

Vývoj a úroveň hotelnictví v ČR a některých státech EU

Lukáš Kovač

Bakalářská práce
2010



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta technologická

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta technologická
Ústav biochemie a analýzy potravin
akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Lukáš KOVAČ
Osobní číslo: T07780
Studijní program: B 2901 Chemie a technologie potravin
Studijní obor: Technologie a řízení v gastronomii

Téma práce: Vývoj a úroveň hotelnictví v ČR a některých státech EU

Zásady pro vypracování:

I. Teoretická část

1. Dějiny hotelnictví.
2. Hotelový průmysl.
3. Hotelnictví v některých státech EU.
4. Hotelnictví v ČR.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

[1] Čurda, D., Holub, K. **Stručné dějiny oborů potravinářství a hotelnictví**, 1. vydání, Scienta, Praha 2004.

[2] Štětina, V. **Vznik a síla vlivu hotelových řetězců na hotelový průmysl a jeho budoucnost**, NFHR ČR, Praha 2008.

[3] Kolektiv autorů. **Moderní trendy v ubytovacím a stravovacím zařízení**, 1. vydání, MAG Consulting, Praha 2007.

[4] <http://www.foodservice.cz/hotelnictvi/svetove-hotelnictvi-2007.htm>.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Pavlína Pečivová, Ph.D.

Ústav technologie a mikrobiologie potravin

Datum zadání bakalářské práce:

4. ledna 2010

Termín odevzdání bakalářské práce:

30. května 2010

dne - 8. 04. 2010



doc. Ing. Petr Hlaváček, CSc.
děkan



prof. Ing. Ignác Hoza, CSc.
ředitel ústavu

Příjmení a jméno: **Kovač Lukáš**

Obor: Technologie a řízení v gastronomii

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen na příslušném ústavu Fakulty technologické UTB ve Zlíně a jeden výtisk bude uložen u vedoucího práce;
- byl jsem seznámen s tím, že na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- beru na vědomí, že podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit své dílo –bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Ve Zlíně


.....

¹⁾ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47 Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

²⁾ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³⁾ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídí k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce zachycuje vývoj a význam hotelového průmyslu ve společnosti. První část zachycuje historický vývoj a důležité mezníky v oblasti ubytování a pohostinství. Druhá část je zaměřena na vývoj hotelového průmyslu od počátku 20. století, zachycuje změny potřeb ve společnosti, vývoj hotelových služeb, vznik hotelových řetězců a hotelových skupin. Třetí a čtvrtá část je zaměřena na vývoj a hodnocení hotelových služeb v Evropě a v České Republice. Závěr práce je ukazatelem, že vývoj hotelového průmyslu je závislý na aktuálních potřebách společnosti, které se odrážejí na úrovni poskytovaných služeb.

Klíčová slova: hotel, hotelnictví, hotelový řetězec, hotelová skupina

ABSTRACT

This thesis addresses the development and importance of the hotel industry in society. The first part shows the historical development and important milestones in the accommodation and hospitality. The second part focuses on the development of hotel industry since the early 20th century, captures the changing needs of society, the development of hotel services, hotel chains and the emergence of hotel groups. The third and fourth part focuses on the development and evaluation of hotel services in Europe and the Czech Republic. The conclusion is an indication that the development of hotel industry is dependent on the actual needs of society, which is reflected at the level of service provided.

Keywords: hotel, hotel industry, hotel chain, hotel group

Poděkování

Rád bych poděkoval své vedoucí bakalářské práce Ing. Pavlíně Pečivové, Ph.D. za odborné rady, které mi věnovala v průběhu zpracování mé práce, za její čas a trpělivost. Dále bych chtěl poděkovat Ing. Lence Lukešové a Mgr. Olze Pelcové za pomoc a odborné rady pro získání odborné literatury, kterou jsem použil pro zpracování mé práce.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

.....
Podpis studenta

OBSAH

ÚVOD	10
1 HOTELNICTVÍ	11
1.1 DĚJINY HOTELNICTVÍ	11
1.2 HOTELNICTVÍ VE STAROVĚKU	12
1.2.1 Hotelnictví v Antickém Řecku	12
1.2.2 Hotelnictví ve starověkém Římě	13
1.3 HOTELNICTVÍ VE STŘEDOVĚKU	13
1.3.1 Klášterní azyl	14
1.3.2 Hospitium	14
1.3.3 Zájezdní hostinec	14
1.3.4 Panovník na cestách	15
1.3.5 V přístavu	15
1.4 ZROD HOTELU	16
1.5 HOTEL V DNEŠNÍ PODOBĚ	17
2 HOTELOVÝ PRŮMYSL	18
2.1 ZMĚNY VE SPOLEČNOSTI A JEJICH VLIV NA ROZVOJ HOTELŮ OD POČÁTKU 20. STOLETÍ	18
2.2 ZROD HOTELOVÉHO PRŮMYSLU	19
2.3 HOTELOVÉ ŘETĚZCE	21
2.3.1 Vznik hotelových řetězců	21
2.3.2 Vývoj služeb a soutěž mezi hotelovými řetězci	22
2.3.3 Mezinárodní konsorcia	24
2.4 HOTELOVÝ PRŮMYSL NA KONCI 20. STOLETÍ A ZAČÁTKU 21. STOLETÍ	25
2.4.1 Hotelový průmysl ve 3. tisíciletí	26
3 HOTELNICTVÍ V NĚKTERÝCH STÁTECH EU	27
3.1 PROVOZ HOTELŮ V HOTELOVÉM PRŮMYSLU	27
3.1.1 Nezávislý hotel	27
3.1.2 Rezervační systém	27
3.1.3 Rezervační a marketingový systém, síť	27
3.1.4 Smlouva o řízení	28
3.1.5 Franchisový systém	28
3.2 FRANCHISING A HOTELOVÉ SKUPINY	28
3.3 EVROPSKÉ HOTELNICTVÍ	29
3.4 HOTELOVÁ SKUPINA ACCOR	31
3.4.1 Historie hotelové skupiny Accor	31
3.4.2 Současnost hotelové skupiny Accor	32
3.5 HOTELOVÁ SKUPINA INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP – IHG	32
3.5.1 Historie společnosti IHG	32
3.5.2 Současnost společnosti IHG	33
3.6 HOTELOVÁ SKUPINA BEST WESTERN	34
3.6.1 Historie společnosti Best Western	34
3.6.2 Současnost společnosti Best Western	34

3.7	HOTELNICTVÍ V NĚMECKU	35
3.8	HOTELNICTVÍ V BELGII	37
3.9	HOTELNICTVÍ VE FRANCII.....	38
4	HOTELNICTVÍ V ČESKÉ REPUBLICE.....	40
4.1	HISTORIE HOTELNICTVÍ NA ÚZEMÍ ČR.....	40
4.2	VÝVOJ A ÚROVEŇ HOTELNICTVÍ NA NAŠEM ÚZEMÍ PO ROCE 1990.....	41
4.2.1	Národní hotelové řetězce	41
4.2.2	Mezinárodní hotelové řetězce na našem území.....	42
4.3	HOTELOVÝ HOSTÉ A NÁVŠTĚVNOST ČESKÉ REPUBLIKY	43
	ZÁVĚR.....	45
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	47
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	49
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	50
	SEZNAM TABULEK	51

ÚVOD

Celá historie hotelů, od jejich prapůvodu z dob antických až po současnost, je obrazem vývoje společnosti. Motorem rozvoje hotelů je úroveň ekonomiky dané země, protože zvyšováním úrovně obyvatel a růstem jejich příjmů se zvyšuje objem volně disponibilních prostředků. Historie prokázala jednoznačnou chuť lidí po cestování, kterému v dlouholetém trendu vývoje nezabránily konflikty mezi národy, terorismus ani rozvoj informačních technologií a také obavy z omezení cestování.

Rozvoj dopravy zmenšil vzdálenost mezi kontinenty, vzrostla potřeba hotelových pokojů a přitvrdila se soutěž o zákazníka. Není tak důležité vědět „kdo“ a „co“ mělo největší vliv na vývoj hotelového průmyslu, ale (uvažováno v násobku vzájemně na sebe navazujících faktorů) je třeba vědět, že nejdůležitější z vlivů byl masový rozvoj dopravy, který hluboce ovlivnil marketing, probudil myšlenky a ukázal cesty k mohutnému rozvoji cestovního ruchu, hotelového průmyslu.

Poslední rok minulého století byl pro hotely a jejich ekonomiku na celém světě velmi úspěšný. Následující rok přinesl lidské utrpení a obtíže národním ekonomikám. Jaké bude toto století? Události roku 2001 ukázaly, že bude zcela jiné. Důležitou součástí lidské profesní vybavenosti je zaznamenat a poznávat nejbližší minulost a podstatu vývoje. Počátek 20. století je oním startovacím místem, ke kterému je nutno se vracet.

1 HOTELNICTVÍ

Dle slovníku spisovného jazyka českého Akademie věd z roku 1971 nalezneme pod heslem *hotelnictví* vysvětlení, že jde o organizaci a činnost hotelů. Uvedený pojem je odvozený od slova *hotel*.

Jeho význam je definován takto:

1. zpravidla větší podnik zařízený na přechodné ubytování osob dočasně se zdržujících v některém místě, poskytující zpravidla i stravování a občerstvení;
2. (ve francouzském prostředí) veřejný nebo šlechtický palác vévody, kardinála nebo ve městě radnice.[1]

Jak je patrné jsou slova *hotelnictví* a *hotel* mnohovýznamová, jež současně odrážejí vývoj lidské civilizace. Nejenom v češtině, ale i v dalších jazycích mají podobný nebo stejný význam. V němčině se od středověku používala slova „*Gasthaus*“ i starší „*Herberg*“, zatímco v angličtině „*Inn*“. V češtině se dříve užívalo slov „*formanka*“ i německého „*Gasthaus*“ apod.[1]

Teprve od počátku 19. století slovo *hotel* zdomácnělo v evropském prostoru a postupně nabývalo dnešního významu. Toto české slovo je odvozeno z francouzského jazyka: od slova „*hote*“ a z latinského „*hospicem*“ – to znamená osobu, jež poskytuje někomu pohostinství nebo přístřeší. A další slova z latinského základu „*hospitalis*“ a „*hospitium*“, která označovala noclehárnu s možností stravy.[2]

Je jasné, že prostší, případně i honosná zařízení, splňující oba požadavky, mají svoji dlouhou historii, která vypovídá nejenom o stupni hospodářského vývoje, ale i o kulturní úrovni společnosti, dějinách architektury, politických událostech i každodenních lidských příbězích. Je to dlouhá historie, která dělí první nuzné ubytovací přístěnky z 2. tisíciletí př. n. l. od dnešních hotelových řetězců poskytujících všemožný domácí i pracovní luxus, včetně připojení na internet.

1.1 Dějiny hotelnictví

Síla nápisu „*hotel*“ byla velká již ve 13. století. Politická role hotelu měla svůj původ v roli společenské, a proto po celou dobu byl hotel nesporným katalyzátorem moci. Zastínil někdy i kostely při svatebních obřadech. V Německu a Švýcarsku bylo hotelnictví faktorem určujícím rozvrstvení společnosti, protože se dotýkalo všech tříd.

Hotel nebo hostinec byl často spojován či zaplétán do historie. Důležitou roli sehrávaly v oblasti politické a diplomatické, ve styku mezi zeměmi. Jelikož byly často využívány a obývány hlavami a představiteli států, sloužily k pořádání státních recepcí a setkání politiků a jejich vybavenost byla na nejvyšší možné úrovni.

