

Návštěvnost zahraničních turistů se zvyšuje

Trh cestovního ruchu začíná pomalu ožít. Po období recese, kdy mnoho subjektů přehodnotilo své plány a strategii, jsou subjekty nabízející produkty cestovního ruchu zatíženější v pozitivním slova smyslu. „Podle výstupů z projektu TLT benchmark jsme zjistili, že obsazenost u tří, čtyř- a pětihvězdičkových hotelů v porovnání s roky 2010 a 2009 vzrostla o cca 2,5 %. Protože se zkrátila průměrná doba přenocování na 2,75 noci (o 0,6 noci v porovnání s rokem 2009), můžeme konstatovat, že se poměrně významně zvýšil absolutní počet ubytovaných hostů. Bohužel za negativní lze považovat indikovaný pokles tržeb hotelových subjektů. Tuto hypotézu potvrzuje sledovaný ukazatel „průměrná dosahovaná cena za pokoj“, která byla dle našeho průzkumu ve výši 1021 Kč za dvoulůžkový pokoj (bez DPH a bez snídaně). V meziročním srovnání s rokem 2010 tak klesla dosahovaná cena za pokoj o 9 %, proti roku 2009 dokonce o 66 %, což už lze považovat za velmi razantní pokles ceny,“ komentuje zveřejněná data ČSÚ za 1. čtvrtletí 2011 Ondřej Špaček, senior advisor, KPMG Česká republika.



Květnové svátky přilákaly Rusy do Prahy

Ruské květnové svátky neboli majské prázdniny v čele se Dnem vítězství 9. května jsou vedle Vánoc obdobím, kdy Rusové tradičně nejvíce cestují a nakupují. A Česká republika patří k nejoblíbenějším evropským cílům. „Květen je v případě ruských turistů po srpnu druhým nejsilnějším měsícem v roce. V průměru k nám v květnu přijede 40 tisíc ruských turistů. Zvyšují tak obsazenost v českých hotelích v období před začátkem hlavní turistické sezony,“ řekl mluvčí agentury Czech-Tourism Pavel Klicpera. Ruští turisté jsou v mnoha směrech výjimeční. V tuzemsku se obvykle zdrží nadprůměrných šest dní, podle údajů CzechTourismu za den utratí zhruba 2200 Kč. To je o 700 Kč více, než je průměr. Rusové byli v prvním čtvrtletí po Němcích druhou nejpočetnější skupinou turistů v Česku. Meziročně jich přibýlo 42 % na 113 tisíc.

Previo obětí plagiátora

V lednu 2011 oslovil české hotely a penziony plagiátor, který jim nabízel nový rezervační systém, jenž měl usnadnit administrativu a správu objednávek. Na téměř identickou kopii hotelového systému Previo upozornili majitele tohoto systému sami provozovatelé hotelů a penzionů. Autor systému (dále M.B.) plagiát začal tvořit během roku 2009 pro potřebu svých známých, začátkem letošního roku se rozhodl hromadně oslovit vybrané hotely a penziony s představou, že jeho aktivity provozovatel Previo zaregistruje.

„Téměř okamžitě se na nás začaly obracet spolupracující hotely s tím, že je kdosi oslovil s nabídkou softwaru, který má podobné funkcionality jako Previo, nebo dokonce s dotazem, zda neprodáváme náš systém pod jinou značkou levněji,“ říká Pavel Kotas, ředitel rezervačního systému Previo. Po konzultaci s advokátní kanceláří a důkladné analýze skutečného stavu plagiátu zjistilo Previo důkazy notářským zápisem a odeslalo s advokátní kanceláři panu M.B. dopis o zanechání nekalosoutěžního jednání. Ten systém okamžitě stáhl.



V aktuálním čísle časopisu
Hotel&Spa Management



mj. naleznete:

- Zaměřeno na hotelové svatby
- Pojišťovny změnu indikačního seznamu vítají
- Jasná zpráva o cenách hotelů

Ukázkový výtisk zdarma:

www.economia.cz/nazk

economia
OBSAH ROZHODUJE

Turistický ruch v číslech

Počet přenocování hostů v tuzemských hromadných ubytovacích zařízeních vzrostl v prvním letošním čtvrtletí meziročně o 6,5 % na 7,4 milionu. Celkově přijelo 2,4 milionu hostů, což je o 8,5 % více než před rokem. Zahraničních turistů přibýlo 7 %, domácích přijelo o 10 % více. Údaje o návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních cestovního ruchu zveřejnil Český statistický úřad.

Tržby ve službách vzrostly o 0,5 %

Tržby firem podnikajících ve službách v prvním čtvrtletí 2011 prakticky stagnovaly. Daří se zejména pozemním dopravcům, kterým tržby vzrostly meziročně o 8 %, a personálním agenturám, s růstem o 24 %. Naopak se nedaří firmám v letecké dopravě, ubytování a stravování. Těm tržby klesají.

Den na lůžku: nově až 300 korun

V léčebnách dlouhodobě nemocných by lidé měli začít přispívat na ubytování a stravu – v průměru 250 až 300 korun denně. Dnes platí jen šedesátikorunový regulační poplatek. Jde o součást plánu ministrů Leoše Hegera a Jaromíra Drábka na radikální změnu v péči o nesoběstačné lidi. Oba si od toho slibují, že si zdravotní a sociální sféra přestanou přehazovat lidi trvale závislé na cizí pomoci.

Pomohly služební cesty

Největší hotelový řetězec světa, Intercontinental Hotels, zvýšil svůj zisk za první čtvrtletí o třetinu na 112 mil. dolarů (1,9 mld. Kč). Zvedla se mu i obsazenost pokojů. Firmě výrazně pomohlo oživení poptávky firem po ubytování pro služební cesty. Do hotelové skupiny patří kromě značky Intercontinental i Crowne Plaza a Holiday Inn.



Hospitality & Tourism

SUMMIT

Gastronomický den AHR ČR

7.-8.6.2011, Clarion Congress Hotel, Ostrava

11. ročník konference pro odborníky z oblasti hotelnictví, gastronomie a služeb pro cestovní ruch



Letos na téma:

JAK PRODÁVAT KVALITU?

www.horeca21.cz

Evropskou excelentní destinací 2011 je Slovácko



Pátý ročník soutěže o Evropskou destinaci nejvyšší kvality – EDEN 2011 zná svého vítěze. V konkurenci 26 přihlášených destinací z celé ČR zvítězilo Slovácko. Letošním tématem soutěže byla Obnova hmotného dědictví. Slovácko se do projektu přihlásilo s Baťovým kanálem. Do finále kromě Slováků probojoval ještě Mikregion Kahan s Muzeem průmyslových železnic, Orlické hory a Podorlicko s unikátní pevností Hanička, Turistická oblast Králícký Sněžník s celou sítí pevnostních opevnění a Vojenským muzeem v Králíkách a Žatecko s Chmelařským muzeem a Chrámem chmele a piva.

„Od poledne do poledne“ plné informací

Ve dnech 27. a 28. dubna 2011 se v rámci projektu „Realizace propagační kampaně a marketingu produktů TO Slovácko v období 2009-2010“ konala v Prušánkách u Hodonína odborná konference zástupců členů Regionu Slovácko a pozvaných odborníků na cestovní ruch. Základním smyslem akce bylo po-sílení image Regionu Slovácko jako jedné z nejvýznamnějších turistických destinací v ČR a kromě rovin prezentací a odborné byl na konferenci vymezen prostor i pro osobní nabídku turistických produktů a služeb celého tohoto regionu. Dvoudenní akce byla programově rozdělena do čtyř odborných bloků: současný stav příprav nového zákona o cestovním ruchu, nové trendy v komunikaci agentury CzechTourism s turistickými regiony, realizované a připravované projekty na území Regionu Slovácko a aktuální nabídka produktů.



Kongresoví turisté se vracejí do Prahy

Lukrativní odvětví příjezdového cestovního ruchu, jakým je kongresová a firemní turistika, se letos po krizovém útlumu znovu dostalo na vzestupnou křivku. Potvrzují to hoteliéři i nezisková organizace Prague Convention Bureau. „Ve srovnání s rokem 2010 očekáváme letos nárůst poptávek na akce konané v Praze. Zlepšení samozřejmě souvisí s ekonomickou situací v Evropě,“ řekla marketingová manažerka PCB Martina Kvašová.

Pro hoteliéry je to dobrá zpráva, účastníci kongresů i byznysmeni na služebních cestách utrácí v Praze třikrát více než běžný turista na výletě. Za den vydají přes 10 tisíc korun. Navíc se zdrží déle, bydlí výhradně v lepších hotelech a utrácí za nadstandardní služby. Praze se pro letošek podařilo přilákat největší kongresy za uplynulých několik let. Město bude hostit například Světový kongres biologické psychiatrie a jeho 6000 účastníků a lékařský kongres pořádaný European Renal Association, na který přijede až 8000 lidí.

Kongresové centrum tíží dluhy i ztráta

Kongresové centrum Praha, zatížené miliardovými dluhy kvůli pořádání výročního zasedání Mezinárodního měnového fondu a Světové banky, hospodařilo dlouhou dobu se ziskem.

To se loni změnilo: KCP se podle výroční zprávy propadlo do ztráty 12,5 mil. Kč. O rok dříve přitom dosáhlo zisku 70 mil. Kč. Za pád do červených čísel mohou podle vedení centra právě velké dluhy z prodeje dluhopisů a bankovních půjček. Výdaje na obsluhu těchto závazků představují skoro 40 % tržeb – v uplynulém roce zaplatil takto podnik 205 mil. Kč. Kongresovému centru se příliš nedaří ani obchodně. Výrazně mu klesly tržby, a to meziročně ze 705 mil. Kč na 515 mil. To je o 40 mil. méně, než předpokládal plán pro rok 2010. Mohou za to hlavně výpadky u krátkodobých akcí, jako jsou



Barista roku 2011 jede do Bogoty

Ve dnech 7. až 9. května se v hotelu Mosaic House konalo mistrovství ČR v přípravě kávy s názvem Barista roku 2011, pořádané Kávovou komorou ČR. Jeho vítězem se stal Zdeněk Smrčka, jenž bude ČR reprezentovat na celosvětovém finále soutěže World Barista Championship od 2. do 5. června 2011 v kolumbijské Bogotě. Souběžně v těchto dnech probíhaly další dvě soutěže. Vítězem Latte Art v přípravě kávy Coffee in Love 2011 se stal Michal Nováček, Coffee in Good Spirits vyhrál Jiří Richter. Oba vítězové pojedou na mistrovství světa do holandského Maastrichtu.

Mikulov hostí Gourmet festival

Již 2. ročník čtyřdenní akce s názvem Gourmet festival se uskuteční od 2. do 5. června 2011 v jihomoravském Mikulově. Gastronomické dovednosti v Mikulově předvedou členové Národního týmu kuchařů a cukrářů ČR, kteří mají za úkol připravit pokrmy tradiční jihomoravské kuchyně, ovšem v jejich moderní podobě. Kulinářské speciality budou návštěvníci festivalu ochutnávat ve čtyřech mikulovských restauracích – Hotel Marcinčák, Hotel MBZM, Hotel Eliška a Zámecká restaurace. Ceny vstupenek na Gourmet festival se pohybují od 900 Kč (jedno menu včetně vína) do 3200 Kč (všechna čtyři menu).

Cukráři z hotelu Corinthia bodují

Dne 14. dubna 2011 se konal 11. ročník mezinárodní gastronomické soutěže Gastro Hradec 2011. Soutěže se zúčastnilo 180 kuchařů ze střední a východní Evropy, 60 z nich v cukrářské sekci. V kategorii cukrářů zvítězili Vladimír Krofta a Josef Nagy, kteří získali celkem tři zlaté medaile ve třech různých kategoriích za čokoládové figurky představující armádu čínských terakota bojovníků.

Unique Unique nabídl bydlení, design i nakupování

Od 5. do 15. května 2011 se v zahradě pražského hotelu Kempinski uskutečnila jedinečná událost, která propojila současnou módu s dalšími oblastmi života moderní ženy. Projekt Unique Unique, jehož autorem a organizátorem je agentura Dorland, byl založen na aktuálním konceptu dočasného butiků s časově omezenou prezentací zboží známých i nových značek, jako například Hästens, Exx, Miele, Moser, Bang & Olufsen, Fatboy, Lexus Praha, Fokus optik, Kempinski Hotel Prague, Amade, Chagall's, Le Terroir, Choco Coeur. Unique Unique nabídl kromě nákupů a inspirace také bohatý doprovodný program. Celá událost byla zakončena aukcí, jejíž výtěžek půjde na vybraný charitativní projekt.