz/24670-o-nas>

Miramare Luhačovice, ©2016. Pobyty pro klienty pojišťovny. *Miramare-luhacovice.cz* [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://www.miramare-luhacovice.cz/24739-pobyty-pro-klienty-pojistovny>

Miramare Luhačovice, ©2016. Stravování. *Miramare-luhacovice.cz* [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://www.miramare-luhacovice.cz/24664-stravovani>

Miramare Luhačovice, ©2016. Wellness pobyty. *Miramare-luhacovice.cz* [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://www.miramare-luhacovice.cz/24731-wellness-pobyty>

Niva, ©2016. Katalog niva. *Niva.cz* [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: http://www.niva.cz/files/katalog_nivacz_2016.pdf

Novinky, ©2009. Trendem moderního lázeňství jsou netradiční procedury. *Novinky.cz* [online]. [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/cestovani/162217-trendem-moderniho-lazenstvi-jsou-netradicni-procedury.html>

ORIEŠKA, Ján, 2010. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis. ISBN 978-80-85970-68-5.

Příspěvkové lázně, ©2011. Luhačovice hotel Miramare. *Prispevkovelazne.cz* [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://www.prispevkovelazne.cz/lazensky-pobyt/luhacovice-hotel-miramare/4/>

Rejstřík firem, ©2000-2016. Léčebné lázně Luhačovice Sanatorium Miramare s.r.o. *Rejstrik-firem.kurzy.cz* [online]. [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: <http://rejstrik-firem.kurzy.cz/60727942/lecebne-lazne-luhacovice-sanatorium-miramare-sro/>

RYGLOVÁ, Kateřina, 2009. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 3. rozšířené vyd. Ostrava: Key Publishing. ISBN 978-80-7418-028-6.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ, 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi: soubor studijních materiálů*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4039-3.

SCHWARTZHOFFOVÁ, Eva, 2013. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-3438-4.

SMITH, Melanie a László PUCZKÓ, 2014. *Health, tourism and hospitality: spas, wellness and medical travel*. 2nd ed. London: Routledge. ISBN 978-0-415-63865-4.

SYNEK, Miloslav, Heřman KOPKÁNĚ a Markéta KUBÁLKOVÁ, 2009. *Manažerské výpočty a ekonomická analýza*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck. ISBN 978-80-7400-154-3.

Turistické regiony ČR, ©1998-2016. Lázeňství v České republice. *Tourism.cz* [online]. [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: <http://www.tourism.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=113362>

Wellnesslife, ©2014. Současné wellness trendy. *Wellnesslife.cz* [online]. [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: <http://www.wellnesslife.cz/spawellness/soucasne-wellness-trendy/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ČR Česká republika

MZČR Ministerstvo zdravotnictví České republiky

KLP Komplexní lázeňská péče

PLP Příspěvková lázeňská péče

ZP Zdravotní pojišťovna

SEZNAM GRAFŮ

<i>Graf 1 Důvod návštěvy lázní Luhačovice</i>	<i>57</i>
<i>Graf 2 Důvod návštěvy lázeňského hotelu Miramare</i>	<i>58</i>
<i>Graf 3 Kritéria výběru</i>	<i>59</i>
<i>Graf 4 Typ pobytu</i>	<i>60</i>
<i>Graf 5 Věková skladba hostů</i>	<i>61</i>