1.2 Hotelnictví ve starověku

Nutnost nalézt ubytování a stravování na cestě nebo při pobytu mimo vlastní dům provázela lidi již od starověku. Již tehdy člověk konal cesty obchodní, diplomatické i vojenské. K nim byl nucen z existenčních i politicko-náboženských důvodů. První zmínky o cestovatelích a uspokojení jejich potřeb pochází z doby kolem r. 2000 př. n. l., kdy nastal rozvoj městských států v dávné Mezopotámii.[2]

Vůbec o prvním typu hotelového zařízení nás informuje hliněná destička psaná klínopisem, která obsahuje nařízení krále Šulgiho (1800 př. n. l.):

„... ustanovil jsem stanice na zastávkách, přivedl do nich pohostinné lidi. Kdo přijde seshora a kdo přijde zdola, najde tam občerstvení a chládek: poutník jenž jde nočními cestami, najde v nich úkryt jako v opravdovém domě.“ [1]

1.2.1 Hotelnictví v Antickém Řecku

Teprve s rozvojem řecko-římské civilizace dochází od 8. století př. n. l. ke značnému pohybu obyvatel. Všude na pobřeží Středozemního moře se nacházela Řeky kolonizovaná města, ve kterých vládla stejná řeč i podobný životní styl.[1]

Prvním vzdělaným cestovatelem byl otec dějepisu Řek Herodotos (5. století př. n. l.), který dal cestování nový obsah. Jeho smyslem bylo poznávání. Ve svých dějinách vypráví o obyvatelích cizích zemí, a k tomu připojuje celé pověsti i příběhy ze života národů. [2]

Největší problémy na cestách představovalo ubytování a stravování. V nejstarších dobách se cestující museli spokojit s přenocováním u soukromých osob, kdy dobré přijetí mírumilovného cizince patřilo k dobrým mravům. Rychlý rozvoj obchodu si nejméně od 6. století př. n. l. vynutil vznik nové formy hostinského přátelství. [1]

V 5. století př. n. l. s rozvojem obchodu stoupl počet cestujících, a proto se postupně při hlavních cestách stavěly hostince, kam se uchýlovali cestující i se svými povozy a kde našli ubytování a stravu (řecky „*katalysa*“ – vypřáhnutí). [2]

Zájezdni hostince byly vesměs prosté přízemní nebo někdy jednopatrové domy se širokým vjezdem uprostřed pro vozy cestujících. Pro koně nebo muly sloužila stáj na kraji stavení. Cestující dostal malý pokojík na vnitřní straně budovy. Ve frontě do ulice bývala hostinská místnost, kde se často vařilo. Noclehy nebyly zvláště pohodlné nebo přepychové. Zařízení pokojíků tvořila jen postel, lucerna a výjimečně nočník. Závora na dveřích zajišťovala cestujícím pocit nočního klidu.[2]

Zvýšený pohyb obyvatel v klasickém Řecku si vynutil vznik velkých společných ubytoven, které se nazývaly „*pandokeia*“. Byly zřizovány všude, kde byla vyšší frekvence cestujících. Tyto první hotely však byly spíše lehké stavby, které poskytovaly pouze přístřeší a další zaopatření musel cestující hledat ve městě. [1]

1.2.2 Hotelnictví ve starověkém Římě

Římané již od 3. století př. n. l. začali z důvodu strategických, hospodářských a správních budovat dokonalou silniční síť, jejichž části sloužily ještě ranému středověku. V celé říši byly již k přelomu letopočtu vytvořeny rozvětvené komunikace, které spojovaly hospodářská centra a přístavy.[1]

Z nařízení císaře Augusta byly pro potřeby státní správy zřízeny podél hlavních silnic poštovní stanice, vzdálené od sebe 37 km. Zde všichni, kteří cestovali v zájmu říše, mohli nalézt ubytování a občerstvení. Poněkud v jiné situaci byli obchodníci a jiní cestovatelé. Zájezdni hostince (latinsky *deversorium*) byly sice před každým větším městem, ale podobně jako v Řecku neměly dobrou pověst. Tyto hostince byly nečisté a jejich majitelé, hlavně orientálci, byli pokládáni za prohnané obchodníky, kteří víno ředili nad míru a často poskytovali rovněž nabídku různých zábav a provozování hazardních her (zvláště kostky). Práce v hostincích vykonávali otroci, svobodní zaměstnanci i ženský personál, který býval hostům po všech stránkách k službám.[2]

1.3 Hotelnictví ve středověku

Po rozdělení a rozpadu římské říše ve 4. a 5. století n. l. zanikl původní význam římských komunikací. K jejich devastaci přispělo i dlouhé období velkých přesunů obyvatelstva, které trvalo až do 9. století.

1.3.1 Klášterní azyl

Již od 11. století začala být mapa Evropy pokryta stovkami klášterů, které po celé období byly nositeli vzdělanosti a pohostinství. Na klášterní půdu se uchylovali nejen zbožní poutníci, ale také kupci. Na cestující bylo pamatováno již při budování každého kláštera. Pro tyto cestovatele byly na klášterní půdě zřizovány samostatné oddělení, kde se nalézaly samostatné místnosti s postelemi. Klášterní kuchyně pro ně samostatně rovněž vařila. Během zbožných poutí do svatých míst byly kláštery nápoem poutníků přeplněny. Klášterní pohostinství mnohdy přerůstalo prosté křesťanské pohostinství z milosrdenství a stávalo se i výrazně podnikatelskou činností.[1]

1.3.2 Hospitium

Vedle klášterů se cestujících a poutníků ujímaly i tzv. „*hospitia*“ (špitály), které se měly starat nejenom o cizince a poutníky, ale také o lidi staré, nemocné a sirotky. Tato hospitia byla zakládána nejenom při kostelech, ale také rytířskými řády, řadovými bratrstvy a dokonce i městy. Jejich síť byla dostatečná např. ve střední Itálii a na cestě do Říma stál špitál na každém pátém kilometru, dodnes se horské hotely v Alpách označují jako „*Hospic*“. Ve velkých ložnicích spali muži a ženy odděleně, a dokonce se zřizovaly oddělení ohřívárny. Cestujícím však hrozilo nebezpečí, že se nakazí od nemocných, kteří leží za pouhou zdí. Vzhledem k tomu, že špitály žily z milodarů světské a církevní vrchnosti, závisela strava na nepravidelných příjmech, a tomu také i často odpovídala. Přesto však byla poskytována v podobě dvou denních jídel. Špitály v odlehlých krajích poskytovaly cestujícím neocenitelnou pomoc. Kromě ubytování a stravování značily cesty a poskytovaly v nepřehledné krajině i průvodce.[2]

1.3.3 Zájezdni hostinec

Neodmyslitelnou součástí geografického, duchovního a hospodářského prostředí středověku jsou od 12. do 13. století také města, která se stávají ohnisky výroby a středisky trhu. Kláštery nebyly již schopny přijímat zvýšený počet různorodých cestujících, a proto před branami měst i uvnitř vznikaly zájezdni hostince nebo kupecké dvory, které poskytovaly základní přístřeší včetně stravy pro kupce a jejich doprovod. Ve středověkých městech bez kanalizace a tekoucí čerstvé vody nebylo ubytování žádným luxusem. Kupec sotva našel primitivní postel v temné světnici, zatímco doprovod spal ve stáji na slámě se zvířaty v improvizovaném přístřešku.[1]

Od 14. století se objevují první individuální označení hostinců. Nad stavením byly zavěšovány ozdobné malované štíty se jménem hostince nebo jeho majitele. Označení byla různorodá a zároveň označovaly co návštěvník může uvnitř očekávat. Věvec označoval oprávnění čepovat pivo nebo víno a kolo bylo signálem, že se cestující může uvnitř i ubytovat. Ve městech byli hostinští organizováni v cechu a jejich počty byly omezeny. Držení hostinského povolení se dědilo a bylo právoplatným majetkem rodů.[2]

K zájezdním hostincům přínáleželo i menší hospodářství, které poskytovalo základní potraviny pro stůl cestujících. Většinou se podávala masa vařená, kašovitě pokrmy, chléb a ve městech i pivo. Úprava jídel probíhala často v místnostech, kde se jedlo. Talíře i poháry byly z hrubé keramiky tzv. „hrnčiny“, pravidlem bylo, že každý cestující má sebou vlastní nůž a lžíci.[2]

1.3.4 Panovník na cestách

Mnohem větší problémy s ubytováním doprovázely cestování šlechtických a královských dvorů. K panovnické reprezentaci patřil neodmyslitelně početný doprovod s vysokými nároky, bylo nesmírně obtížné ve středověkých městečkách o několika tisících obyvatel zajistit odpovídající přístřeší.[1]

Vzhledem k početnosti cestujícího dvora se jen výjimečně zastávkami k odpočinku mohly stát hrady. I v těch největších se však stěží mohla ubytovat panovnická rodina s nejnужnějším služebnictvem. Potíže s ubytováním na cestách panovníci řešily v pozdější době na způsob Karla IV., který zakoupil řadu měst a hradů, aby mohl odpočívat a přenocovat na vlastním území. Pokud se panovník ubytoval ve městě, zpravidla bydlel v biskupské rezidenci, na radnici nebo v některém z patricijských domů podobně jako jeho šlechtický doprovod. Jednotliví dvořané se svými doprovody si ubytování zajišťovali a platili sami. Ubytovací a hygienické podmínky byly při takové kumulaci lidí a zvířat zcela nevyhovující. Nepohodlí při ubytování proto k cestování nijak nelákalo a často se mu dvořané snažili vyhnout.[2]

1.3.5 V přístavu

Otevření středověkých obchodních tras po moři nepřineslo žádnou převratnou změnu. Záchytnými body byly přístavy, které se většinou nalézaly v dostatečné vzdálenosti od moře, ponejvíce v ústí řek. Přístavní města byla živoucím hospodářským organismem a důležitými opěrnými body pro dálkový obchod. Setkávali se zde lidé z celé Evropy a

v každém přístavním městě kupci určité národnosti zakládali vlastní ubytovací základny. Zde mohli spát, jíst a dokonce i skladovat vlastní zboží nebo s ním obchodovat. K vybavení objektu patřily kuchyně, nálevny a pokoje, které si kupci mohli pronajímat i na delší dobu. V některých přístavních městech Evropy se zakládaly honosné čtvrti, kde byly k dispozici všechny vymoženosti „hotelového“ ubytování.[2]

1.4 Zrod hotelu

I po celé 17. a 18. století se ubytovací standart zlepšoval jen pozvolna. Přestože cestování začalo zaujímat významné místo v rodící se kosmopolitní společnosti, zůstávaly zájezdní a ubytovací hostince ještě hluboko do 19. století na nízké, v podstatě středověké úrovni.

Od poloviny 19. století se v metropolích a lázeňských střediscích začal vyvíjet typ hotelu, který známe dnes. Velké hotely vznikaly především u velkých železničních nádraží, která byla situována do středu metropolí. Hotely se stávaly chloubou měst a metropolí, a oproti stále četným zájezdním hostincům se od nich odlišovaly především architektonickým pojetím, které odráželo nové požadavky doby.[2]

Hoteliérství bylo koncesovanou živností, kterou mohly obdržet osoby „*pouze mravně a odborně způsobilé*“. Městské a živnostenské úřady přísně dbaly, aby byla dodržována všechna nařízení o hygieně. Úřední věstníky dopodrobna uváděly i požadavky na personál, jeho způsobilost a dokonce i skladba podávaných nápojů podléhala zvláštním povolením za účelem zdanění.[1]

V hotelové dispozici se kladl důraz zvláště na vstupní halu, která byla hlavním zprostředkujícím prostorem, odkud začínal vstup do jídelen, salonů, k výtahu a do pokoje. Hala („*foyer*“) byla výkladní skříní hotelu a její interiér připomínal často šlechtický salon kombinovaný s botanickou zahradou. Dalším důležitým prvkem byla hotelová jídelna, neboť až dosud hosté jedli v zájezdních hostincích. Právě do jídelen hotelů vstoupila s plnou silou gastronomie 19. století.[2] Zvláštní důraz byl kladen na simultánní občerstvení hosta v jeho pokoji či apartmá. Přední hotely měly speciální snídaňové menu servírované hostům na pokoje a podobně si v pozdních nočních hodinách mohli hosté objednat „*donášku*“ šampaňského vína, či kaviáru. [1]

V evropské oblasti měl na kvalitu hotelových služeb základní vliv i francouzský průvodce společnosti Michelin. Tento první moderní „*guide-book*“, jehož první vydání se datuje rokem 1900, začal pravidelně vycházet po první světové válce. Původním cílem

Michelinova průvodce bylo poskytnout prvním automobilistům informace o umístění čerpacích stanic, možnostech občerstvení a ubytování. [3]

1.5 Hotel v dnešní podobě

Změna životního stylu euroatlantické společnosti přinesla jinou dynamiku do hotelové tradice, která se utvářela bezmála od poloviny 19. století. Nové požadavky turistického průmyslu neboli cestovního ruchu určují jiné souřadnice hotelnictví z hlediska potřeb poptávky. Na řešení situace se nyní podílejí celé týmy specialistů, počínaje finančními a developerskými společnostmi, architekty, odborníky v gastronomii i dopravě a konče cestovními společnostmi. [2]

Pod pojmem hotel se v minulosti rozuměla samostatná budova, jejíž architektura byla přizpůsobena potřebám k přechodnému pobytu. Tyto hotely poskytovaly hlavně ubytování, byla zde i zastoupena složka stravování a doplňkových služeb, povaha a úroveň těchto služeb odpovídala finančním možnostem klientů. [1] V dnešní době heslo *hotel* odráží nabídky hotelových společností a řetězců, které odrážejí potřeby neustále se přesunující populace za krátkodobou práci, odpočinkem nebo za klasickou poznávací turistikou. V nabídkách hotelových služeb, dnes může zákazník volit: *apartmány, chalupy, chaty, farmy, hotely, kempy, lázně, penziony, privát, rekreační střediska, tábory, ubytovny* a jiné formy ubytovacích služeb a zařízení. Dnešní hotel přestal být výhradou metropole, a proto jej můžeme nalézt na mořském pobřeží, v horách či uprostřed zajímavé přírody. [3]

2 HOTELOVÝ PRŮMYSL

Již v dobách starověku lidé, kteří cestovali, vyhledávali místa, kde se dalo stravovat a přespat. Do pozdního středověku hledali lidé ubytovací a stravovací služby v kláštrech, zájezdních hostincích, městských domech. Tyto možnosti ubytování a stravování nelze ovšem považovat za moderní pojetí hotelu. Již v roce 1794 se objevil jeden z prvních ubytovacích podniků, který vnesl hotelu moderní pojetí. Byl otevřen v New Yorku pod názvem City Hotel. Tento hotel se vyznačoval velkou stavbou a k dispozici měl 73 pokojů různé velikosti a vybavení. V pozdější době se tento typ hotelu začal stavět v městech po celých spojených státech.

