

Prohlášení

Prohlašujeme, že jsem tuto práci s názvem Ubytovací služby vypracovali samostatně a uvedli jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Liberci dne 13.05.2023

Podpis:.....

Anotace

Historie a vývoj ubytovacích služeb jsou jedním z témat této práce. Dále se zabývá rozdělením a klasifikací ubytovacích zařízení a hotelových služeb, rolí hotelového personálu a organizační strukturou v hotelech. Dále zde rozebereme povinnosti, které nám vyplývají z provozování ubytovacích služeb. Závěr práce je věnován nákladům a tržbám hotelu Praha a jeho porovnáním s Penzionem Krmelec. Zkoumá také, jak pandemie ovlivnila obsazenost ubytovacích zařízení. Tato studie může být užitečná pro ty, kteří chtějí zkoumat stav a vývoj hotelnictví, i pro ty, kteří uvažují o zahájení podnikání v tomto odvětví.

Annotations

The history and evolution of accommodation services are one of the topics of this thesis. The sharing economy's impact on the accommodation sector, the division and classification of lodging facilities, and hotel services, the roles of hotel staff, and organisational structure in hotels are also covered. We will also discuss the obligations arising from the operation of accommodation services. The comparison of Hotel Praha with Penzion Krmelec's occupancy and sales and expenses of Hotel Praha which occurred in this paper, marks the paper's conclusion. It also examines how the pandemic has affected occupancy of the accommodation business. This study may be helpful to those who wish to examine the state and developments of the hotel industry as well as those who are thinking about starting a business in this sector.

Obsah

Prohlášení.....	1
Anotace.....	2
Annotations.....	2
Obsah.....	3
Úvod.....	5
1. Historie a vývoj ubytovacích služeb.....	6
1.1. Starověk.....	6
1.2. Středověk.....	6
2. Porovnání ubytovacích služeb a průmyslu.....	8
3. Kategorizace a vnitřní struktura.....	9
3.1. Klasifikace.....	9
3.2. Organizace hotelu.....	9
4. Podnikání v ubytovacích službách.....	11
4.1. Zařazení.....	11
4.2. Oprávnění.....	11
4.3. Povinnosti ubytovacích zařízení.....	11
4.3.1. Povinnost mít platné povolení k provozování ubytovacího zařízení.....	11
4.3.2. Povinnost přihlásit pobyt hostů.....	12
4.3.3. Povinnost vést ubytovací knihu.....	12
4.3.4. Povinnost odvádět místní poplatky.....	12
4.4. Hygienické nároky.....	12
4.5. Konkurence a stanovení ceny.....	13
5. Hotel Praha Liberec.....	14
5.1. Vývoj tržeb a nákladů v Hotelu Praha Liberec.....	14
5.1.1. Vývoj tržeb.....	14
5.1.2. Vývoj nákladů.....	15
5.1.3. Vývoj obsazenosti.....	15
5.1.4. Jednotlivé položky a provize.....	16
5.2. SWOT analýza.....	17
5.2.1. Silné stránky.....	17
5.2.2. Slabé stránky.....	18
5.2.3. Příležitosti.....	18
5.2.4. Hrozby.....	18
5.3. Marketingový mix 7P.....	18
5.3.1. Product.....	18
5.3.2. Price.....	18
5.3.3. Promotion.....	19
5.3.4. Placement.....	19
5.3.5. People.....	19

5.3.6. Process.....	19
5.3.7. Physical environment.....	19
6. Penzion Krmelec.....	20
6.1. SWOT analýza penzionu Krmelec.....	20
6.1.1. Silné stránky.....	20
6.1.2. Slabé stránky.....	20
6.1.3. Příležitosti.....	20
6.1.4. Hrozby.....	21
7. Porovnání Penzionu Krmelec a Hotelu Praha.....	22
8. Dopady nedávných světových událostí na ubytovací služby.....	23
8.1. Dopady pandemie Covid-19.....	23
8.1.1. Ubytovací služby v České Republice během pandemie Covid-19.....	23
8.2. Dopady ekonomické krize.....	24
8.3. Dopady války na Ukrajině.....	24
9. Trendy a inovace.....	25
9.1. Alternativní formy ubytování.....	25
9.2. Trendy a inovace.....	25
Závěr.....	27
Zdroje.....	28

Úvod

Téma Ubytovacích služeb jsme si vybrali, jelikož k tomu máme nejbližší. Pracujeme nebo jsme pracovali jak v městských tak i v horských ubytovacích zařízeních. Máme tedy vhléd do této problematiky a jsme schopni poskytnout informace k praktické části. Zajímalo nás, jaký je rozdíl mezi těmito zařízeními a chtěli jsme do této části nahlédnout více. Na začátku seminární práce popisujeme historii ubytovacích služeb, teoretický základ pro vznik každého hotelu v České republice, jejich povinnosti, hygienické opatření, náležitosti pro vznik a jejich strukturu či organizaci. Dále zde porovnáváme ubytovací služby s průmyslem. Do praktické části práce jsme vybrali Hotel Praha a penzion Krmelec. Zvláště se soustředíme na výnosy a náklady hotelu Praha. Ke konci prezentaci pak popisujeme dopady nedávných světových situací na ubytovací služby.

1. Historie a vývoj ubytovacích služeb

Ubytovací služby v určité podobě mají své místo ve světě už od starověku. Důvody k ubytování byly zpočátku kvůli obchodu, později i za poznávání kultury jiných zemí.

1.1. Starověk

Po pádu římské říše roku 476 se přestaly udržovat v dobrém stavu silnice a cesty, které byly během římské vlády vybudovány. Tento úpadek trval až do 13. století, doby velkého rozvoje obchodu. Tento rozvoj přispěl k rozvoji komunikací, aby bylo obchodníkům umožněno cestovat mezi městy. Tyto cesty však nebyly využívány pouze nimi, ale také například posly panovníků. Z tohoto důvodu v Čechách vznikla zemská povinnost, což je povinnost obyvatelů hradskeho obvodu ubytovat tyto posly a dopřát jim stravu. Toto považujeme jako první signifikantní základ pro ubytovací služby. (Vojáčková, L. a Kol, 2013)

1.2. Středověk

V 11. století se po celé Evropě nacházely stovky klášterů. Kláštery byly často využívány poutníky k noclehu obyčejně za naturálie či svoji ruční práci, například opravami klášterů nebo obhospodařování polí. Tato přirozenost věřících ubytovávat pocestné plyne z Nového Zákona „*Všichni hosté, co přijdou, mají být přijati jako Kristus, neboť on sám řekl: „Byl jsem cizí a přijali jste mne.*” Ubytovávat se mohli ale jen ti lidé, kteří měli stejnou víru, takzvaný souvěrci. Nejenom křesťané však vytvářeli ubytovací zařízení pro své svěřence, ale vznikaly i útulky u synagog pro vyznavače judaismu. Při stavbě klášterů se tak již nemyslelo pouze na představitele víry, ale i na šlechtu, studenty, kupce a také na vydědence ze společnosti. Při stavbě kláštera bývalo postaveno takzvané hospitium. V hospitiu bylo umožněno ubytování pro pocestné, byla to místnost či menší budova, kde se nacházeli postele. Všichni hosté však neměli stejný obnos peněz, proto se ubytování lišilo pro bohaté a chudé hosty. Bohatí hosté mívali například lucerny, lepší postele nebo vlastní toaletu. Chudí hosté museli chodit do stájí, což bylo obzvláště běžné na vesnicích. Hospitium někdy bývalo umístěno dál od samotného kláštera, jelikož hosté nemuseli mít stejnou víru či vůbec žádnou, tudíž nemuseli naslouchat stejným pravidlům. Některé kláštery byly umístěny na hlavních cestách a následkem toho byly často přeplněny. A tak křesťanské milosrdenství a pohostinství přerostlo do podnikatelské činnosti. Dalšími ubytovacími budovami byly špitály. V tomto zařízení mohli být ubytováni jak zdraví poustevníci, tak i staří nebo nemocní lidé či sirotci. Zde však bylo pro zdravé riziko nákazy od nemocných. (Vojáčková, L. a Kol, 2013)

Díky obchodnímu ruchu a výměnnému obchodu mezi vesnicemi a městy byly ubytovací služby na rozkvětu. Ve městech vznikaly hospody které sloužily jako ubytování pro pocestné, tovaryše nebo jiné obchodníky. (Vojáčková, L. a Kol, 2013)