SEZNAM TABULEK

<i>Tabulka 1 Dělení lázeňských služeb</i>	13
<i>Tabulka 2 Pobyt s cenovou nabídkou</i>	38
<i>Tabulka 3 Srovnání konkurenčních hotelů podle kritérií</i>	46
<i>Tabulka 4 Vybrané ukazatele rentability za období 2010-2014</i>	48
<i>Tabulka 5 Vybrané ukazatele likvidity za období 2010-2014</i>	48
<i>Tabulka 6 Vybrané ukazatele aktivity za období 2010-2014</i>	49
<i>Tabulka 7 Vybrané ukazatele zadluženosti za období 2010-2014</i>	49
<i>Tabulka 8 Vývoj počtu ubytovaných hostů a délky pobytu v hotelu Miramare – cizinecký a hotelový pobyt</i>	50
<i>Tabulka 9 Vývoj počtu ubytovaných hostů a délky pobytu v hotelu Miramare – komplexní, rehabilitační, příspěvkový a samoplátecký pobyt</i>	51
<i>Tabulka 10 SWOT analýza hotelových služeb</i>	53
<i>Tabulka 11 Program pobytu – 1. den</i>	66
<i>Tabulka 12 Program pobytu – 2. den</i>	67
<i>Tabulka 13 Program pobytu – 3. den</i>	68
<i>Tabulka 14 Program pobytu – 4. den</i>	69
<i>Tabulka 15 Program pobytu – 5. den</i>	70
<i>Tabulka 16 Program pobytu – 6. den</i>	71
<i>Tabulka 17 Program pobytu – 7. den</i>	72
<i>Tabulka 18 Časový harmonogram činností</i>	76
<i>Tabulka 19 Časový harmonogram propagace</i>	77
<i>Tabulka 20 Celková kalkulace pobytu</i>	80
<i>Tabulka 21 Riziková analýza projektu</i>	81

SEZNAM PŘÍLOH

PI: Ceník procedur

PII: Ceník jávského masážního salonu

PIII: Dotazník hotelu Miramare

PŘÍLOHA P I: CENÍK PROCEDUR



LÁZEŇSKÉ PROCEDURY A LÉKAŘSKÁ VYŠETŘENÍ



CENÍK PROCEDUR

KOUPELE:

	CENA / Kč vč. DPH
Uhlíkatá koupel přírodní	350 Kč
Přísadová koupel ovesná	400 Kč
Přísadová koupel pomerančová	400 Kč
Přísadová koupel s mořskou solí	400 Kč
Přísadová koupel se sírou	400 Kč
Přísadová koupel bylinková	400 Kč
Přísadová koupel s rašelinovým extraktem	400 Kč
Syrovátková koupel pro krásnou pleť	450 Kč
Perličková koupel	300 Kč
Vířivá koupel	300 Kč
Suchá koupel (vaký) s terapií CO ₂	200 Kč
Perlivé vířivé koupel hor. nebo dol. konicelín	180 Kč
Střídací nožní koupel (šlapaní vody)	180 Kč
Vstup do bazénu, infra sauna (externí hosté)	60 Kč

MASÁŽE:

	CENA / Kč vč. DPH
Klasická masáž celková s éterickými oleji	500 Kč
Klasická masáž částečná s éterickými oleji	250 Kč
Anticelulitidová masáž s brččianovým gelem	250 Kč
Masáž reflexní	450 Kč
Masáž podvodní s obsluhou	450 Kč

ZÁBALY:

	CENA / Kč vč. DPH
Přírodní rašelinový zábal – velký	600 Kč
Přírodní rašelinový zábal – malý	400 Kč
Slátinný jednoduší / složitý zábal	250 Kč/400 Kč
Lavatherm jednoduší / složitý	250 Kč/400 Kč
Kryoterapie lokální	250 Kč
Skorčový zábal	500 Kč
Zábal z mořských řas	400 Kč
Čokoládový zábal	400 Kč
Parafinový aromatický zábal – dle aktuální nabídky	350 Kč

ELEKTROLÉČBA:

	CENA / Kč vč. DPH
Při objednání 5 procedur 1 zdarma.	
Dialthermie	150 Kč
Diadynamik	150 Kč
TENS proudy	150 Kč
Interferenční proudy	150 Kč
Solux (infračervené záření)	150 Kč
VAS-07	150 Kč
Ultrazvuk	200 Kč
Čtyřkomorová lázeň	250 Kč

REHABILITACE:

	CENA / Kč vč. DPH
Individuální cvičení s fyzioterapeutem	20 – 30 min. 300 Kč
Skupinové cvičení v bazénu s fyzioterapeutem	20 – 30 min. 150 Kč
Skupinové cvičení s fyzioterapeutem – deschové, kondiční, na míčích, na záda, pro seniory	20 min. 100 Kč

INHALACE:

Při objednání 5 procedur 1 zdarma.	
Inhalace individuální Vincetkíou	10 min. 150 Kč
Inhalace léková	délka dle lékaře 180 Kč

SPECIÁLNÍ TERAPIE:

	CENA / Kč vč. DPH
Akupunktura – první sezení s konzultací	60 min 600 Kč
Akupunktura – další sezení	45 min. 500 Kč
Kyslíková terapie lipití objednání 5 sezení 1 zdarma	120 min. 350 Kč
Lymfatická přístrojová drenáž	50 min. 300 Kč
Magnetoterapie	20 min. 200 Kč
Laser	délka dle lékaře 200 Kč
Plyňové injekce	10 min. 180 Kč
Skotský střík	4x-8x cyklus 180 Kč
Sauna (po dohodě s lékařem)	60 min. 50 Kč

LÉKAŘSKÁ A LABORATORNÍ VYŠETŘENÍ:

	CENA / Kč vč. DPH
Základní vyšetření	600 Kč
ORL, FBLR, neurologické vyšetření	600 Kč
Kontrolní vyšetření	300 Kč
Screening – ledvinový, jaterní, lipidový atd.	600-900 Kč
Profil krevního cukru	300 Kč
Glykémie	80 Kč
GRP	300 Kč
Spirometrie globální	300 Kč
ERG	300 Kč
Ošetrovatelská péče a zajištění lékařské pohotovostní služby	60 Kč
Injekční aplikace vlastních léků a vitamínů	30 Kč
Vystavení účtu	30 Kč
Změna procedur na vlastní žádost	30 Kč

REZERVACE PROCEDUR

Z KAPACITNÍCH DŮVODŮ DOPORUČUJEME ZVOLENÉ PROCEDURY REZERVOVAT CO NEJŘÍVE.

Rezervace (Po - Pá od 7.00 do 15.00 hod.):

- Osobně u vrchní sestry: 4. etáž, interní telefon 425
- Telefonicky: +420 577 659 425
- E-mailem: zdravotni1@miramare-luhacovice.cz

Další informace:

- Ke koupelím je využíván vlastní přírodní léčivý zdroj – pramen Jaroslava a pramen sv. Josefa.
- K inhalacím je využíván přírodní léčivý zdroj – pramen Vincetka.
- Zvolené procedury doporučujeme konzultovat se zdravotním personálem.
- Tučně jsou označeny tzv. velké procedury.
- Platnost ceníku od 1.1.2015.



Miramare péče

NADSTANDARDNÍ PROCEDURY CENA / Kč vč. DPH

Masáž lávovými kameny – částečná / celková 60 min. / 90 min.	790 Kč / 1 150 Kč
Medová (detoxikační) masáž 20-30 min. dle snášenlivosti	500 Kč
Anticelulitidová masáž s ozonovým zábalem 60 min.	790 Kč
Syrovátková koupel se suchým zábalem, maskou obličejí a dekoltu 40 min.	650 Kč
Indická masáž hlavy 30 min.	500 Kč
Havajská masáž Lomi-Lomi 60 min.	790 Kč

DALŠÍ SLUŽBY

DÁMSKÉ KADERNICTVÍ Po – Čt. 8.00 – 15.00, Pá 8.00 – 16.00	Hana Škubnová Tel.: + 420 577 659 190
KOSMETIKA Po – So – dle objednávek	Simona Hutová Tel.: + 420 608 222 717
PEDIKÚRA A NEHTOVÉ STUDIO Po – Pá 9.00 – dle objednávek	Monika Schlümbachová Tel.: + 420 577 659 109

JÁVSKÝ MASÁŽNÍ SALON

Jávské masáže od indonéských terapeutek exkluzivně na Moravě.

Objevte sílu a radost tradičních Jávských masáží vyvířených po staletí indonéskou kulturou.

VYZÁDEJTE SI KOMPLETNÍ INFORMACE A CENÍK JÁVSKÉHO MASÁŽNÍHO SALONU V HOTELOVÉ RECEPCI.

Naše terapeutky využívají tu nejvyšší kvalitu kosmetických přípravků – kosmetiku Babor.

