

Informace o průběhu panelové diskuse a odborných sekcí v rámci 8. ročníku mezinárodní vědecké konference Hotelnictví, turismus a vzdělávání konané ve středu dne 19. října 2016 na Vysoké škole hotelové v Praze

Panelová diskuse

Součástí programu konference je panelová diskuse, která navazuje na vystoupení přednášejících v plénu a předchází přednáškám v rámci jednotlivých odborných sekcí. Panelovou diskusi zaměřenou na problematiku sdílené ekonomiky v sektoru HORECA a kultivaci podnikatelského prostředí moderoval vedoucí katedry hotelnictví VŠH **Ing. Petr Studnička, PhD.** Ten v úvodu sdělil, že odhadovaný obrat sdílené ekonomiky se pohybuje v celosvětovém měřítku okolo 15 mld. USD a v období jedné dekády vzroste více než dvacetinásobně. V České republice se výkony sdílené ekonomiky v ubytovacích službách podílejí zhruba 1 % a byty sloužící ke krátkodobým pronájmům jsou nabízeny především v Praze a dále například v Brně, Českém Krumlově či Karlových Varech. Cena za pokoj je průměrně 1 550 Kč/noc a v Praze je zhruba ještě o 250 Kč vyšší, přičemž v letní sezóně 2016 využilo sdíleného ubytování zhruba 15 % turistů trávících svůj pobyt v hlavním městě.

Bc. Tomáš Blabla, generální ředitel Resortu Valachy, uvedl, že v malých obcích není vliv sdílené ekonomiky příliš významný. Větší konkurencí jsou malí ubytovatelé, kteří hosty nepřihlašují a spadají tak do sféry stínové ekonomiky. Generální ředitel Grandhotelu Zvon v Českých Budějovicích **Ing. Petr Šalda** konstatoval, že vnímá rostoucí význam sdílené ekonomiky a především záleží na druhu ubytovacího zařízení a typu turistu, kterého při výběru poskytovatele ubytovacích služeb ovlivňuje celá řada faktorů. **Aleš Chmelař**, vedoucí oddělení strategií a trendů EU Úřadu vlády ČR, informoval o aktivitách týkajících se produktů sdílené ekonomiky, jako například Uber či Airbnb, a sdělil, že vláda ČR na své schůzi dne 17. října 2016 odsouhlasila aktualizovaný Akční plán pro rozvoj digitálního trhu. Jistá kontroverze k názorům odborníků zastupujících veřejnou správu byla zřejmá z vystoupení **Jana Nováka**, marketingového manažera společnosti Expedia pro český a slovenský trh, který vnímá sdílenou ekonomiku jako reakci na zvyšující se regulaci podnikatelského prostředí. Skutečnost, že produkty sdílené ekonomiky jsou v hotelnictví ožehavým tématem, dokládá fakt, že řada pozvaných subjektů zastupujících jak veřejnou správu, tak soukromý sektor odmítla pozvání k vystoupení na konferenci či vůbec na pozvání nereagovala. Poděkování patří proto těm, kteří pozvání k vystoupení přijali.



V rámci panelové diskuse na 8. ročníku konference HTV 2016 vystoupili (zleva) Bc. Tomáš Blabla, generální ředitel Resortu Valachy, Aleš Chmelař, vedoucí oddělení strategií a trendů Úřadu vlády ČR, Jan Novák, marketingový manažer společnosti Expedia zodpovědný za český a slovenský trh a Ing. Petr Šalda, generální ředitel Grandhotelu Zvon v Českých Budějovicích. Diskusi moderoval vedoucí katedry hotelnictví VŠH Ing. Petr Studnička, PhD.

Autor: Kevin Dostál

Sekce 1 – Hotelový marketing a Revenue Management

Nosným tématem sekce hotelového marketingu a Revenue Managementu byla optimalizace distribučních kanálů a jejich kombinace s moderními nástroji online marketingu. V sekci vystoupili odborníci z oblasti hotelového marketingu, kteří vytvořili velmi přátelskou atmosféru a vzájemně svá vystoupení doplňovali. Přátelskost a uvolněná atmosféra, ke které přispěl moderátor sekce **Ing. Štěpán Chalupa**, odborný asistent katedry marketingu VŠH, ukázala profesionalitu jednotlivých vystupujících a také společný cíl, kterým je pomoc hoteliérům s distribucí hotelových produktů a jejich vhodnou propagací. **Ing. Jaromír Pažout** (Bookassist Czech Republic) začínal celou sekci příspěvkem zaměřeným na nutnost nastavení vhodné marketingové strategie umožňující zvýšení počtu přímých rezervací. Tato strategie vychází z dobrého rezervačního systému v kvalitně zpracovaných webových stránkách podpořených kvalitní komunikací. Na téma komunikace navazoval **Jan Halíř** (Hotel Solutions), který ukázal všem hostům možnosti cílení komunikace na základě dat společností Google a Facebook. Díky bohatým zkušenostem byl celý výklad prokán konkrétními příklady, které měly pro hosty velký přínos. Součástí marketingové online komunikace jsou webové stránky, které tvoří její klíčovou část. **Pavel Kotas** (Previo s.r.o.) mluvil o změně spotřebitelských návyků při vyhledávání ubytovacích služeb a na základě dat z portálu Hotel.cz mohl prezentovat důležitost mobilního webu pro hotel. Počet přístupů k jimi spravovaným portálům stále roste a v následujících letech bude i nadále růst. První část sekce zaměřené převážně na získávání přímých rezervací uzavřel **Maroš Krkoška** (Expedia Lodging Services), který hovořil o tom, že i nepřímé distribuční kanály mají své důležité místo v distribučním mixu hotelových zařízení. Na základě případové studie pražského hotelu prezentoval přínosy portálu Expedia.com pro ubytovací zařízení, a také minimalizaci rozdílů distribučních nákladů mezi jejich řešením a přímými rezervacemi. Tématem distribuce se zabýval také **Rami Ibrahim** (IQ Sales), který na základě vlastních zkušeností a vývoje ICT v posledních letech mluvil o automatizaci hotelových procesů pomocí propojení jednotlivých hotelových systémů Channel Managementu, Revenue Managementu, systémů PMS a dalších. Sekci uzavíral **Ing. Patrik Kajzar** (Obchodně-podnikatelská fakulta Slezské univerzity v Opavě) se svým příspěvkem zaměřeným na aktuální pohled akademické obce na problematiku řízení výnosů.