Zájezdni hostince vznikaly počátkem 14. století. Poskytovalé včetně ubytování nabízeli i stravu. Umístěny bývaly v centrum města, respektive hlavní cesta byla často vedena právě přímo k hostincům. Ve městech neustále přibývaly nové budovy a těžko se tak v husté zástavbě orientovalo. Proto se objevila první individuální označení. Nad každým hostincem byla umístěna různorodá značka, která obsahovala název hostince či majitele, někdy

i značení, co host mohl očekávat. Označení typu věnec opravňovalo k točení piva či vína. Označení typu kola, říkalo hostům, že se zde mohou ubytovat. Nebyla zde pravidla, jak by měl hostinec vypadat. Jediné pravidlo, které zde bylo, byl určitý počet hostinců, který mohl být ve městě. Držení hostinského povolení se zpravidla dědilo. Ceny za ubytování nebyly jednotné, odvíjely se hlavně od lokace. Zpravidla čím větší vzdálenost od hlavní cesty, tím levnější ubytování bylo. (Vojáčková, L. a Kol, 2013)

Ubytování nebylo luxusem, jak je tomu dnes. Ve středověku nebyla kanalizace, takže otevření kohoutku s tekoucí vodou nepřipadalo v úvahu. Postel, která byla určena především pro kupce, byla velice primitivní, někdy postel v hostinci nebyla vůbec. Doprovod spal na slámě ve stájích s koňmi. Potrava, která byla především pro hosty, byla z menšího hospodářství, které se nacházelo v blízkosti hostince. Podával se obvykle chléb, kašovitě pokrmy a pečená masa, ve městech se točilo i pivo. Hosté si s sebou nosili vlastní příbor a hrnek. (Vojáčková, L. a Kol, 2013)

Dalším důležitým bodem byly přístavy. Zde se obchodovalo z různých částí Evropy. Setkávali se zde různé národy, jak německého, holandského tak i francouzského původu. Ti převážně pronajímali objekty k ubytování pouze pro lid své národnosti. Součástí ubytování bývaly nálevny, kuchyně a pokoje na spaní. Hlavním spojením s východem byly Benátky, zde si němci vybudovali takzvané Fondaco dei Tedeschi, sídlo pouze pro městské německé obchodníky, které se nachází na Canal Grande poblíž mostu Rialto. (Vojáčková, L. a Kol, 2013)

1.3. Novověk

V 19. století se rapidně rozšířila železniční doprava a začaly vznikat hotely, jak je známe dnes. Hotely byly převážně umístěny právě u železnic, které byly v centru měst. Vlaková doprava byla několikrát rychlejší než jízda kočárem po pozemních cestách, proto velké množství lidí začalo cestovat. Ubytování však zůstalo spíše pro obchodníky a vyšší vrstvy obyvatel. (Vojáčková, L. a Kol, 2013)

Oproti zájezdním hostincům se hotely lišily vzhledem, který vyžadovala daná doba. Na zakázky objednavatelů hotely dostávaly vzhled z minulosti, například neogotický, neorenesanční nebo neobarokní styl. Většinou se vzhled hotelů shodoval se vzhledem nádraží. Do povědomí lidí se hotely dostávaly skrze tisk, kde byla uvedena adresa, cena a jiné nabídky. (Vojáčková, L. a Kol, 2013)

Nově vznikající hotely takzvaně na zelené louce už měly kladen důraz na hygienické požadavky. Součástí hotelů bývaly i lázně, které se staly střediskem pro bohatou smetánku společnosti. Důležitým prvkem těchto novodobých hotelů byla vstupní hala, celkový dojem měl působit jako šlechtický salón. Odtud vedl vstup do jídelen, salónů nebo i k primitivnímu výtahu. (Vojáčková, L. a Kol, 2013)

Technologický rozvoj v 19. století byl dalším důležitým krokem k vylepšování ubytování. Příkladem bylo zavedení plynu a elektrického osvětlení, vznik ústředního topení, telefonu či hydraulického výtahu. V této době se už nevyhledávali hotely podle vzhledu či ceny ale spíše podle umístění, aby se hotel nacházel v blízkosti místa, kde si host potřebuje vyřešit své osobní či pracovní záležitosti. (Vojáčková, L. a Kol, 2013)

2. Porovnání ubytovacích služeb a průmyslu

V moderní době došlo k populačnímu a technologickému růstu, k výstavbám dálnic, letišť, sítí hromadné dopravy, obydlí a mnoho dalšího. To vše mělo vliv na ubytovací služby a průmysl.

Průmysl je spolu se zemědělstvím základní oblast výroby, v dnešní společnosti hraje vedoucí úlohu v celé ekonomice. Zahrnuje jak těžbu a úpravu surovin tak i jejich zpracování na průmyslové výrobky. Podle úrovně průmyslu můžeme posuzovat vyspělost jednotlivých států. Průmysl se dělí dle sektorů na primární, sekundární, terciární a kvartérní. Primárním sektorem se rozumí těžba a sběr surovin z přírodních zdrojů. Patří sem zemědělství, lesnictví, rybolov a těžba nerostů. Sektor sekundární už je sektorem zpracovatelským neboli výrobním. Zabývá se průmyslovou výrobou a stavebnictvím. Terciární sektor je sektorem služeb. Zde není produkt hmotný výrobek ale služba pro lidi, příkladem je bankovníctví, cestovní ruch a i právě ubytovací služby. Kvartérní sektor se zabývá vědou a výzkumem. (Bohmova, 2020)

Průmysl je oproti službám mnohem větší znečišťovatel životního prostředí. Jelikož však z průmyslu máme výrobky, mohou pak služby s nimi pracovat. Například zpracování dřeva nebo těžba surovin poslouží pro výstavbu hotelů a jiných ubytovacích zařízení. Hotelový průmysl se více zaměřuje na přání a pohodlí klienta a je ochotný se mu rychle přizpůsobit. Průmysl má ale určité požadavky a normy na výrobu daného produktu, který bývá většinou neměnný. (Bohmova, 2020)

Ubytovací služby mají pracovníky specializované na uspokojení potřeb hosta a pro chod hotelu, od číšníků, kuchařů, recepčních až po management a další technicko-hospodářské pracovníky jako jsou například údržbáři, účetní nebo uklízečky. Jednotliví pracovníci často nepotřebují určité vzdělání, což je velkým rozdílem oproti zaměstnancům ve výrobě, kteří potřebují mít odborné vzdělání a nebo praxi. Dále například recepční či servírka musí splňovat určitá kritéria, která si stanoví sám podnik. Typická je znalost více jazyků, řádné oblečení a upravenost, oproti obyčejnému dělníkovi v automobilovém průmyslu, který potřebuje znát více technické věci důležité pro výrobu automobilu a neklade se zde důraz na formální oblečení či vystupování tak jako na bezpečnost. Zaměstnanci ve službách se obecně nedají v takové míře nahradit roboty jako zaměstnanci v průmyslu výroby, i když o to je v poslední době snaha jako příklad zde můžeme uvést samoobslužný check-in. Možnosti nahrazení lidské práce automatizací, robotizací a digitalizací je vysoká, nelze však zatím nahradit jemné motorické práce, kreativní a sociální inteligenci či schopnost řešení krizových situací. Zaměstnanost v průmyslovém odvětví je tedy ohrožena robotizací, vzhledem k snadnému vykonávání práce a nedůležitosti schopnosti komunikace například u montážních prací, zatímco práce ve službách nadále vyžaduje lidskou činnost. Je ale nutné podotknout, že v dnešní on-line době lze nahradit i určitou část služeb prostřednictvím internetu. Například již není nutné fyzicky navštívit hotel a zarezervovat si pokoj či z tohoto důvodu telefonicky komunikovat se zaměstnanci hotelu. (Bohmova, 2020)

3. Kategorizace a vnitřní struktura

Ubytovací služby se dělí do jednotlivých kategorií a to podle počtu pokojů, umístění, zaměření, velikosti a také do tříd označujících počet hvězd.

3.1. Klasifikace

Ubytovací zařízení se nejčastěji dělí na hotel, motel, hotel, penzion a hotel garni. Dalšími typy jsou například chatové osady, turistické ubytovny, koleje, kempy či bungalovy. Práce se soustředí primárně na hotel a penzion.