Rezervace v hotelové recepci nebo na telefonu: + 420 577 659 111



Trávanáská péče



Lázeňské hotely MIRAMARE

Bezručova 338, 763 26 Luhačovice

Tel.: + 420 577 659 111, 112

Fax: +420 577 659 112

E-mail: recepcie@miramare-luhacovice.cz

www.miramare-luhacovice.cz

www.royalspa.cz

LUHAČOVICE




MIRAMARE

ROYAL SPA

KUR & SPA HOTELS

CENÍK PROCEDUR

PŘÍLOHA P II: CENÍK JÁVSKÉHO MASÁŽNÍHO SALÓNU




JÁVSKÝ MASÁŽNÍ SALON


EXKLUZIVNĚ NA MORAVĚ

Objevte sílu a radost tradičních Jávských masáží vyviněných po staletí indonéskou kulturou.

V Jávských masážích se snoubí relaxace s celkovým uvolněním svalstva, blahodárně působící na tělesnou stavbu těla. Java salon pokračuje v nadstandardní úrovni služeb v tradičním indonéském prostředí, s pomocí jávských terapeutek, které mají certifikát nejvyšší úrovně. Java salon se zaměřuje na rozšíření nabídky služeb v oblasti asijských masáží tak, abychom klientům nabídli nové poznatky z oblasti péče o tělo a zároveň tak zvýšili kvalitu a výběr již nabízených služeb.


Pojďte a zkusíte i vy poodhalit rousku tajemství fyzické a duševní krásy ukryté v jávských masážích.






JÁVSKÝ MASÁŽNÍ SALON

REZERVACE PROCEDUR:
Lázeňský hotel Miramare
tel.: +420 577 659 111



MIRAMARE
LÁZEŇSKÝ HOTEL
LUHAČOVICE

Lázeňský hotel Vila Antoaneta
a
tel.: +420 577 126 211.



VILA ANTOANETA
LUHAČOVICE

PRACOVNÍ DOBA:
Lázeňský hotel Miramare a Vila Antoaneta
úterý až neděle
9.00 – 21.00 hod.
(Z kapacitních důvodů doporučujeme zvolené procedury rezervovat co nejdříve.)

Lázeňské hotely
MIRAMARE Luhačovice
Bezručova 338
763 26 Luhačovice

www.miramare-luhacovice.cz
www.royalspa.cz

Balíček ošetření VI

Jávské znovuzrození (3,5 hodiny)
Popis: relaxace, regenerace, stimulace a výživa těla

1. Jávská masáž (1 hodina)
Produkty: základový olej, éterický masážní olej
2. Tělový scrub (30 minut)
Produkty: kokoláda, exotické ovoce, zelený kokos, jahody, jogurt, med a havermit
3. Tělová maska (30 minut)
Produkty: kokoláda, exotické ovoce, zelený kokos, jahody, jogurt, med a havermit
4. Terapie vulkanickými kameny
Produkty: 18 vulkanických kamenů

Cena balíčku: 2.950 Kč


☼

Balíček ošetření VII

Borneo (2,5 hodiny)

1. Cukrový peeling (30 minut)
Produkty: peeling s hruškovým cukrem
2. Masáž Borneo (1,5 hodina)
Produkty: základový olej, éterický masážní olej
3. Formující krém (5 minut)
Produkty: Anti-cellulite Krém
4. Konturovací zábal (20 minut)
Produkty: Speciální rostlinná směs na celulitidu
5. Sérum na celulitidu (5 minut)
Produkty: Anti-cellulite Serum

Cena balíčku: 2.990 Kč



Procedury:

Jávská masáž (2 hodiny) - 1.850 Kč
(1,5 hodiny) - 1.450 Kč
(1 hodina) - 990 Kč
Produkty: základový olej, éterický masážní olej



Thajská masáž (1 hodina) - 990 Kč
Produkty: základový olej, éterický masážní olej



Sumatra masáž (1 hodina) - 990 Kč
Produkty: základový olej, éterický masážní olej



Borneo masáž (1 hodina) - 990 Kč
Produkty: základový olej, éterický masážní olej



Havajská masáž (1 hodina) - 990 Kč
Produkty: základový olej, éterický masážní olej