Starověká a středověká myšlenka pro poskytování ubytování a stravování nebyla založena na poskytování komfortu a dalších služeb. Možnosti doby byly omezené a zákazník se musel spokojit s tím, co mu bylo nabídnuto. Zlom v poskytování služeb nastal teprve na konci 18. a začátkem 20. století. V hotelu mohl zákazník nalézt široké spektrum služeb. Hotel neplnil již jen funkci stravovací a ubytovací, ale stal se centrem zábavy a začal být vyhledáván i všední společností.

Dvacáté století přineslo mnoho změn, došlo k významnému populačnímu růstu, prodloužila se délka života, zavedla se a postupně vzrostla letecká doprava, došlo k rozvoji silnic a dálnic, tyto faktory a měnící se poměry ve společnosti měly dopad na vznik hotelového průmyslu, který rozvinul ohromné možnosti na naplnění zájmu ve společnosti. Rozvoj hotelů postupem času dal vzniku národních hotelových řetězců, které postupně přerostly v řetězce mezinárodní. V dnešní době je hotelový průmysl vyspělým průmyslem vyznačující se intenzivní konkurencí.

2.1 Změny ve společnosti a jejich vliv na rozvoj hotelů od počátku 20. století

Na počátku 20. století došlo k významným posunům ve vztahu tehdejší buržoazie k hotelům. Společenské a sociální změny způsobené první světovou válkou, krize v bydlení, daně, které tíživě dopadaly na velké a střední majetky rodin, napovídaly, že udržovat velké městské domy a venkovské rezidence, ve kterých se odehrávaly nádherné slavnosti a oslavy, bude stále obtížnější. Nové možnosti doby umožňovaly lidem jiné aktivity než je péče o majetek či domácnost. Pro rodiny se postupem času stalo pravidlem trávit svůj volný čas v restauraci či hotelu. Tyto místa se staly místem rodinných oslav,

večeří a recepcí, hotel se stal součástí života rodiny pro všechny denní příležitosti. Společenské důvody daly v roce 1920 v USA podnět ke vzniku hotelových apartmentů pro dlouhodobý pobyt rodin se zajištěním všech potřebných služeb, včetně knihovny a zařízení pro společenská užívání. [3]

Evropský kontinent byl centrem moderního civilizovaného světa. Vývoj hotelů je dáván do souvislosti s vývojem společnosti. Vleklá hospodářská krize v USA vedla ke snaze snížit rizika z pouhých domněnek, a tak se prováděly nejrůznější výzkumy trhu, psychologie člověka a příčin jeho jednání. Každý, kdo otevíral hotel před druhou světovou válkou v Evropě nebo v zámoří, měl nebo musel mít pocit, že funkci řízení má pevně v rukou. Hosté přicházeli a pronajímali si pokoje. Hotelem vládl hoteliér „velká tradice“. Ráno, když hosté odcházeli, hoteliér se s nimi loučil, vítal je, když večer přicházeli. [10]

Po druhé světové válce se v Evropě pokračovalo v dodržování předválečné tradice. V USA přibývalo soutěže, počty hostů rostly. Ve městech stál jeden hotel vedle druhého. Jeden řídil hotel, jak tomu bylo dříve, jiný odcházel ho prodávat. Krátce po válce se začali budovat hotely s mohutnou infrastrukturou. Funkce hoteliéra, zdravícího a vítajícího hosty ztratila svou účinnost. Americký systém upustil od jednoho řídicího pracovníka, hoteliéra – ředitele a ve velmi krátké době jej začal měnit na manažera, protože nové velké hotely zahrnovaly větší komplex povinností. Zvláštní uznání za organizaci hotelu v té době patřilo Hiltonu. [9]

V roce 1948 se typický americký hotel reprezentující všechny obchodní typy ubytovacích zařízení (84,4% všech ubytovacích zařízení v USA) nacházel v městských a obchodních centrech.. Takový hotel měl menší kapacitu než 50 pokojů a měl nezávislého vlastníka. Pouze 4,7% všech hotelových majetků tehdy patřilo dvěma prominentním americkým hotelovým řetězcům - Sheratonu a Hiltonu. Pokoje byly malé, většinou bez telefonu a v mnohých z nich chyběla koupelna. Jenom velká hotelová zařízení si mohla dovolit restauranty a bary. Hotely s bazény byly zvláštností. Zařízení, která se nacházela v horských oblastech nebo okolí velkých jezer či na pobřeží oceánu měla převážně sezónní charakter a sloužila převážně individuální klientele. Teprve v počátku 50.let dvacátého století se poměry v americkém hotelnictví začaly řídit změnami ve společnosti. [9]

2.2 Zrod hotelového průmyslu

V průběhu 50. a 60. let došlo v USA k výrazným změnám ve společnosti. Počet obyvatel se výrazně zvýšil, rostoucí populace se začala stěhovat, došlo k výraznému růstu počtu

nových rodin. V roce 1956 systémově započal rozvoj dálnic a silnic. Celý systém se stal důležitým faktorem cestování, jak za obchodem, tak i odpočinkem. Byla založena nová sídliště na předměstích, vznikaly prodejní nákupní střediska, administrativní budovy, rekreační a zábavní střediska, která svou návštěvností zvýšila dopravní ruch a potřebu nových ubytovacích zařízení a jednacích prostor. S růstem obchodů rostl počet obchodních a na ně navazujících organizací, rostla potřeba míst k jednání a konferencím. V některých místech byly limitované možnosti objektů s jednacími místy pro potřeby občanů, k ubytování sloužily malé městské hotely. Obchod však expandoval do předměstí nebo přerostl možnosti malých konvenčních středisek. Situace vyvolala potřebu vybudování velkých kongresových hotelů, které by splňovaly podmínky pro jednání a ubytování jako střediska pro město, oblast a centra soustředěného cestovního ruchu. V následujících letech výrazně vzrostla letecká doprava, která se stala samozřejmou součástí scény amerického obchodu a cestování za rekreací.[8]

Měnící se poměry měly dopad na vznik hotelového průmyslu a tento průmysl rozvinul ohromné možnosti na naplnění zájmů a úkolů měnící se společnosti. V 50. letech odpověděl hotelový průmysl pro expanzi silnic rozvojem hotelů národních hotelových řetězců: Holiday Inns, Ramada Inns, Howard Johnsons a Travel Lodge, které spolu s ostatními zakládaly své kapacity na dálnicích spojujících jednotlivé americké státy. Každý z těchto řetězců zavedl svůj standardizovaný design, strukturu středisek, služby a odpovídající síť. Každý z nich se stal snadno rozeznatelným v očích cestující veřejnosti, co do charakteru poskytovaných služeb i co do své pověsti na trhu danou poznáním, pro kterou část cestující veřejnosti má programově připravenou nabídku splňující očekávání klientů. [8]

Růst nejrůznějších hotelových řetězců zdvojnásobil vývoj technologií, jejichž vývoj hotely samy věcně zadávaly a objednávaly. V 60. letech byly uvedeny do provozu samostatné rezervační systémy s vlastním kódovým jazykem společnosti pro urychlení procesu vyřizování rezervací. [3]

Je zajímavé poznamenat, že v 70. letech byly americké cestující veřejnosti představeny první "all-suite" zařízení. Veřejnost je po celá dlouhá léta ignorovala, ale po letech se tato zařízení stala důležitou částí hotelového průmyslu v ekonomicky vyspělých zemích. 80. léta dvacátého století pozměnila tvář amerického hotelového průmyslu a ovlivnila světový vývoj odvětví. Byla uvedena do provozu celá řada nových velkých konferenčních hotelů jako Hilton v Las Vegas, New York Marriott Marquis, dále Hyatt Regency Maui. Současně

i malé hotely začaly vytvářet dokonalejší služby pro cestovatele zaváděním "executive floors", sekretářskými službami, vybavením fitness zařízení hotelu což nebylo představitelné deset let před tím. "AU-suite hotels" a "executive floors" byly pouze dvěma z mnohých trendů v rychle se měnícím a expandujícím hotelovém průmyslu. Šlo o odvětví zcela odlišné od provozovatelů počátku 50. let v USA, které myšlenkově a výrazově začalo postupně, cestou přes oceán oživovat tradiční evropské hotelnictví. [7]

2.3 Hotelové řetězce

V minulosti jsme se setkali většinou s hotely, které byly provozovány nezávisle na jiném hotelovém subjektu. Tento hotelový subjekt se vyznačoval svým know-how, marketingovou koncepcí a rezervačním systémem. V průběhu 20. století došlo k výraznému růstu hotelových kapacit, což přineslo růst konkurence a následné propojování nezávislých hotelů, které začaly racionálně využívat konkurenční vztahy ku prospěchu všech konkurentů.

Od roku 1946 dochází postupně k výraznému spojování hotelů v řetězce, první z hotelových řetězců se objevil v USA pod značkou „*InterContinental*“. Prvním průkopníkem v seskupování hotelů do řetězce jsou tedy Spojené státy, ovšem zanedlouho vznikly evropské a asijské sítě řetězců.

Hotelovým řetězcem tedy rozumíme několik hotelů propojených hotelovou značkou, kdy vazba hotelu k řetězci je založena na využívání licenčního práva k nehmotným statkům. V rámci globalizačního vývoje začaly hotelové řetězce marketingově a obchodně vystupovat pod jednotnou hotelovou skupinou. Hotelovou skupinou tedy rozumíme hotely a hotelové řetězce vystupující pod jednotným názvem skupiny, kdy vztah jednotlivých hotelů je ve skupině vázán na základě vlastnického práva.[4]

2.3.1 Vznik hotelových řetězců

Ekonomická funkce hotelnictví byla vždy spojená s expanzí národa a toto spojení neztratilo na své důležitosti. Právě naopak. Výsledky dlouhé druhé světové války posunuly dosavadní důležité vojenské operace do oblasti ekonomické.[4]

Historickým předchůdcem je vznik sítě podobných hotelů "British Outposts" jejichž existence je spojená s rozmachem Británie jako námořní velmoci a zajištěním života a majetku v koloniích. Ekonomická expanze v poválečném uspořádání světa potřebovala ke svému rozvoji změnu infrastruktury. Hotely sehrávaly roli přední hlídky ekonomického

rozvoje. Investoři, ekonomové, technici, obchodníci všeho druhu, architekti, inženýři potřebovali komfortní ubytování v blízkosti letiště, vybavené tehdy všemi dostupnými technickými prostředky: telefon, službami sekretariátu, směnárnou, konferenčními místnostmi a dalším vybavením, které se pro tento druh hotelů stalo (vedle jiných praktických věcí jako služby na poschodí, praní prádla, jednotný systém přístupu do pokoje a jeho osvětlení a další drobnosti) jednotným standardem.[3]

Takovým vybraným příkladem a prototypem svého druhu byl hotelový řetězec InterContinental, o jehož založení ještě před svou smrtí rozhodl americký prezident Franklin Delano Roosevelt s tehdejším představitelem americké letecké společnosti PANAM Juanem Trippem (pozn. i jeho syn byl na počátku 80. let krátkou dobu prezidentem společnosti InterContinental). Motivem byla poválečná ekonomická invaze na jihoamerický kontinent (proto první hotel byl založen v Betlému) později do Afriky a Asie. S pomocí hotelů této sítě se uskutečňovalo šíření značného ekonomického vlivu USA ve světě. V průběhu let měla tato síť svá jména na významných historických budovách například v Paříži, nebo na nově vybudovaných objektech hotelů v Londýně, Ženevě, Bejrútu (ve kterém se nacházel nekrásnější hotel sítě), Frankfurtu nad Mohanem, Vídni a dalších evropských metropolích. Na počátku 80. let se po více než desetiletí trvajících jednáních s komunistickými vládami k těmto hotelům připojily metropole za "železnou oponou" s hotely v Budapešti, Bukurešti, Praze a ve Varšavě. [10]

2.3.2 Vývoj služeb a soutěž mezi hotelovými řetězci

Hotelové řetězce při svém postavení v soutěži o zákazníka, v soutěži řetězců mezi sebou postupně zjišťovaly, že hotel není jen místem pro přespání. Klientela z řad obchodních cestujících byla bezesporu náročnou klientelou a stala se pečlivě sledovanou. Osobní přístup k hostovi stále více nabývá na důležitosti. Společnosti si v těchto letech hosta předcházely nejrůznějšími pozornostmi, počínaje pro něj navrhovaným mýdlem, zápalkami s uvedením jména hosta a hotelu, až k oříškům a likérům na dobrou noc, kvalitním bonbonům s přáním dobré noci na polštáři. Co je pro nás dnes samozřejmé, plyne ze snah dob minulých.[8]

Důležitost sportovního a zdravotního vyžití se stala dlouhodobým trendem i když také měnila své podoby. Stala se však nezbytností pro většinu cestujících. I když bazény a tělocvičny byly finančně náročnou investicí, staly se nutností pro každý hotel vyšší kategorie. Později se k tomu připojily možnosti využití volného času ve formě golfových

hřišť, tenisu, vodních sportů. Potřeby obchodního cestujícího při pobytu v hotelu byly podrobeny vědecké studii a jejich výsledky pronikly do standardů společností.[8]

Zvyšující se soutěž mezi hotelovými společnostmi a zvláště rozmístění jejich hotelů na šesti kontinentech vyvolalo potřebu jednotnosti, která byla důležitá pro splnění očekávání hostů a vytvoření kategorie "opakovaných cestovatelů", pro jejichž udržení se vypracovávaly nejrůznější programy. Marketingové programy začínaly zjištěním toho, co je třeba v restauraci nebo hotelu učinit pro spokojenost hosta. Jeden z programů nesl název "Customers come first", prezentovaný jako "Deset zásad ke spokojenosti hosta". Vývoj hotelové postele byl urychlen studií "Žena - manažerka". Akce proti kouření přispěly ke vzniku nekuřáckých pokojů a podlaží. Soutěž mezi hotelovými řetězci vyvolala potřebu standardů a kontrolních listů, které se později staly vodítkem při výstavbě hotelů a vytváření pojmu mezinárodního standardu na bázi dobrovolného přijetí tohoto standardu. Díky minulému vývoji tedy známe např.:

- *náležitosti dveří hotelového pokoje* - s jednosměrným kukátkem, zvonkem, instrukcemi o únikové cestě, visačkou nerušit, bezpečnostním řetízem;
- *náležitosti každého lůžka* - ochranná matrace s termínem výměny, druhem povlečení s termínem výměny atd.
- *náležitosti vybavení nočního stolku* - popelníkem, biblí, tužkou, zápisníkem, upozorněním na možnost další rezervace apod.
- *náležitosti pracovní desky v pokoji*
- *náležitosti stolku u křesla pro odpočinek* - s popelníkem, druhy časopisů
- *náležitosti koupelny* - na několika stranách textu s uvedením rozmístění koupelnového prádla, háčky, nosiči, protiskluzové vložky ve vaně, otvíračem lahví na dveřích, a dalšími podrobnostmi
- *náležitosti toalety, atd.* [8]

Mimo výčet náležitostí byly provozně popsány všechny části týkající se vybavení pokojů, procesy v prádelně včetně popsání rozhovoru s hostem požadujícím vyprání prádla, termínem dodání, způsobem skládání košile a jeho dekorativním provedení, předání na pokoj v proutěném košíku s účtem apod. [9]

Manuály jednotlivých oddělení a procesů popisovaly povinnosti pracovníků na jednotlivých stupních organizační hierarchie, zabývaly se neutrálními, pozitivními a negativními faktory jednání s hostem, obsahy marketingových plánů, personalistikou, tréninkem, jednotným účetnictvím, které dalo vzniknout "Uniform System of Account", dnes obecně užívanému. Vývojově tak vzniklo hotelové a restaurační inženýrství. Na tento termín, který se za oceánem začal užívat v universitních vzdělávacích programech v 60. letech, si Evropa musela počkat až na konec 80.let 20. Století. Díky vývoji hotelových řetězců a jejich expanzi došlo k uplatnění vědeckých metod i v hotelovém průmyslu.[9]

2.3.3 Mezinárodní konsorcia

Podle encyklopedického slovníku je konsorcium společenství, příležitostné sdružení právnických subjektů k provedení určitého obchodu.

Na počátku 80. let minulého století si našlo cestu do světa hotelového podnikání již 37 vedoucích mezinárodních konsorcií. Bezpečné zajištění hotelových rezervací a jejich rychlost ve spojení s rychle se rozvíjejícími technologiemi, byly hlavním důvodem vzniku hotelových konsorcií. Technologie byly tím, co konsorcia mohla nabídnout svým potencionálním členům. Výpočetní technika, počítače, byly oním důvodem, proč si celá řada individuálních nezávislých hotelů a národních řetězců zakoupila znak označující spojení s největšími konsorcii. Výpočetní systémy společnosti SUN a Supranational uskutečnily komunikační přechod k reservačním systémům leteckých společností a dalším reservačním systémům, což způsobilo velký růst prodeje všech členů konsorcia. Technologická výhoda rezervací byla právě to, co přitahovalo řadu řetězců ke členstvím v konsorciích, pro individuální hotely to představovalo další dodatečný nákup a marketingovou pomoc, které byly dokonce ještě větším lákadlem pro členství.[6]

Jinou výhodou pro individuálního hoteliéra je členství v "klubu", které nabízí výměnu cenných informací, rad včetně tréninkových seminářů. Pořádané semináře přinesly další fenomény, vzdělávání na bázi nových malých dobrovolných organizací, které bylo pro individuální hotely atraktivní k dosažení podílu na úzkém segmentu trhu. Marketingové výhody takového spojení byly viditelné a zůstaly jimi i nadále v dnešním složitém působení na trhu cestovního ruchu.[6]

2.4 Hotelový průmysl na konci 20. století a začátku 21. století

Rychlý rozvoj není spojen jen s úspěchy. Průmysl cestovního ruchu a s ním i hotelový průmysl se staly nejvíce se rozvíjejícím odvětvím. Dostal se do stavu takového počtu zrychlených a na sebe nenavazujících přeměn jako tomu nebylo nikdy předtím v jeho historii. Po dvaceti letech od poslední mezinárodní studie o hotelu budoucnosti, došlo v posledních letech 20. století ke zpracování mezinárodního programu nazvaného "Visioning of Future". [4]

Široce založená globalizace obchodu, deregulace průmyslových odvětví a trhů, privatizace státem vlastněných zařízení v nebyvalém měřítku, vytvořily spolu s revolučními technologickými vynálezy významnou úroveň nejistoty a požadavek komplexnosti pro všechny, kteří v cestovním ruchu pracují. [8]

Podle statistických údajů WTO se odhadovalo, že v roce 1987 bylo na světě 10,5 milionů hotelových pokojů. V roce 1990 jich již bylo 11,5 milionů. Růst hotelových pokojů má vazbu na životní a ekonomické podmínky člověka, které způsobují nárůst disponibilních příjmů a podporují jeho chuť k cestování. Cestovní ruch se stal největším tvůrcem pracovních příležitostí. Odhaduje se, že 60% pracovních míst v cestovním ruchu se nachází v hotelech a restauracích. Ve státech Evropské Unie je v současnosti (i přes potíže národních ekonomik), neobsazeno více jak půl milionů pracovních míst v oboru.[5]

V posledních letech před koncem 20. století byl průmysl podroben hluboké analýze. Netýkala se jen hotelů, ale i revolučních změn v restauračním průmyslu. Analýzy se v tomto směru zabývaly:

- *Silami vedoucími ke změně v restauračním průmyslu*
- *Globalizací kuchyně*
- *Inovacemi v zařízení pro budoucnost*
- *Významem rovnováhy mezi řemeslnou dovedností a obchodní zručností*
- *Významem a šancemi restauračního stravování mimo domov v budoucnosti*
- *Lidskými zdroji*
- *Vlivy na životní prostředí [5]*

Výsledky analýz uvádějí, že inovace pro příští tisíciletí směřují s jistotou k vybranému stolování v hotelových restauracích. Účastníci cestovního ruchu budou nositeli vlivů z

různých konců světa, splynutí metod přípravy pokrmů, chutí a vůní za pomoci nových technologií a vzhledové úpravy. Odborníci budou nově navrhovat prostředí stravovacích prostor tak, aby vyhověli novým očekáváním a přáním. Investoři, kteří rozpoznávají potencionální možnosti příjmů ze středisek F&B, budou v budoucnu věnovat větší pozornost hodnotám těchto zařízení, budou mnohem více investovat do jejich růstu a rozvoje.[3]

Pro nadnárodní hotelové řetězce a pro jejich budoucnost, jsou důležitá témata:

- *Marketing v novém tisíciletí*
- *Technologie v novém tisíciletí*
- *Ochrana a bezpečnost*
- *Strategické problémy v oblasti řízení lidských zdrojů[4]*

2.4.1 Hotelový průmysl ve 3. tisíciletí

Poslední roky 20.století byly pro hotelový průmysl po dlouhé době těmi nejlepšími a nabízejí optimistickou představu o budoucnosti. Průmysl se také po celé desetiletí staral o co nejlepší přípravu na budoucnost ve 3. tisíciletí. Rok 2000 byl vrcholovým příslibem. Vládu a veřejnost málo doceňovaly a hotelový průmysl dával málo na vědomí skutečnost, že zatímco jiná průmyslová odvětví usilovala o snížení počtu pracovních míst a příležitostí, tak hotelový a restaurační průmysl neokázale vytvářel nová trvalá a sezónní pracovní místa. Zásluhy patří i investorům, pro které je hotelový průmysl něčím víc než jen uložením finančních prostředků, protože lukrativnější jsou jiná odvětví. Nové hotely vnějším i vnitřním uspořádáním jsou příkladem estetiky, důkazem snahy vyhovět a měnit životní stylu v oblasti kultury bydlení, stolování a gastronomie. Moderní hotelový produkt v mnohém překračuje očekávání zákazníka. Tak tomu bude i do budoucna. [3]

3 HOTELNICTVÍ V NĚKTERÝCH STÁTECH EU

Na přelomu 20. a 21. století došlo k výraznému posunu ve vývoji hotelového průmyslu. Samostatné hotely se postupně spojily s dalšími hotely a vznikly tak hotelové řetězce, které zanedlouho přerostly ve velké mezinárodní řetězce vlastněné velkými hotelovými skupinami. Rozmach cestovního ruchu a integrace hotelového průmyslu dalo hotelům možnost získat nové zákazníky, kteří žádali a stále žádají kvalitní servis v oblasti ubytování a stravování.

Hotelové řetězce postupně expandují na nové trhy. Zvyšují počet hotelů a lůžek, jež jsou v jednotlivých destinacích do skupin zapojeny. Užívají stejné značky, stejné marketingové nástroje a unifikovaný způsob provozního řízení. Ve Spojených státech amerických představují nezávislé hotely dnes pouze 25-30 % trhu. O padesát let dříve to bylo 90 %. Nezávislé hotely jsou stoupající měrou taženy do zapojení pod globální obchodní značky, jejichž majitelé nevidí příliš mnoho alternativ k franchisingu. [13]

3.1 Provoz hotelů v hotelovém průmyslu

V současné době lze v hotelnictví provoz hotelů zajistit následujícími způsoby:

3.1.1 Nezávislý hotel

Hotel nebo hotely, které jsou provozovány nezávisle na jiném hotelovém subjektu. Tento stav má vliv na know-how, marketing a rezervace, které nejsou zajišťovány žádným globálním distribučním systémem. [13]

3.1.2 Rezervační systém

Hotel nebo hotely, které za (zpravidla) roční členský poplatek využívají výhod celosvětového rezervačního systému. Kromě členského poplatku hradí určitou částku za každou rezervaci. Nemohou využívat žádné obchodní jméno, pouze mohou uvádět své členství v propagačních materiálech.

Např: Top International Hotels, Key System, Utell [24]

3.1.3 Rezervační a marketingový systém, síť

Hotel nebo hotely, kterým členství v určité skupině hotelů přináší kromě možnosti využívání známého obchodního jména a celosvětového rezervačního systému také další služby mateřské společnosti. Takovými službami se rozumí zejména marketingové aktivity

(společné directoráře atp.). Za členství se platí roční paušální poplatky, rezervační poplatky a příspěvky na konkrétní marketingové aktivity

Např. Best Western [24]

3.1.4 Smlouva o řízení

Hotel nebo hotely jsou řízeny a provozovány manažerskou hotelovou společností, přičemž nemovitost je majetkem jiného subjektu. Vlastník předává manažerské firmě na základě smlouvy o řízení objekt k řízení a každoročně s ním sjednává rozpočet, podle kterého je manažer povinen hotel provozovat. Manažerská firma s sebou přináší vlastní know-how a obvykle i obchodní známku a rezervační systém. Tato forma spolupráce nahrazuje nájemní smlouvu. Vlastník platí za tyto služby základní a motivační odměnu (podíl na zisku) manažerské společnosti. Ostatní poplatky jako např. rezervační bývají v takové situaci součástí běžných nákladů hotelu.

Např. Marriott Prague, SAS Radisson Alcron Praha, Mövenpick Prague [24]

3.1.5 Franchisový systém

Hotel nebo hotely, které průběžně dostávají od mateřské společnosti řetězce komplexní služby a přitom využívají ochrannou hotelovou známku globálního významu. Systém zahrnuje celosvětový rezervační systém, manuály řízení a školení standardu kvality (počáteční, průběžná a vzdělávací), marketing včetně reklamních kampaní, obchod s rezervačními centrály, centrální nákup (slevy u dodavatelů, obvykle nižší poplatky za akceptaci platebních karet atp.), kontroling a samozřejmě poradenství (interní publikace, kontakty, regionální a celosvětové konference, pre-opening poradenství atp.). Za uvedené služby je hrazen: vstupní poplatek, marketingový poplatek, royalty poplatek (poplatek za známku) a rezervační poplatky.

Např. Choice Hotels International, Sun Hotels, Ibis, Holiday Inn, InterContinental [24]

3.2 Franchising a hotelové skupiny

Současná podoba nadnárodního trhu přináší pro franchising šance, ale i rizika. Odborníci jsou toho názoru, že šance převažují. V tabulce č. 1 jsou uvedeny největší hotelové skupiny a počty hotelů, které tyto skupiny spravují přímo nebo prostřednictvím franchisingových smluv. V tabulce č. 2 jsou u hotelových společností uvedeny skutečné počty provozovaných hotelů a celkový počet franchisovaných hotelů. Z uvedených údajů

vyplývá, že největší hotelové skupiny spravují nebo řídí na základě franchisingové smlouvy hotely jiných vlastníků pod svým jménem. [3]

Tab. 1. Skupiny, které spravují nejvíce hotelů [13]

Poř.	Hotelová skupina	Počet spravovaných hotelů	Celkový počet hotelů
1	Marriott International	889	2632
2	Extended Stay Hotels	654	654
3	Accor International	535	3973
4	Inter Continental Hotels Group	316	3540
5	Tharaldson Enterprises	360	360
6	Interstate Hotels&Resorts	306	306
7	Starwood Hotels&Resorts	283	2259
8	Hilton Hotels Corporation	206	2259
9	Worldwide Louvre Hotels	227	887

Tab. 2. Skupiny, které franšizují nejvíce hotelů [13]

Poř.	Hotelová skupina	Celkový počet hotelů	Počet franš. hotelů
1	Cendant Corporation	6396	6396
2	Choice Hotels International	4977	4977
3	InterContinental Hotels Group	2971	3540
4	Hilton Hotels Corporation	1900	2259
5	Marriott International	1658	2632
6	Accor International	949	3973
7	Carlson Hospitality Worldwide	864	890
8	Global Hyatt Corporation	505	818
9	Starwood Hotels&Resorts	310	733
10	Worldwide Louvre Hotels	307	877

3.3 Evropské hotelnictví

Globalizace a propojování národních ekonomik se projevuje i v oblasti hotelnictví. Proto se dnes vytvářejí mezinárodní řetězce, které potom mají na trhu hotelnictví výsadní postavení. Nejinak je tomu i v zemích Evropské unie. Počátky koncentrace hotelů spadají do 50. let 20. století. Jejich význam neustále stoupá a mnohé z nich vykazují vysokou dynamiku růstu, pozice jednotlivých hotelů nezapojených do řetězců je potom velmi složitá. Snahou hotelových nadnárodních skupin je expanze na nové trhy, zvětšování počtu hotelů a lůžek. V současné době koncentrace hotelů do nadnárodních řetězců vykazuje vysoké tempo růstu. V západní Evropě dosáhla internacionalizace 37 %, v Asii 60 %, v

USA bylo dosaženo již téměř 100% internacionalizace. K největším hotelovým řetězcům patří Cendant corp., Bass Hotels & Resorts, Marriott International, Choice Hotels International a Best Western International.[15]

V současné době je v zemích Evropské unie etablováno na 140 hotelových skupin a na 200 řetězců, což je opravdu značný počet. V zemích Evropské unie se od roku 2005 stabilně drží na předních příčkách hotelové skupiny Accor Hotel s, IHG a Best Western. V následujících kapitolách se budu věnovat právě těmto 3 skupinám, jelikož jejich síla a stabilita na trhu v posledních letech výrazně ovlivňuje hotelový trh v Evropě. [14]

V následujících tabulkách je uvedeno pořadí jednotlivých hotelových skupin a řetězců za rok 2007 a 2008.

Tab. 3. 20 nejlepších řetězců ve 27 zemích EU [15]

07	08	Řetězec	skupina	hotely	pokoje	změna %
1.	1.	Best Western	BEST WESTERN	1 201	79 205	-1,4
2.	2.	Ibis	ACCOR	641	67 112	1,9
3.	3.	Mercure	ACCOR	536	61 406	0,7
5.	4.	Holiday Inn	IHG	292	44 893	5,5
4.	5.	Novotel	ACCOR	252	40 244	-5,9
6.	6.	Hilton	HILTON CORP.	137	36 162	2,8
7.	7.	Premier Inn	WHITBREAD	505	35 000	11,0
8.	8.	NH Hotels	NH	254	34 424	9,0
9.	9.	Etap hotel	ACCOR	365	34 090	8,4
11	10.	Radisson	REZIDOR/CERLSON	118	25 362	2,6
13	11.	Campanile	LOUVRE HOTELS	382	24 220	1,6
12	12.	Formule 1	ACCOR	315	23 289	-2,7
16	13.	Travelodge	DUBAI INVEST. CAP.	331	22 375	17,4
14	14.	Scandic	SCANDIC	114	20 694	-0,5
15	15.	Marriott	MARRIOTT INTERNAT.	84	19 616	0,8
17	16.	Holiday Inn Express	IHG	178	18 818	9,9
19	17.	Ramada Hotel	WYNDHAM HOTELS	145	18 056	8,4
10	18.	Riu Hotels	TUI	58	17 911	-19,1
20	19.	Quality Inn	CHOICE HOTELS	145	16 998	-2,3
24	20.	Premiere Classe	LOUVRE HOTELS	219	15 614	3,0

Tab. 4. 10 nejlepších skupin ve 27 zemích EU [14]

07	08	Skupina	07 hotely	08 hotely	07 pokoje	08 pokoje	Změna %
1.	1.	ACCOR	2 205	2 207	241 046	239 507	-0,6
3.	2.	IHG	505	541	77 721	82 123	5,7
2.	3.	BEST WESTERN	1 215	1 201	80 318	79 205	-1,4
5.	4.	GROUPE DU LOUVRE	823	844	56 339	58 411	3,7
8.	5.	SOL MELIA	198	199	41 771	42 448	1,6
7.	6.	NH HOTELS	270	298	38 466	41 270	7,3
6.	7.	TUI	190	168	48 843	41 322	-15,4
9.	8.	CARLSON/REZIDOR	195	207	37 271	39 079	4,9
4.	9.	HILTON HOTELS	257	144	56 675	37 333	-13,41
11.	10.	CHOICE INTERNAT.	369	390	32 243	35 411	3,4

3.4 Hotelová skupina Accor

Je francouzská nadnárodní společnost, která působí v téměř 100 zemích světa. Sídli ve Courcouronnes ve Francii. V současné době je evropským hotelovým lídrem (Accor Hotels) a světovou jedničkou v oblasti podnikových služeb (Accor Services). Accor hotels provozuje více než 4 000 hotelů po celém světě od ekonomicky úsporných po luxusní třídy hotelů. Accor services provozuje službu poukázky pro více než 430 000 firem a institucí a více než 30 milionů uživatelů v 40 zemích světa, jedná se především o služby stravenek Ticket Restaurant, vstupenek Alimentacao, poukázek pro Eyecare a další typy zaměstnaneckých benefitů. [17]

3.4.1 Historie hotelové skupiny Accor

Při vzestupu francouzského cestovního ruchu v roce 1960 se hotelový průmysl soustředil především na městské oblasti, kde se budovala hotelová síť. Paul Dubrule a Gérard Péliesson byli inspirováni americkým stylem budování hotelů v příměstských oblastech a podél silnic. V roce 1967 založili společnost Société d'investissement et d'exploitation hoteliery Hotel Group (dále jen SIEH) a otevřeli svůj první Novotel hotel amerického stylu mimo centrum Lille v severní Francii. V roce 1974 společnost SIEH otevřela další hotel pod značkou Ibis v Bordeaux, v následujícím roce získaly hotely Courtepaille a Mercure a v roce 1980 hotely značky Sofitel. V roce 1982 SIEH koupila společnost Jacques Borel International a stala se světovým lídrem v prodeji restauračních poukazů. V roce 1984 změnila společnost SIEH svůj název na společnost Accor Group. [17]

Společnost Accor Group stále nabírala na síle a v roce 1985 otevřela hotely pod značkou Formule 1, které nabízely jednoduché a funkční ubytování za nízké ceny. V roce 1990

v USA převzala značku Motel 6 a stala se světovou špičkou v oblasti poskytování hotelových služeb. V následujících letech společnost pokračovala v expanzi nákupem dalších hotelových značek, např. Westin hotels, Red Roof Ins, v roce 1995 zpestřila svou nabídku otevřením Accor Casinos a koupí 30 % podílu v klubu Méditerranée. [17]

3.4.2 Současnost hotelové skupiny Accor

V současné době společnost Accor je největší evropskou hotelovou skupinou a ve Francii nabízí nejvíce hotelů všech cenových rozpětí. Po celém světě nabízí své služby prostřednictvím následujících hotelových řetězců:

- Motel 6 – 968 hotelů v USA a Kanadě
- Studio 6 – 46 hotelů v USA a Kanadě
- Formule 1 – 371 hotelů ve 14 zemích světa
- Ibis – 2 hvězdičkové hotely, v současné době více než 830 hotelů ve 42 zemích světa
- Suite Hotel – 3 hvězdičkové hotely, 26 hotelů v 6 zemích
- Mercure – 3 hvězdičkové hotely, 635 hotelů ve 49 zemích světa, 3. největší hotelový řetězec v Evropě
- Novotel – 4 hvězdičkové hotely, 392 hotelů v 52 zemích světa
- Sofitel – top luxusní typ hotelů, 126 hotelů v 40 zemích světa [15,17]

3.5 Hotelová skupina Intercontinental Hotels Group – IHG

InterContinental Hotel Group (dále jen IHG) je nadnárodní společnost, která provozuje několik hotelových značek. Jedná se o největší hotelovou společnost podle počtu obytných místností, v roce 2009 společnost uvádí počet 621 696 hotelových pokojů. Společnost má ústředí v Denhamu ve Velké Británii. [18]

3.5.1 Historie společnosti IHG

Společnost IHG lze vysledovat již v roce 1777, kdy William Bass založil svůj první pivovar v anglickém Burton-Upon-Trentu. V roce 1876 byla poprvé ve Velké Británii zaregistrována ochranná registrační značka společnosti Bass, která měla podobu červeného trojúhelníku. V roce 1989 britská vláda omezila počet hospod a pivovarů, které mohli být

v přímém vlastnictví, společnost Bass této možnosti využila a začala budovat linii malých hotelů po Velké Británii. V roce 1990 společnost Bass koupila hotelový řetězec Holiday Inn International a rozšířila tak své působení v Severní Americe. [18]

Další společnost, která dala vzniku hotelové společnosti IHG, je společnost InterContinental Hotels Corporation (dále jen IHC), která vznikla v roce 1946 jako součást amerických aerolinek Pan American Airways, otevřením prvního hotelu v městě Belem v Brazílii. V roce 1988 byl hotelový řetězec IHC prodán nově vzniklé japonské společnosti Saison Group, kterou získala v roce 1998 společnost Bass. [18]

Následující vývoj společnosti Bass byl poněkud komplikovaný, v roce 2000 byla společnost prodána belgickému pivovaru a změnila své jméno na společnost Six Continents PLC (dále jen PLC). V roce 2003 rozdělila společnost PLC své podnikání na provozování hospod a pivovarů, které vedla od tohoto roku společnost Mitchells & Butlers a na provozování hotelů a výrobu a prodej nealkoholických nápojů, které vedla společnost IHG. V roce 2005 IHG prodala ve veřejné zakázce divizi nealkoholických nápojů britské společnosti Britvic. [18]

3.5.2 Současnost společnosti IHG

Oficiálně společnost IHG tedy vznikla v roce 2003. V současné době se IHG především zabývá řízením hotelů ve vlastnictví jiných osob a franšizovaných hotelových značek. To znamená, že IHG prodává své odborné znalosti v oblasti hotelového managementu, systémů řízení a jejich uvádění na trh. V současné době spravuje více než 3900 hotelů ve více než 102 zemích světa pod následujícími hotelovými značkami:

- InterContinental – *přibližně 200 hotelů ve více než 75 zemích světa*
- Crowne Plaza – *více než 400 hotelů v 52 zemích světa*
- Hotel Indigo – *více než 80 hotelů*
- Staybridge Suite – *více než 150 hotelů především v USA, Kanadě, Velké Británii, Mexiku a Latincké Americe*
- Holiday Inn – *Více než 3 200 hotelů po celém světě*
- Holiday Inn Express – *více než 1 500 hotelů po celém světě*
- Candlewood Suite – *více než 180 hotelů*[15,18]

3.6 Hotelová skupina Best Western

Best Western International je největší světový hotelový řetězec a zároveň největší hotelová skupina s více než 4 000 nezávisle vlastněných a provozovaných hotelů v 80 zemích po celém světě. Sídlo společnosti je v Phoenixu v Arizoně v USA. Prostřednictvím nezávislých hotelů společnost působí na trhu v USA již 64 let a 34 let v Evropě. [16]

3.6.1 Historie společnosti Best Western

V roce 1946 založil společnost Best Western MK Guertin. V době po druhé světové válce byly hotely v USA stavěny především ve velkých městech a menší hotely se také objevovaly podél silnic. Hotelový řetězec začal budovat neformální vazby mezi nezávislými hotely, kdy zajímavou vlastností těchto hotelů bylo doporučení jiných hotelů či ubytovacích zařízení cestujícím, kteří hotel navštívili. V letech 1946 – 1964 prosazoval Guertin přednost reklamy mezi cestující veřejností, tedy marketing nezávislých hotelů byl založen na partnerství, což se stalo revolučním přístupem v hotelovém průmyslu. V roce 1963 byl Best Western největším řetězcem s 699 členy a více než 35 000 hotelovými pokoji. V roce 1964 udělal Best Western první krok k celosvětové expanzi, vstoupil na trh v Mexiku, Austrálii a na Novém Zélandu, v roce 1966 expanduje do Evropy. Od roku 1970 se stává největším hotelovým řetězcem na světě. V roce 1980 zvýšil členství na 2 654 hotelů po celém světě. [16]

3.6.2 Současnost společnosti Best Western

V současné době společnost Best Western poskytuje služby rezervace, marketingového programu a identitu značky pro více než 4000 hotelů na celém světě. Na rozdíl od jiných hotelových řetězců a hotelových skupin, které často bývají mixem vlastněných hotelů jinými osobami či franchisingem, Best Western funguje jako nezávislé družstvo nabízející členství nezávislým hotelům se společnou marketingovou prioritou. Členství hotelů není vázáno dlouhodobými smlouvami, nýbrž je každoročně obnovováno. Každý z hotelů má možnost používat své nezávislé jméno, ačkoli musí v názvu uvést i značku Best Western jako součást své identity (např. Best Western Inn Adobe). V USA a Kanadě společnost provozuje především motely, full-service hotely a středně velké hotely s názvem Best Western Midway, mimo USA provozuje především hotely střední velikosti klasifikované jako tři nebo čtyř hvězdičkové hotely. [15,16]

3.7 Hotelnictví v Německu

Vývoj hotelnictví v Německu byl do konce druhé světové války srovnatelný s ostatními zeměmi v Evropě. V roce 1949 došlo k rozdělení Spolkové republiky Německo na dva státy, Německou demokratickou republiku (dále jsem NDR) a Spolkovou republiku Německo (dále jen SRN). Cestovní ruch a s ním i spojený vývoj hotelového průmyslu, byl po tomto roce v každé zemi zcela odlišný. Zatímco v SRN se po roce 1949 hotelový průmysl vyvíjel obdobně jako v zemích Západní Evropy, v NDR, stejně jako v ostatních zemích bývalého východního bloku, byl cestovní ruch omezen.

Hotelnictví a cestovní ruch v SRN v 50. letech, bylo ovlivněno západním smyšlením. Velkým vzorem pro rozvoj a inovace byly myšlenky pocházející z USA nebo Velké Británie. Do 60. let se SRN vyrovnávala ze ztráty a škody z poválečné doby, což bylo dobrým znamením pro investory. V průběhu 70. a 80. let byla vybudována síť hotelů, která byla na stejné úrovni, jako v zemích Západní Evropy, či v USA. Největší rozmach byl zaznamenán v lázeňství, v budování městské sítě hotelů a v rozvoji kongresového cestovního ruchu. [11,12]

V NDR se rokem 1949 cestovní ruch zcela zastavil, cestování bylo obdobné jako v zemích východního bloku. Východoněmecká státní turistická organizace kontrolovala pohyb osob na území NDR. V roce 1950 byla vytvořena státní cestovní kancelář der Reiseburo DDR, která jako jediná nabízela zájezdy a umožňovala tak cestování. Stejně jako v Československu, byla v NDR vytvořena síť Interhotelů, které nabízely čtyři třídy hotelových pokojů: levné, střední, drahé a delux. Síť IH zpočátku pokrývala pouze jen velká města NDR, v 80. letech byla ovšem rozšířena i do menších měst. IH Metropol a Grand Hotel ve Východním Berlíně, IH Bellevue v Drážďanech a IH Merkur v Lipsku, splňovaly stejné normy pro ubytování a jejich úroveň služeb byla srovnatelná s hotely v SRN. V 70. letech byla v okolí Východního Berlína, Baltského pobřeží, Mecklenburského jezera, Drážďan a v pohoří Hartz, vytvořena síť třiceti Intecampů, které byly v provozu od května do září. [11]

Po znovu sjednocení Německa v roce 1990 docházelo k pomalému vyrovnávání sil na trhu. V současné době je Německo 7. nejnavštěvovanější destinací světa. Oblast pohostinství a hotelnictví se v této zemi může pochlubit kvalitou poskytovaných služeb a vysokým počtem zákazníků, kteří tyto sektory služeb navštěvují. [12]

V tabulce 5 jsou uvedeny počty zahraničních turistů za období 2007 – 2009. V tabulce 6 jsou uvedeny počty ubytovaných zákazníků jednotlivých typů hromadných ubytovacích zařízení za období 2007 – 2009.

Tab. 5. Počet zahraničních turistů v Německu [29]

Herkunftsländer	2007	2008	2009
	1 000		
Niederlande	8 997	9 690	9 962
Vereinigte Staaten	4 662	4 444	4 291
Schweiz	3 603	3 682	3 856
Vereinigtes Königreich	4 413	4 221	3 699
Italien	3 036	3 072	3 102
Österreich	2 386	2 483	2 574
Belgien	2 422	2 473	2 541
Frankreich	2 351	2 431	2 509
Dänemark	2 132	2 296	2 361
Spanien	1 833	1 843	1 751
Schweden	1 500	1 494	1 360
Russische Föderation	1 196	1 308	1 199
Polen	1 229	1 347	1 193

Tab. 6. Počet ubytovaných hostů dle typu ubytovacího zařízení [29]

Merkmal	2007	2008	2009
	1 000		
Insgesamt	361 840	369 543	368 737
Hotels, Gasthöfe, Pensionen	214 675	219 499	216 237
Hotels ¹ (ohne Hotels garnis)	140 964	144 168	142 341
Hotels garnis ¹	42 477	44 422	43 584
Gasthöfe	18 618	18 024	17 401
Pensionen	12 617	12 884	12 910
Erholungs- und Ferienheime ²	..	24 936	15 530
Ferienzentren	9 418	9 826	9 728
Ferienhäuser und Ferienwohnungen	29 757	29 989	30 167
Jugendherbergen und Hütten	15 678	16 602	17 413
Campingplätze	21 921	22 999	25 065
Vorsorge- und Rehabilitationskliniken	44 534	46 692	46 747
Schulungsheime ²	8 849

3.8 Hotelnictví v Belgii

Belgie je co do počtu obyvatel i rozlohy přibližně stejná jako Česká republika (zhruba 10 milionů obyvatel na 30 tisících m²). Z pracující populace je celých třiasedmdesát procent lidí zaměstnáno ve službách. Podle statistik přijede do Belgie každoročně více než 6 milionů zahraničních návštěvníků, z nichž téměř čtyři miliony přijíždějí za účelem turistiky a rekreace, zatímco téměř dva a půl milionu osob cestuje do Belgie za obchodními účely. Z toho vysoké procento přijíždí do Bruselu, který má o něco méně než milion obyvatel. [19]

Brusel je samozřejmě nejvýznamnějším střediskem, které má díky zastoupení řady evropských institucí také mimořádný celoevropský politický, obchodní a kulturní význam. Už z toho je jasné, že k těmto účelům musí disponovat rozsáhlou sítí restauračních a ubytovacích zařízení nejrůznějších skupin, z nichž nejdůležitější jsou pěti hvězdičkové hotely, které dokáží uspokojit potřeby politiků, úředníků ze zemí Evropské unie. V Bruselu funguje téměř 200 ubytovacích zařízení všech kategorií s více než 18 tisíci pokoji, ale tento počet každoročně narůstá raketovým způsobem. Hotelová síť v Bruselu představuje nová ubytovací zařízení kategorie dvou a tří hvězdiček. Tyto hotely si jsou velmi podobné a odpovídají jednotným celosvětovým normám pro obchodní cestující. Staré, kouzelné a šarmantní hotýlky městského typu s typickými květovanými tapetami mizejí. Rekonstruují se, anebo na jejich místě vyrůstají moderní budovy. [19]

Belgie je druhá ve výjezdech na obyvatele ze všech evropských zemí (po Švýcarsku), a to s 1,2 výjezdem na obyvatele za rok. To je dáno především tím, že Belgie je malá země, která sousedí se čtyřmi zeměmi (Francie, Německo, Lucembursko a Nizozemsko) a Belgičané bydlí nejdál 50 km od hranic. Nejoblíbenějším typem ubytování belgických turistů při krátkých pobytech je hotel a podobné ubytovací zařízení. Následuje pronájem ubytovacích kapacit a na třetím místě v pořadí se umístil kemp. [22]

V následující tabulce jsou uvedeny nejoblíbenější destinace dle počtu účastníků dle délky pobytu za období od roku 2000 do roku 2003.

Tab. 7. Destinace dle počtu účastníků dle délky pobytu [22]

TOP destinace	2000	2001	2002	2003
Krátké pobyty (1 – 3 noci)				
Belgie	2 396 707	2 289 865	2 154 532	2 302 127
Francie	891 622	614 537	800 481	794 479
Nizozemí	255 437	187 785	224 021	341 542
Německo	213 516	172 095	160 852	184 299
Velká Británie	97 613	100 644	67 980	94 367
Delší pobyty (4 noci a více)				
Belgie	1 689 540	1 683 010	1 840 107	1 995 166
Francie	2 184 970	1 898 898	1 828 111	1 925 006
Španělsko	950 621	922 788	781 791	1 045 029
Itálie	487 971	436 452	435 366	490 718
Rakousko	306 185	226 760	250 292	331 522
Německo	217 186	143 123	249 984	271 022
Turecko	223 412	240 266	222 216	256 660
Řecko	152 525	203 648	212 017	216 811
Nizozemí	237 305	182 807	153 136	208 827
Švýcarsko	206 262	168 830	184 951	179 963

3.9 Hotelnictví ve Francii

Francie je už asi deset let nejnavštěvovanější zemí světa. Podle zpráv agentury Czechtourism navštívilo v loňském roce Francii 75 milionů zahraničních návštěvníků. Cestovní ruch tvoří téměř sedm procent HNP a zaměstnává deset procent aktivní populace, to znamená asi 2 miliony osob. Francie je světovou, obchodní a turistickou. Francie nabízí svým návštěvníkům široký výběr ubytovacích možností, od luxusních hotelů až po business hotely, boutique hotely, stejně tak i velké množství levných hotelů a apartmánů.[20]

Hotely ve Francii jsou známé pro svou nepřekonatelnou eleganci a pohostinnost, nabízí mezinárodní standard v ubytování, stravování, obchodní a rekreační zařízení. Paříž je mezinárodně proslulá pro 5 hvězdičkové hotely, luxusní boutique hotely, stejně tak i obchodní hotely, které jsou ve vlastnictví některé z prestižních mezinárodních hotelových skupin. Cannes, Nice a Saint Tropez jsou známé po celém světě pro své elegantní hotely a resorty. Je pochopitelné, že turisté míří především do Paříže, která nabízí bohatou kulturu a historii, společenský život, pověstný francouzský šarm, multikulturní prostředí, módu, umění a v prázdninovém období nejrůznější zábavní akce a festivaly. Kromě Paříže jsou významnými destinacemi zahraničních návštěvníků také Azurové pobřeží v letním období a Alpy v zimě. [21]

Hotelnictví je v Paříži na vysoké úrovni a návštěvník si může vybrat typ ubytování, který mu vyhovuje, od hostelu za pár eur, který využívají studenti, přes hotely střední cenové

kategorie, tak do sta eur za noc, až po nejluxusnější ubytování typu pěti hvězdiček, z nichž nejproslulejší je hotel Ritz na náměstí Vendome. [20]

V následující tabulce jsou uvedeny počty hotelů a hotelových pokojů dle francouzské hotelové klasifikace. Tabulka zahrnuje období od roku 2005 do roku 2009.

Tab. 8. Počet hotelů a hotelových pokojů dle kategorie ubytovacího zařízení [23]

Hotely bez hvězdiček	2005	2006	2007	2008	2009
Počet hotelů	2 223	2 159	2 110	2 092	2 025
Počet pokojů	75 527	75 937	76 836	78 752	77 478
Hotely s 1 hvězdičkou					
Počet hotelů	1 789	1 642	1 550	1 492	1 401
Počet pokojů	37 692	35 195	33 741	33 507	31 888
Hotely se 2 hvězdičkami					
Počet hotelů	9 846	9 752	9 620	9 468	9 328
Počet pokojů	277 750	275 286	271 326	268 120	265 002
Hotely se 3 hvězdičkami					
Počet hotelů	3 703	3 754	3 787	3 830	3 864
Počet pokojů	167 166	168 728	170 034	171 828	173 393
Hotely - Luxus					
Počet hotelů	748	778	810	839	869
Počet pokojů	57 267	58 652	60 487	62 325	64 321
Celkem					
Počet hotelů	18 309	18 085	17 877	17 721	17 487
Počet pokojů	615 402	613 798	612 424	614 532	612 082

4 HOTELNICTVÍ V ČESKÉ REPUBLICE

Historický vývoj hotelového průmyslu na území dnešní České Republiky je podobný vývoji v Evropě. Důležitou roli měly hotelové kapacity na přelomu 19. a 20. století, kdy reprezentovali lázeňská místa, a tak i na našem území se budovaly honosné stavby lázeňských komplexů. Zlom v hotelovém průmyslu nastal po druhé světové válce. Hotelnictví v Evropě bylo ovlivněno vývojem společnosti. Poválečný vývoj a politická situace na našem území měly za následek znárodnění průmyslových podniků a zrušení soukromého podnikání. Po roce 1948 byla tehdejší Československá Republika vyřazena z mezinárodního cestovního ruchu a rozvoj hotelového průmyslu byl velmi omezený. Opětovný zlom v hotelovém průmyslu nastal až na počátku 90. let. Ještě v dnešní době se na našem území snažíme vyrovnat úroveň hotelnictví se Západní Evropou.

4.1 Historie hotelnictví na území ČR

Od 2. poloviny 19. století rozvoj hotelnictví směřoval do lázeňských oblastí, kde byly budovány hotelové komplexy, které reprezentovaly tyto oblasti. Na našem území se nejvíce proslavila oblast západočeských lázní. V období 1. světové války se rozvoj lázeňství na našem území zastavil a lázeňské komplexy sloužily armádě. [24]

V období 2. světové války bylo podnikání vedeno na řemeslném a živnostenském základě. Byly vytvořeny svazy hoteliérů a společenství hostinských živností. Ve 30. letech bylo postaveno několik moderních hotelů. V roce 1941 vznikl na základě nařízení ministerstva průmyslu, obchodu a živností „Svaz pro cizinecký ruch v Čechách a na Moravě“, který rozdělil podniky na tři hospodářské skupiny („hostinská a hotelová, lázeňská, cestovní kanceláře“). Tyto podniky se povinně staly členy tohoto svazu. Po roce 1948 došlo ke zestátnění průmyslových podniků a zrušení soukromého podnikání. Výstavba velkých podniků, rozvoj strojírenského a hutního průmyslu přinutilo většinu pracovníků z oblasti pohostinství a soukromého podnikání přejít do různých výrobních odvětví. [6,7]

Na konci 60. let došlo k obrátu ve vztahu k zahraničnímu cestovnímu ruchu. Zahraniční klientelu tvořily ze 2/3 občané východního bloku. Největší státní cestovní kancelář ČEDOK se inspirovala západním trendem budování hotelových řetězců a v roce 1965 vytvořila na našem území síť Interhotelů (dále jen IH). Tyto hotely sloužily především pro zahraniční cestovní ruch a byly soustředěny po celé tehdejší Československé Republice. Spolu s vybudováním sítě IH, přinesl ČEDOK pro tehdejší hotelový průmysl také

standardizaci ubytovacích zařízení, zavádění nových pracovních postupů v obsluze, využívání provozních manuálů, využívání výpočetní techniky pro provozní operace. [6,7]

4.2 Vývoj a úroveň hotelnictví na našem území po roce 1990

V 90. letech hotely nejvyšší kategorie představovali pouze 5% celkové ubytovací kapacity. Hotely v kategorii tři a čtyři hvězdičky nesplňovali standart, který mohl zákazník očekávat. Statistiky z těchto let ukazují, že jen 10% hotelů odpovídalo standardu, který mohl zákazník nalézt v Západní Evropě. Nedostatky byly nejčastěji u vybavení jedno a dvou lůžkových pokojů, sociálních zařízení a koupelen, zastaralých telefonních centrál a většina z hotelů měla na velmi nízké úrovni gastronomické služby. Postupný návrat hotelů a expanze soukromého podnikání vytvořila nabídku ubytování v malých a středních hotelech a penzionech, která situaci na trhu zlepšila. [6,7]

Po zániku IH v roce 1990 se hotely osamostatnily v těchto zařízeních se začaly objevovat první integrační procesy a nadnárodní hotelové řetězce začali prosazovat své zájmy uchytit se na českém trhu. Na trhu se začali objevovat národní i zahraniční hotelové řetězce. [6,7]

4.2.1 Národní hotelové řetězce

Jako první se na českém trhu objevila společnost TOP SPIRIT, která je od roku 1998 majetkem maltské společnosti Corinthia. V roce 1992 se na trhu objevila společnost OREA HOTELS, která je v současné době nejvýznamnějším hotelovým řetězcem na našem území. Další významný řetězec FORTUNA HOTELS, který začínal s jedním hotelem, vznikl v roce 1993. Od 90. let se na našem území objevovalo i několik dalších významných řetězců a společností, kdy mezi nevýznamnější patří tyto společnosti:

- IMPERIAL KARLOVY VARY a.s. – vznikla v roce 1912 a v současné době patří mezi největší poskytovatele lázeňských služeb.
- ORCO PROPERTY GROUP – na území střední Evropy působí od roku 1991, zabývá se správou majetku a nemovitostí, investicemi do výstavby komerčních objektů a hotelových komplexů. Její dceřiná společnost Mamaison hotels & Apartments spravuje v České Republice několik luxusních hotelů a residencí.
- EUROAGENTUR HOTELS & TRAVEL a.s. – působí na našem území od roku 1990, v současné době patří k největším národním soukromým hotelovým společnostem v ČR, provozuje 46 hotelů a 17 gastronomických zařízení.

- BOHEMIA HOTELS – v současné době nabízí zprostředkování ubytování.
- NAVATYP – stavební a developerská společnost, která se podílela na budování sítě hotelových komplexů, dnes je součástí španělské společnosti Prominecon a zaměřuje se na pozemní stavby. [25]

4.2.2 Mezinárodní hotelové řetězce na našem území

Jako první hotel, který byl vázán smlouvou k zahraniční společnosti, byl hotel InterContinental Praha. V roce 1967 uzavřel ČEDOK smlouvu se společností InterContinental Hotels Corp. (New York) pro vybudování pěti hvězdičkového hotelu v Praze, který byl otevřen v roce 1974. V roce 1993 byla smlouva prodloužena o dalších 10 let, v roce 2003 bylo ujednáno, že hotel bude provozován dalších 25 let společností IHG.[25]

Po uvolnění hotelů z podniku IH v roce 1990 se na český hotelový trh začaly zaměřovat další zahraniční hotelové řetězce. V roce 1993 vstoupil na český trh hotelový řetězec Holliday Inn, který otevřel v Brně svůj první hotel. V tomto roce též vstoupil na náš trh řetězec Renaissance Hotels & Resorts, který od roku 1997 vlastní hotelová společnost MARIOTT INTERNATIONAL. V roce 1994 byla do marketingového programu a rezervačního systému hotelové společnosti BEST WESTERN INTERNATIONAL zařazeno několik významných hotelů v Praze (Alta, Bílá Labuť, Meteor Plaza) i mimo území města Prahy. V roce 1995 vstoupila na český trh hotelová společnost HILTON HOTELS CORP., která nyní provozuje největší hotel Hotel Hilton Prague. V roce 1996 se na českém trhu objevila méně známá hotelová společnost, která skrze své výhradní zastoupení přímo v České republice, CHOICE HOTELS CZECH AND SLOVAK REPUBLICS, expanduje do obou zmíněných zemí. V tomto roce také švýcarská hotelová společnost MOVENPICK HOTELS & RESORTS otevřela svůj první hotel na území ČR, další hotely této značky nebyly v ČR doposud realizovány. [25]

Dalšími organizacemi, které již působí v České republice a jejichž cílem je integrace určitých hotelů (ať již na bázi řízení nebo provozování hotelů, poskytování rezervačních systémů, marketingová sdružení, licence značek, hotelové sítě atd), jsou např.: Ibis, Minotel, Corinthia Hotels, Vienna International, Four Seasons, Crown Plaza, Kempinski a další. [25]

4.3 Hotelový hosté a návštěvnost České Republiky

Po politických a ekonomických změnách v roce 1989 zaznamenal cestovní ruch v Československu a později v ČR progresivní vývoj. S vývojem cestovního ruchu a otevřením hranic na našem území došlo k hromadnému nárůstu ubytovacích zařízení. [7]

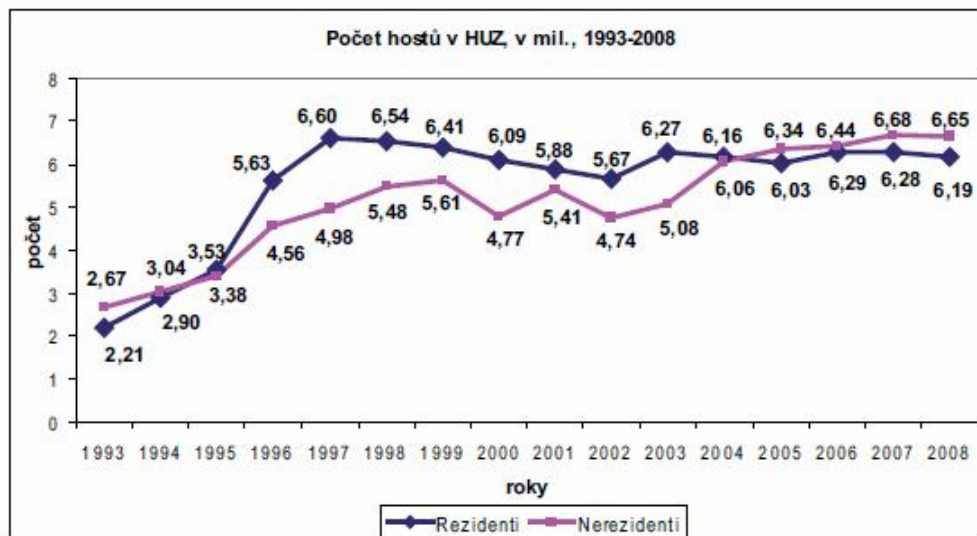
V první polovině 90. let cestovní ruch rostl vyšším tempem, přičemž domácí cestovní ruch stagnoval ve prospěch zahraničního. Zpočátku Čechy lákalo podívat se jen za hranice našeho území a orientovali se především na země Západní Evropy. V následujících letech v rámci výjezdového cestovního ruchu převládají cesty do sousedních zemí, k teplým mořím a stále více Čechů touží poznat více exotické kraje mimo Evropu. Z hlediska příjezdů osob nastala po roce 1989 změna. Zatímco do roku 1989 přijížděli do tehdejšího Československa turisté z východního bloku, tak po tomto roce se naše země stala cílem turistů z celého světa. [28]

Přiliv turistů od 2. poloviny 90. let vyvolal značnou poptávku po ubytovacích zařízeních zejména v Praze, a tudíž zájem mezi zahraničními i tuzemskými investory. V případě zahraničních investorů byl zájem umocněn nadprůměrnými zisky hotelových společností, kterých zde dosahovaly oproti původním patnácti zemím EU. Domácí investoři zase těžili z regulovaného nájemného. Mnoho majitelů činžovních domů přestěhovalo nájemce, aby mohli prostory využít jako ubytovací kapacity hotelového typu. [28]

Podle statistiky návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních přicestovalo do ČR v posledních pěti letech kolem 6 mil. zahraničních návštěvníků. Výraznější propad v návštěvnosti zaznamenal rok 2002. Hlavním důvodem byly povodně v České republice. Výsledky nicméně odrážely i ekonomickou stagnaci v Německu a celkový vývoj v mezinárodním cestovním ruchu byly ovlivněny teroristickými útoky, válečným konfliktem v Iráku a epidemií SARS. Přelomový byl následující rok, kdy Česká republika vstoupila do Evropské unie. Tehdy byl zaznamenán vůbec největší nárůst příjezdů (19 %) zahraničních turistů do ČR. [27]

Následující graf shrnuje vývoj počtu hostů (rezidentů i nerezidentů) v hromadných ubytovacích zařízeních za období od roku 1993 do roku 2008.

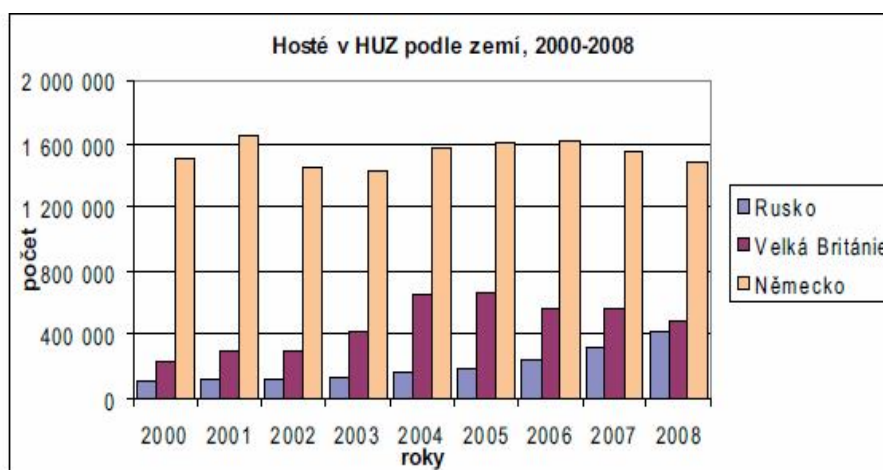
Obr. 1. Graf – Počet hostů v HUZ za období 1993 – 2008 [27]



Podíváme-li se blíže na složení zahraničních hostů v HUZ v ČR, je patrné, že se svým 72% podílem dominují hoste pocházející z některé členské země EU. Nejvíce turistů přijíždí tradičně z Německa, na druhé příčce se zhruba posledních pět let drží Britové. Jejich návštěvnost se však od roku 2005 snižuje, dynamicky se naopak jeví návštěvníci z Ruska, kterých k nám každoročně přijíždělo v průměru o 30 % více než v roce předchozím. Mezi další významné zdrojové země dlouhodobě patří Itálie, USA, Nizozemsko, Polsko, Slovensko, Francie a Španělsko, do první desítky se zpravidla dostane i Rakousko.