Hotel má nejméně 10 pokojů a musí mít ve svém areálu restauraci poskytující snídaně, obědy i večeře, penzion musí mít mezi 5 a 20 pokoji a poskytování stravování není povinné.

Ubytovací zařízení můžeme dále jednoduše dělit dle jejich lokace a to na přímořské, horské, městské, lázeňské a rekreační.

Hotelů se nejčastěji dělí do tříd podle počtu hvězd a to na tourist*, economy**, standard***, first class**** a luxury*****. K získání počtu hvězd musí hotel splňovat určitá kritéria. Například u čtyřhvězdičkových hotelů je obvyklé, že mají vlastní fitness centrum, kryté bazény a nonstop obsluhu. Není to však pravidlem, běžně se hotely prezentují například čtyřmi hvězdičkami ačkoliv odpovídají spíše kategorii pro dvou-hvězdičkové hotely. Toto vede ke stížnostem hostů na neodpovídající úroveň hotelů. Hotely, který skutečně odpovídají správnému označení hvězd, mají u hlavního vchodu oficiální nálepkou deklarující počet hvězd a nesoucí loga Asociace hotelů a restaurací České republiky a CzechTourism. (Hotelový provoz, 2023)

3.2. Organizace hotelu

Organizace zlepšuje kooperativu mezi pracovníky dané služby a je důležitá pro chod firem. Organizační struktura vychází z objemu a náplně hotelového a restauračního provozu a závisí na rozsahu a druhu poskytovaných služeb. Vytváří se pro zjednodušení práce a pro hladký chod podniku. Měla by být co nejjednodušší, velmi přehledná a jednotlivé činnosti by měly koordinovat mezi sebou. Současným trendem je tvořit tzv. štíhlý management. Štíhlý management se snaží odstranit všechny zbytečné činnosti tak, aby každá činnost měla přidanou hodnotu. Organizační strukturu většinou strukturuje vedoucí podniku. (Hotelový provoz, 2023)

Organizace se zaměřuje na dělbu práce, spolupráci jednotlivých úseků, delegování rozhodovacích pravomocí a vztahy nadřízenosti a podřízenosti. Podle činnosti se pak pracovníci rozdělují na obchodně provozní, řídicí a technicko-hospodářské. Mezi obchodně provozní patří zejména pracovníci ve výrobě (kuchaři, cukráři, pekaři), pracovníci v obsluze (vrchní číšník, číšníci, servírky, barmani) a pracovníci v ubytování (recepční, pokladník, směnárník, pokojské, vrátný apod.). Podílí se na tvorbě maloobchodního obratu, chodu podniku a starají se o blaho hostů. Tvoří největší skupinu zaměstnanců v ubytovacích zařízeních. Řídicí pracovníci (ředitel a jeho náměstci vedoucí středisek) organizují a kontrolují činnost obchodně provozních a technicko-hospodářských pracovníků.

Technicko-hospodářští pracovníci se na tvorbě maloobchodního obratu nepodílí, zajišťují provoz podniku po technické a hospodářské stránce, patří sem například účetní, sekretářka, topiči, údržbáři nebo uklízečky. (Hotelový provoz, 2023)

Vedení podniku si pro přehlednost často tvoří organizační schéma. V organizačním schématu jsou zadána všechna pracovní místa a jejich obsazenost. U funkcí bývá napsán hlavní úkol, místo, kde je práce vykonávána, nadřízená a podřízená funkce atd. Pravidlem bývá, že čím výše položená je pracovní pozice ve schématu, tím má větší pravomoc má.

TOP management je nejvyšší vedení společnosti. Na úseku ředitele se jedná o tyto pracovníky: generální ředitel hotelu, asistent ředitele, sekretářka ředitele a právník. Jejich úkolem je zajišťovat BOZP, řídit a kontrolovat práci podřízených zaměstnanců, spravedlivě odměňovat, dohlížet na dodržování pravidel apod.

Provozní management je další nedílnou součástí organizace v hotelnictví. Provozním managementem se rozumí jednotlivé úseky hotelu a jejich části jako ubytovací, stravovací a technický. Úkolem provozního managementu je zajistit plynulý každodenní chod hotelu. (Hotelový provoz, 2023)

4. Podnikání v ubytovacích službách

Podnikání v ubytovací službách má své náležitosti, důležitá jsou obzvláště nutná oprávnění, povinnosti či hygienické nároky.

4.1. Zařazení

Ubytovací služby se řadí podle CZ-NACE do kategorie I - Ubytování, stravování a pohostinství. Konkrétně pod číslem 55 - Ubytování.

CZ-NACE k 10.05.2023 uvádí: *“tento oddíl zahrnuje poskytování krátkodobého ubytování hostů. Patří sem rovněž delší, ale časově omezené ubytování studentů, pracujících a podobných jednotlivců. Některé jednotky mohou poskytovat pouze ubytování, zatímco jiné nabízejí ubytování v kombinaci se stravováním nebo rekreační vybavení nebo obojí.*

Tento oddíl nezahrnuje činnosti dlouhodobého ubytování v zařízeních, jako jsou byty, typicky pronajímané na měsíc nebo rok - klasifikováno v Činnostech v oblasti nemovitostí.”

4.2. Oprávnění

Ubytovací služby jsou oborem živnosti volné. Živnosti volné mohou být provozovány na základě pouhého ohlášení na libovolném živnostenském úřadu. K získání živnostenského oprávnění musí být splněny všeobecné podmínky provozování živnosti a to být plně svéprávný, starší 18 let, způsobilý k právním úkonům a být trestně bezúhonný. Živnostenský úřad si dané náležitosti sám ověřuje a nakonec je nutné zaplacení poplatku pro vydání živnostenského oprávnění. Pro provozování této živnosti živnostenský zákon nevyžaduje prokazování odborné nebo jiné způsobilosti získané praxí. Pokud žadatel splňuje veškeré zákonem stanovené podmínky, živnostenský úřad provede zápis do živnostenského rejstříku. Do 5 dnů ode dne doručení ohlášení vydá podnikateli výpis a přidělí IČO, což je v České republice unikátní osmimístné identifikační číslo právnické osoby nebo podnikající fyzické osoby. (Městská část Praha 1, 2023)

4.3. Povinnosti ubytovacích zařízení

V této kapitole se podíváme na důležité povinnosti, které se vážou s vedením a provozováním ubytovacích zařízení.

4.3.1. Povinnost mít platné povolení k provozování ubytovacího zařízení

Tato povinnost je základním kamenem legálního provozování ubytovacích služeb. Žadatel o toto povolení musí splnit několik podmínek a to například dodržování požárních a hygienických předpisů nebo technické vybavení ubytovacího zařízení. Takové povolení je vydáváno místním obecním úřadem. Povolení je vydáváno pouze na omezenou dobu a je nutné ho obnovovat každých 5 let. (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2019)

4.3.2. Povinnost přihlásit pobyt hostů

Zákon č. 326/1999 Sb. o pobytu cizinců na území ČR a o změně některých zákonů dává ubytovacím zařízením za povinnost přihlášení pobyt hostů v České republice. Lze tak provést například přes webový portál ubyport.policie.cz. Tuto povinnost je nutno nabýt do 3 dnů od započetí pobytu cizince v ubytovacím zařízení.

Toto přihlášení je důležité z mnoha důvodů a nejedná se pouze o formalitu. Je to základní nástroj pro kontrolu pohybu cizinců na území České republiky. Pokud by ubytovací zařízení porušilo tuto povinnost, hrozí mu pokuta až do výše 1 milionu korun. Pokud tuto povinnost bude porušovat opakovaně, hrozí mu odebrání živnostenské licence. (Ministerstvo vnitra ČR, 2021)

4.3.3. Povinnost vést ubytovací knihu

Účelem ubytovací knihy je evidovat pohyb hostů v daném ubytovacím zařízení a zaznamenávat informace o hostech, jako jsou například osobní údaje, délka pobytu a platební informace. Tuto skutečnost potvrzuje i Ministerstvo financí, které uvádí, že ubytovací kniha slouží k vedení evidence osob ubytovaných na území ČR, a to jak pro účely statistiky, tak pro potřeby státní správy při kontrole dodržování zákonných povinností poskytovatelů ubytování. (Ministerstvo financí ČR, 2021)

Pokud poskytovatel ubytovacích služeb tuto povinnost nedodržuje, ať nevedením ubytovací knihy či nesprávným vedením, může mu být uložena pokuta ve výši až 50 tisíc korun. (Zákon č. 565/1990 Sb.)

4.3.4. Povinnost odvádět místní poplatky

Tato povinnost je velmi jednoduchá, ubytovatel neboli ubytovací zařízení je povinno vybírat od hostů poplatek za každou noc, kterou v daném zařízení stráví. Výši místního poplatku vyměřuje obec, pohybuje se už od několika desítek korun za noc. Například v Liberci je sazba 19 korun na noc, od července roku 2023 se bude poplatek zvyšovat na 40 korun. Tyto poplatky by poté měly být použity k financování infrastruktury a veřejných služeb. (TTG – vše o cestovním ruchu, 2023)

Opětovně za nesplnění této povinnosti hrozí ubytovacímu zařízení odebrání oprávnění k provozování ubytovacího zařízení. (Zákon č. 565/1990 Sb.)

4.4. Hygienické nároky

Hygienické nároky v ubytovacích službách jsou zásadní pro zajištění zdraví a bezpečnosti hostů. Mezi povinnosti ubytovatelů patří pravidelná kontrola a úklid ubytovacích prostor, zajištění čistého ložního prádla a hygienických potřeb. Specificky výměna ložního prádla je povinně prováděna při každé změně hostů v ubytování, či při dlouhém pobytu je výměna povinná minimálně jednou za 14 dní. Všechny minimální požadavky jsou stanovené nařízením Ministerstva zdravotnictví ČR č. 523/2006 Sb. 18.

Splnění těchto podmínek či jejich přísnějších variant má za příčinu zvýšenou spokojenost na straně zákazníka. Podle výzkumu Asociace hotelů a restaurací ČR nebo podle

studií provedených v časopise Cestovní ruch a regionální rozvoj jsou hygienické nároky jedním z nejdůležitějších faktorů na spokojenost klientů.

4.5. Konkurence a stanovení ceny

Stanovení ceny a odlišení se od konkurence jsou hlavní klíče k úspěšnému vedení byznysu jak v rovině obecného podnikání tak i v podnikání v ubytovacích službách. Existuje několik faktorů, které ovlivňují stanovení ceny, patří sem například sezónnost, umístění, kvalita služeb a množství konkurence. (KŘIVÁNEK, 2008)

Jednou z možností, jak odlišit své ubytování od ostatních, je být inovativní a to například nabízením originálních služeb či produktů. Jako příklad můžeme uvést Hotel Anybody v Brně, který má pokoje stylizovány podle různých slavných filmů. Další inovace si můžete přečíst v kapitole 9.1 Alternativní formy ubytování. (Anybody, 2023)

Ubytovací zařízení nejvíce ovlivňuje sezónnost, která zvyšuje nebo snižuje poptávku a z toho jednoduše vyplývá zvyšování nebo snižování tržeb. V období mimo sezónu zařízení často nabízí slevy či různé akce, které mají za účel zvýšit poptávku po ubytování. (KŘIVÁNEK, 2008)

Dalším významným faktorem je umístění hotelu, ať už se jedná o horský penzion nebo městský hotel. Velmi jednoduše řečeno, čím blíže se zařízení vyskytuje k tíženému cíli či atrakci, tím jsou klienti ochotni zaplatit vyšší cenu za pohodlnou a výhodnou polohu. (KŘIVÁNEK, 2008)

5. Hotel Praha Liberec

Hotel Praha Liberec, typický městský hotel, se nachází v srdci centra Liberec a jednou z jeho hlavních výhod je právě jeho umístění. Jedná se o jeden ze šesti hotelů společnosti GRANDEZZA HOTELS s.r.o. Dalšími hotely této sítě je Hotel Chateau Kotěra v Ratboři u Kolína, Hotel Okresní Dům v Hradci Králové, Hotel PLAZA a Hotel La Romantica v Mladé Boleslavi a nakonec Hotel Grandezza v srdci Brna. (Hotel PRAHA Liberec, 2023)

Hotel Praha byl postaven mezi lety 1905 a 1906 ve stylu geometrické secese. Majitel tento hotel pojmenoval po sobě a to tedy Schienhof. Své nynější jméno získal hotel až v roce 1945, kdy byl přejmenován právě na Hotel Praha. Bohužel od roku 1951 do roku 1982 byla tato budova vlastněna Stavoprojektem. V následujících letech budova prošla rekonstrukcí a od té doby je zde tříhvězdičkový hotel. (LIBEREC:REICHENBERG, 2011)

Hotel do října roku 2022 oficiálně nabízel ve svém repertoáru 29 pokojů, které hotel rozdělával do 4 kategorií. Poté do své nabídky přidal dvoulůžkové pokoje kategorie Deluxe a navýšil tím své portfolio o dalších 11 nových pokojů.

5.1. Vývoj tržeb a nákladů v Hotelu Praha Liberec

Zaměříme se na vývoj tržeb a nákladů, na data získaná z účetního oddělení GRANDEZZA HOTELS s.r.o. za období říjen 2021 – listopad 2022. Všechna potřebná data k vytvoření následujících grafů jsou k dispozici v příloze.

5.1.1. Vývoj tržeb

V grafu č. 1 vidíme vývoj tržeb v Hotelu Praha od října roku 2021 do listopadu roku 2022. Hlavní bod, na který bychom upozornili, je postupný pokles tržeb v období mezi říjnem a prosincem roku 2021. Tento pokles byl zapříčiněn vládním nařízením o omezení ubytovacích služeb pouze pro pracovní pobyty. Můžeme vidět propad tržeb v prosinci téměř až na polovinu. Následně zde od počátku roku 2022 pozorujeme postupné zvyšování tržeb a to díky postupnému rozvolňování vládních nařízení a obnovení rekreačních pobytů.

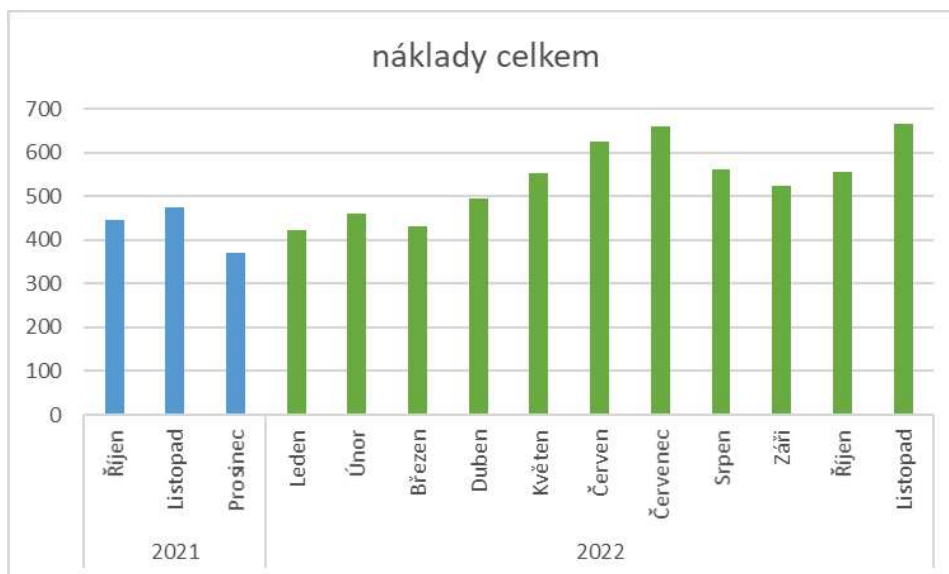


Graf č. 1 - vývoj tržeb v Hotelu Praha za období říjen 2021 – listopad 2022

5.1.2. Vývoj nákladů

V této kapitole se podíváme na vývoj nákladů spojených s vedením a provozováním ubytovacího zařízení Hotelu Praha za období od října roku 2021 až do listopadu roku 2022.

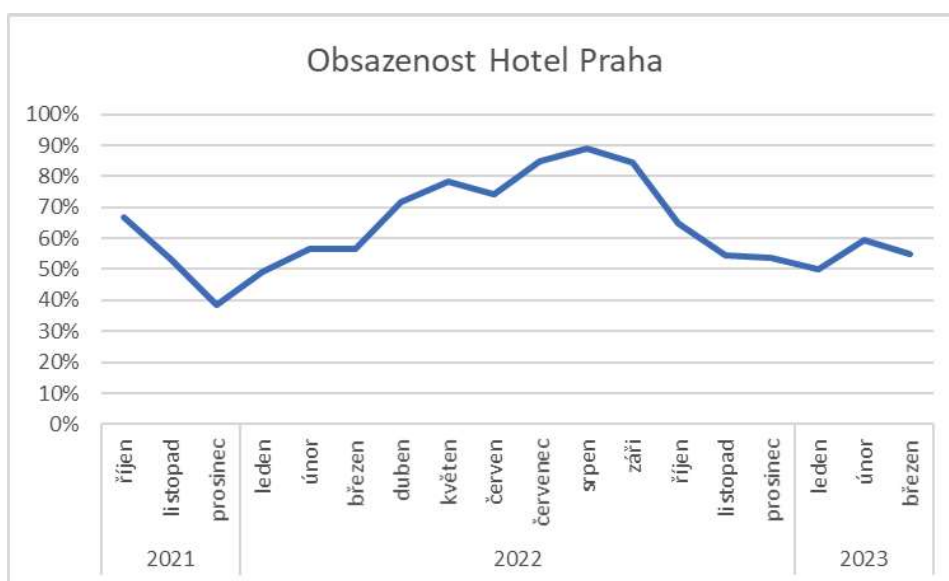
Když se podíváme na graf č. 2, náklady v námi vybraném hotelu jsou až na menší odchylky téměř konstantní. Můžeme si zde všimnout lehkého nárůstu nákladů v období konce jara a průběhu léta 2022, který je zapříčiněn větší poptávkou, což logicky ústí v nárůst výdajů na zaměstnance, další vliv je dokončování rekonstrukce nových pokojů, která byla dokončena v červenci roku 2022, přestože pokoje byly oficiálně otevřeny až v říjnu roku 2022.



Graf č.2 - vývoj nákladů v Hotelu Praha za období říjen 2021 – listopad 2022

5.1.3. Vývoj obsazenosti

Hotel Praha Liberec nedisponoval celou námi zkoumanou dobou stejným počtem pokojů, z toho důvodu se budeme zabývat procentuálním obsazením ubytovacího zařízení.



Graf č. 3 – procentuální obsazenost Hotelu Praha za období říjen 2021 – březen 2023

Propad obsazenosti ke konci roku 2021 je zapříčiněn dříve zmíněným vládním nařízením o omezení cestování a následný nárůst je spojen s rušením těchto omezení. Poukážeme také na září až listopad roku 2022 v grafu č. 3 a v grafu č. 1. V grafu č. 3 můžeme pozorovat postupný ale silný pokles až o 34% v obsazenosti hotelu. Pokud ale tyto hodnoty porovnáme se stejným obdobím v grafu č. 1, můžeme si všimnout, že předpokládaný úbytek celkových tržeb se nekonal. Toto je ovlivněno dvěma faktory, prvním je celkové zdražení všech nabízených pokojů a druhým faktorem ovlivňujícím obsazenost je otevření nové části hotelu 13. října roku 2022. V grafu č. 3 můžeme také pozorovat v únoru roku 2023 nárůst zájmu o ubytování spojeným s jarními prázdninami ve školách.

5.1.4. Jednotlivé položky a provize

Na následujícím obrázku č. 1 vidíme tabulku s jednotlivými nákladovými položkami. Samozřejmě si zde můžeme všimnout největší položky a to mzdových nákladů. Dále bychom zde poukázali na celkem vysokou částku za praní a žehlení, protože Hotel Praha spolupracuje s externí prádelnou.

Další a asi nejzajímavější položkou pro ubytovací zařízení je provize z rezervací. Hotel Praha v tuto chvíli spolupracuje a inzeruje své ubytování na čtyřech portálech a to jsou Booking.com, HRS Group, Expedia a Hotelový software PREVIO. Tyto inzerce nejsou zdarma, portály si účtují provizi mezi 15 a 25 % z jednotlivých cen za ubytování.

HP 2/2022		únor
	tržba za ubytování	478.585
	Náklady	
1.	mzdové náklady	231.214
2.	zákonné pojištění	0.000
3.	příspěvek na stravné	0.000
4.	spotřeba plyn	22.000
5.	spotřeba voda	8.000
6.	spotřeba el. Energie	18.000
7.	vybavení hotelu	5.936
8.	režijní materiál	4.311
9.	zahraniční tisk	0.000
10.	drogerie pro hosty	3.551
11.	drogerie úklid	0.655
12.	kancelářské potřeby, tonery	0.881
13.	praní a žehlení	24.454
14.	odpad	1.731
15.	nakupované služby	26.645
16.	účetní práce	17.000
17.	internet	0.000
18.	servis výtahu	1.880
19.	údržbář	11.000
20.	materiál, údržba	0.000
21.	poštovné	0.000
22.	telefony	0.575
24.	provize z rezervací	59.750
25.	bankovní poplatky	6.257
26.	poplatky městu	5.073
27.	poplatky TV, rozhlas	6.030
28.	ručníky	0.000
29.	prostěradla, povlečení	4.400
30.	www server, doména	0.250
31.	Ostraha+ ostatní	0.700
	náklady celkem	460.293
	potenc. nájemné	18.292

Obrázek č. 1 – tržba a náklady za únor 2022

Pokud se podíváme na položku “provize z rezervací” v obrázku č. 1 zjistíme, že hotel zaplatil na provizích 59 750,- Kč. Pokud počítáme s 15% provizemi, celková částka přijatá za rezervace provedené přes portály činí 398 333,- Kč.

Následně si můžeme lehce vypočítat, že rezervace z dříve zmíněných portálů tvoří přibližně 83% část z celkových tržeb hotelu. Upozorníme, že se jedná pouze o přibližný výpočet, za předpokladu že provize ze všech rezervací jsou 15 %. Při přesném výpočtu by celková procentuální hodnota byla pravděpodobně ještě vyšší.

Pro zajímavost se můžeme podívat na následující měsíc, abychom ověřili, zdali se jedná o náhodu či nikoliv. Zvolíme si srpen roku 2022, kde tržba za ubytování činila 974 049,- Kč a provize činili 120 703,- Kč. Opět počítáme s 15% provizí z celkové ceny za ubytování. Celková částka přijatá za rezervace provedené přes portály je tedy 804 687,- Kč.

V měsíci srpnu tak hodnota rezervací přijatých přes externí portály činí 82% část celkových tržeb hotelu. Můžeme tedy říci, že se nejedná o náhodu, a že tento hotel je velmi silně závislý na propagaci skrz portály a přímé rezervace, ze kterých si hotel ponechává celou přijatou částku, činí pouze přibližných 15 %.

Důvodem, proč tomu tak je, je jistě bezpečnost a jistota. Tyto portály si zakládají na tom, aby všechny poskytnuté informace zákazníkovi byly pravdivé. Tímto zajišťují určitou ochranu před podvodnými a nekvalitními ubytovacími zařízeními. (Guttentag, D, 2015)

Jednoduchost a široký výběr je další důležitý aspekt, který je spojen s rezervací přes online portály jako je Booking.com či Expedia. Na online portálech mají zákazníci výběr z velmi velkého množství ubytování a lze velmi snadno porovnat ceny nebo lokaci jednotlivých ubytování. Důležité jsou také recenze návštěvníků. Toto vše umožňuje efektivnější a rychlejší rezervaci než-li přímo přes hotel. (Guttentag, D, 2015), (Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W., 2017)

Na těchto portálech lze často najít také slevy, které se na soukromých webových stránkách ubytovacích zařízení nenachází. Ubytovací zařízení tímto krokem poskočí ve svém „zobrazovacím ratingu“ a jsou poté na stránkách ukazované výše, tím pádem jsou atraktivnější pro nové zákazníky. (Guttentag, D, 2015), (Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W., 2017)

5.2. SWOT analýza

Celá tato analýza vychází z hodnocení nalezených na portálech, na kterých Hotel Praha Liberec inzeruje, a také z osobní zkušenosti zaměstnance.

5.2.1. Silné stránky

Mezi silné stránky hotelu patří výborná poloha v centru města, která zaručuje dochozí vzdálenost skoro ke všem žádaným atrakcím ve městě a jednoduchý přístup k městské hromadné dopravě. Zákazníci se, dle recenzí, také mohou spolehnout na kvalitní servis od všech zaměstnanců v hotelu a velice kvalitní možnosti stravování. Dalším lákadlem je architektonická historie a vybavenost hotelu, která svým půvabem láká všechny milovníky secese a historie. Výhodou hotelu je i bezpečné parkoviště náležející k hotelu.

5.2.2. Slabé stránky

Mezi slabé stránky hotelu jsme zařadili velmi nízkou aktivitu na sociálních sítích a až neviditelnou reklamu. Jediná nalezená propagace je na externích webech jako je Booking.com a Expedia. Dále je slabou stránkou velice omezená nabídka doplňkových služeb. Největší slabou stránkou je velmi vysoká závislost na rezervacích přes webové portály, které hotel nevlastní, a tudíž jim musí platit provize. Více informací o těchto provizích uvádíme v kapitole 5.1.3.

5.2.3. Příležitosti

Rozvoj turistického ruchu v menších městech je značnou příležitostí na získání nových klientů. K získání více hostů by jistě napomohla i investice do digitálního marketingu, pro i jiné zviditelnění než přes již dříve zmíněné externí stránky. Dále bychom doporučovali rozšíření služeb, které hotel nabízí, například o možnost masáží, wellness služeb nebo fitness centra, které by vedlo k větší spokojenosti klientů a větší personalizaci.

5.2.4. Hrozby

Hrozbu přímo zmíněnou hotelem je pokles poptávky o ubytování v zimní sezóně, která je také mimo jiné spojena s nepříznivými klimatickými podmínkami často se objevících v posledních letech. Ekonomická nestabilita a rychle se měnící trendy v preferencích hostů představují další hrozby. Velmi vysoká konkurence je typická pro celé ubytovací služby.

5.3. Marketingový mix 7P

V této kapitole je provedena krátká analýza marketingového mixu vztahujícího se k ubytovacímu zařízení Hotel Praha.

5.3.1. Product

Hotel Praha nabízí 41 pokojů rozdělených do 6 kategorií dle vybavení a velikosti pokoje tak, aby mohl uspokojit co největší škálu klientů. Součástí pokojů je soukromá koupelna, televizor a bezplatný přístup k wi-fi. Mezi další služby, které hotel nabízí, patří praní a žehlení prádla a snídaně nabízená za cenu 169,- Kč na osobu. V budově hotelu se také nachází kavárna a restaurace a hostům je k dispozici parkoviště.

5.3.2. Price

Hotel se zaměřuje na ubytování střední vrstvy, kde za poměrně rozumnou a konkurence schopnou cenu nabízí kvalitní služby. Cena se pohybuje od 1.000,- Kč po 2.250,- Kč za pokoj, za noc, dle počtu osob v pokoji a jeho typu. Cena však nezohledňuje sezónní poptávku a cena se během sezóny mění.

5.3.3. Promotion

Hotel Praha nabízí své ubytování na svých webových stránkách a také na rezervačních platformách jako jsou Booking.com nebo Expedia. Jiné formy reklamy však hotel nevyužívá.

5.3.4. Placement

Umístění ubytovacího zařízení je nedílnou součástí benefitů. Hotel Praha se nachází v blízkosti oblíbeného městského centra a to přímo u Liberecké radnice. Umístění hotelu mu tak dává strategickou výhodu, jelikož se nachází v těsné blízkosti turistických lákadel. Hotel je také pro hosty velice dobře dostupný jak veřejnou městskou dopravou tak i dopravou osobní. Pro někoho ale může být okolí hotelu příliš rušné.

5.3.5. People

Ve službách jako je hotelnictví se neobejdeme bez lidského kontaktu mezi hostem a pracovníkem ubytovací služby. Požadavkami na zaměstnance jsou mimo jiné komunikativnost, správné vystupování, upravenost, spolehlivost a dochvilnost. Je důležité, aby budoucí zaměstnanec zapadl do kolektivu a aby nevznikaly rozepře mezi kolegy. Vytvoření příjemné atmosféry a výborná péče o hosty je klíčová součástí celkového zážitku z pobytu v hotelu.

5.3.6. Process

Hotel Praha má svůj rezervační systém, který je bohužel zdlouhavý a náročný. Proto se častěji klienti uchýlí k rezervačním portálům jako je Booking. Recepce je v hotelu pro hosty dostupná nepřetržitě a na pokojích mají hosté telefon s přímým spojením právě na recepci. Hotel také nabízí bezplatný a rychlý internet pro potřebnou komunikaci hosta, pro pracovní záležitosti či pro vyhledávání zajímavých míst v okolí.

5.3.7. Physical environment

První dojem zákazníka je velmi důležitý, podstatná není v tomto ohledu jen samotná budova a její místnosti, ale i vzhled zaměstnanců. Jelikož se Hotel Praha nachází v okolí kulturních památek, ponechal si vzhled secesní doby. Hotel dbá také na čistotu a celkovou upravenost. Ale jak praví staré přísloví: „Není na světě člověk ten, aby se zavděčil lidem všem.“ Či-li není možné, aby se hotel zavděčil každému vkusu zákazníka. Hotel také nabízí hostům květiny na pokoj na přání.

6. Penzion Krmelec

Penzion Krmelec se nachází v Jizerských horách na úpatí Tanvaldského Špičáku nedaleko hranic s Polskem a Německem. Penzion Krmelec nabízí ubytování ve dvou dvoulůžkových a pěti čtyřlůžkových pokojích s vlastní koupelnou. K dispozici je také restaurace s vyhrazeným místem pro ubytované, lyžárna, venkovní terasa a dětský koutek. (Penzion Krmelec, 2023)

V okolí penzionu je mnoho aktivit, které si hosté mohou užít. V zimních měsících je zde možnost lyžování a snowboardingu na okolních sjezdovkách. V letních měsících je zde možnost turistiky a cykloturistiky po okolních horách a údolích. Pokoj v penzionu si lze rezervovat skrz soukromé webové stránky nebo telefonicky, ale také skrz rezervační portál Booking.com. (Penzion Krmelec, 2023)

Tento penzion vlastní větší jablonecká firma SUNDISK s.r.o., která mimo ubytovacích služeb, poskytuje také služby v oblasti cateringu, firemních akcí a půjčoven sportovního náčiní. (Penzion Krmelec, 2023)

6.1. SWOT analýza penzionu Krmelec

Tato analýza vychází primárně z dlouholetých osobních zkušeností a dále také z webových stránek penzionu.

6.1.1. Silné stránky

Mezi silné stránky hotelu patří ideální umístění. Jedná se o výhodnou polohu v Jizerských horách umožňující jednoduchý přístup do hor a, na rozdíl od některých jiných horských hotelů, je zde skvělá dostupnost jak autem tak vlakem. V okolí je možná široká nabídka aktivit, například lyžování, turistika nebo cykloturistika. Hotel má i dobré recenze od hostů a vyznačuje se dle nich příjemným personálem a kvalitními službami za adekvátní cenu. Další silnou stránkou je jistě zázemí, které penzionu poskytuje společnost SUNDISK s.r.o. Díky širšímu působení této firmy má penzion určitou jistotu i v době, kdy není klientská situace pro ubytovací služby ideální.

6.1.2. Slabé stránky

Slabou stránkou je jistě velice nedostatečný marketing a tím špatná viditelnost na trhu. Další slabou stránkou je i malý počet pokojů a nízká kapacita penzionu, kde každé neobsazení pokoje se velmi markantně projeví v tržbách ubytovacího zařízení.

6.1.3. Příležitosti

Největší příležitostí hotelu je růst zájmu o cestování v České Republice, jak českými občany tak i zahraniční klientelou. Penzionu by mohla pomoci také spolupráce s místními turistickými organizacemi a propagace penzionu jako součásti regionálního zážitku. Určitě bychom také doporučili rozšíření marketingových aktivit a větší využití sociálních sítí jako možnosti pro reklamu.

6.1.4. Hrozby

Hlavními hrozbami jsou vysoká přímá i nepřímá konkurence v tomto odvětví a nevyzpytatelné klimatické podmínky. Dalšími hrozbami jsou i ekonomická a politická nestabilita, které mohou mít negativní vliv na celý cestovní ruch.

7. Porovnání Penzionu Krmelec a Hotelu Praha

Je obtížné přímé porovnání Hotelu Praha v Liberci a penzionu Krmelec v Jizerských horách, protože se jedná o dva různé typy ubytování. Hotel Praha je větší ubytovací zařízení s více pokoji, vyššími cenami a nachází se v centru města, zatímco penzion Krmelec je menší zařízení s méně pokoji, nižšími cenami a nachází se v horách. Jedná se o takzvané nepřímé konkurenty.

Hotel je vhodnější pro náročnější hosty, kteří hledají luxusnější ubytování a vydávají se do města spíše za kulturou či zábavou. Typickými hosty hotelu jsou páry, rodiny či lidé na pracovních cestách. Obsazenost je ovlivněna počasím, ale ne drastickým způsobem.

Penzion je jednodušší zařízení nabízející pouze základní služby. Je vhodný pro hosty, kteří hledají jednoduché a cenově dostupné ubytování v klidném prostředí. Penzion navštěvují primárně rodiny s dětmi ale také větší skupiny. Obsazenost hotelu je obzvláště citlivá na klimatické podmínky, neboli například existence tržeb v zimě velice závisí na tom, jestli daný rok nasněží nebo ne.

Záleží tedy hlavně na preferencích hostů, jaké ubytování by jim více vyhovovalo. Pokud hledají luxusnější ubytování a více možností aktivit a služeb, mohou preferovat Hotel Praha. Pokud však hledají jednoduché a cenově dostupné ubytování, které jim poskytne klidnou atmosféru, může být pro ně lepší volbou penzion Krmelec.

Obě ubytovací zařízení také mají velmi omezenou marketingovou strategii, využívají pro rezervace jak vlastní webové stránky tak internetové portály a potýkají se silnou konkurencí v tomto odvětví.

8. Dopady nedávných světových událostí na ubytovací služby

Ubytovací služby a obecně celý cestovní ruch je velmi citlivý na jakékoliv změny na světovém trhu a na světové události. V posledních letech ovlivňovala ubytovací služby obzvláště pandemie Covid-19, následná ekonomická krize a válka na Ukrajině.

8.1. Dopady pandemie Covid-19

Pandemie covidu-19 měla výrazný dopad na ubytovací služby po celém světě. Omezovala cestování, způsobila uzavření hranic a rušení veřejných akcí, což vedlo k poklesu poptávky po ubytování a k významnému propadu tržeb pro mnoho podniků.

V průběhu pandemie se však také objevily některé pozitivní trendy. Dle Českého statistického úřadu více cestují v rámci své země, což vede k větší poptávce po ubytování v menších městech, obcích a na venkově. Tyto trendy mohou pomoci některým podnikům v této oblasti zůstat v provozu a dokonce zaznamenat nárůst tržeb.

Mnohá ubytovací zařízení ale byla nucena uzavřít nebo omezit svůj provoz. To vedlo k významnému propadu výnosů a ztrátám v tomto odvětví. Ubytovací zařízení, která byla závislá na turistickém ruchu z ciziny, utrpěla největší ztráty.

Mnoho podniků muselo také přizpůsobit své služby novým podmínkám. To zahrnovalo dodržování sanitárních opatření, jako je dezinfekce pokojů a společných prostor, zavedení distančního stravování a změny procesů check-in a check-out.

8.1.1. Ubytovací služby v České Republice během pandemie Covid-19

V březnu 2020 došlo k uzavření českých hranic a následnému omezení pohybu občanů. Tyto nařízení postupně vedli i k omezení ubytovacích služeb. Jako příklad zde přidáváme nařízení vlády č. 267/2020 Sb. - vydáno 12. 4. 2020. Toto ustanovení povolilo k využívání ubytovacích zařízení pouze v rámci karantény. Ubytování bylo určeno pouze pro podezřelé z Covidu-19, osoby v kontaktu s již potvrzenou nakaženou osobou, nebo potvrzené infekční případy.

Mezi další význačná nařízení bychom zde zařadili nařízení vlády č. 542/2020 Sb. - vydáno 1. 7. 2020. Toto nařízení se týkalo kapacity naplnění daného objektu, hotelů, penzionů či chat. Byla zde stanovena maximální hranice na 50 % z kapacity, které byla povolena před pandemií Covidu-19.

6. listopadu 2020 vydala vláda nařízení č. 491/2020 Sb. Toto omezení se nejvíce dotklo rekreačních pobytů, jednalo se totiž o jejich naprostý zákaz. Zařízení mohlo poskytnout své ubytovací služby pouze osobám na služební cestě či osobám podnikajícím. Hosté se zde museli prokazovat potvrzením od zaměstnavatele. Velmi obdobné nařízení se opakovalo 26. února 2021 - nařízení vlády č. 191/2021 Sb. Toto nařízení bylo pouze rozšířené o osoby, které potřebovali ubytovat kvůli ošetření nebo kvůli péči o blízkou osobu. Obdobné nařízení bylo vydáno opět 22. října 2021.

Podle Českého statistického úřadu se v roce 2020 počet turistů v České republice snížil o 73,9 % ve srovnání s rokem 2019. Ubytovací služby se tak musely přizpůsobit novým

podmínkám, aby přežily. Mnoho hotelů a penzionů se zaměřilo na dlouhodobé pobyty a pronájmy, když se tradiční turistická sezóna zhroutila. Některé začaly nabízet nové služby, jako jsou home-office pokoje, aby uspokojili potřeby svých klientů.

8.2. Dopady ekonomické krize

Během ekonomické krize mají lidé tendenci snižovat své náklady a šetřit, což vede k větší obezřetnosti k výdajům na cestování a ubytování. Lidé tak buď vůbec necestují nebo se uchylují k levnějším variantám ubytování, jako jsou například hostely. Je důležité říct, že dopady této krize jsou různé v závislosti na určitém regionu a dalších faktorech. Zatímco dražší země a luxusnější ubytování může pociťovat ztrátu, levnější země nebo skromější ubytování může zaznamenat dokonce nárůst klientely. (Bäuchelová, M., 2020)

8.3. Dopady války na Ukrajině

Konflikt na Ukrajině může mít vliv na návštěvnost turistů v Česku a tím i na ubytovací služby. Pokud by se stále více lidí v Evropě necítilo bezpečně, mohlo by to vést k celkovému omezení cestování. Samozřejmě došlo k menšímu zájmu o návštěvu Česka ze strany ukrajinských a ruských turistů.

Na druhé straně pravděpodobně dochází k nárůstu návštěvnosti ze strany turistů z jiných zemí, kteří si volí Česko jako alternativu k návštěvě Ukrajiny.

Válka na Ukrajině také způsobila zdražení pohonných hmot, což má za následek zdražení obzvláště mezikontinentální dopravy, Česká Republika tak přišla o některé své klienty například z Asie či Ameriky. (Gáfríková, E., 2022)

9. Trendy a inovace

V posledních letech se trendy v ubytování poměrně výrazně mění. Hlavními příčinami těchto změn je technologický pokrok, vyšší zákaznické očekávání, větší důraz na ekologii a větší samostatnost či snaha o personalizovaný zážitek klienta.

9.1. Alternativní formy ubytování

Zatímco dříve bylo nejběžnější rezervovat si běžný hotelový pokoj nebo apartmán, dnes se stále více lidí obrací k alternativním formám ubytování, jako jsou například:

Airbnb a podobné platformy, které umožňují lidem pronajmout své vlastní byty, pokoje nebo domy turistům a cestovatelům. Díky nim se lidé mohou ubytovat mnohem levněji než v hotelech a mají větší volnost a pohodlí. (2023 Top Hospitality Industry Trends, 2023)

Coworkingové hotely se specializují na ubytování pro cestující za pracovními účely, kteří chtějí mít k dispozici kancelářské prostory a rychlý internet. Nabízejí také společenské prostory a příležitosti pro networking. (Five key trends shaping the future of the hospitality industry, 2022)

Boutikové hotely jsou většinou menší jedinečné hotely s unikátní designem reflektujícím určitou kulturu a snahou o autentizaci. Nabízejí vysokou kvalitu služeb a speciální zážitky pro klienty, jako jsou například ochutnávky vín, kurz vaření místních jídel nebo výroba místních produktů. (2023 Top Hospitality Industry Trends, 2023)

Hostely se stávají stále populárnější obzvláště mezi mladými lidmi a cestovateli s menším rozpočtem. Charakteristické jsou sdílené pokoje i sociální prostory a také společenské místnosti či kuchyňky. Ztráta soukromí je ale vykompenzována velkou cenovou dostupností. (2023 Top Hospitality Industry Trends, 2023)