Terapie vulkanickými kameny
(90 minut) - 1.150 Kč

Produkty: 18 vulkanických kamenů



Jávská kosmetická kúra (1 hodina) - 750 Kč
Produkty: pleťové mléko, tonikum, peeling, maska
na obličej, masážní olej, hydratační krém, oční krém



Spa manikúra s masáží (1 hodina) - 750 Kč
Produkty: základový olej, éterický masážní olej,
tělový krém, gel do koupele



Spa pedikúra s masáží (1 hodina) - 750 Kč
Produkty: mořská minerální sůl, základový olej,
éterický masážní olej, tělový krém, gel do koupele



**Péče o ruce (1,5 hodiny) manikúra, masáž,
parafinový zábal - 1.150 Kč**
Produkty pro péči o ruce: scrub, mléko na ruce a tělo,
éterický olej, základový olej, parafin



**Péče o nohy (1,5 hodiny) pedikúra, masáž,
avokádová maska - 1.150 Kč**

Produkty pro péči o nohy: scrub na nohy, mléko na nohy, mořská
minerální sůl, éterický olej, základový olej, avokádová maska

Baliček ošetření:

Baliček ošetření I

Jávský sen (3 hodiny)

Popis: ošetření pleti, stimulace, výživa a relaxace těla

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

1. Jávská masáž (1 hodina)

2. Tělový scrub (30 minut)

Produkty: bylinný tělový scrub

3. Tělová maska (30 minut)

Produkty: výživná nebo stimulační maska

4. Jávská kosmetická kúra (1 hodina)

Produkty: pleťové mléko, tonikum, peeling, masážní olej,
maska na obličej, hydratační krém, oční krém

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

Baliček ošetření III

Tradiční léčba (2 hodiny)

Popis: relaxace, regenerace a stimulace těla

1. Jávská masáž (1 hodina)

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

2. Tělová maska (30 minut)

Produkty: výživná nebo stimulační maska

3. Jávská mincovní masáž (30 minut)

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej

Produkty: základový olej, éterický olej



Baliček ošetření V

Jávská exotická kúra (2 hodiny)

Popis: relaxace, regenerace, stimulace a výživa těla

1. Jávská masáž (1 hodina)

Produkty: základový olej, éterický masážní olej

2. Tělový scrub (30 minut)

Produkty: kokoláda, exotické ovoce, zelený kokos,
jahody, jogurt, med a hevermat

3. Tělová maska (30 minut)

Produkty: kokoláda, exotické ovoce, zelený kokos,
jahody, jogurt, med a hevermat

Produkty: kokoláda, exotické ovoce, zelený kokos,
jahody, jogurt, med a hevermat

Produkty: kokoláda, exotické ovoce, zelený kokos,
jahody, jogurt, med a hevermat

Produkty: kokoláda, exotické ovoce, zelený kokos,
jahody, jogurt, med a hevermat

Produkty: kokoláda, exotické ovoce, zelený kokos,
jahody, jogurt, med a hevermat

Produkty: kokoláda, exotické ovoce, zelený kokos,
jahody, jogurt, med a hevermat

Produkty: kokoláda, exotické ovoce, zelený kokos,
jahody, jogurt, med a hevermat

Produkty: kokoláda, exotické ovoce, zelený kokos,
jahody, jogurt, med a hevermat

Produkty: kokoláda, exotické ovoce, zelený kokos,
jahody, jogurt, med a hevermat

Produkty: kokoláda, exotické ovoce, zelený kokos,
jahody, jogurt, med a hevermat

Produkty: kokoláda, exotické ovoce, zelený kokos,
jahody, jogurt, med a hevermat

Produkty: kokoláda, exotické ovoce, zelený kokos,
jahody, jogurt, med a hevermat



PŘÍLOHA P III: DOTAZNÍK HOTELU MIRAMARE

Lázeňské hotely MIRAMARE

VYHODNOCENÍ ANKET:

TUZEMŠTÍ HOSTÉ

Termín vyhodnocení anket:

Celkový počet odevzdaných anket:

1. Z jakého důvodu jste přijel/la do lázní Luhačovice? (více odpovědi)

- pozitivní vliv na mé zdraví
- oddech, relaxace
- společenské a kulturní akce
- kvalitní služby
- aktivní dovolená (vylety, sport)
- jiné

2. Z jakého důvodu jste přijel/la do LH Miramare? (více odpovědi)

- péče o zdraví
- odpočinek, relaxace
- široká nabídka služeb
- firemní akce
- být s přáteli, známými
- být s rodinou, dětmi
- jiné

3. O lázeňském hotelu Miramare jste se poprvé dozvěděl/a? (více odpovědi)

- od známých nebo rodiny
- od svého lékaře
- z internetu
- z veletrh
- z reklamy v tisku
- od cestovní kanceláře
- z jiného zdroje

Lázeňské hotely MIRAMARE

4. Proč jste si vybral/a právě lázeňský hotel Miramare

- všechny služby pod jednou střechou
- vlastní přírodní léčivý zdroj
- kvalitní služby
- nejširší nabídka služeb v dané cenové kategorii
- dárek – dárkový poukaz, šek
- od zaměstnavatele
- doporučení známých nebo rodiny
- jiné – uveďte

5. Po kolikáté jste zde ubytována?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- vícekrát

6. V jakém ubytovacím zařízení zde bydlíte?

- Miramare I.
- Miramare II.
- Miramare-Helena
- Miramare-Rita
- Miramare-Nast' a

7. Typ Vašeho pobytu zde je

- komplexní lázeňská péče plně hrazena ZP
- příspěvková lázeňská péče částečně hrazena ZP
- týdenní a delší lázeňský pobyt pro samoplátce
- týdenní a delší wellness pobyt pro samoplátce
- krátkodobý relaxační pobyt
- hotelový pobyt

Lázeňské hotely MIRAMARE

8. Míra spokojenosti s jednotlivými aspekty pobytu podle uvedené stupnice

- rezervace pobytu, ubytovací oddělení				
velmi spokojena	spokojena	ani spokojena/ani nespokojena	nespokojena	velmi nespokojena
- recepce				
velmi spokojena	spokojena	ani spokojena/ani nespokojena	nespokojena	velmi nespokojena
- procedury				
velmi spokojena	spokojena	ani spokojena/ani nespokojena	nespokojena	velmi nespokojena
- zdravotnický personál				
velmi spokojena	spokojena	ani spokojena/ani nespokojena	nespokojena	velmi nespokojena
- lékaři				
velmi spokojena	spokojena	ani spokojena/ani nespokojena	nespokojena	velmi nespokojena
- stravování				
velmi spokojena	spokojena	ani spokojena/ani nespokojena	nespokojena	velmi nespokojena
- obsluha restaurace				
velmi spokojena	spokojena	ani spokojena/ani nespokojena	nespokojena	velmi nespokojena
- ubytování				
velmi spokojena	spokojena	ani spokojena/ani nespokojena	nespokojena	velmi nespokojena
- úklid pokoje				
velmi spokojena	spokojena	ani spokojena/ani nespokojena	nespokojena	velmi nespokojena
- prostředí lázeňského hotelu				
velmi spokojena	spokojena	ani spokojena/ani nespokojena	nespokojena	velmi nespokojena

Lázeňské hotely MIRAMARE

9. Celkový dojem z Vašeho pobytu

- pobyt předčil mé očekávání
- pobyt splnil mé očekávání
- s pobytem jsem plus mínus spokojený/á
- pobyt nesplnil mé očekávání
- pobyt vůbec nesplnil mé očekávání

10. Pochvala nebo naopak kritika konkrétního zaměstnance nebo zaměstnanců hotelu

11. Které další služby byste uvítal/a v našem lázeňském hotelu

12. Slyšel/a jste o našich dalších zařízeních řetězce Royal Spa?

- ano, již jsem navštívil
- ano, ale nenavštívil
- ne, neslyšel

13. Pohlaví

- muž
- žena

14. Věk

- méně než 20 let
- 20-30 let
- 31-40 let
- 41-50 let
- 51-60 let
- 61-70 let
- 71 a více

Další připomínky, návrhy hostů: