

V hotelnictví klesá počet zaměstnanců

V hotelnictví loni pracovalo 27 tisíc zaměstnanců, nejméně za posledních šest let. Počet hotelových hostů přitom v posledních třech letech stoupal. Aktuálně na 1000 hostů v hromadných ubytovacích zařízeních připadá 2,09 zaměstnanec. Vyplyvá to ze statistik analytické společnosti Mag Consulting. Adekvátní je pro udržení kvality služeb zhruba 2,2 až 2,4 zaměstnanec na 1000 hostů hotelových zařízení, uvedl ředitel Mag Consulting Jaromír Beránek. Snižování početních stavů personálu nastalo v roce 2009, kdy se v důsledku nástupu krize cestovního ruchu a s ním spojeným úbytkem hostů museli hoteliéři vypořádat s přežatými zaměstnanci. Tehdy dosahoval poměr zaměstnanců na 1000 přenocování hostů 0,83 osoby, což je nejvyšší hodnota ve sledovaném období. Loni to bylo 0,7 zaměstnanec, dodal. Snižování počtu zaměstnanců přes znatelný nárůst poptávky po hotelovém ubytování je podle místopředsedy Asociace cestovních kanceláří České republiky (ACK ČR) Jana Papeže způsobené cenovou válkou mezi tuzemskými hoteliéři, která podkopává tržby celému segmentu podnikání. „Někteří hoteliéři nemají peníze na udržování hotelových kapacit, snižují počet zaměstnanců a zároveň klesá i kvalita personálu,“ vysvětlil. Tento trend podle něj nezbytně povede k nespokojenosti zejména zahraničních klientů, jejichž možný odliv přitom zvýší tlak na další snižování cen za ubytování.



Grand Restaurant Festival přilákal přes 22 tisíc lidí

Třetí ročník gastronomického Grand Restaurant Festivalu letos přilákal na kulinářské speciality 22 354 hostů, tedy zatím nejvíce v jeho historii. Festivalu, který se konal od 15. ledna do 15. února, se zúčastnilo 63 vybraných restaurací v Praze, Brně, Ostravě, Olomouci, Karlových Varech nebo Krnově. Nejnavštěvovanějším podnikem letošního ročníku se stala Francouzská restaurace v pražském Obecním domě. Informovala o tom mluvčí festivalu Dominika Vrkotová. Letos se festival nesl v duchu receptur z lokálních surovin. Šéfkuchaři připravili pro své hosty pokrmy v kategoriích mistrovský kousek šéfkuchaře, nejlepší jídlo od maminky a tzv. Czech Specials či tradiční specialita. Největší zájem byl o celé degustační menu v ceně 600 korun.



Nejvyšší návštěvnost byla v Praze, druhým nejúspěšnějším městem se stalo Brno a třetím Olomouc. V průměru navštívilo během festivalu každou restauraci 355 labužníků. „Osobně mě hodně překvapilo městečko Krnov uprostřed Jeseníků, kde se účastnila jediná restaurace – Cvilín hotel, který byl pátý nejlepší,“ řekl zakladatel a pořadatel festivalu Pavel Maurer. Letošní novinkou se stal Mňam Vlak, který byl vypraven z Prahy do Olomouce a kromě gastronomické ochutnávky přímo ve vlaku nabídl i návštěvu tří vybraných olomouckých restaurací, včetně setkání s místními šéfkuchaři. I přes vyšší cenu, která činila 3290 korun, byl o Mňam Vlak velký zájem. „Předprodej míst byl zahájen 1. prosince 2011 a asi za 14 dní byl vlak již vyprodán,“ řekla Dominika Vrkotová.

V aktuálním čísle časopisu
Hotel&Spa Management



mj. naleznete:

- Rok 2012 ovládnou moderní technologie
- Nebojte se marketingu na Facebooku
- Hotelovým provozům vládne dusná atmosféra

Ukázkový výtisk zdarma
si můžete objednat na
www.economia.cz/nazk.

economia
OBSAH ROZHODUJE

Osobností cestovního ruchu je opět žena

Osobností cestovního ruchu pro rok 2011 se stala ředitelka Centrály cestovního ruchu východní Moravy Dana Daňová. U příležitosti zahájení letošního ročníku turistického a gastronomického veletrhu Holiday World a Top Gastro to oznámila pořadatelská společnost Incheba Praha. Ve finále soutěže porazila Daňová ředitele odboru cestovního ruchu ministerstva pro místní rozvoj Aleše Hozdeckého a viceprezidenta Asociace cestovních kanceláří České republiky Jana Papeže.

Loni se vítězkou soutěže stala předchůdkyně finalisty Hozdeckého – Jitka Fatková. Mezi nominovanými osobnostmi se podle MMR tradičně objevují podnikatelé v cestovním ruchu a hotelnictví, zástupci státní samosprávy, představitelé odborného školství či reprezentanti profesních svazů. Ze stejného prostředí se rekrutuje i odborná porota, která vítěze vybírá.

Holiday World skončil

Letošní ročník pražského veletrhu cestovního ruchu Holiday World potvrdil rostoucí zájem Čechů o dovolenou v Dominikánské republice. Podle statistik dominikánských úřadů a prodejců zájezdů tuto exotickou zemi ležící v Karibském moři ročně navštíví už několik tisíc tuzemských turistů. Dominikánská republika byla letos partnerskou zemí veletrhu, jeho návštěvnost se podle organizátorů pohybovala na úrovni loňska, kdy přilákal 30 tisíc lidí.



Hospitality & Tourism
SUMMIT

12. – 13. 4. 2012, Crowne Plaza, Praha
12. ročník konference pro odborníky z oblastí hotelnictví, gastronomie a služeb pro cestovní ruch
www.horeca21.cz



Wine, Food, & Travel Weekly



KDE BRÁT SÍLU A MOTIVACI PRO DALŠÍ ROZVOJ?



Do lázní loni přijelo rekordních 711 tisíc turistů

České lázeňské areály v loňském roce navštívilo rekordních 711 tisíc turistů, což je o 5,4 procenta více než v roce 2010. Zhruba 60 procent klientů tvořili cizinci, kterých přijelo 345 tisíc, což je devítiprocentní meziroční nárůst. Jednoznačně nejvíce lidí jezdí do lázní v Karlovarském kraji, informoval viceprezident Asociace českých cestovních kancelářích a agentur Tomio Okamura.

V loňském roce navštívilo Karlovarský kraj 427 tisíc lázeňských hostů, to je o 7,6 procenta více než v roce 2010. Z toho bylo 320 tisíc cizinců a 107 tisíc Čechů. Druhým nejnavštěvovanějším je se značným odstupem Zlínský kraj, loni do tamních lázní přijelo přes 65 tisíc hostů. Čechů bylo 60 tisíc, cizinců 5000. Olomoucký kraj navštívilo 50 tisíc hostů, z toho bylo jen asi 1000 cizinců. Návštěvnost lázní v Olomouckém kraji meziročně vzrostla o 7,4 procenta. Z Německa loni přijelo do lázní 162 tisíc lidí, což je o 5,7 procenta méně než předloni. Naopak návštěvníků z Ruska přibýlo o téměř třetinu, přijelo jich 84 tisíc. Ruská klientela preferuje Karlovarský kraj, kde je spokojena především s jazykovou vybaveností českého personálu. Dalším plusem jsou přímé lety Karlovy Vary – Moskva, které vybavují České aerolinie a Aeroflot téměř každé dva dny. „Ruští návštěvníci si ovšem také stěžují na neřešené nešvary českého cestovního ruchu, a to na služby poskytované českými taxikáři a jejich chování k cizincům,“ uvedl Okamura. Turistům z Ruska podle něj vadí i to, že na vydání českého víza musí čekat dva týdny, někdy i déle.



Restaurace CottoCrudo otevře 2. března



CottoCrudo, moderní italská restaurace, bar a lounge ve Veleslavínově ulici v centru Prahy, otevře již 2. března. Ve stylovém městském prostředí u řeky Vltavy nabídne tradiční a autentické italské pokrmy v moderní kulinářské režii šéfkuchaře Richarda Fuchse. CottoCrudo nabídne bohaté Cotto menu připravené ze surovin špičkové kvality: italská i středomořská jídla včetně čerstvých mořských plodů, domácích těstovin, nejvybranějších druhů mas a řemeslných výrobků z italských regionů Piemontu a Toskánska. Restaurace představí

Crudo Bar – v italštině „syrový“ bar – a dále svoji širokou nabídku sýrů a vinný sklípek, věž se salami a prosciutti, čerstvé pečivo pane e grissini i kreativní cocktailový bar.