9.2. Trendy a inovace

Mezi hlavní trendy, jak bylo již dříve zmíněno, patří právě personalizace služeb. Ubytovací zařízení se snaží nabízet zážitky, které jsou pro hosty specifické a plně odpovídají jejich potřebám a preferencím. Mnoho hostů se zajímá o místní kulturu, tradice a gastronomii. Ubytovací zařízení se tedy snaží nabízet hostům zážitky, které jsou spojené s místními zajímavostmi, jako jsou výlety, ochutnávky místních specialit nebo kulturní akce. (2023 Top Hospitality Industry Trends, 2023)

I ekologické a udržitelné ubytovací zařízení se stávají stále oblíbenějšími. Hosté si často vybírají zařízení, která se snaží minimalizovat svůj dopad na životní prostředí, a to například pomocí recyklace, šetrných technologií nebo používáním místních produktů. (Five key trends shaping the future of the hospitality industry, 2022)

Také digitalizace služeb je velkým trendem v oblasti ubytování. Ubytovací zařízení využívají online rezervační systémy, digitální check-in a check-out, mobilní aplikace a další technologické inovace, které umožňují hostům snadnější a pohodlnější pobyt. Populární jsou například digitální klíče, které umožňují hostům vstupovat do pokojů bez nutnosti fyzických klíčů. (11 Latest Hotel Industry Trends to Focus on for your Hotel's Growth, 2023)

Větší důraz je kladen i na bezpečnost a čistotu. Ubytovací zařízení se snaží zvyšovat úroveň čistoty a dezinfekce, minimalizovat kontakt klientů a personálu a poskytovat informace o zdravotních a bezpečnostních opatřeních. (The Latest Trends in The Hospitality Industry, 2023)

Závěr

Cílem této semestrální práce bylo podrobně prozkoumat ubytovací služby jako celek. V rámci této práce jsme přezkoumali historii ubytovacích zařízení, klasifikaci a organizaci hotelů. Dále jsme prošli povinnosti, které ubytovací zařízení musí v ČR povinně dodržovat, jako například povinnost přihlásit pobyt hostů nebo vést ubytovací knihu. Dále jsme provedli analýzu tržeb, nákladů a procentuální obsazenosti Hotelu Praha Liberec, kde jsme analyzovali období říjen 2021 až listopad 2022. Na základě získaných dat jsme zjistili, že Hotel Praha Liberec měl vysokou procentuální obsazenost během turistické sezóny, ale v některých měsících měl nižší obsazenost v důsledku nařízeních vydaných vládou ČR. Také jsme provedli SWOT analýzu, kde jsme jako hlavní slabou stránku uvedli skoro neexistující marketing ze strany Hotelu Praha Liberec. Poté jsme provedli porovnání hotelu s jeho nepřímým konkurentem penzionem Krmelec.

Zdroje

Anybody. *Anybody* (2023). Brno: ANYBODY. [online; cit. 2023-05-09] Dostupné z: <https://www.anybody.cz/vitejte>

Asociace hotelů a restaurací ČR. (2020). *Jak zajistit čistotu a hygienu v hotelu*. [online; cit. 2023-05-08] Dostupné z: <https://www.ahrcr.cz/jak-zajistit-cistotu-a-hygienu-v-hotel>

Bäuchelová, M. (2020). *Vliv finanční krize na cestovní ruch*. [online; cit. 2023-05-10] Dostupné z: <https://theses.cz/id/rv84rs/110453-478045964.pdf>

Bohmova, V. (2020). *Požadavky českého průmyslu na pracovníky v podmínkách průmyslu 4.0*. [online; cit. 2023-05-05] Dostupné z: <https://www.rilsa.cz/clanek/pozadavky-ceskeho-prumyslu-na-pracovniky-v-podminkach-prumyslu-4-0/>

Cordon, T. (2022). *Five key trends shaping the future of the hospitality industry*. [online; cit. 2023-05-10] Dostupné z: <https://www.entrepreneur.com/en-ae/growth-strategies/five-key-trends-shaping-the-future-of-the-hospitality/427155>

Český statistický úřad. (2021). *Turistická statistika* [online; cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/turisticka-statistika-2156-21-20210122>

EHL Insights (2023). *2023 Top Hospitality Industry Trends* [online; cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/hospitality-industry-trends>

eZee Editorial Team (2023). *11 Latest Hotel Industry Trends to Focus on for your Hotel's Growth*. [online; cit. 2023-05-10] Dostupné z: <https://www.ezeeabsolute.com/blog/hotel-industry-trends/>

Gáfríková, E. (2022). *Válka zasáhne i turismus*. [online; cit. 2023-05-10] Dostupné z: <https://www.denik.cz/cestujeme-do-sveta/cestovani-valka-na-ukrajine-dusledky.html>

Guttentag, D. (2015). *Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector*. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.827159> [cit. 2023-05-01]

Hotel PRAHA Liberec (2023). *Liberec*: ngstránky.cz, [online; cit. 2023-05-05]. Dostupné z: <https://www.hotelprahaliberec.cz/>

Hotelový provoz. (2023). *Kategorizace a klasifikace*. [online; cit. 2023-05-02] Dostupné z: <https://hotelovyprovoz.webnode.cz/maturitni-okruhy/kategorizace-a-klasifikace/>

KŘIVÁNEK, Václav. *Cestovní ruch a jeho řízení: případová studie*. Praha: C. H. Beck, 2014. ISBN 978-80-7400-549-1.

LIBEREC:REICHENBERG - architektura na severu Čech: *Hotel Praha* (2023). Liberec: Mgr. Petra Freiwilla, [online; cit. 2023-05-05]. Dostupné z: <https://liberecreichenberg.net/stavby/karta/nazev/120-hotel-praha>

Ljubičić, M. (2020). *Covid-19 and Accommodation Services: Impact and Responses*. *European Journal of Tourism Research*, 25, 259-272.

Městská část Praha 1. (2023). *Ubytovací služby a hostinská činnost*. [online; cit. 2023-05-07] Dostupné z: <https://www.praha1.cz/faq/ubytovaci-sluzby-a-hostinska-cinnost/>

Ministerstvo financí ČR. (2021). *Místní poplatky* [online; cit. 2023-05-07]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/verejny-sektor/mistni-samosprava/mistni-poplatky>

Ministerstvo pro místní rozvoj. *Jak začít podnikat v oblasti ubytování?* (2019). Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2019 [online; cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/getmedia/55a16f37-36eb-41c5-a1e5-764c01af1f15/Jak-zacit-podnikat-v-oblasti-ubytovani.pdf.aspx>

Ministerstvo vnitra ČR, *Kategorie pobytových povolení*, dostupné z <https://www.mvcr.cz/clanek/kategorie-pobytovyh-povoleni.aspx>

Ministerstvo vnitra ČR. *Kategorie pobytových povolení* [online; cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/kategorie>

NACE. (n.d.). *Ubytování*. [online; cit. 2023-05-08] Dostupné z: <http://www.nace.cz/55-ubytovani>

Penzion Krmelec. [online; cit. 2023-05-07] Dostupné z: <https://www.penzionkrmelec.cz/cs/>

Revfine (2023). *The Latest Trends in The Hospitality Industry* [online; cit. 2023-05-10]. <https://www.revfine.com/hospitality-trends/>

TTG – vše o cestovním ruchu: *V Liberci poplatky za ubytování stoupne na dvojnásobek* (2023). není uvedeno: Newsroom TTG / ČTK, [online; cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.ttg.cz/v-liberci-poplatek-za-ubytovani-stoupne-na-dvojnasohek/>

Vacek, J. (2015). *Ekonomika hotelnictví*. [online; cit. 11.5.2023] Dostupné z: https://is.slu.cz/el/opf/zima2020/CVABPEHL/um/1.Ekonomika_Hotelnictvi.pdf

Vojáčková, L. a Kol. (2013). *Moderní hotelový management*. Praha: Grada.

Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). *A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism*. *Tourism Management*, 58, 51-65. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.012>

Zákon č. 159/1999 Sb., o státní správě v oblasti průmyslu a obchodu, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 326/1999 Sb., o pobytu cizinců na území ČR a o změně některých zákonů

Zákon č. 565/1990 Sb., o místních poplatcích