Graf představuje vývoj nejzajímavějších segmentů zahraničních návštěvníků, tj. z Ruska, Velké Británie a Německa, v letech 2000–2008. [28]

Obr. 2. Graf - Zahraniční hosté ubytovaní v HUZ za období 2000 - 2008 [27]



ZÁVĚR

Hotelnictví je poměrně mladý rozvíjející se sektor, který je úzce spojen s dalšími významnými sektory služeb, jako jsou pohostinství a cestovní ruch, které odrážejí potřeby společnosti.

Již v dobách starověku lidé, kteří cestovali, vyhledávali místa, kde se dalo stravovat a přespat. Tyto služby se postupem času měnily dle potřeb cestujícího obyvatelstva, které mohlo tyto služby využít v kláštorech, zájezdních hostincích, městských domech. Úroveň a kvalitu těchto služeb nelze srovnávat s dnešními poměry ve společnosti, ovšem v dobách starověku a středověku byly tyto služby vyhledávány a odpovídaly tehdejší životní úrovni. Podmínky pro ubytování a stravování, nebyly založeny na poskytování komfortu, ale sloužily jako záchranná síť pro cestující, kteří cestovali za obchodem či poznáním jiného kraje. Tyto služby byly poskytovány na základě dobrých mravů a milosrdenství, později se staly podnikatelskou činností venkovanů, měšťanů a církve.

Rozvoj pohostinských služeb byl závislý na vývoji obchodu, cestování a rozvoji komunikací, ovšem historicky dochované materiály prokazují nízkou úroveň a nedostatky těchto služeb až do dob pozdního středověku. Ve srovnání s dnešní dobou, cestující našel v těchto zařízeních místnost vybavenou pouze postelí, tedy pokoj bez vybavení, toalety, tekoucí vody a koupelny.

Přelom v poskytování ubytovacích a stravovacích služeb nastal na přelomu 18. a 19. století. Podle dochovaných materiálů, se v roce 1794 objevil jeden z prvních hotelů, který byl postaven v USA a vnesl hotelu moderní pojetí. Později se tento typ ubytovacího zařízení rozšířil po celých Spojených státech. Postupem času hotel již neplnil pouze funkci stravovací a ubytovací, ale stal se centrem zábavy. Nebyl již vyhledáván jen cestujícím obyvatelstvem, ale stal se centrem zábavy pro rodiny s dětmi, kteří zde trávily svůj volný čas.

Změny priorit ve společnosti, dali na počátku 20. století hotelu nový směr. Hotel se stal centrem luxusu a poskytoval různé služby pro potřeby dlouhodobých pobytů. V 50. a 60. letech 20. století, došlo v USA k rozvoji silniční a dálniční sítě, k rozvoji letecké dopravy, mohutné výstavbě sídlišť a předměstí. Tyto faktory byly prvotním signálem pro investory, kteří odstartovaly dráhu pro nově vzniklý hotelový průmysl. Došlo k rychlému růstu hotelů, začaly se vytvářet hotelové sítě, které poskytovaly služby na stejné úrovni v různém geografickém rozvrstvení po USA. Vývoj a standardizace služeb, si postupně

vyžádaly změny v systému řízení hotelů, vývoj nových technologií. Hotel se postupně stal moderním podnikem s vyspělou materiálně technickou základnou, řízený moderním systémem managementu hotelových skupin a řetězců.

Hotelový průmysl v Evropských zemích, je především založen na systémech a pilířích managementu, které se vyvinuly v USA. Vývoj hotelového průmyslu byl v Evropských zemích ovlivněn politickou situací, která rozdělila po 2. světové válce Evropu na dva tábory, což vytvořilo velké rozdíly mezi hotelovým standardem v zemích Západní a Severní Evropy a v zemích bývalého Východního bloku. V současné době se hotelový trh stabilizuje a země bývalého Východního bloku postupně vyrovnávají hotelový standart, který je v ostatních zemích Evropy. Snahou hotelových nadnárodních skupin je expanze na nové trhy, zvětšování počtu hotelů a lůžek. V současné době je v zemích Evropské unie etablováno na 140 hotelových skupin a na 200 řetězců, což je opravdu značný počet. V zemích Evropské unie se od roku 2005 stabilně drží na předních příčkách hotelové skupiny Accor Hotel s, IHG a Best Western.

Hotelový průmysl v České republice, byl do období 2. světové války především založen na rozvoji lázeňství, průmyslu a cestovního ruchu, po 2. světové válce se z politických důvodů vývoj zastavil a nový směr dostalo hotelnictví až po roce 1990, kdy došlo k nebývalému rozvoji hotelové sítě národních hotelových řetězců a pronikání nadnárodních hotelových společností. Kvalita a úroveň hotelových služeb v ČR, není ještě z daleka na takové úrovni jako v zemích západního světa. Je ovšem zaznamenán velký posun v rámci globalizace hotelových řetězců a skupin, kteří s postupným pronikáním na tuzemský hotelový trh, přináší standart služeb, které jsou k dostání v západním světě.

Třetí tisíciletí není od počátku přátelské k cestovnímu ruchu a hotelovému průmyslu. První rok po vstupu do nového tisíciletí zaznamenal teroristické útoky nebývalého rozsahu, které již nikdy nevrátí pocit předchozího bezpečí. Druhý rok ovládly přírodní katastrofy, které bránily cestování a snižovaly jeho bezpečnost a vyvolávaly obavy o zdraví. Do třetího roku tisíciletí jsme vstoupili v napětí z válečného konfliktu a celodenně sledujeme mezinárodní situaci, která ovlivňuje cestovní ruch a vývoj hotelového průmyslu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] ČURDA, D., HOLUB, K. *Stručné dějiny oborů potravinářství a hotelnictví*. Vyd. 1. Praha: Scienta, 2004. 33 s. ISBN 80-7183-292-8
- [2] HOLUB, K. *Vybrané kapitoly z dějin Gastronomie a hotelnictví*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2004. 224 s. ISBN 80-86578-16-X
- [3] ŠTĚTINA, V. *Vznik a síla vlivu hotelových řetězců na hotelový průmysl a jeho budoucnost*. Praha : NFHR ČR, c2008. 87 s.
- [4] KAŠPAR, J. a kol. *Ekonomika hotelnictví*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1989. 96 s. ISBN 80-03-00030-0.
- [5] Kolektiv autorů, *Moderní trendy v ubytovacím a stravovacím zařízení*. Vyd. 1. Praha : MAG Consulting, 2007. 55 s. ISBN 978-80-86724-25-6.
- [6] KIRÁĽOVÁ, A. *Marketing hotelových služeb*. 2. Vyd. Praha: Ekopres, 2006. ISBN 80-86929-05-1
- [7] HORNER, S, SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování: Aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9
- [8] GREENE , M. *Marketing Hotels into the 90s*. UK, London : Heinemann, 1982. 242 s. ISBN 0434906824 .
- [9] TROY, D. A. *Strategic Hotel/Motel Marketing*. USA, Michigan : Amer Hotel & Motel Assn, 1985. 184 s. ISBN 0866120203.
- [10] PERROT, S. *Role et fonctions de l'hotellerie*. Francie, Paris : Lanore J., 1975. 294 s.
- [11] FODOR, J. *Germany: West and East*. SRN, Hodder and Stoughton., 1988. ISBN 0-340-41791-9
- [12] FODOR, J. *Easten Europe 90*. SRN, Hodder and Stoughton., 1989. ISBN 0-679-01762-3
- [13] ČERNÝ , J. *Franšizing a největší hotelové skupiny*. [online]. 2006. č.10 [cit. 2010 02-20]. Dostupný z WWW: <http://www.foodservice.cz/hotelnictvi/fransizing-a-nejvetsi-hotelove-skupiny.htm>
- [14] ČERNÝ , J. *Evropské hotelnictví*. [online]. 2008. č.5 [cit. 2010 02-20]. Dostupný z WWW: <http://www.foodservice.cz/hotelnictvi/evropske-hotelnictvi-2007.htm>
- [15] ČERNÝ , J. *Hotelové skupiny a řetězce*. [online]. 2007. č.6 [cit. 2010 02-20]. Dostupný z WWW: <http://www.foodservice.cz/hotelnictvi/hotelove-skupiny-a-retezce-2006.htm>
- [16] *Best Western history* [online]. 2008. [cit. 2010 03-10]. Dostupný z WWW: <http://www.bestwesterndevelopers.com/about/history.html>
- [17] *Accor chronology history* [online]. 2010. [cit. 2010 03-10]. Dostupný z WWW: <http://www.accor.com/en/group/history/chronology.html>
- [18] *Our History - IHG* [online]. 2009. [cit. 2010 03-10]. Dostupný z WWW: <http://www.ihgplc.com/index.asp?pageid=326>
- [19] ČERNÝ , J. *Hotelnictví v Belgii*. [online]. 2005. č.1-2 [cit. 2010 04-10]. Dostupný z WWW: <http://www.foodservice.cz/hotelnictvi/hotelnictvi-v-belgii.htm>

- [20] KRUPIČKOVÁ, Z. *Hotelnictví v Paříži*. [online]. 2005. č.9 [cit. 2010 04-10]. Dostupný z WWW: <http://www.foodservice.cz/hotelnictvi/hotelnictvi-v-parizi.htm>
- [21] JIMMY, A. *Top Attractions in France*. [online]. 2006. č.10 [cit. 2010 02-20]. Dostupný z WWW: <http://www.travour.com/tours-to-france/hotels-in-france/>
- [22] KOŠATKA, M. *Belgie* [online]. 2005. [cit. 2010 04-10]. Dostupný z WWW: www.czechtourism.cz/files/statistiky/statistiky_zemi/belgie.pdf
- [23] *Établissements et chambres par catégorie* [online]. 2009. [cit. 2010 04-10]. Dostupný z WWW: http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?ref_id=NATTEF13508
- [24] KOSMÁK, P. *Aktuální stav hotelového podnikání*. [online]. 1999-2010. [cit. 2010-03-20]. Dostupný z WWW: <http://www.cestovni-ruch.cz/hotelieri/kosmak/aktualni.php>
- [25] KOSMÁK, P. *Globalizační a integrační prvky rozvoje hotelnictví*. [online]. 1999-2010. [cit. 2010-03-20]. Dostupný z WWW: <http://www.cestovni-ruch.cz/hotelieri/kosmak/globalizacni.php>
- [26] BERÁNEK, J. *20 Let cestovního ruchu*. [online]. 2009. č.12 [cit. 2010 03-10]. Dostupný z WWW: www.foodservice.cz/www/foodservice.../20%20let%20cest%20ruchu.pdf
- [27] BERÁNEK, J. *Obsazenost českých hotelů*. [online]. 2009. č.7,8 [cit. 2010 03-12]. Dostupný z WWW: www.foodservice.cz/www/foodservice.../Obsazenost%20hotelu.pdf
- [28] *Vývoj a potenciál hotelového trhu v Čechách v evropské perspektivě* [online]. 2002. [cit. 2010 04-10]. Dostupný z WWW: <http://www.stavebni-forum.cz/cs/article/2095/vyvoj-a-potencial-hoteloveho-trhu-v-cechach-v-evropske-perspektive/>
- [29] *Begriffserläuterungen für die Bereiche Binnenhandel, Gastgewerbe und Tourismus*. [online]. 2010. [cit. 2010 04-10]. Dostupný z WWW: <http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Statistiken/Binnenhandel/Begriffserlaeuterungen/Herkunftslaender.psml>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ČR	Česká Republika
ČEDOK	Česká dopravní kancelář
EU	Evropská Unie
HUZ	Hromadné ubytovací zařízení
HNP	Hrubý národní produkt
IH	Interhotel
IHC	InterContinental Hotels Corporation
IHG	InterContinental Hotels Group
NDR	Německá Demokratická Republika
PANAM	Pan American World Airways
PLC	Hotelová skupina - Six Continents
SIEH	Société d'investissement et d'exploitation hôteliéry Hotel Group
SRN	Spolková Republika Německo
USA	Spojené Státy Americké

SEZNAM OBRÁZKŮ

OBR. 1. GRAF – POČET HOSTŮ V HUZ ZA OBDOBÍ 1993 – 2008	44
OBR. 2. GRAF - ZAHRANIČNÍ HOSTÉ UBYTOVANÍ V HUZ ZA OBDOBÍ 2000 - 2008	44

SEZNAM TABULEK

TAB. 1. SKUPINY, KTERÉ SPRAVUJÍ NEJVÍCE HOTELŮ	29
TAB. 2. SKUPINY, KTERÉ FRANŠÍZUJÍ NEJVÍCE HOTELŮ	29
TAB. 3. 20 NEJLEPŠÍCH ŘETĚZCŮ VE 27 ZEMÍCH EU	30
TAB. 4. 10 NEJLEPŠÍCH SKUPIN VE 27 ZEMÍCH EU	31
TAB. 5. POČET ZAHRANIČNÍCH TURISTŮ V NĚMECKU	36
TAB. 6. POČET UBYTOVANÝCH HOSTŮ DLE TYPU UBYTOVACÍHO ZAŘÍZENÍ	36
TAB. 7. DESTINACE DLE POČTU ÚČASTNÍKŮ DLE DÉLKY POBYTU	38
TAB. 8. POČET HOTELŮ A HOTELOVÝCH POKOJŮ DLE KATEGORIE UBYTOVACÍHO ZAŘÍZENÍ	39