

# **Návrh zvýšení konkurenční schopnosti rekreačního střediska „U Kateřiny“ ve Štramberku**

Bc. Martina Řezáčová

---

Diplomová práce  
2007



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav managementu  
akademický rok: 2006/2007

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Martina ŘEZÁČOVÁ**  
Studijní program: **N 6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Management a marketing**

Téma práce: **Návrh zvýšení konkurenční schopnosti rekreačního střediska „U Kateřiny“ ve Štamberku**

Zásady pro vypracování:

Úvod

### I. Teoretická část

- Provedte literární rešerši k tématu konkurence a konkurenceschopnost.

### II. Praktická část

- Analyzujte současnou konkurenceschopnost RS „U Kateřiny“ ve Štamberku.
- Srovnejte konkurenční schopnosti ubytovacích zařízení ve Štamberku.
- Navrhněte opatření ke zvýšení konkurenční schopnosti RS „U Kateřiny“.

Závěr


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

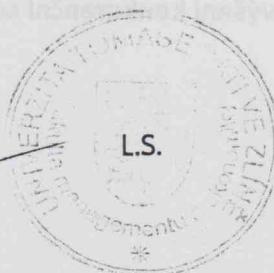
Seznam odborné literatury:

1. NENADÁL, Jiří. Management partnerství s dodavateli. 1. vyd. Praha: Management Press, 2006. 323s. ISBN 80-7261-152-6.
2. PORTER, M. E. Konkurenční strategie. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1994. 403 s. ISBN 80-85605-11-2.
3. KOTLER, Philip. Marketing management. 2. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1995. 789s. ISBN 80-85605-08-2.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Jaromír Schneider**  
Ústav managementu  
Datum zadání diplomové práce: **9. března 2007**  
Termín odevzdání diplomové práce: **4. května 2007**

Ve Zlíně dne 9. března 2007

  
doc. PhDr. Václav Nováček, CSc.  
děkan



  
Ing. Pavla Staňková, Ph.D.  
ředitel ústavu

## **ABSTRAKT**

Tato diplomová práce se zabývá návrhem zvýšení konkurenční schopnosti rekreačního střediska „U Kateřiny“ ve Štramberku které má před sebou dlouhou fázi přestavby za plného provozu. Je tedy potřeba k získání financí přilákat v současné, pět měsíců v roce trvající sezóně, co nejvíce hostů, kteří by se zde cítili příjemně a rádi se vraceli. Diplomová práce navrhuje využít možnosti doplňkových aktivit, jež jsou v okolí rekreačního střediska k dispozici. Zabývá se také zkvalitněním propagace rekreačního střediska a těchto doplňkových aktivit. Cílem práce je ukázat, jak spolupracovat s provozovateli lanového centra, MÚ ve Štramberku, jízďárnami a provozovateli autobusové dopravy tak, aby spolupráce byla výhodná pro všechny zúčastněné strany.

Klíčová slova:

Konkurence, konkurenceschopnost, konkurenční prostředí, služby, komunikační marketing, zákazník, propagace

## **ABSTRACT**

This dissertation deals with behind-go proposal increasing competitiveness of recreational ganglion „U Kateřiny " in Štramberk which faces long phase reconstruction while being still under working arrangements . It is then needed to attract as many guests as possible to be present in-season - for following five months in order to make money and also to make guests to feel welcome , relaxed and willing to come back. Dissertation suggests to use chances of additional activities, which are available in close surroundings. It also deals with improvement of the quality of ganglion and these additional activities. The purpose is to show, how to cooperate with network of funicular center, city office in Štramberk, riding-halls and operator of bus transport too with the cooperation which will be advantage to all parties concerned.

Keywords:

Competition, competitive advantage, competitive environment, services, communication marketing, consumer, publicity, tourist trade

Děkuji panu Ing. Jaromíru Schneiderovi za cenné rady a připomínky a za čas, který mi věnoval během přípravy této diplomové práce.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně a použitou literaturu jsem citovala.

V Kopřivnici 6.srpna.2007

.....  
vlastnoruční podpis

## OBSAH

ÚVOD.....	7
<b>I TEORETICKÁ ČÁST .....</b>	<b>8</b>
<b>1 KONKURENCE A KONKURENCESCHOPNOST .....</b>	<b>9</b>
1.1 KONKURENCE.....	9
1.2 KONKURENTI.....	11
1.3 KONKURENCESCHOPNOST .....	11
1.4 KONKURENČNÍ PROSTŘEDÍ .....	11
<b>2 TRH .....</b>	<b>12</b>
2.1 DĚLENÍ TRHU.....	12
<b>3 SLUŽBY .....</b>	<b>14</b>
3.1 VLASTNOSTI SLUŽEB .....	14
3.1.1 Nehmotnost služeb .....	15
3.1.2 Neoddělitelnost .....	16
3.1.3 Heterogenita služby .....	16
3.1.4 Zničitelnost služby .....	17
3.1.5 Nemožnost vlastnictví služby.....	17
3.2 ZPŮSOBY KLASIFIKACE SLUŽEB .....	17
3.2.1 Klasifikace a členění služeb .....	18
<b>4 CESTOVNÍ RUCH .....</b>	<b>20</b>
<b>5 KOMUNIKAČNÍ MARKETING .....</b>	<b>21</b>
5.1 KOMUNIKAČNÍ MIX.....	21
5.1.1 Reklama.....	22
5.1.2 Osobní prodej .....	22
5.1.3 Podpora prodeje.....	24
5.1.4 Public relations.....	24
5.1.5 Přímý marketing.....	25
5.1.6 Internetová komunikace .....	26
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>27</b>
<b>6 CHARAKTERISTIKA FIRMY.....</b>	<b>28</b>
<b>7 ANALÝZA SOUČASNÉ KONKURENCESCHOPNOSTI RS „U KATEŘINY“ .....</b>	<b>35</b>
7.1 SWOT ANALÝZA RS „U KATEŘINY .....	35
7.2 ANALÝZA SILNÝCH A SLABÝCH STRÁNEK KOMUNIKAČNÍHO MIXU REKREAČNÍHO STŘEDISKA .....	37
<b>8 SROVNÁNÍ UBYTOVACÍCH SCHOPNOSTÍ UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ VE ŠTRAMBERKU .....</b>	<b>38</b>

8.1	SROVNÁNÍ UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ VE ŠTRAMBERKU .....	38
<b>9</b>	<b>STANOVENÍ STRATEGICKÝCH CÍLŮ ZVÝŠENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI.....</b>	<b>41</b>
<b>10</b>	<b>NÁVRH OPATŘENÍ KE ZVÝŠENÍ KONKURENČNÍ SCHOPNOSTI RS „U KATEŘINY“ .....</b>	<b>42</b>
10.1	ZVÝŠENÍ NABÍDKY DOPLŇKOVÝCH SLUŽEB .....	42
10.1.1	Projížděky na koních .....	43
10.1.2	Lanové aktivity .....	44
10.1.3	Tělocvična .....	45
10.1.4	Přístup k internetu pro hosty .....	46
10.1.5	Zajištění autobusu do a z rekreačního střediska pro skupiny osob .....	47
10.2	ZLEPŠENÍ PROPAGACE REKREAČNÍHO STŘEDISKA .....	48
10.2.1	Propagační materiály .....	48
10.2.2	Drobné propagační dárky .....	51
10.2.3	Zkvalitnění www stránek rekreačního střediska .....	54
<b>11</b>	<b>RIZIKOVÁ ANALÝZA.....</b>	<b>55</b>
<b>12</b>	<b>KALKULACE NÁKLADŮ .....</b>	<b>56</b>
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>59</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>60</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>	<b>62</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>63</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>64</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>65</b>

## ÚVOD

Oblast cestovního ruchu zažívá v současné době nejen v České republice velký rozmach. Lidé touží stále více poznávat nová místa, nové prostředí. Ubytovací služby už nejsou jen o přespání v hotelu, penzionu či rekreačním zařízení (dále jen RS). Současný trend tlačí majitele v této oblasti ke zvyšování standardu ubytování nejen lepší vybaveností pokojů či kvalitnější nabídkou jídel, ale i řadou doplňkových služeb jež zákazník vyžaduje. Hosté dnešních ubytovacích zařízení touží trávit dovolenou aktivně, mít možnost kulturního či sportovního vyžití, nebo využít relaxačních služeb. Pokud chce ubytovatel obstát v tvrdé konkurenci, musí se tomuto trendu přizpůsobit a rozvíjet svůj podnik. Stále více občanů České republiky tráví svou dovolenou ve své zemi, je proto důležité mít těmto hostům co nabídnout. Velkou výzvou pro tuzemská ubytovací zařízení byl také vstup ČR do Evropské unie a to nejen možností čerpání dotací, ale i získávání nových hostů.

Tato práce se zaměřuje na jedno z rekreačních zařízení, které se nachází ve Štramberku. RS „U Kateřiny“ koupil před nedávnem nový majitel a v současné době je toto středisko na počátku rozsáhlé přestavby. Tato diplomová práce si neklade za cíl navrhovat konkrétní fáze přestavby, na niž už jsou plány hotové, má navrhnout, jak přilákat nové hosty za současného stavu RS. Klade si za cíl přispět k vyšší návštěvnosti RS v těch měsících sezóny, které nejsou dosud příliš vytížené, pomocí doplňkových aktivit a lepší propagace a tak získat peníze na dílčí fáze přestavby. Ta bude financována z části z těchto tržeb a z části z dotace z evropských fondů. Dalším cílem práce bude rozvinout uvedené aktivity jako příprava na lepší tržní pozici v rámci konkurence s obdobnými zařízeními v regionu po výhledové přestavbě.



## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 KONKURENCE A KONKURENCESCHOPNOST

Tato práce se zabývá problémem zvýšení konkurenční schopnosti v oblasti ubytovacích služeb. V teoretické části proto popisuje základní pojmy, kterými jsou konkurence, konkurenceschopnost, konkurenti a konkurenční prostředí. Vzhledem k tomu, že je místem výskytu konkurence tržní prostředí, jsou v této práci taktéž stručně popsány hlavní body, které se týkají trhu. Tato diplomová práce je zaměřena na oblast služeb, považuje proto za důležité přiblížit v její teoretické části pojem služby a jejich vlastnosti, které umožní snazší pochopení podstaty služeb. Pro ucelenější představu o službách je zde také uvedena klasifikace a jejich členění. Jako další kapitola byl zvolen cestovní ruch. Do této oblasti spadají ubytovací služby i rekreace. Cestovní ruch je velmi obsáhlá oblast, pro účely této DP byla vybrána uvedená stručná charakteristika.

V praktické části této diplomové práce je podrobněji rozebrán komunikační mix rekreačního střediska „U Kateřiny“ ve Štramberku. V závěrečné kapitole teoretické části jsou proto jeho jednotlivé nástroje podrobněji popsány.

### 1.1 Konkurence

Tržní konkurence je procesem, ve kterém se střetávají různé zájmy různých subjektů trhu (různé zájmy pak diferencují subjekty na straně poptávky i na straně nabídky). K typům konkurence patří:

- a) konkurence mezi nabídkou a poptávkou (konkurence napříč trhem)
- b) konkurence na straně poptávky (je odrazem střetávání zájmů jednotlivých spotřebitelů vstupujících na trh)
- c) konkurence na straně nabídky (je odrazem snahy výrobců prodat co největší množství své produkce za co nejvýhodnějších podmínek, a tím maximalizovat svůj zisk)

Z jiného hlediska (na základě jakých metod získávají konkurenti co největší zisky) lze konkurenci na straně nabídky rozlišit na konkurenci cenovou (snižování ceny) a konkurenci necenovou (formou reklamy, obalové techniky, dokonalejším servisem apod.). Obě formy konkurence se v praxi firmy prolínají.

### **Cenová a necenová konkurence**

Podstata cenové konkurence spočívá ve zdánlivě nesmyslném dobrovolném snižování ceny zboží ze strany výrobců. Výrobci zlevňují své zboží, aniž by je k tomu nutil přebytek nabídky nad poptávkou. K tomuto jednání je nutí snaha ovládnout trh. Zlevňují své výrobky ve víře, že se jejich konkurenti nebudou umět přizpůsobit.

Cílem necenové konkurence je přilákat poptávku, ale jinými metodami. Jedná se především o růst kvality, reklama, slevy, úvěry, servis...

Konkurence na straně nabídky je spojením konkurence cenové a necenové. Obě tyto formy se na trhu prolínají a doplňují. Jejich působení je v mnoha směrech rozporuplné – má pozitivní i negativní vliv na ekonomiku. Například při cenové válce může jeden podnik skončit bankrotem, ale cenová válka je výhodná pro spotřebitele. Necenová konkurence má pozitivní důsledky v růstu kvality technických parametrů produkce.

Konkurenci lze také rozčlenit na dokonalou a nedokonalou.

### **Konkurence dokonalá**

Dokonalá konkurence je jednou z abstrakcí ekonomické teorie, protože v reálu bychom ji těžko hledali. Základním předpokladem jsou naprosto rovné podmínky pro všechny její účastníky. Prvním předpokladem je možnost vyrábět jakýkoliv výrobek a druhým předpokladem je stejná míra informovanosti všech ek. subjektů.

Jako příklad dokonalé konkurence (je tomu nejbližší) se často uvádí trhy některých zemědělských plodin. Každá pšenice je stejná a spotřebitele nezajímá, který z výrobců tuto pšenicu vypěstoval. Tržní cena výrobků se mění jen pokud se mění i cena všech ostatních výrobků na tomto trhu. Pokud chce tedy výrobce a tomto trhu maximalizovat zisk, nezbyvá mu nic jiného, než úspora při výrobě.

### **Nedokonalá konkurence**

Hlavním rysem nedokonalé konkurence je, že firma vyrábí většinou diferencovaný produkt. Z toho plyne další podstatná skutečnost, že firma si může sama určit cenu svého výrobku. Nedokonalou konkurenci tedy můžeme obecně charakterizovat jako trh, na kterém existuje alespoň jeden prodávající (firma), který může ovlivnit cenu. Další podstatný rys nedokona-

lé konkurence je v tom, že když se výrobek dané firmy liší od výrobků jiných firem, může firma sama určit jeho cenu. Bude-li chtít prodat větší počet výrobků, bude muset za jinak stejných okolností cenu snižovat. To se projeví v klesající křivce poptávky po produkci firmy. [30]

## 1.2 Konkurenti

jsou dle Ludvíka Čichovského definováni jako prvky množiny konkurence, které se vyznačují konkurenčními silami, jež působí na konkurenci tak, aby rozhodným, rychlým, úspěšným a efektivním způsobem získali rozhodující vliv a roli (tedy vysokou konkurenceschopnost) v konkurenčním prostředí oproti všem dalším členům konkurence. [5]

## 1.3 Konkurenceschopnost

je pozitivní vlastnost konkurenta a jeho výsledný projev interakce s řadou a spektrem konkurentů v konkurenčním prostředí. Konkurenceschopnost je tak faktorovým a vektorovým výsledkem působení konkurenčních sil a výhod na konkurenci v konkurenčním prostředí. [5]

## 1.4 Konkurenční prostředí

je definováno jako časový řez vymezeným prostorem naší planety, kde probíhá vzájemné interaktivní působení dvou nebo i více živých objektů nebo subjektů (konkurentů), které se snaží v daném čase a prostoru realizovat stejnou nebo podobnou činnost, mají stejné nebo podobné cíle a používají stejných nebo podobných metod k jejich dosažení. [5]

## 2 TRH

Trh je oblast ekonomiky ve které dochází k výměně činností mezi jednotlivými ekonomickými subjekty prostřednictvím směny zboží. Trh vznikl z důvodu vysoké dělby práce. Na trhu se střetávají kupující a prodávající, aby prostřednictvím peněz směnili své výrobky či služby. Takovéto výrobky a služby nazýváme zbožím.