Sekce 2 – Trendy v gastronomii

Odborná sekce věnující se gastronomii se týkala moderních trendů a technologií v tomto oboru. Celkem pět příspěvků seznámilo posluchače nejen s obecnými inovacemi v hotelnictví a kulinářství, ale i s konkrétními technologickými řešeními, která jsou nově přítomna na našem trhu. **Ing. Petr Lošák** ze společnosti Montycon představil nejnovější konvektomaty, zařízení pro úpravu sous-vide a další řešení pro výrobu pokrmů ve velkém objemu a dále přiblížil problémy současných provozovatelů gastronomických zařízení. Následná diskuse byla věnována možnosti implementace různých druhů technologií a výhodám, kterých je možné dosáhnout jejich využitím. Další z vystupujících, **Marcel Lázníčka**, představil inovativní technologie sloužící k servírování vína. Teoretický výklad byl doplněn praktickým přiblížením mechanismů Coravin pro degustaci vín bez nutnosti otevření vinné lahve a iFavine pro automatickou dekantaci. Příspěvek v anglickém jazyce od **Manuely Guerry** posluchače seznámil s možností moderního vzdělávání v hotelnictví a gastronomii v Portugalsku. Na závěr se posluchači dozvěděli o současných preferencích českých turistů v zahraničí od **doc. RNDr. Jiřího Vaníčka, CSc.**, ze Slezské univerzity v Opavě. Návštěvníci sekce byli studenti a absolventi Vysoké školy hotelové v Praze i její zaměstnanci, pro které byly přednášky součástí nutného vzdělávání v oboru. Nechyběli ani odborníci z praxe v oboru gastronomie a hotelnictví či akademičtí pracovníci z jiných vysokých škol a univerzit. Sekci moderoval odborný asistent katedry hotelnictví VŠH **Ing. Jiří Zelený**.

Sekce 3 – Konkurenceschopnost destinací cestovního ruchu

Odborná sekce byla zaměřena na konkurenceschopnost destinací v České republice. Přinesla zúčastněným jak odborný pohled, tak zejména ukázky praktického uplatnění v oblasti identifikace konkurenční výhody, hodnocení pozice destinace na trhu a sledování vývoje konkurenceschopnosti pomocí indikátorů. Sekci zahájila a také následně moderovala **Ing. Šárka Tittelbachová, Ph.D.**, odborná asistentka katedry cestovního ruchu VŠH. Uvedla, že podle prof. Richarda Hindlse z VŠE v průmyslu 4.0 ve vyspělých zemích nebude největším problémem růst nezaměstnanosti, ale spíše otázka, co s volným časem. Lidé se budou díky zkracování pracovní doby více věnovat vzdělávání, cestování a kultivaci prostředí, ve kterém žijí. A to je velká výzva pro destinace cestovního ruchu a jejich konkurenceschopnost na trhu. Ve svém vystoupení **Ing. Markéta Vogelová**, ředitelka Institutu turismu agentury CzechTourism, ukázala sledování konkurenceschopnosti České republiky pomocí indexu TTCI, Global Peace Index a podle NBI Anholt 2014. Prezentovala také výsledky výzkumů agentury CzechTourism. Poměrně čilou diskusi podnítil příspěvek, který přednesl **Ing. Michal Blaško, Ph.D.**, výkonný manažer Euroregionu Praděd a DMC. Ukázal konkrétní model měření a hodnocení kvality destinace, dopadů na návštěvnost, na příjmy od návštěvníků, na zaměstnanost a na příjmy do veřejných rozpočtů. Následující vystoupení **Ing. Daniely Mikšové Mandákové**, ředitelky Informačního centra Hradce Králové a Destinačního managementu Hradecko, přiblížilo specifika řízení destinace Hradecko a možnosti a bariéry měření výkonů turismu. Závěrečný příspěvek **Mgr. Heleny Bezděk Fraňkové** a **Ludmily Claussové** ze Státního fondu kinematografie ukázal, jaké konkrétní možnosti pro destinaci přináší location placement. Ekonomické přínosy pro destinaci přednášející dokladovaly na datech z realizace seriálu Policie Modrava. Uvedly ale, že destinace většinou nejsou dostatečně připravené poskytnout služby, které producenti požadují.