Zvíře na etiketě

Je živočich na etiketě luxusního vína klíčem k prodejnímu úspěchu? Výzkum, který uspořádala společnost Unity Marketing, hodnotil, podle čeho si zákazníci vybírají drahá vína a jaký vliv má rychlá vizuální orientace na ochotu takovou láhev si pořídit. Podle všeho se nějaký identifikační symbol v podobě zvířete, živočicha, havěti vyplatí. Zákazníci hledají povědomý symbol a lépe si asociují výrobek s něčím, co důvěrně znají ze svého života. Podle Pam Danzingerové, prezidentky Unity Marketing, takový obrázek na etiketě tvoří psychologickou zkratku mezi luxusním vínem a povědomým, i když k výrobku se přímo nevztahujícím symbolem, který zákazník pozitivně vnímá a pomáhá mu s identifikací.

Tento výzkum navazuje na jiný, který společnost Unity Marketing provedla již v minulosti a ověřila, že rozhodující kritéria pro výběr konkrétní láhve jsou tři – víno jsem už pil a chutnalo mi, znám značku a mám možnost výběru. Těmto předpokladům nahrává i skutečnost, že ten, kdo je ochotný zaplatit za láhev luxusního vína 25 a více dolarů (cca 500 Kč), nemívá čas probírat se stovkami láhví na policích, ale naopak potřebuje rychle najít povědomou etiketu. Takže číhava na beaujolais?



Česko láká turisty z východu

Česká republika není atraktivní destinací jen pro Rusy, ale i pro turisty ze zemí, jako je Ukrajina, Litva, Lotyšsko či Estonsko. Turisté z těchto zemí vnímají Česko především jako zemi vhodnou pro poznávací turistiku. Rádi se sem vrací a doporučují návštěvu svým známým. Atraktivní jsou pro ně i české lázeňské a wellness pobyty. Nadprůměrný zájem o návštěvu ČR (oproti zemím západní nebo jižní Evropy) zaznamenala agentura u všech pěti sledovaných zemí. U spontánně zmíněných oblíbených dovolenkových destinací se ČR objevila na Ukrajině na 5., v Rusku na 9. a v Litvě na 13. místě. I v umístění týkajícím se cestovatelských plánů je ČR na atraktivních příčkách. V populaci sledovaných zemí je také vysoké procento obyvatel, kteří již mají s návštěvou ČR osobní zkušenost (Lotyšsko, Litva polovina respondentů, Estonsko třetina). Právě ti pak často hodlají návštěvu opakovat i doporučit ostatním, a to zejména Ukrajinci a Litevci, téměř stejně intenzivní zájem mají Lotyši a Rusové. Estonci deklarují mezi sledovanými zeměmi zájem nejvyšší, přesto však při porovnání s jinými evropskými či mimoevropskými státy stále velmi vysoký.

Personálie

• Hana Rončková je posilou rezervačního oddělení hotelu Kempinski Hybernská Prague. Absolventka Univerzity Pardubice již během studií postupně získávala praxi z hotelového odvětví. Její profesní začátky jsou spojeny s půlroční zkušeností, kdy pracovala jako pokojská a servírka v hotelu Majestic ve Velké Británii. V období 2008–2011 získávala další pracovní zkušenosti hlavně jako recepční. Před nástupem do hotelu Kempinski Hybernská Prague působila v hotelu Best Western Premier Hotel Royal Palace, kde zastávala funkci zástupce manažera. Hana absolvovala zkoušku odborné způsobilosti pro výkon průvodcovské činnosti v oblasti cestovního ruchu. Hovoří plynule německy a anglicky.

• Na pozici Head Bartender pro Two Steps bar v Hotelu Kempinski Hybernská Prague byl jmenován Michal Chytil. Absolvent Vysoké školy hotelové v Praze získával své pracovní zkušenosti od roku 2008 v zahraničí. Působil např. v hotelech společnosti Marriott International v USA a Velké Británii, kde byl barmanem. Jeho posledním působištěm před návratem zpět do Prahy byl hotel Hyatt Regency Birmingham v Anglii, kde ze začátku pracoval jako team leader a později jako asistent manažera. Michal hovoří plynule anglicky a ovládá základy němčiny a ruštiny. Během své úspěšné kariéry barmana nasbíral řadu ocenění, mezi které patří např. ocenění v barmanské soutěži střední Anglie – získal stříbrnou medaili v soutěži Marche Awards 2010 & 2011 v kategorii „Drinks Service Assistant“.