### 2.1 Dělení trhu

#### Z hlediska územního

- trh místní ( oblastní regionální ) - např. klasický jarmark
- trh národní - vznikl splynutím místních trhů Rozumíme tím trh v rámci celého státu.
- trh světový – přirozený vývoj dělby práce si vynutil specializaci nejen v rámci jednotlivých národních ekonomik, ale i v mezinárodním měřítku. jejím výsledkem je mezinárodní obchod. V podstatě každý výrobek vstupuje na světový trh.

#### Z hlediska počtu zboží, které na trhu sledujeme

- dílčí trh – je to trh, na kterém se prodává a kupuje jediný druh zboží ( např. trh sportovních bot )
- agregátní trh – je to trh veškerého zboží

#### Z hlediska předmětu koupě a prodeje

- trh práce půdy a kapitálu společně tvoří trh výrobních faktorů
- trh peněz velmi těsně souvisí s trhem kapitálu
- trh výrobků služeb neboli trh produktů – nejvýznamnější, je hlavním předmětem zájmu ekonomické teorie

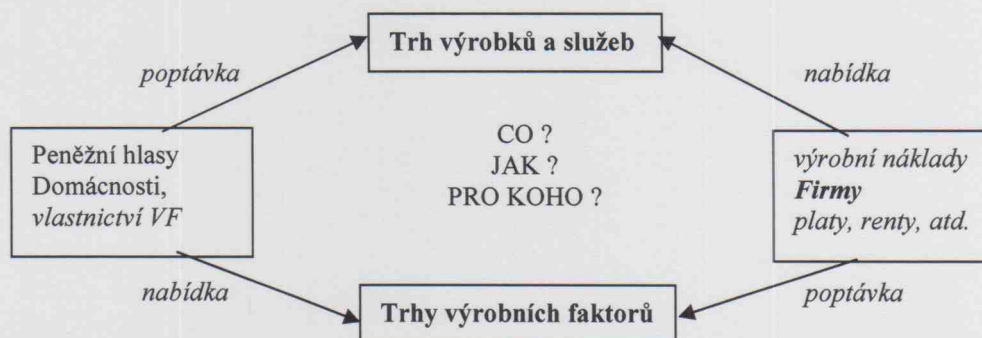
#### Tržní subjekty

Občané

Domácnost

Firmy

Stát



Obr.č. 1 Tok výrobních faktorů, výrobků a služeb

Výše uvedené schéma zachycuje tok výrobních faktorů, výrobků a služeb. Firmy nabízejí své výrobky a služby na trhu výrobků a služeb, zároveň na trhu výrobních faktorů poptávají tyto výrobní faktory, jež nabízejí domácnosti. Domácnosti zároveň poptávají na trhu výrobky a služby. Jsou zde zachyceny Tři základní otázky, kterými se musí každá firma zabývat.

**Co vyrábět?** Jakou službu nebo výrobek poskytovat?

**Jak vyrábět?** Jakou technologií?

**Pro koho?** Pro jaký okruh zákazníků?

[30]

### 3 SLUŽBY

#### Co jsou to služby?

Jednoduchá Kotlerova definice zní: „Služba je jakákoliv činnost nebo výhoda, kterou jedna strana nabízí druhé, je v zásadě nehmotná a jejím výsledkem není vlastnictví čehokoliv. Její produkce může, ale nemusí být spojena s fyzickým produktem“. [6]

Sektor služeb je nesmírně rozsáhlý. Nejvíce služeb poskytuje téměř ve všech zemích stát. Jedná se o vzdělávání, služby z oblasti zákonodárství, výkonu práva, zdravotní služby, o obranu, správu veřejných financí – tedy finanční služby, komunikaci, dopravu a některé informační služby. V sektoru služeb operují i neziskové organizace (nadace, charitativní organizace, apod.) – provozují především umělecké a hudební skupiny, zařízení zábavného charakteru, atd. Podnikatelská, tj. zisková oblast služeb se zaměřuje na banky, pojišťovny, hotely, leteckou dopravu, marketingový výzkum, některé lékařské služby, cestovní ruch, právní a komerční poradenství, soukromou dopravu, osobní a opravárenské služby.

#### 3.1 Vlastnosti služeb

K rozlišení zboží a služeb se používá značný počet vlastností. Mezi nejběžnější charakteristiky služeb patří:

- 1) Nehmotnost
- 2) Neoddělitelnost
- 3) Heterogenita
- 4) Zničitelnost
- 5) Vlastnictví

### 3.1.1 Nehmotnost služeb

#### Princip nehmotnosti

Tabulka 1 Princip nehmotnosti

Stupeň nehmotnosti	Služby pro výrobu	Služby pro spotřebitele
Služby, které jsou zásadně nehmotné	Bezpečnost, komunikační systémy, franchising, fúze, akvizice	Muzea, aukční síně, zaměstnavatelské agentury, zábava, vzdělávání, cestovní ruch
Služby poskytující přidanou hodnotu k hmotnému produktu	Pojištění, údržba, poradenství, inženýring, reklama, obalový design	Prádelny, čistírny, opravy, osobní služby (holičství...), pojištění
Služby zpřístupňující hmotný produkt	Velkoobchod, doprava, skladování, financování, architektura, factoring, smluvní výzkum a vývoj	Maloobchod, prodejní automaty, poštovní zásilky, půjčovny, hypotéky, charity

Pramen: Podle Aubreye Wilsona: The Marketing of Professional Services, Mc Graw-Hill, London, 1972, str. 8



Nehmotnost služeb

je příčinou, že zákazník:

- obtížně hodnotí konkurující si služby
- obává se rizika při nákupu služby
- klade důraz na osobní zdroje informací
- jako základ pro hodnocení kvality služby používá cenu

management musí reagovat:

- omezením složitosti poskytování služby
- zdůrazňováním hmotných podnětů
- usnadněním tzv. ústní reklamy (osobní doporučení)
- zaměřením se na kvalitu služeb

### 3.1.2 Neoddělitelnost

je příčinou, že zákazník:

- je spoluproducentem služby
- často se podílí na vytváření služby spolu s ostatními zákazníky
- někdy musí cestovat na místo produkce služby

management musí reagovat:

- snahou o oddělení produkce a spotřeby
- řízením vztahů zákazník – producent
- zdokonalováním systémů dodávky služby

### 3.1.3 Heterogenita služby

je příčinou, že zákazník:

- nemusí vždy obdržet totožnou kvalitu služby
- obtížně si vybírá mezi konkurujícími si produkty
- musí se často podrobit pravidlům pro poskytování služby tak, aby byla zachována konzistence její kvality

management musí reagovat:

- stanovením norem kvality chování zaměstnanců
- výchovou, motivací zaměstnanců
- výběrem a plánováním procesů poskytování služeb

### 3.1.4 Zničitelnost služby

Je příčinou že zákazník:

- obtížně reklamuje službu
- může být konfrontován jak s nadbytečnou tak nenaplněnou kapacitou

Management musí reagovat:

- stanovením pravidel pro vyřizování stížností
- plánováním poptávky a využití kapacit

### 3.1.5 Nemožnost vlastnictví služby

je příčinou že:

- zákazník vlastní pouze právo na poskytnutí služby
- službu mu přináší krátké (přímé) distribuční kanály

management musí reagovat:

- zdůrazněním výhod nevlastnění a možností substituce služeb za zboží
- pečlivým výběrem zprostředkovatelů

## 3.2 Způsoby klasifikace služeb

Sektor služeb je značně rozsáhlý. Představuje mnoho různých činností, od jednoduchých procesů po složité, počítači řízené operace. V sektoru působí různé typy organizací – od jednotlivců přes malé firmy až po nadnárodní organizace typu hotelových sítí, mezinárodních cestovních kanceláří, po auditorské a poradenské firmy.

V důsledku různorodosti je vhodné rozřadit služby podle jejich charakteristických vlastností do několika kategorií. Takový přístup umožňuje lepší analýzu služeb a pochopení použití různých marketingových nástrojů pro příslušné kategorie služeb.

### 3.2.1 Klasifikace a členění služeb

Základní klasifikace služeb, provedená ekonomy Footem a Hattem zařazuje služby následujícím způsobem:

- terciální: restaurace a hotely, holičství a kadeřnictví, kosmetické služby, prádelny a čistírny, opravy a údržba domácích přístrojů a domácností, rukodělné a řemeslnické práce dříve prováděné doma a další domácí služby
- kvartární: doprava, obchod, komunikace, finance a správa  
Charakteristickým rysem těchto služeb je „usnadňování a zefektivnění rozdělení práce“.
- kvinterní: zdravotní péče, vzdělávání a rekreace  
Hlavním rysem tohoto sektoru je to, že poskytované služby mění a zdokonalují určitým způsobem jejich příjemce.

Na základě prodejce

Tabulka 2 Členění na základě prodejce

<i>Zdroj příjmu</i>	<i>Povaha podniku</i>	<i>Vykonávané funkce</i>
Soukromý, ziskový	Komunikace	Odvozený z trhu
Soukromý, neziskový	Poradenství	Tržní + dary
Veřejný, ziskový	Vzdělávání	Pouze dary
Veřejný, neziskový	Financování	Tržní + zdanění
	Zdravotní péče	Pouze zdanění
	Pojištění	

Na základě kupujícího

Tabulka 3 Členění na základě kupujícího

Druh trhu	Způsob koupě	Motivace
Spotřebitelský trh	Služby časté potřeby	Služba je prostředek k získání něčeho
Služby pro výrobní spotřebu	Služby běžné potřeby	
Vládní trh	Speciální (luxusní) služby	Služba je cílem sama o sobě
Zemědělský trh	Nevyhledávané služby	

Na základě charakteru služby

Tabulka 4 Členění na základě charakteru služby

Formy služby	Zaměření na	Forma styku se zákazníkem
Uniformní služby	Člověka	Vysoký kontakt
Služby dohodnuté (na zakázku)	Stroj	Nízký kontakt

Výše uvedená klasifikace představuje základní vymezení služeb. Organizace poskytující služby však zpravidla potřebují pro optimální plánování procesů znát ještě odpovědi na další otázky charakterizující službu, například:

1. Způsob distribuce služby: a) služba jde za zákazníkem (opravárenské služby, pečovatelská služba),
2. Jaký je charakter poptávky po službě (fluktuace poptávky, sezónnost, špičky),
3. Jaké jsou vztahy poskytovatele služby se zákazníkem (vysoký, střední, nízký kontakt),
4. Do jaké míry lze přizpůsobit službu požadavkům individuálních zákazníků.

## 4 CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch hraje významnou roli v rozvoji území. Vytváří 11% světového HDP. V současné době se stal jedním z celosvětově nejvýznamnějších průmyslových odvětví. Dopadům rozvoje cestovního ruchu, jež jsou srovnatelné s dopadem kteréhokoliv jiného průmyslového odvětví nebyla dlouho věnována dostatečná pozornost. Teprve mohutný rozvoj cestovního ruchu v posledních letech, spojený s růstem životní úrovně ve vyspělých zemích, upozornil na nutnost řešení otázky udržitelnosti. Prognóza rozvoje tohoto perspektivního odvětví národních ekonomik tento fakt ještě podtrhuje.

Jedním z přínosů cestovního ruchu pro rozvoj území je vytváření nových pracovních příležitostí. Příjmy z cestovního ruchu jsou dále významnou součástí příjmů státních i místních rozpočtů. V neposlední řadě přispívá také cestovní ruch k poznávání nových míst, přírodního a kulturního dědictví jiných národů, pomáhá lépe pochopit obyčeje a zvyklosti, tím rozvíjí myšlenku mírového soužití.

Svým objemem tržeb se řadí ve světě na třetí místo za petrochemický a automobilový průmysl a rovněž rozsahem zaměstnanosti a tvorbou kvalitních pracovních příležitostí patří mezi nejvýznamnější ekonomická odvětví.

Mezi základní cíle státní politiky v oblasti cestovního ruchu, patří v obecné rovině především zvýšení konkurenceschopnosti a ekonomického přínosu odvětví cestovního ruchu v ČR, snížení nezaměstnanosti, rozvoj regionů, malého a středního podnikání a ochrana životního prostředí.

Vlivem mohutného nekoordinovaného rozvoje cestovního ruchu v určitých lokalitách může docházet k poškozování životního prostředí, nadměrnému využívání přírodních zdrojů, zejména neobnovitelných, hrozí vznik konfliktních situací mezi domácím obyvatelstvem a návštěvníky, například z důvodů odlišných zvyklostí a způsobů chování. [25]

## 5 KOMUNIKAČNÍ MARKETING

Nejdůležitější pro každou firmu, podnikající ve službách je, když sami zákazníci mluví o jeho službách pochvalně. Jedná se o verbální reklamu, která mu může vylepšit, ale i poškodit image v očích veřejnosti.

V současné době si však producenti služeb nevystačí pouze s ústní reklamou, byť by byla sebezpozitivnější. Musí se naučit komunikovat se svými současnými i potencionálními zákazníky a dokonce se širokou veřejností. K tomu musejí vědět jak komunikovat, jaké nástroje a prostředky k tomu použít, co a komu sdělit. Marketing zde používá celou řadu nástrojů.

Tyto nástroje můžeme rozdělit do těchto skupin:

- reklama
- podpora prodeje
- osobní prodej
- public relation- vytváření dobrých vztahů s veřejností
- direkt marketing neboli přímý marketing
- internetová komunikace

[1]

Někdy se zařazují všechny tyto nástroje pod společný nástroj „Komunikační mix“

### 5.1 Komunikační mix

Cílem komunikačního mixu v oblasti služeb je hlavně vytvoření povědomí a zájmu o produkt firmy která služby poskytuje, rozlišení nabídky služeb od konkurence, sdělení a vykreslení výhody nabízené služby, vytvoření a udržování celkové image organizace a přesvědčení zákazníka o nákupu nebo využití služby.

[1]

### 5.1.1 Reklama

Jako placená forma neosobní, masové komunikace je reklama uskutečňována prostřednictvím tiskových médií, rozhlasu a televize, reklamních tabulí, plakátů, výloh, firemních štítů atd.

Jejím cílem je informování širokého okruhu spotřebitelů se záměrem ovlivnění jejich kupního chování. Hlavním rysem reklamy je, že ovlivňuje široké vrstvy obyvatelstva. Je vhodná pro komunikaci omezeného množství informací velkému počtu osob.

Marketing služeb využívá reklamu zejména pro zviditelnění a ke „zhmotnění“ poskytovaných produktů služeb. Při využívání jednotlivých druhů reklamních médií není základních rozdílů oproti marketingu zboží.

Podstatné faktory při výběru vhodnosti jsou:

- charakter média včetně jeho geografického dosahu
  - soulad vybraného zákaznického segmentu se segmentem, na který je dané médium zaměřeno
  - frekvence působení reklamních spotů, popř. inzerátů
  - potřeba zapojení více smyslů při vnímání reklamního poselství (např. pekárny v prostorech supermarketů)
  - schopnost přiblížit se cílovému segmentu důvěryhodným způsobem
  - srovnání nákladů na užití různých mediálních nástrojů a jejich srovnání s potenciálním užtkem z reklamy
- [1]

### 5.1.2 Osobní prodej

Osobní prodej je forma osobní komunikace s jedním nebo několika možnými zákazníky. Obsah a forma sdělení může být přizpůsobena konkrétnímu zákazníkovi a situaci. Jedná se o vysoce nákladný a vysoce efektivní způsob komunikace.

Význam osobního prodeje ve službách vyplývá z neoddělitelnosti služeb, tzn. Osobní interakce mezi poskytovatelem služeb a zákazníkem. Tento vztah je důležitý zejména u služeb s vysokým kontaktem se zákazníkem. Nemusí se jednat ani o vysoce profesionální služby, ale i o služby jednodušší, kde je např. možno využít i jisté mechanizace (opravy a osobní služby). Mnohé firmy mají úzké trvalé vztahy se svými zákazníky.

V takových případech má osobní prodej dokonce vedoucí místo mezi dalšími prvky komunikačního mixu.

**Výhody osobního prodeje oproti ostatním prvkům komunikačního mixu ve službách:**

- Osobní kontakt- plní tři základní funkce, jedná se o prodej, službu zákazníkovi a monitorování
- Posilování vztahů- častý a často i přátelský kontakt, ke kterému v mnoha organizacích služeb dochází mezi prodávajícím a kupujícím posiluje vztahy mezi nimi.
- Stimulace nákupu dalších služeb, poskytovaných danou organizací. [1]

**Pro úspěch osobního prodeje je vhodné uplatňovat následující zásady:**

- Harmonizovat nákup pomocí identifikace přání a očekávání zákazníka, využití odborné kvalifikace a schopnosti prezentace služby a stimulace pozitivní účasti zákazníka
- Usnadnit zákazníkovi hodnocení kvality zavedením standardů očekávaného výkonu.
- Zhmotnit službu tím, že zákazníkovi pomůžeme pochopit hodnotící kritéria, seznámíme jej s alternativními službami a vysvětlíme zákazníkovi jedinečnost služby.
- Zdůraznit image organizace tím, že sdělíme zákazníkovi vlastnosti služby a poslání firmy
- Využít reference z externích zdrojů, umožnit zákazníkovi, aby byl vtažen do tzv. ústní reklamy, rozvíjet a řídit příznivou publicitu příslušné organizace poskytující služby.
- Pochopit význam kontaktních zaměstnanců, minimalizovat celkový počet lidí přicházejících do interakce s určitým zákazníkem.
- Pochopit význam zapojení zákazníka do vytváření koncepce a služby a schopnosti zákazníků.vytvářet specifikace služeb a testovat návrhy nových služeb. [1]



### 5.1.3 Podpora prodeje

Podpora prodeje zahrnuje aktivity stimulující prostřednictvím dodatečných podnětů prodej služeb. Podpora prodeje se zaměřuje na jednotlivé články distribučních cest nebo na konečné spotřebitele. Pro ně se stává nákup přitažlivější prostřednictvím kuponů, premií, soutěží, nabídky bezplatně provedené ukázky služby, výherních loterií a reklamních a dárkových předmětů. Podpora prodeje je určitou kombinací reklamy a cenových opatření. Používá se proto, aby přiměla kupujícího přejít od zájmu nebo přání k akci.

Nevýhodou je , že působení jednotlivých podnětů je pouze krátkodobé, pouze po dobu uplatnění konkrétních opatření.

U služeb se nejčastěji používá cenových slev, množstevních i sezónních.

Mezi nástroje podpory prodeje patří také prezentace na veletrzích a výstavách.

Účelem reklamních a dárkových předmětů je podpořit prodej jiného produktu a zvýšit jeho hodnotu u spotřebitele. Tyto předměty by měly mít nutnou vazbu na vlastní produkt, samotnou poskytovanou službu.

Propagační předměty by neměly sloužit jen jako nástroj podpory prodeje, ale měly by být i nástrojem komunikace se zákazníkem. [1]

### 5.1.4 Public relations

Představují neosobní formu stimulace poptávky po službách či aktivitách organizace publikováním pozitivních informací. Má za cíl vyvolat kladné postoje veřejnosti k podniku. To potom vyvolá pozornost a zájem ze strany zákazníků. Public relation neboli vztahy s veřejností jsou funkcí managementu, vycházející z dlouhodobé strategie organizace a jejich působnost je rovněž dlouhodobá. Úkolem public relations je budovat důvěryhodnost organizace. [1]

**K hlavním úkolům PR náleží:**

- **vytváření podnikové identity**, tj. komplexní obraz firmy utvářený filozofií, historií, zásadami vedení a činnosti firmy
- **účelové kampaně a krizová komunikace**, kde základem jsou vztahy se sdělovacími prostředky a novináři
- **sponzoring**- většinou kulturních, společenských či humanitárních akcí
- **marketing událostí**- organizování nejrůznějších sportovních, kulturních či společenských akcí. [1]

**5.1.5 Přímý marketing**

Přímý marketing je přímá adresná komunikace mezi zákazníkem a prodávajícím, založena na reklamě uskutečňované prostřednictvím pošty, telefonu, televizního či rozhlasového vysílání, novin a časopisů.

**Nástroje přímého marketingu:**

- **Direkt mail**- oslovení zákazníka prostřednictvím pošty
- **Telemarketing- aktivní**- firma sama vyhledává a obtelefonovává případné zákazníky
  - **pasivní**- u nás číslo 0800, kde zákazníci sami volají případné připomínky a dotazy
- **E-mail marketing**
- **katalogový prodej** ( pro nabídku doplňkového zboží) [1]

### 5.1.6 Internetová komunikace

Internet je prakticky jediným obousměrným komunikačním kanálem, u něhož nejsou náklady na komunikaci přímo závislé na vzdálenosti, na níž se komunikuje. Díky tomu lze pomocí internetu levně komunikovat doslova s celým vyspělým světem z jediného místa. V případě produktů služeb představuje internet zcela bezkonkurenční nástroj. Některé služby je možné prostřednictvím internetu nejen nabízet a prodávat, ale dokonce i distribuovat.

Mezi nejdůležitější důvody, proč by se měla firma rozhodnout pro prezentaci na internetu patří:

- velké rozšíření internetu v ČR
- zlepšení image firmy
- nalezení nových příležitostí
- zviditelnění se

[1]

## II. PRAKTICKÁ ČÁST

## 6 CHARAKTERISTIKA FIRMY

Vlastníkem rekreačního střediska „U Kateřiny“ je Vladimír Novobilský, který objekt zakoupil jako soukromá osoba v roce 2003 od společnosti Jednota s. d..

Před odkoupením rekreačního střediska jej měl Vladimír Novobilský 13 let v nájmu od společnosti Jednota s. d., jež využívala objekt pro pořádání dětských táborů. Po odkoupení se majitel firmy rozhodl investovat do oprav a do rozšíření služeb pro zákazníky, jež by vedly k vyšší konkurenceschopnosti. Nemovitosti pronajal firmě NOVOS NJ, s. r. o., kde je jediným společníkem a tato firma provozuje svou činnost v daných objektech. Tato firma se kromě pořádání dětských táborů a ubytovacích služeb v RS „U Kateřiny“ zabývá také stolařskou výrobou.

Od roku 2005 do současnosti byla v areálu RS provedena řada oprav, nutných k plynulému zajištění provozu. Byly opraveny odpady, rozvody elektřiny po areálu, bylo elektrifikováno všech 63 chatek. Započalo se také s výstavbou kořenové čističky. Pracovníky firmy NOVOS NJ, s. r. o. bylo zbudováno nové sociální zařízení v tzv. TESCO baráku.

V další etapě má majitel RS v plánu rozšířit možnost ubytování pro hosty ze současného ubytování v chatkách na pokoje pro hosty. Znamená to rozsáhlou přestavbu stávající hlavní budovy a tzv. TESCO baráku na penzion. Plán rozšíření obsahuje také camp pro stany a karavany který se bude nacházet v oddělené části objektu.

Součástí plánu jsou také terénní úpravy, se kterými bylo započato na jaře roku 2007. Dorovnění terasovitého terénu je nutné ke splnění další části plánu, která se vztahuje k úpravám okolí budov a chatek. Plán rozvoje rekreačního střediska obsahuje odpočinkové i aktivní centrum pro hosty. Bude zde vybudováno dětské lanové centrum, jezírko ke koupání, lezecká stěna, sauna, golfové hřiště.

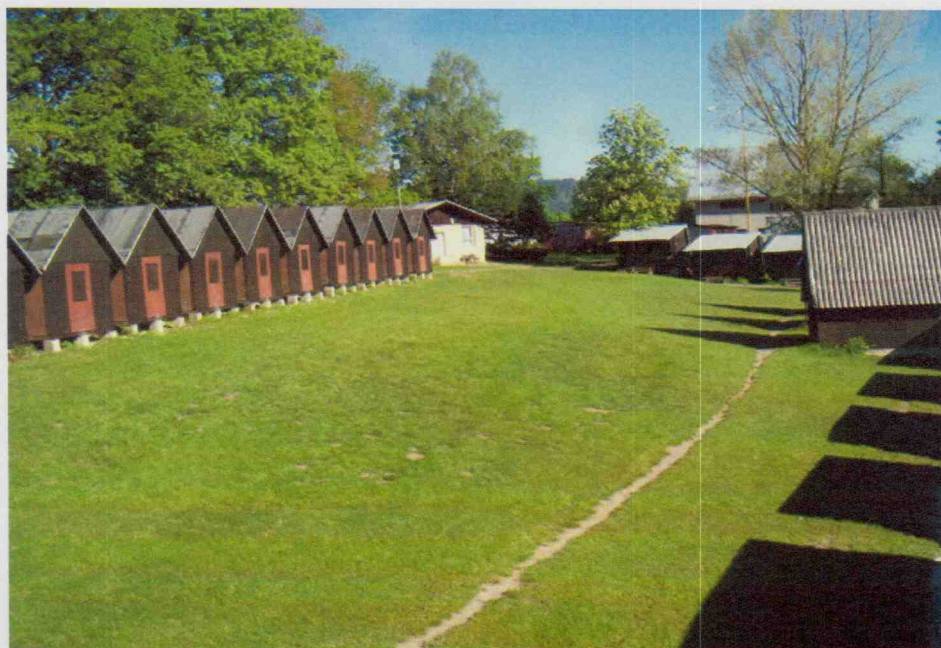
Firma NOVOS NJ, s. r. o. se v současné době v souvislosti s rekreačním střediskem zaměřuje převážně na dětskou rekreaci. Během letních měsíců jsou to dětské tábory, v měsících květnu, červnu a září školní výlety, školy v přírodě a adaptační kurzy. Ani v budoucnu by o tyto hosty nechtěla přijít, proto je součástí plánu i zkvalitnění podmínek jejich pobytu. V plánu je vystavění pódia pro diskotéky a divadlo, zastřešené venkovní plochy pro hry s dětmi.

Financování přestavění rekreačního střediska by mělo proběhnout z částí dotací z části vhodným časovým plánem jednotlivých fází modernizace tak, aby postupné rozšiřování

činností kombinované s vhodnou formou propagace přilákalo větší množství hostů a z tržeb za jejich pobyt byla financována další etapa rozvoje.

V současné době spolupracuje majitel firmy s projektantem na zpracování výsledné podoby plánu přestavby hlavní budovy a Tesco baráku na penzion a formulaci svých představ do plánů úprav celého rekreačního střediska. Poté bude zpracován časový harmonogram prací a jejich návazností tak, aby nebyl příliš ohrožen letní provoz RS.

V současné době je provoz rekreačního střediska možný pouze během letních měsíců. To je hlavním důvodem, proč je dle majitele firmy nutné s přestavbou začít. Sezóna trvá od poloviny května do září. Je to z důvodu nemožnosti vytápění chatek a absence pokojů, jež by bylo možno vytápět. Díky této sezónnosti je i personál rekreačního střediska řešen především brigádníky. Plynulý provoz ubytování školních výletů zajišťuje hospodárka a kuchařka, které jsou stále zaměstnankyně firmy NOVOS NJ, s. r. o. , dle počtu hostů jsou na úklidové a pomocné práce v kuchyni najímáni brigádníci. V době letních prázdnin během letních táborů jsou na Dohodu o provedené práci přijímáni převážně studenti, kteří zde pracují jako vedoucí, instruktoři, pomocné síly v kuchyni a úklidoví pracovníci. Drobné provozní opravy jsou průběžně odstraňovány zaměstnanci firmy NOVOS NJ, s. r. o..



Obr.č. 2 Rekreační středisko „U Kateřiny“

Rekreační středisko „U Kateřiny“ se nachází v přírodním prostředí nedaleko historického městečka Štramberka, 12 km od Nového Jičína. V blízkosti RS je množství památek, mezi něž patří Štramberská Trúba, jež je nejznámější památkou okolí, naleziště ostatků pravěkého člověka jeskyně Šipka, arboretum s množstvím zajímavých botanických exemplářů, muzeum místního rodáka Zdeňka Buriana, samotné městečko tvoří převážně dřevěnice, jež jsou majiteli udržovány v dobrém stavu. V Kopřivnici, vzdálené od Štramberka 5 km je možné navštívit muzeum Tatra, vilu zakladatele Tatry Ignáce Šustaly, muzeum Staré Fojtství. V Příboře, vzdáleném od Štramberka 8 km lze shlédnout např. domek rodáka Sig-munda Freuda.

Koupaliště je od RS vzdáleno 15 min. chůze lesem. Nejbližší restaurace je ve stejné vzdálenosti. Součástí rekreačního střediska „U Kateřiny“ v současné době restaurace není, ale je v plánu rozvoje RS jako součást penzionu.

### **Ubytování**

Ubytování je zde v chatkách po 4- 5 os. Chatky jsou vybaveny 2 palandami, u 5- místných chatek s válečkou, stolem, židlí a skříňkou na oblečení. V každé chatce je elektřina.

### **Stravování**

V areálu je zděná budova ve které se nachází kuchyň s jídelnou . Kapacita jídelny je 100 osob. Stravování je možné ve formě plné penze, polopenze nebo pouze snídaně.

### **Sociální zázemí**

Toalety a sprchy nejsou součástí chatek. Nacházejí se v zadní části areálu.

### **Prostory**

V areálu je k dispozici podkrovní sál, s kapacitou cca 50 osob, jídelna s kapacitou 100 osob, 8 pokojů, které lze využít jako klubovny, sál se stoly na stolní tenis.

### Sportovní vyžití

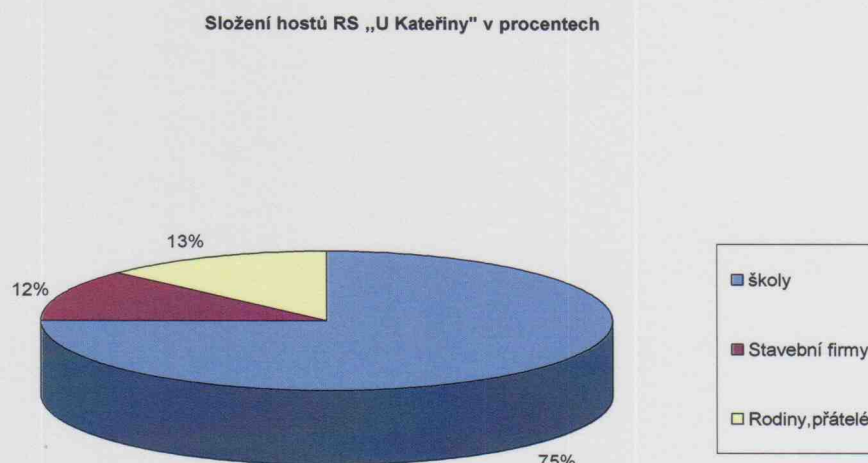
Hřiště na volejbal, fotbal, nohejbal tenis, basketball. Stolní fotbal, kriket, střelba z luku, trampolína.

### Ohniště

Z uvedené charakteristiky vyplývá že RS „U Kateřiny“ splňuje standard podobných zařízení.

### Hosté

V současné době se rekreační středisko zaměřuje na dětskou rekreaci. Převážnou většinu osob, jež se zde ubytují tvoří školní děti a pedagogický dozor. Další skupinou ubytovávaných jsou dělníci stavebních firem. Na rozdíl od školních výletů či škol v přírodě, které zde tráví od dvou do čtyř dnů, stavební dělníci jsou zde ubytováni několik týdnů i měsíců. Třetí skupinou hostů jsou rodiny s dětmi a přátelé. Jsou to převážně turisté či cykloturisté, jež přijeli do regionu za památkami a kulturním vyžitím.



Obr.č. 3 Složení hostů RS „U Kateřiny“



**Ceny**

Ubytování os./ noc .....	120,- Kč
Ubytování se snídaní .....	150,- Kč
Ubytování s polopenzí .....	190,- Kč
Ubytování s plnou penzí .....	220,- Kč

Srovnání s cenovými úrovněmi ostatních zařízení je dále v kapitole č.8.1, obr.č. 7

**Slevové programy**

U školních výletů poskytuje rekreační středisko „U Kateřiny“ ubytování pro dozor na každých 10 dětí zdarma.

Při příjezdu tří a více tříd z jedné školy poskytuje slevu 5% z celkové fakturované částky.

V případě dětských táborů sourozeneckou slevu 100,- Kč z ceny pobytu pro každého sourozence.

Množstevní slevy pro OS podniků 200,- Kč z ceny poukazu (cena pobytu)

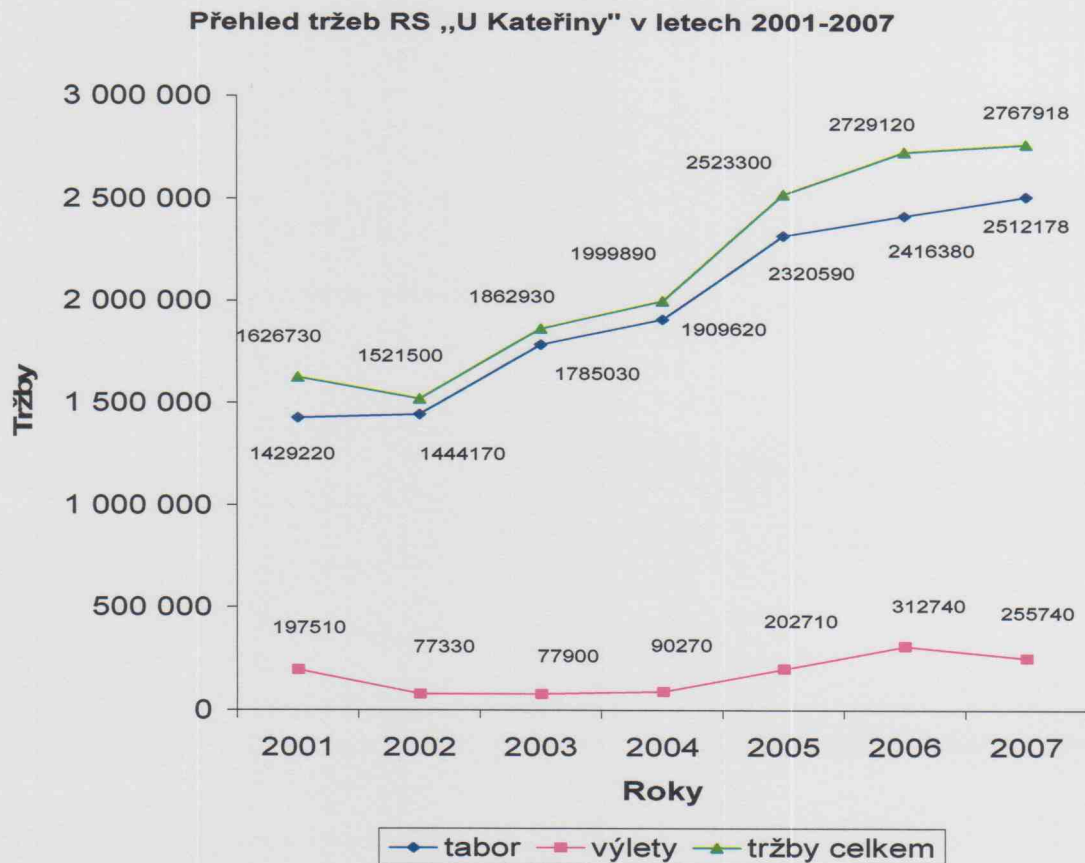
**Doplňkové aktivity a služby**

V roce 2006 zprostředkovávalo rekreační středisko ve svém areálu školním dětem projížďky na koních a lanové aktivity. V letošním roce už tyto aktivity bohužel nezprostředkovává.

Jízdárna U Juráška, která dodávala koně vypověděla smlouvu z důvodu větší vzdálenosti jízdárny od rekreačního střediska, Dům dětí v Kopřivnici s lanovými aktivitami přestal z časových důvodů. O obě tyto aktivity byl mezi dětmi velký zájem.

## Tržby

Od roku 2004 do roku 2007 mají tržby rekreačního střediska „U Kateřiny“ stoupající tendenci. Je to způsobeno zejména nárůstem počtu hostů díky větší propagaci oproti předchozím letům. U tržeb nezáleží pouze na počtu hostů, ale také na délce pobytu v RS.



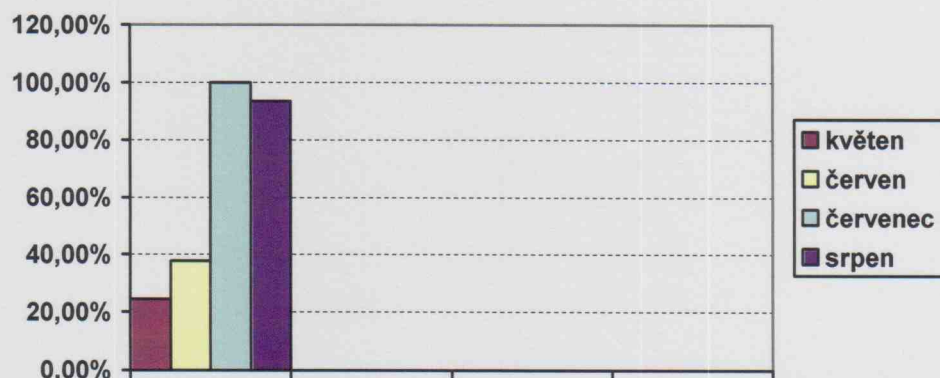
Obr.č. 4 Přehled tržeb RS „U Kateřiny“ v letech 2001-2007 před zdaněním

### Vytíženost rekreačního střediska „U Kateřiny“

Z primárních zdrojů bylo zjištěno, že v době letních prázdnin, v měsících červenci a srpnu je rekreační středisko v současné době (r. 2007) díky velkému zájmu o dětské tábory vytíženo téměř na 100%. K tomu dopomohlo z části postupné zrušení velkého počtu dětských táborů v okolí, např. DT Mládí ve Štramberku, DT Hůrka aj. a také zvyšující se úroveň ubytování v RS „U Kateřiny“. V letech 2006- 2007 došlo k množství oprav vedoucích ke zkvalitnění služeb. Kromě nových rozvodů elektřiny, vybudování multifunkčního sportovního hřiště a kořenové čističky byla také zavedena elektřina do všech 63 chatek, opraveno sociální zařízení a započalo se s propagací rekreačního střediska.

Vytíženost v ostatních měsících sezóny bývá o něco nižší.

V mimo sezónních měsících lednu až dubnu a říjnu až prosinci toto RS nevyvíjí žádnou činnost.



Obr.č. 5 Vytíženost RS „U Kateřiny“ v měsících květnu – srpnu 2007

## 7 ANALÝZA SOUČASNÉ KONKURENCESCHOPNOSTI RS „U KATEŘINY“

Jako zpracovatel jsem pro SWOT analýzu a S-W analýzu komunikačního mixu vcházela z vlastních poznatků, jak kladných tak záporných stránek provozní problematiky RS.

### 7.1 Swot analýza RS „U Kateřiny

#### **Silné stránky**

Umístění uprostřed přírody

Klidná oblast bez ruchu

Koupaliště vzdálené 15 min.chůze lesem

Bohatství historických památek v okolí Štramberku

Pověst Štramberské Trúby jako výletního místa

Kvantitativně dostatečná ubytovací kapacita

Dostatečný informační systém měst v okolí

Dostatečná parkovací plocha

#### **Slabé stránky**

Objekt sousedí s firmou Trans gas

Chybí vlastní koupaliště

Absence kvalitního ubytování pro rodiny

Nedostatek doplňkových aktivit

Absence kvalitního multifunkčního hřiště

Nedocení lidského faktoru a profesní přípravy pracovníků vč. vzdělávání

Malá dostupnost kulturního vyžití

Velká vzdálenost od hlavního města

Nedostatečná propagace nejen RS „U Kateřiny“, ale celého okolí

Nedostatečná pestrost stravování na RS

### **Příležitosti**

Internet jako hlavní médium pro komunikaci se zákazníkem

Stále se zvyšující zájem o rekreační a poznávací pobyty v ČR

Zvýšená poptávka po nových moderních produktech turismu venkovského, sportovního a kulturního vč. doprovodných programů

Zvýšení zájmu o tzv. balíčky služeb

Rozšiřování spolupráce mezi jednotlivými městy a přílehlými regiony

### **Hrozby**

Nedostatečná údržba některých kulturních památek

Podcenění významu koordinace společného postupu všech subjektů, které se turismem zabývají jako zájmová a profesní sdružení turismu, státní orgány, regionální sdružení

Nedostatečná dopravní dostupnost regionu

## **7.2 Analýza silných a slabých stránek komunikačního mixu rekreačního střediska**

Komunikační mix, viz. kap. 2.1. této diplomové práce je důležitou součástí každé firmy.

S-W analýza pomůže ukázat silné a slabé stránky současného stavu komunikačního mixu firmy NOVOS v souvislosti s RS „U Kateřiny“. Tato analýza se zaměřuje na vnitřní prostředí firmy.

Tato specifická S-W analýza byly zpracována zejména pro potřebu konkrétního řešení návrhu této diplomové práce.

### **Silné stránky**

Rozesílání letáků do škol

Rozesílání přihlášek na dětský tábor všem dětem jež navštívily DT v loňském roce

Bonusy- dárky pro objedávající učitele

Slevové programy

Propagace v učitelských novinách na jaře

### **Slabé stránky**

Nedostatečná propagace na internetu

Nedokonale zpracované www stránky

Nefunkčnost online rezervací

Nedostatečný motivační program pro školy v přírodě

Rozesílání přihlášek poštou

Chybějící slevové programy motivující k opětovné návštěvě

Absence reklamních a dárkových předmětů jež by měly vazbu na RS „U Kateřiny“

Špatné značení rekreačního střediska od hlavní cesty

Nedostatečná informovanost hostů o akcích v okolí a kulturních památkách

Chybí kvalitní vizitky s fotografií, adresou a mapkou RS

Absence loga rekreačního střediska

## 8 SROVNÁNÍ UBYTOVACÍCH SCHOPNOSTÍ UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ VE ŠTRAMBERKU

Pod pojmem ubytování si v dnešní době nemůžeme představit už jen samotné přespání v ubytovacím zařízení. Ubytování v dnešním slova smyslu je soubor všech doplňkových služeb, ceny za ubytování a samotného vybavení chat, pokojů či apartmánů.

Pro srovnání ubytovacích zařízení ve Štramberku je v této části diplomové práce použita kapacita jednotlivých zařízení, minimální cena ubytování za osobu- vzhledem k tomu, že každé ubytovací zařízení má jiné doplňkové služby a standardy, někde je cena za celý pokoj či chatu, u některých zařízení je v ceně zahrnuta snídaně a v dalších zařízeních je minimální cena cenou za lůžko bez stravy, je v této práci použita jako veličina minimální cena, za kterou může v tomto zařízení jednotlivce strávit noc.

### 8.1 Srovnání ubytovacích zařízení ve Štramberku

#### Přehled ubytovacích zařízení ve Štramberku

Rekreační středisko „U Kateřiny“

Hotel Gong

Hotel Šipka

Hotel Roubenka

Penzion Stará škola

Penzion Jaroňkova pekárna

Penzion U Holubů

Chatky na Libotíně

Ubytování v soukromí

Dřevěnice ( Jiří a Milada Gajdovi)

Apartmán (Josef Jašek)

Josef Hanzelka

Alžběta Janková

Marie Guznarová

Farní sbor ČCE Štramberk

Josef Petráš

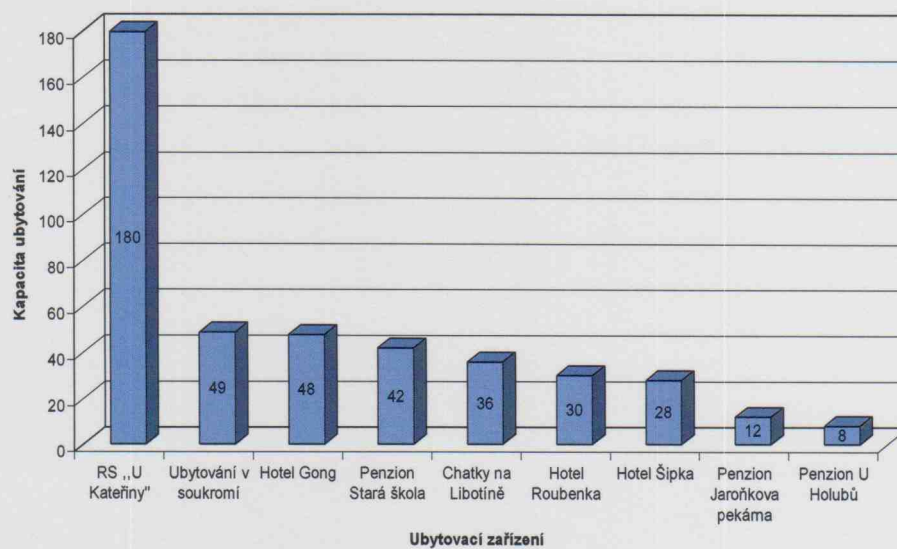
Jaromír Ševela

Ve Štramberku se nachází 3 hotely a 3 penziony, které nabízejí vyšší standart ubytování než RS „U Kateřiny“ s vyšší cenou ( viz. obr.č.7) a kvalitními doplňkovými službami. Vzhledem ke kapacitě lůžek jednotlivých zařízení ( viz. obr.č.8) nejsou pro rekreační středisko konkurencí v oblasti ubytování větších skupin osob, na které se v současnosti zaměřuje. V současné době se zaměřují na odlišné typy hostů. Konkurenci budou hotely a penziony představovat po plánované přestavbě hlavní budovy RS na penzion a rozšíření na cílovou skupinu hostů jako je ubytování rodin s dětmi, přátel a menších skupin osob, pořádání oslav, banketů, večírků, firemních akcí.

Podobný standart ubytování jako rekreační středisko „U Kateřiny“ nabízí ve Štramberku ubytovací zařízení s názvem Chatky na Libotíně. Ubytování je zde však v nižší kvalitě než v RS „U Kateřiny“ a ubytovací kapacita pouze 36 lůžek. Posledním typem ubytování ve Štramberku je ubytování v soukromí. Ubytování je zde ve stylových štramberských dřevěnicích s celkovou kapacitou lůžek 49. Cena ubytování je od 250,- Kč do 1500,- Kč za noc. Ubytování v soukromí je cíleno na stejnou skupinu osob jako hotely a penziony.

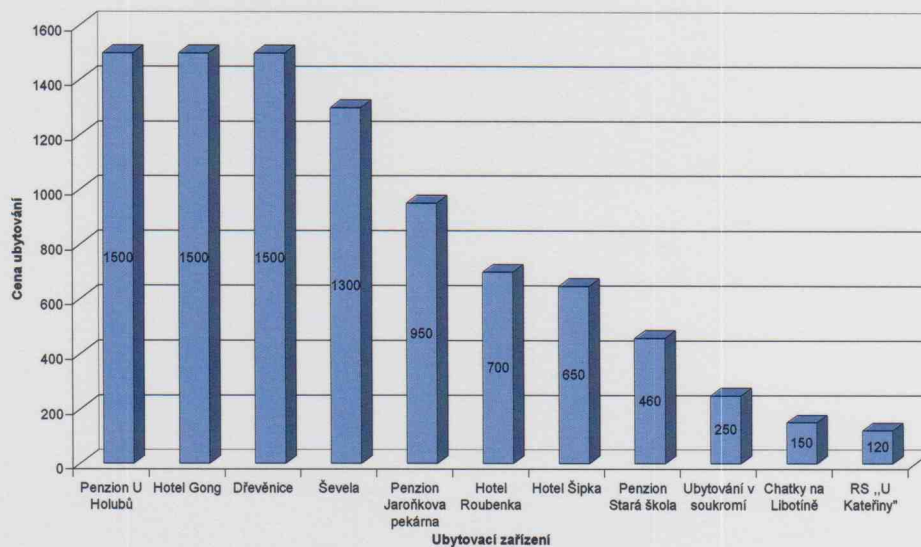


### Kapacita ubytování v jednotlivých ubytovacích zařízeních ve Štramberku



Obr.č. 6 Kapacita ubytování

### nejnižší ceny za které je možno se v daném ubytovacím zařízení ubytovat



Obr.č. 7 Ceny ubytování ve Štramberku

## 9 STANOVENÍ STRATEGICKÝCH CÍLŮ ZVÝŠENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI

Rekreační středisko „U Kateřiny“ je v současné době v počáteční fázi rekonstrukce, která povede k rozšíření kvalitního ubytování pro hosty vybudováním penzionu a upravením areálu viz. kap. 6 . Cílem této diplomové práce je navrhnout taková opatření, která dopomohou ke zvýšení konkurenceschopnosti za současného stavu rekreačního střediska , což pomůže spolu s dotacemi financovat dílčí etapy rozvoje a rozvinout doplňkové služby jako přípravu na lepší tržní pozici v rámci konkurence s obdobnými zařízeními v regionu po výhledové přestavbě.

Na základě výše uvedené SWOT analýzy, S-W analýzy komunikačního mixu a srovnání konkurence ubytovacích zařízení ve Štramberku navrhuji:

- zvýšení nabídky doplňkových služeb
- zlepšení propagace rekreačního střediska

## 10 NÁVRH OPATŘENÍ KE ZVÝŠENÍ KONKURENČNÍ SCHOPNOSTI RS „U KATEŘINY“

### 10.1 Zvýšení nabídky doplňkových služeb

V okolí RS „U Kateřiny“ je v současné době možnost níže uvedených doplňkových služeb.

- Projížďky na koních
- Lanové aktivity
- Tělocvična
- Přístup k internetu pro hosty
- Zajištění autobusu z a do RS

Navrhuji je využít pro zkvalitnění pobytu hostů RS.

Navrhuji vytvořit objednávkový formulář, který bude umístěn na www stránkách rekreačního střediska, na němž bude uveden datum objednávky, název objednavatele, kontaktní údaje objednavatele ( adresa, telefon, mail) požadovaný termín příjezdu a odjezdu, požadavek na stravu (tzn. pobyt bez stravy, se snídaní, s polopenzí, s plnou penzí- typ prvního jídla, typ posledního jídla), počet osob ( počet dětí, počet dospělých) a budou zde vypsány doplňkové aktivity ( viz níže) které je možné si objednat.

Na základě obdržení objednávky sekretariátem firmy NOVOS NJ, s. r. o. bude tato potvrzena a spolu s cenou zaslána objednavateli poštou s razítkem a podpisem. V případě požadavku doplňkové aktivity na objednávce bude informován dodavatel této služby- mailem nebo telefonicky. Ten potvrdí rovněž mailem nebo telefonicky termín. V případě, že již nebude mít volno v požadovaném termínu, bude kontaktován zákazník, kterému bude nabídnut jiný termín požadované aktivity v době jeho pobytu, popř. jiná doplňková aktivita v jím požadovaném termínu. Až po té bude tomuto zákazníkovi zaslána potvrzená objednávka s cenou za pobyt včetně ceny jím vybraných doplňkových služeb.

Platba školních výletů v rekreačním středisku probíhá v převážné většině případů v hotovosti. Úhrada jednotlivých aktivit bude probíhat také v hotovosti ihned po ukončení aktivity a to objednavatelem přímo poskytovateli.

Doplňkové aktivity RS neslouží k přímému finančnímu přínosu RS, slouží ke zvýšení konkurenční výhody a tím k přilákání hostů k pobytu v rekreačním středisku a následnému zvýšení tržeb za ubytování.

Zavedení doplňkových aktivit v rekreačním středisku bude proto výhodné nejen pro samotné RS „U Kateřiny“, ale také pro poskytovatele služeb jak finančně tak i z hlediska propagace a také pro město Štamberk, protože zvýšení počtu hostů v rekreačním středisku bude znamenat zvýšení turistického ruchu ve Štamberku.

### **10.1.1 Projížděky na koních**

Pro zlepšení nabídky doplňkových služeb navrhuji obnovit projížděky na koních přímo v rekreačním středisku.

#### **Prostory**

Pro jízdu na koních bude vymezen prostor v horní oddělené části RS tak, aby tato aktivita neobtěžovala a neomezovala ostatní hosty RS, aby ji však v případě zájmu mohli shlédnout.

#### **Příprava**

Pro přípravu této aktivity bude nutné ze strany firmy NOVOS NJ, s. r. o. zajistit posekání trávy v určeném prostoru.

#### **Poskytovatel**

V okolí RS „U Kateřiny“ se nacházejí dvě jízdárny schopné tuto službu zajistit. Jedná se o Bubl City Ranch v Kopřivnici, vzdálené od rekreačního střediska 5 km, dále pak Ranč Hermelín mezi obcí Rybí a městem Nový Jičín, vzdálen 6 km. Po dohodě s majiteli obou

jízdáren bude do propagačních materiálů RS „U Kateřiny“ pro příští rok zařazena i možnost projížďky na koni jako doplňkové aktivity. Po obdržení objednávky s požadavkem projížďky na koních bude v první řadě kontaktován Bubla City Ranch v Kopřivnici, který během přípravy této DP přislíbil hlavní spolupráci na rok 2008. Tato jízdárna má k dispozici 10 koní pro projížďky včetně jednoho poníka. V případě, že bude mít jízdárna v Kopřivnici obsazen termín, bude kontaktován Ranch Hermelín, který rovněž přislíbil tuto formu spolupráce. Spolupráce mezi jízdárnami a firmou NOVOS NJ, s. r. o. bude vázána smluvně, smlouva bude uzavírána na dobu jednoho roku.

Dopravu koní na RS „U Kateřiny“ zajišťuje poskytovatel služby. Vzhledem k malé vzdálenosti přijedou poskytovatelé přímo na těchto koních.

### **Cena**

Cena za 1 hod. jízdy za 1 koně je 250,- Kč.

### **10.1.2 Lanové aktivity**

Navrhuji opětovně zavést lanové aktivity pro děti přímo v rekreačním středisku.

### **Prostory**

Pro tuto aktivitu bude vyhrazen prostor před kostelíkem sv. Kateřiny v levé přední části areálu rekreačního střediska. Tento prostor obsahuje dostatečné množství kvalitních stromů nutných pro vázání lan. Lana stromy nijak nepoškozují.

### **Příprava**

Pro přípravu této aktivity bude nutné ze strany firmy NOVOS NJ, s. r. o. zajistit sekání trávy v tomto prostoru. Pracovníci Domu dětí si dopravu, vázání lan a přípravu zajišťují sami. Bezpečnost při této aktivitě rovněž zajišťují pracovníci Domu dětí.

**Poskytovatel**

Od příštího roku je zde může opět zajišťovat Dům dětí a mládeže v Kopřivnici. S pracovníky DDM v Kopřivnici bude sepsána písemná smlouva s platností na 1 rok. Objednání termínu bude probíhat telefonicky nebo mailem s nutností potvrzení termínu pracovníky lanového centra. U této aktivity je potřeba předem zjistit věk dětí pro přípravu náročnosti překážek. Tato informace bude pracovníkům lanového centra sdělena objednavatelem aktivity před instalováním lan na místě.

**Cena**

Cena za 1 os. Je 30,- Kč

**10.1.3 Tělocvična**

Navrhuji dohodnout se s Městským úřadem ve Štramberku na možnosti využití tělocvičny pro hosty RS „U Kateřiny“.

**Prostory**

Tělocvična je součástí místní základní školy a je vzdálena od rekreačního střediska 15 minut chůze. Je k dispozici celodenně během letních prázdnin odpoledne v době školního roku.

**Příprava**

Ze strany firmy NOVOS NJ, s. r. o. není nutná žádná speciální příprava pro tuto aktivitu.

**Poskytovatel**

Městský úřad ve Štramberku.

Tělocvična se pronajímá za pevnou částku na hodinu.. Bezpečnost v tělocvičně si objednavatel zajišťuje sám. Objednavatelem je zde myšlen konzument služby, ne firma NOVOS NJ, s. r. o.. Služba bude objednávána mailem s nutností potvrzení termínu.

**Cena**

Cena za 1 hod. je 100,- Kč

**10.1.4 Přístup k internetu pro hosty**

Navrhují koupit počítače s připojením na internet, jež by mohli hosté rekreačního střediska kdykoliv během svého pobytu využít. Internet bude sloužit pro hosty jako zdroj informací o okolí rekreačního střediska, o městě Štramberku a ostatních okolních městech. Dozví se zde také o akcích v okolí, o kulturních památkách a místům k výletům. Umožní mu posílat maily.

**Prostory**

Počítače navrhují umístit do jednoho z v současné době nevyužívaných pokojů Tesko baru, do doby, než bude po rekonstrukci budovy k tomuto účelu vymezen vhodnější prostor. Tuto službu považují za důležitou součást základního vybavení rekreačního střediska. Hostům bude umožněno posílat maily, získávat informace o okolí, o turistických trasách, místních kulturních památkách z www stránek města Štramberka.

## Počítač

Počítač řady Barbone Hit Plus s monitorem

## Software

Operační systém – WINDOWS XP Home CZ OEM

Office Home & Student 2007 CZ OEM ( programy word, excel, power point)

Antivirový systém – NORTON Internet security 2006

Slovník – Lingea Lexikon

## Další výbava

Součástí počítače je také možnost připojení k internetu pomocí sítě WIFI za využití integrované síťové karty a routeru dodaného poskytovatelem internetu.

### 10.1.5 Zajištění autobusu do a z rekreačního střediska pro skupiny osob

Pro větší skupiny osob navrhuji možnost objednání autobusové dopravy přes rekreační středisko „U Kateřiny“. Tuto službu by RS zajišťovalo přes dva nejbližší dopravce a to firmu Pavel ze Štramberka a firmu Bílek z Kopřivnice. Tyto dopravce v současné době firma NOVOS NJ, s. r. o. využívá k dopravování dětí z OS Dolu ČSA na dětský tábor. Dopravce by mohl být využíván i pro dopravu větších skupin ve zbylých měsících sezóny. S firmou Bílek funguje spolupráce na základě objednávky na konkrétní akci. Doprava je vyfakturována po ukončení služby firmě NOVOS NJ, s. r. o., ta ji připočte k ceně pobytu v RS a naučtuje zákazníkově. V areálu RS je dostatečně velká parkovací plocha pro 2 autobusy.



## 10.2 Zlepšení propagace rekreačního střediska

### 10.2.1 Propagační materiály

Z S-W analýzy komunikačního mixu vyplynulo, že firma NOVOS NJ, s. r. o. nemá zatím dostatek propagačních materiálů, vhodných pro propagaci rekreačního střediska „U Kateřiny“. Jak bylo uvedeno v silných stránkách analýzy, poskytuje firma dárky pro objednávající učitele, tato služba jak bylo zjištěno primárním sběrem informací je velmi kladně přijata zákazníky. Tyto dárky však nemají žádnou souvislost s rekreačním střediskem „U Kateřiny“ (viz. slabé stránky). Navrhuji, proto zachovat dárky jako motivaci, ale tyto předměty opatřit logem a adresou firmy. Součástí dárkového balíčku navrhuji, aby také byly propagační materiály rekreačního střediska, tzn. letáky, vizitka, pohlednice, propiska s logem firmy.

#### Logo firmy

RS „U Kateřiny“ ve svých dosavadních propagačních materiálech neužívá žádné logo. Logo firmy NOVOS NJ, s. r. o. tvoří košatý strom zelené barvy, vzhledem k tomu, že se firma zabývá dřevařskou výrobou. Toto logo navrhuji také využít pro veškeré propagační materiály rekreačního střediska. Zelený strom symbolizuje jak dřevo pro výrobu, tak i přírodní prostředí, ve kterém se nachází rekreační středisko, proto je vhodným spojovacím článkem.



Obr.č. 8 Logo firmy NOVOS NJ, s. r. o.

## Vizitky

Na základě S-W analýzy komunikačního mixu rekreačního střediska byla zjištěna absence vizitek. Navrhuji nechat je natisknout a předkládám návrhy. Na přední stranu vizitky jsem zvolila fotografie objektu a to konkrétně fotografie jídelny, venkovních prostor a interiéru chatky. Fotografie byly zvoleny z toho důvodu, aby si zákazník mohl udělat obrázek o stylu ubytování rekreačního střediska a to mu pomohlo rozhodnout se pro případnou návštěvu. Zelená barva názvu RS připomíná přírodní prostředí. Vizitka dále obsahuje kontaktní údaje firmy. Na zadní stranu vizitky navrhuji umístit mapu oblasti.

Ve druhém návrhu byla použita fotografie celého objektu, zadní strana zůstává volná.



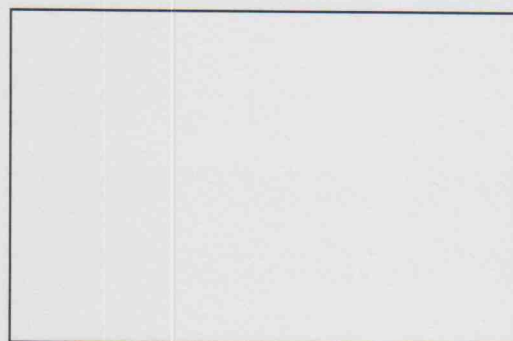
Obr.č. 9 Návrh přední strany vizitky (1)



Obr.č. 10 Návrh zadní strany vizitky (1)



Obr.č. 11 Návrh přední strany vizitky (2)



Obr.č. 12 Návrh zadní strany vizitky (2)

### **Propagační letáky**

V rámci plánovaného rozšíření služeb (viz kap. Zvýšení nabídky doplňkových služeb) navrhuji, aby byly natištěny propagační materiály, které zákazníkům přiblíží možnost využití těchto služeb v rekreačním středisku „U Kateřiny“. Propagační letáky budou obsahovat základní údaje o rekreačním středisku vč. veškerých kontaktních údajů, popis jednotlivých možností vyžití vč. fotografií a ceny, vše v barvě, se zachováním zelené barvy názvu firmy jako spojovacího prvku jednotlivých propagačních materiálů. Tyto propagační letáky navrhuji umístit na webové stránky rekreačního střediska, přidat k materiálům zasílaným do škol, rozeslat do dětských domovů, DDM, dětských spolků jako např. Skaut, Junák, Pionýr aj.

### 10.2.2 Drobné propagační dárky

Jako drobné propagační dárky navrhuji předměty běžné denní potřeby, aby je měl host často na očích.

Vzhledem k tomu, že naprostou většinu hostů rekreačního střediska „U Kateřiny“ tvoří školní děti a mládež a učitelé, je propiska s logem firmy ideálním reklamním dárkem, stejně jako např. hrníček na kávu, záložka do knihy, tričko s potiskem.

#### Hrníčky

Hrníčky jako reklamní dárek navrhuji místo dosavadních dárků pro objedávající učitele, které se nevztahovaly k RS. Na hrníčky navrhuji nechat natisknout název RS, místo a jako kontakt pouze www stránky. Hrníčky by měly sloužit jako připomínka pro osoby, které rekreační středisko navštívily.

*Rekreační středisko „U Kateřiny“*

**Štramberk**



**[www.novos.cz/katerina](http://www.novos.cz/katerina)**

Obr.č. 13 Návrh potisků na hrnky

#### Propisky

Propisky s potiskem názvu, loga firmy a www adresy navrhuji používat jako běžný reklamní předmět pro zákazníky firmy NOVOS NJ, s. r. o., pro hosty RS, jako součást dárkového balíčku pro učitele.

*Rekreační středisko „U Kateřiny“* 

**[www.novos.cz/katerina](http://www.novos.cz/katerina)**

Obr.č. 14 Návrh potisků na propisky

### **Záložka do knihy**

Pro návrh záložek do knihy jsem zvolila jako základní barvu zelenou, která se stejně jako logo objevuje ve všech mnou navrhnutých propagačních materiálech rekreačního střediska. Záložka má informativní charakter o doplňkových aktivitách na rekreačním středisku, nikoliv o středisku samotném. Má vzbudit zájem o zjištění si dalších informací např. na uvedených www stránkách. Vybrala jsem zde fotky hřišť, koupaliště a střelby, které mají navodit pocit, že je zde možné prožít aktivní rekreaci. Tato záložka je zaměřena na školy, vzhledem k tomu, že jsou to nejvíc děti, které používají záložky do učebnic a jezdí na školní výlety a také učitelé. Pro jejich nižší pořizovací hodnotu navrhuji používat je jako propagační dárek pro děti a učitele jež přijedou do RS na školní výlet nebo na tábor.

## RS „U Kateřiny“

### Místo, které se musí zažít

Jste aktivní škola a máte zájem strávit výlety, školu v přírodě či adaptační kurzy v zajímavém prostředí, kde je spousta možností vyžití? Pak jsme pro Vás ti praví.

Nabízíme Vám:

Trampolínu  
Lukostřelbu  
Stolní tenis  
Hřiště na volejbal  
nohejbal, košíkovou  
Fotbalové hřiště  
Střelbu ze vzduchovky  
Kroket  
Půjčovnu sportovních  
potřeb  
a stolních her  
Koupaliště nedaleko

#### Kontakt:

NOVOS NJ, s. r. o.  
Libotín 979  
742 66 Štramberk  
Tel./Fax: 556 852 262  
Mobil: 604867382  
E-mail: [novos@novos.cz](mailto:novos@novos.cz)  
[www.novos.cz/katerina](http://www.novos.cz/katerina)



Obr.č. 15 Návrh přední strany záložky

Obr.č. 16 Návrh zadní strany záložky

## Trička

Trička jako propagační materiál navrhuji pro zástupce odborových svazů, jež dodávají na tábor větší počty dětí svých zaměstnanců, zástupce škol, které jezdí do RS na školy v přírodě, aj..

### 10.2.3 Zkvalitnění www stránek rekreačního střediska

Jak již bylo uvedeno v kap. 10.1. navrhuji v této diplomové práci zavést on- line objednávky ubytování. K tomuto účelu bude nutné vytvořit objednávkový formulář (viz. příloha). Obsah objednávkového formuláře je popsán v kap. 10.1. této DP. Dále navrhuji doplnit internetové stránky RS o další odkazy, důležité pro hosty, vzhledem k tomu, že tyto stránky navrhuji jako výchozí stránky v počítači pro hosty RS ( viz. kap. 10.1.4. této DP).

#### **Internetové stránky RS „U Kateřiny“ navrhuji doplnit o odkazy na:**

jízdní řády [www.idos.cz](http://www.idos.cz),

mapy [www.mapy.cz](http://www.mapy.cz) s plánovačem tras

internetové stránky města Štramberka [www.stramberk.cz](http://www.stramberk.cz) s tipy na zajímavé akce v okolí

odkaz na server s informacemi o počasí v regionu [www.novinky.cz/pocasi](http://www.novinky.cz/pocasi).

počítadlo návštěvnosti (zdarma) [www.toplist.cz](http://www.toplist.cz)

popis tipů na výlety včetně fotek a popisu trasy

popis okolních turistických tras

ikony se znakem WC, parkoviště, sprch, stravy, ubytování, kulturních památek, možnosti

ubytování se zvířaty, ohniště, vlastní vaření

kontakty na nejbližší zdravotní středisko

nejbližší banky, bankomaty

V současné době se o internetové stránky RS „U Kateřiny“ stará externí pracovník, tvůrce stránek [www.outdoor-activity.cz](http://www.outdoor-activity.cz). Doplněním stránek o výše uvedené údaje nevznikne firmě NOVOS NJ, s. r. o. žádný dodatečný náklad.

## 11 RIZIKOVÁ ANALÝZA

Riziková analýza má upozornit na možná rizika související s projektem, ať už ta, která způsobí problémy vznikající díky projektu, tak ta, která mohou ohrozit jeho zavedení do praxe. Riziková analýza vytváří podklady pro krizové řízení.

Rizika související s návrhem zvýšení konkurenční schopnosti RS „U Kateřiny“

- nízký zájem o on- line rezervace
- nedodržení termínu provozovatelů doplňkových aktivit
- časová vytíženost správce internetových stránek
- nízký zájem hostů o doplňkové aktivity
- nedostatečná návštěvnost webových stránek

Všechny aktivity navržené v této diplomové práci jsou nové a přesný výčet rizik zatím nelze uvést.

Účinnost návrhu se projeví až během příští sezóny, po které navrhuji zhodnotit přijatá opatření a učinit patřičné závěry.



## 12 KALKULACE NÁKLADŮ

### Doplňkové aktivity

Tabulka 5 Doplnkové aktivity- náklady

Činnosti nutné k zajištění doplňkových aktivit	
Sekání trávy	200,- Kč

### Propagační materiály

#### Vizitky

www.OKart.cz

Tabulka 6 Vizitky- náklady

Vizitky-počty ks	Cena bez DPH vč.zadní strany	Cena vč.DPH vč zadní strany
Od 50 ks	2,90 Kč	3,45 Kč
Od 200 ks	2,40 Kč	2,86 Kč
Od 500 ks	1,70 Kč	2,02 Kč
Od 1000 ks	1,30 Kč	1,55 Kč

### Rozesílání letáků poštou

Tabulka 7 Letáky- náklady

	Cena vč. DPH/ ks
Obálky, známky	8,50 Kč
Tisk ( firma Borgis, s. r. o.)	3,- Kč
Cena celkem	11,50 Kč

**Drobné reklamní předměty**

Tabulka 8 Reklamní předměty- náklady

	Cena vč.DPH/ks
Trička /firma Iguru.eu/-nášivka	Od 150,- do 300,- Kč
Propisky (firma Borgis,s.r.o.)	700,- Kč 1- 200 ks
Hrníčky (firma Borgis,s.r.o.)	700,- Kč 1- 200 ks
Záložky do knihy (firma Borgis,s.r.o.)	1,-

**Cena za propagaci celkem**

Tabulka 9 Cena za propagační materiály celkem

Název prop.předmětu	Cena za ks vč.DPH	Počet ks	Cena celkem vč. DPH
Vizitky	2,86 Kč	200 k	572,-
Letáky	3,-	200 ks	600,-
Trička	150,-	50 ks	7500,-
Propisky	18,5	200 ks	3700,-
Hrníčky	23,5	50 ks	4700,-
Záložky	2,-	200 ks	400,-
<b>Cena za propagační materiály celkem</b>			<b>17472,- Kč</b>

**Počítač**

Tabulka 10 Hardwarové a softwarové vybavení-náklady

	Cena vč. DPH
Počítač řady Barbone Hit Plus s monitorem	16 836 ,- Kč
Operační systém – WINDOWS XP Home CZ OEM	1 804,- Kč
Office Home & Student 2007 CZ OEM ( programy word, excel, power point)	2631,- Kč
Slovník – Lingea Lexikon	software k počítači zdarma
Antivirový systém – NORTON Internet security 2006	software k počítači zdarma
<b>Cena celkem vč. DPH</b>	<b>21 271,-</b>
<b>Cena celkem bez DPH</b>	<b>17 875,-</b>

## ZÁVĚR

Cílem této diplomové práce bylo ukázat, že i ve Štramberku lze najít ke spolupráci takové firmy, jež pomohou zkvalitnit pobyt hostů rekreačního střediska „U Kateřiny“. Spolupráce s poskytovateli těchto služeb povede k zatraktivnění rekreačního střediska a díky zlepšení propagace, kde se o těchto doplňkových aktivitách dozví zákazníci se zvýší návštěvnost RS.

Zvýšení počtu hostů rekreačního střediska povede k nárůstu turistického ruchu v samotném městě Štramberku a vyšší návštěvnosti jeho hlavních turistických památek.

Připraví se a budou v činnosti aktivity, které v tržní pozici budou dávat zařízení lepší konkurenční prostor.

Pro provozovatele doplňkových aktivit to znamená nejen finanční příjem, ale také propagaci jejich vlastní firmy, jelikož budou uvedeni na propagačních materiálech RS „U Kateřiny“ týkající se těchto aktivit a budou moci použít své propagační materiály pro hosty rekreačního střediska.

Za důležitý krok považuji, že díky návrhu této diplomové práce byla začátkem července majitelem firmy NOVOS NJ, s. r. o. schválena spolupráce s výše uvedenými firmami, jež provozují potřebné doplňkové aktivity a započala práce na přepracování webových stránek a propagačních materiálech rekreačního střediska.

Pokud tato opatření povedou k nárůstu hostů rekreačního střediska splnila diplomová práce svůj hlavní úkol.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] JANEČKOVÁ , Ludmila, VAŠTIKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2001. 179 s. ISBN 80-7169-995-0.
- [2] JANDA , Patrik. *Vnitrofiremní komunikace : Nástroje pro úspěšné fungování firmy*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2004. 128 s. ISBN 80-247-0781-0.
- [3] HOLMAN , Robert. *Ekonomie*. 2. přeprac. vyd. Praha : C.H.Beck, 2001. 714 s. ISBN 80-7179-387-6.
- [4] TELLIS, J.Gerard. *Reklama a podpora prodeje*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2000. 602 s. ISBN 80-7169-997-7.
- [5] ČICHOVSKÝ, Ludvík. *Marketing konkurenceschpnosti*. 1. edicín Praha : RADIX, spol. s r. o., 2002. 272 s. ISBN 80-86031-35-7.
- [6] KOTLER, Philip. *Marketing management : Analýza, plánování, využití, kontrola*. 2. upr. vyd. Praha : VICTORIA PUBLISHING, a.s., 1995. 789 s. ISBN 80-85605-08-2.
- [7] SCHWALBE, Heinz. *Praktická reklama*. Praha : Grada, 1994. 160 s. ISBN 80-7169-112-7.
- [8] SYNEK, Miloslav, a kol. , *Manažerská ekonomika*. 1. vyd. [s.l.] : [s.n.], 1996. 456 s. ISBN 80-7169-211-5.
- [9] FORET , Miroslav. *Marketingová komunikace*. Brno : Computer Press, 2003. 275 s. ISBN 80-7226-811-2.
- [10] GLOGAR, Alois. *Jak děláme marketing*. Liberec : Institut průmyslového inženýrství, 1999. 282 s. ISBN 80-902235-4-0.
- [11] BRABEC , Jiří. *Jak pečovat o zákazníka*. Brno : Computer Press, 2004. 106 s. ISBN 80-251-0325-0.

## Internetové zdroje

- [12] *Turistický server Na dovču* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.nadovcu.cz](http://www.nadovcu.cz)>.
- [13] *Turistický a informační server I-ubytování* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.i-ubytovani.cz](http://www.i-ubytovani.cz)>.
- [14] *Turistický a informační server České hory* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.ceskehory.cz](http://www.ceskehory.cz)>.
- [15] *Turistický a informační server Hledej ubytování* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.hledej-ubytovani.cz](http://www.hledej-ubytovani.cz)>.
- [16] *Turistický a informační server Apartmá* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.apartma.cz](http://www.apartma.cz)>.

- [17] *Turistický a informační server Prima dovolená* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.primadovolena.cz](http://www.primadovolena.cz)>.
- [18] *Turistický a informační server Penzion hotel* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.penzionhotel.cz](http://www.penzionhotel.cz)>.
- [19] *Turistický a informační server Super ubytování* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.super-ubytovani.cz](http://www.super-ubytovani.cz)>.
- [20] *Turistický a informační server Hory* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.hory.net](http://www.hory.net)>.
- [21] *Server Cent* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.cent.cz](http://www.cent.cz)>.
- [22] *Turistický a informační server* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.zajezdy.cz](http://www.zajezdy.cz)>.
- [23] *Turistický a informační server Cestujeme* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.cestujeme.cz](http://www.cestujeme.cz)>.
- [24] *Turistický a informační server Beskydy-info* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[web.beskydy-info.cz](http://web.beskydy-info.cz)>.
- [25] *Server* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.mmr.cz](http://www.mmr.cz)>.
- [26] *Tiskárna Borgis* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.OKart.cz](http://www.OKart.cz)>.
- [27] *Firma Iguru* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.iguru.eu](http://www.iguru.eu)>.
- [28] *Firma T.S. Bohemia s.r.o.* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.tsbohemia.cz](http://www.tsbohemia.cz)>.
- [29] *Rekreační středisko „U Kateřiny“* [online]. [cit. 2007-06-30]. Dostupný z WWW: <[www.novos.cz/katerina](http://www.novos.cz/katerina)>.

Další zdroje

- [30] Teze Vysoké školy podnikání

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

RS      Rekreační středisko

DT      Dětský tábor

OS      Odborový svaz

DDM    Dům dětí a mládeže

DP      Diplomová práce

MÚ     Městský úřad

VF      Výrobní faktor

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obr.č. 1 Tok výrobních faktorů, výrobků a služeb .....	13
Obr.č. 2 Rekreční středisko „U Kateřiny“ .....	29
Obr.č. 3 Složení hostů RS „U Kateřiny“ .....	31
Obr.č. 4 Přehled tržeb RS „U Kateřiny“ v letech 2001-2007 před zdaněním .....	33
Obr.č. 5 Vytíženost RS „U Kateřiny“ v měsících květnu – srpnu 2007 .....	34
Obr.č. 6 Kapacita ubytování .....	40
Obr.č. 7 Ceny ubytování ve Štramberku.....	40
Obr.č. 8 Logo firmy NOVOS NJ, s. r. o. ....	48
Obr.č. 9 Návrh přední strany vizitky (1) ; Obr.č. 10 Návrh zadní strany vizitky (1).....	49
Obr.č. 11 Návrh přední strany vizitky (2) ; Obr.č. 12 Návrh zadní strany vizitky (2).....	49
Obr.č. 13 Návrh potisků na hrnky.....	51
Obr.č. 14 Návrh potisků na propisky .....	51
Obr.č. 15 Návrh přední strany záložky ; Obr.č. 16 Návrh zadní strany záložky.....	53



**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1 Princip nehmotnosti .....	15
Tabulka 2 Členění na základě prodejce .....	18
Tabulka 3 Členění na základě kupujícího .....	19
Tabulka 4 Členění na základě charakteru služby .....	19
Tabulka 5 Doplnkové aktivity- náklady.....	56
Tabulka 6 Vízitky- náklady.....	56
Tabulka 7 Letáky- náklady.....	56
Tabulka 8 Reklamní předměty- náklady .....	57
Tabulka 9 Cena za propagační materiály celkem .....	57
Tabulka 10 Hardwarové a softwarové vybavení-náklady.....	58

**SEZNAM PŘÍLOH**

- Příloha P I Plán přestavby
- Příloha P II Současný propagační leták
- Příloha P III Propagační brožura strana 1
- Příloha P IV Propagační brožura strana 2
- Příloha P V Nový propagační leták strana 1
- Příloha P VI Nový propagační leták strana 2
- Příloha P VII Přihláška na tábor strana 1
- Příloha P VIII Přihláška na tábor strana 2
- Příloha P IX Grafy Počtu hostů - květen
- Příloha P X Graf Počtu hostů - červen
- Příloha P XI Graf počtu hostů – srpen
- Příloha P XII Graf počtu dětských účastníků tábora

**PŘÍLOHA P I PLÁN PŘESTAVBY**



STUDIE	
koncept	konceptuální
analýza	analýza ve spolupráci
autor:	architektura stavby 111 stavby 112 stavby 113
datum:	11.11.2011
lokace:	stavby 111 stavby 112 stavby 113

## PŘÍLOHA P II SOUČASNÝ PROPAGAČNÍ LETÁK

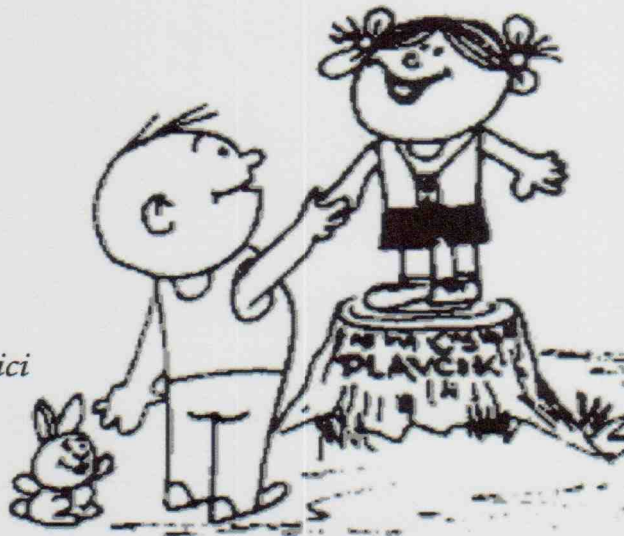
*Zveme Vás*

### *Dětský letní tábor „U Kateřiny“, ve Štramberku*

*Areál RS „U Kateřiny“ je umístěn v kopcovitém prostředí nedaleko historického městečka Štramberk*

1. turnus: 2. 7. - 14. 7. 2007
2. turnus: 16. 7. - 28. 7. 2007
3. turnus: 30. 7. - 11. 8. 2007
4. turnus: 13. 8. - 25. 8. 2007

*Výlety: Štramberská Trúba  
Jeskyně Šipka  
Muzeum Tatra v Kopřivnici  
Přírodní arboretum  
Skalní hřiště  
Puntík*



*Již 14. sezónu připravujeme pro děti od 7- 16 let bohatý program.*

*Program: Celotáborová hra, doplňkové oddílové hry, soutěže, diskotéky, výtvarné dílny, stezka odvahy, maškarní ples, volba miss, ukázky zásahů příslušníků policie ČR, hasičů, pohádkový les atd.*

*Koupání: 15 min. chůze lesem se nachází přírodní koupaliště*

*Ubytování: V chatkách po 4- 5 os.*

*Zdravotnice je v táboře přítomna 24 hod. denně, lékař zajištěn smluvně.*

*Strava 5 x denně, pitný režim zajištěn.*

**Cena: 3090,- Kč**

**Cena pro sourozence: 2990,- Kč**

*Na níže uvedených kontaktech Vám rádi zodpovíme veškeré Vaše dotazy, popřípadě Vám zašleme přihlášku.*

\*\*\*\*\*

*Kontakt: RS „U Kateřiny“, Libotín 979, 742 66 Štramberk*

*Tel./fax: 556 852 262, 604 274 669*

*e-mail: [novos@novos.cz](mailto:novos@novos.cz)*

## PŘÍLOHA P III PROPAGAČNÍ BROŽURA STRANA 1

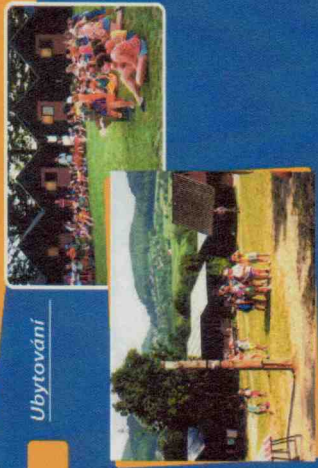
### Rekreační středisko » U Kateřiny «

- » Letní dětské tábory
- » Školní výlety
- » Školy v přírodě
- » Soustředění
- » Rodinné a firemní akce
- » Adaptační kurzy



RS »U Kateřiny« – NOVOS NJ, s.r.o.  
Libotín 979, 742 66 Štramberk  
Tel: 556 852 262, 604 274 669  
e-mail: [novos@novos.cz](mailto:novos@novos.cz)  
[www.novos.cz/katerina](http://www.novos.cz/katerina)

#### Ubytování



Ubytování ve čtyř- nebo pětlůžkových chatkách, budově v osmi pokojích. Součástí vybavení jsou lůžkoviny.

Chatky jsou vybaveny dvoupatrovými postelemi, skříňkou na oblečení a psacím stolem se židlemi.

#### Stravování



Stravování v hlavní správní budově. K dispozici je kromě jídelny i velký podkrovní sál. Jídla je pro cca 100 strávníků.

Lze si objednat ubytování se snídaní, s polopenzí či s plnou penzí.

#### Tipy na výlety ve Štramberku

Štraberská Trúba,  
jeskyně Šípka,  
přírodní arboretum,  
kamenárka,  
Muzeum Zdeňka Buriana,  
rozhledna na Bílé hoře.

#### Tipy na výlety v okolí

**Nový Jičín** – historické čtvercové náměstí s podloubím, Zerotínský zámek s expozicí klobouků, Španělská kaple, kostel Nanebevzetí Panny Marie, vodní nádrž Čerták,  
**Starý Jičín** – zřícenina hradu,  
**Kopřivnice** – muzeum historických aut  
**TATRA**, vnitřní i venkovní bazén,  
**Hukvaldy** – zřícenina hradu, rodiště Leoše Janáčka,  
**Hodslavice** – rodiště Františka Palackého,  
**Příbor** – rodiště Sigmunda Freuda,  
**Frenštát pod Radhoštěm** – aquapark,  
skokanský můstek,  
**Rožnov pod Radhoštěm** – skanzen, lanové centrum,  
**Pustevny** – socha Radegasta, poutní místo,  
**Mošnov** – letiště.



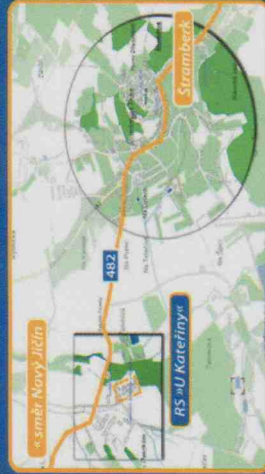
## PŘÍLOHA P IV PROPAGAČNÍ BROŽURA STRANA 2

### Tipy na výlety ve Štramberku

Štramberská Trúba,  
jeskyně Šípka,  
přírodní arboretum,  
kamenárka,  
Muzeum Zdeňka Buriana,  
rozhledna na Bílé hoře.

### Tipy na výlety v okolí

**Nový Jičín** – historické čtvercové náměstí s podloubím, Zerotínský zámek s expozicí klobouků, Španělská kaple, kostel Nanebevzetí Panny Marie, vodní nádrž Čerták,  
**Starý Jičín** – zřícenina hradu,  
**Kopřivnice** – muzeum historických aut  
**TATRA**, vnitřní i venkovní bazén,  
**Hukvaldy** – zřícenina hradu, rodiště Leoše Janáčka,  
**Hodslavice** – rodiště Františka Palackého,  
**Příbor** – rodiště Sigmunda Freuda,  
**Frenštát pod Radhoštěm** – aquapark,  
skokanský můstek,  
**Rožnov pod Radhoštěm** – skanzen, lanové centrum,  
**Pustevny** – socha Radegasta, poutní místo,  
**Mošnov** – letiště.



### Jak se k nám dostanete?

Rekreační středisko »U Kateřiny« se nachází u historického městečka Štramberk.

Do střediska se dostanete autem po čtyřpruhové silnici Nový Jičín – Frýdek-Místek, ze které odbočíte na poslední odbočce z Nového Jičina směrem Kopřivnice-Rybi. V opačném směru Frýdek-Místek – Nový Jičín odbočíte rovněž na stejné odbočce, tedy Kopřivnice-Rybi.

Vlakové spojení: z vlakového nádraží ve Studánce budete pokračovat vlakem ve směru Kopřivnice – Štramberk. Vystoupíte ve Štramberku a odtud budete pěšky cca 2 km nebo městskou hromadnou dopravou (zastávka U mlýna) se dostanete k našemu středisku.



Koupání v přírodním koupališti, které je od střediska vzdáleno 15 minut chůze.



Kamenárka ve Štramberku.



Přírodní arboretum ve Štramberku.

# RS „U Kateřiny“



Připravili jsme pro Vás ubytování a stravování v příjemném prostředí přírody, nedaleko historického městečka s neopakovatelnou atmosférou a spoustou zajímavých míst k výletům, z nichž nejznámější je Štramberská Trúba. Za zmínku však stojí také jeskyně Šipka, arboretum, rozhledna na Bílé hoře, muzeum Tatra v Kopřivnici nebo samotné historické náměstí městečka Štramberk.

Pedagogický dozor má ubytování zdarma a objednávací pedagog od nás obdrží upomínkový dárek. Při objednávce tří a více tříd z jedné školy dostane každá třída slevu 5% z celkové fakturované částky.

Kapacita RS je 180- 200 osob.  
Ubytování v chatkách po 4- 5 os.  
Sociální zařízení je v blízkosti chatek.



Výlety: Štramberská Trúba  
Jeskyně Šipka  
Muzeum Tatra v Kopřivnici  
Přírodní arboretum  
Rodný domek Sigmunda Freuda  
Muzeum Zneňka Buriana  
Zřícenina hradu Hukvaldy  
Zřícenina hradu Starý Jičín  
Skalní hřiště  
Muzeum Staré fojtství



## Kontakt:

NOVOS NJ, s. r. o.  
Libotín 979  
742 66 Štramberk

## Ceník služeb:

Ubytování/noc:	120,- Kč
Ubytování se snídaní:	150,- Kč
Ubytování s polopenzí:	190,- Kč
Ubytování s plnou penzí:	220,- Kč

# RS „U Kateřiny“



Nabízíme Vám:

Trampolínu



Lukostřelbu



Stolní tenis



Hřiště na volejbal, nohejbal, košíkovou

Fotbalové hřiště



Střelbu ze vzduchovky



Kroket



Půjčovna sportovních potřeb  
a stolních her



Koupaliště nedaleko



Lanové aktivity

Projížďky na koních



Možnost využití ohniště a krbu pro grilování

## Kontakt:

NOVOS NJ, s. r. o.  
Libotín 979  
742 66 Štramberk

tel./Fax: 556 852 262  
mobil: 604867382

e-mail: [novos@novos.cz](mailto:novos@novos.cz)  
[www.novos.cz/katerina](http://www.novos.cz/katerina)



# PŘÍLOHA P VII PŘIHLÁŠKA NA TÁBOR STRANA I



## Letní dětský tábor U Kateřiny "Štřamberk" pro děti od 7 do 16 let



Stručné informace o rekreačním středisku:

Tábor se nachází nedaleko městečka Štřamberk. Areálů věvodí zábná dvoúpatrová budova, v přilehlé moderně vybavenou kuchyni, v první patře s prostornou jídelnou pro cca 100 strávníků a s podkrovním sálem ve druhém patře. Ve druhé budově je sál se stoly pro stolní tenis, 8 pokojů, které lze využít jako klubovny. Součástí objektu je hřiště na volejbal a kapaňau. Tábor je pro 200 dětí, se kterými na táboře pracuje 18 vedoucích a praktikantů. Ubytování je po čtyřech a pět v chatkách. Přírodní koupaliště je vzdáleno 15 minut chůze od tábora.

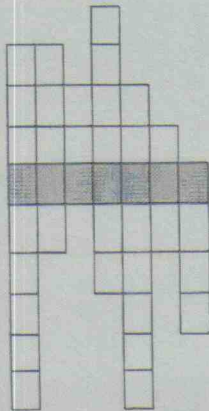
Program na táboře je připraven samostatně pro věkové kategorie. Děti jsou rozděleny podle věku a pohybují do 15ti oddílů, přičemž každý oddíl má na starost jeden kvalifikovaný vedoucí a praktikant. Náplň programu jsou: celotáborová hra, naučné hry, sportovní vyžití, aerobic, výlety do okolí, diskotéky, maskární karneval, bojové umění, ukázký zásahů hasičů či policie, koupání atd.

Stravování a zdravotní péče je zajištěna odborným personálem. Jídlo se podává několikrát denně a to snídaně, oběd, odpolední svačina, večere a večerní svačina. Jidelniček sestavuje hospodářka tábora společně se zdravotnicí a dále se předkládá k nahlédnutí hygieničkovi. Zdravotní péči zajišťuje lékař. Zdravotnice přítomny v úboře 24 hod. denně.

## SOUTĚŽ

I letos vás děti čeká soutěž o ceny. Správné odpovědi budou slosovány vždy v průběhu turnusů a vyhodnoceny pěknými věcnými dárčky.

Kdo vyřeší křížovku?



- místo konání tábora
- psací potřeba
- opak noci
- ranní jídlo
- párek na opékání
- přítel člověka
- vícehlavá pohádková bytost

Vážení rodiče,

i letos pořádá firma NOVOS NJ, s.r.o. letní dětský tábor v rekreačním středisku "U Kateřiny" ve Štřamberku, v kopcovité krajině v přední moravskoslezské Beskyd.

V ceně pobytu je zahrnuto:

Ubytování včetně veškerých lážekovin i přídatných, strava 5 x denně, celodenní přísun tekutin (čaj, ovocné šťávy), návštěvy koupaliště, Štřamberké triby, Bílé hory, návštěva muzea Tatra v Kopřivnici, odměny pro vyhodnocení sportovních soutěží.....aj.

Cena pro sourozence: 2900,- Kč

Doprava do tábora: VLASTNÍ

Příjezd prvního dne do 10:30 hod. a odjezd posledního dne do 11:00 hod.

Nezbytné věci s sebou: Kartička ZP, druhá část přihlášky (potvrzení od lékaře), kontrolní ústříček složenky příj. doklad o zaplacení (kopie výpisu), baterku, pláštěnku, věci osobní hygieny, sluneční brýle, pokrývku hlavy, nezbytné léky. Základní výbava pro studené i teplé počasí, včetně plavek, bílé triko na celotáborovou hru.

Pokud dítě nebude mít při nástupu na tábor vyplněnou zprávu dětského lékaře, nebude přijato k pobytu.

## Přihlášení účastníka

proved'te písemně na adrese:

Vyplněnou přihlášku do tábora zašlete na výše uvedenou adresu. Pokud bude Vaše dítě zařazeno, obratem Vám zašleme potvrzení o zařazení a složenku k úhradě poukazu. Číslovku vyplíte na složenku a do rubriky oddestátel napíšete jméno a adresu dítěte. Platbu provádějte samostatně za každé dítě.

V případě, že platíte bezhotovostně, zavolejte nám ohledně přidělení variabilního symbolu pro dané dítě a přiložte kopii bankovního výpisu k přihlášce do tábora.

Při možnosti čerpání příspěvků od zaměstnavatele Vám na základě objednávky vystavené zaměstnavatelem vystavíme fakturu.

Přihlášky přijímáme dle data doručení dokladu o zaplacení až do vyčerpání kapacity tábora. Máte-li vážný zájem o zařazení Vašeho dítěte do tábora, vyříd'te všechny formalitty co nejdříve!

Termíny turnusů:

- turnus: 2.7. – 14.7. 2007
- turnus: 16.7. – 28.7. 2007
- turnus: 30.7. – 11.8. 2007
- turnus: 13.8. – 25.8. 2007

Uvedená cena turnusů je včetně 5% DPH

Cena 3090 Kč

Rekreační středisko

" U Kateřiny "

742 66 Štřamberk

tel: 556 852 262

604 274 669

www.novos.cz/katerina

novos@novos.cz

Bank. spojení: Česká

spořitelna

č.ú. 1774214349/0800

# PŘÍLOHA P VIII PŘÍHLÁŠKA NA TÁBOR STRANA 2

Tento list odvádějte v den nástupu dítěte do tábora, společně se zdravotní kartičkou dítěte a dokladem o zaplacení záborovním tábora, které bude Vaše dítě přebírat.

## Zpráva dětského lékaře:

Jméno u příjmení posuzovaného dítěte: .....  
 Datum narození: ..... , adresa místa trvalého pobytu nebo jiného pobytu: .....  
 A) Posuzované dítě k účasti na letním dětském táboře a) je zdravotně způsobilé  
 b) není zdravotně způsobilé  
 c) je zdravotně způsobilé za podmínek (s omezením)  
 d) .....

Posudek je platný 12 měsíců od data jeho vydání, pokud v souvislosti s nemocí v průběhu této doby nedošlo ke změně zdravotní způsobilosti.

B) Potvrzují, že dítě

a) se podrobilo stanoveným pravidelným očkováním ANO - NE

b) je proti nákaze imunní (typ/druh) .....

c) má trvalou kontraindikaci proti očkování (typ/druh) .....

d) je alergické na .....

e) dlouhodobě užívá léky (typ/druh, dávka) .....

V souladu se zdravotními předpisy, že do hromadných zdravotních akcí mohou být zařazovány pouze děti zdravé a nevyžadující zvláštní péči, rozhodují závazně, že dítě

Nebolesti šeměte MUŽE - NEMŮŽE být umístěno v táboře uvedeného typu

V .....dně.....2007 ..... podpis lékaře

## Prohlášení zákonných zástupců dítěte:

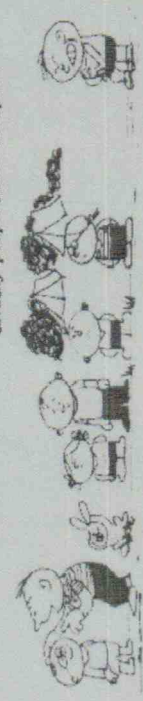
Prohláší, že očkující lékař nenabídl dítěti .....  
 změnu režimu, dítě nejeví známky akutního onemocnění ( průjem, teplota, apod. ) a orgán ochrany veřejného zdraví ( hygieniky ) ani očkující lékař mu nenabídl karanténní opatření. Nemí líž zdámo, že v posledních dvou týdnech přišlo dítě do styku s osobami, které onemocněly přenosnou nemocí.

Dítě je schopno zúčastnit se uvedeného typu tábora ve stanoveném termínu.

Jsem se vědom(a) právních následků, které by mě postihly, kdyby toto mé prohlášení bylo nepravdivé.

Podpis zákonných zástupců dítěte ze dne, kdy dítě odjíždí na tábor, .....

Ve .....dně.....2007 .....  
 závazný podpis zákonn. zástupce



## Příhláška do tábora

Tuto část vyplíte a zašlete na adresu: Dětský letní tábor " U Kateřiny ", Libotín 979, 742 66 Sramberk. Příhlášku lze také získat na adrese: www.novos.cz/katerina

Žádám o zařazení mého dítěte do turnusu číslo 1 2 3 4

kteřý se koná od .....do .....ve Sramberku " U Kateřiny "

Jméno a příjmení dítěte: .....věk.....

Datum narození .....

Jméno a adresa zákonného zástupce.....

Zaměstnavatel .....povolání .....

Kontakt v průběhu tábora.....( telefon,e-mail )

Zdravotní pojišťovna dítěte..... Číslo pojištěnce .....

Přejí si, aby dítě bylo ve skupině.....

Sdělení rodičů : .....

Vedení tábora a táborovému zdravotníkovi sdělují, že naše dítě je plavec - neplavec , má tyto zdravotní problémy.....

Vášení rodiče, po zkušenostech z předchozích let bychom byli rádi, abyste své dítě během pobytu navštěvovali pouze v nutných případech, především s ohledem na ostatní děti. Prostíme rodiče, aby nedávali dětem na tábor cenné věci a předměty. Za případnou ztrátu provozovatel neručí.

Příhláší své dítě závazně do letního tábora " U Kateřiny ". Budu respektovat instrukce pohodatele.

V .....dně.....2007 .....  
 závazný podpis zákonn. zástupce

### PŘÍLOHA P IX: GRAFY POČTU HOSTŮ - KVĚTEN

Počet hostů RS „U Kateřiny“ v květnu 2001-2007  
mimo dobu dětských táborů



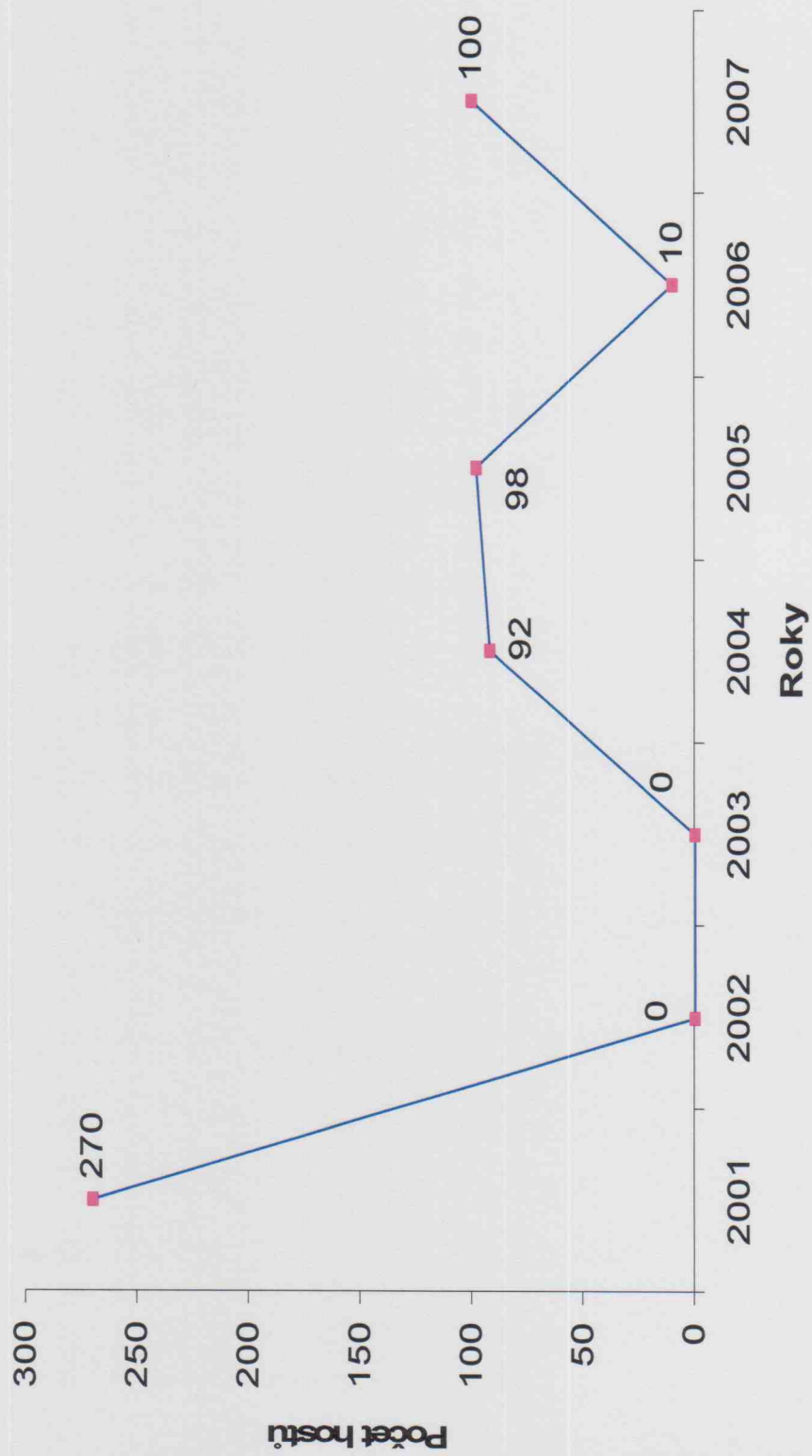
## PŘÍLOHA P X: GRAF POČTU HOSTŮ - ČERVEN

Počet hostů RS „U Kateřiny“ v červnu 2001-2007  
mimo dobu dětských táborů



## PŘÍLOHA P XI: GRAF POČTU HOSTŮ - SRPEN

Počet hostů RS „U Kateřiny“ v srpnu 2001-2007  
mimo dobu dětských táborů



## PŘÍLOHA P XII: GRAF POČTU DĚTSKÝCH ÚČASTNÍKŮ TÁBORA

Počet dětských účastníků tábora v letech 2001-2007

