

GASTRO A HOTELY ŽIJÍ STÁLE VÍC ON-LINE. BOJUJÍ ALE S BYROKRACÍ

MINISTERSTVO PRŮMYSLU SLIBUJE RESTAURACÍM A HOTELŮM ULEHČENÍ S PAPIROVÁNÍM. MLUVILO SE O TOM NA KONFERENCI HOREKA 112 V PRAZE.



Součástí kongresu byly kromě přednášek a workshopů také gastronomické show. Špičkoví kuchaři předváděli například umění thajské kuchyně.

Foto: Atoz Group

Zuzana Kemenyová
zuzana.kemenyova@economia.cz



Když letos v únoru vrcholila kauza závadného masa z Polska, přišla do restaurace Luboš Kastnera kontrola z hygieny. Kontroloři dorazili v neděli, navíc v době inventury. Žádné pochybení v podniku nenašli, inventura se tím ale zdržela a zaměstnanci pak museli pracovat přesčas, aby zpoždění dohnali.

„A já se ptám, proč kontroloři přišli zrovna k nám? Do slušného podniku, který má všechno v pořádku a kde je málo pravděpodobné, že by se zrovna tady porušovala hygienická pravidla?“ položil zčásti otázku a zčásti apel Luboš Kastner z restaurační sítě Hospodská v diskusi na konferenci Horeka 112. Na konci května ji v pražských Čestlicích uspořádala společnost Atoz Group v partnerství s Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP). „V republice je spousta provozů, kde je už na první pohled jasné, že tam všechno v pořádku není. Každý kontrolor, který má hlavu a oči, to musí vidět, už když do hospody vejde. Pomohlo by nám, kdyby kontroly sledovaly víc ty nepořádné živnostníky než ty pořádné,“ podotkl Kastner.

Jan Hawelka, majitel sítě kaváren Lagarto, k tomu dodal úsměvnou historku: „Když jsem se ptal, proč k nám hygienici chodí na kontroly tak často, odpověděli mi, že proto, že je to u nás hezké, takže mají méně práce,“ pousmál se nad paradoxem.

Byrokracie má být méně, kontroly se omezí
Právě velké množství kontrol z úřadů, hodně byrokracie při vyřizování nejrůznějších povolení a vysoká DPH na ubytovací služby, která je v České republice jedna z nejvyšších v Evropské unii, trápí tuzemské hoteliéry a restauratéry nejvíce.

„Mívali jsme víc lidí v kancelářích než v provozu a stávalo se, že jsme neměli nikoho, kdo by na recepci ubytoval hosty. Je třeba věci zjednodušit,“ přispěl svou zkušeností Gorjan Lazarov, ředitel sítě hotelů Orea Hotels & Resorts.

Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO) o problému ví a chce administrativní zátěž snížit. I proto letos v březnu představilo Propodnikatelské desatero, které má lidem v gastro a ubytovacích službách výrazně zjednodušit podnikání. Součástí je například pravidlo, že se u každého nově přijatého zákona budou povinně zpracovávat ekonomické dopady na živnostníky. Dále je to digitalizace formulářů nebo projekt Právní elektronický systém (PES), který zpřehledňuje plnění povinností. Upozorňuje podnikatele na povinnosti,

HOTELY, RESTAURACE A CHYTRÉ TECHNOLOGIE

6 z 10

provozovatelů zná pojem chytrá služba a vidí ji jako ulehčení práce.

47 %

provozovatelů ze segmentu hotelů a restaurací má založený profil na sociálních sítích.

18 %

poptávek přichází podnikatelům prostřednictvím internetu.

35 %

podnikatelů prodává on-line, pomocí e-shopu.

47 %

subjektů má založený profil na sociálních sítích. Nejčastěji jej využívají na propagaci/akvizici a komunikaci.

Průzkum Služby 4.0 provedla společnost IPSOS pro AMSP ČR v květnu 2019 na 100 podnikatelských subjektech do 250 zaměstnanců (30 OSVČ a 70 firem).

které pro ně vyplývají ze zákonů a týkají se právě jejich typu podnikání. Systém pomáhá zjistit, co kam poslat, dodat a co kde zaplatit.

„Minulý týden jsme již naostro spustili portál pespropodnikatele.cz. Živnostníci tu najdou všechny zákony a povinnosti na jednom místě,“ ujistil na konferenci Pavel Vinkler z MPO. Portál je zatím zpoplatněn částkou 1600 korun ročně, ale ministerstvo nyní hledá cesty, aby byl zdarma.

Stejně tak je součástí desatera část nazvaná kontrola bez šikany, která přináší změnu přístupu úřadů ke kontrolám. Má se snížit časová a administrativní náročnost revize a kontroloři vyrazí k podnikatelům maximálně pětkrát ročně. Dále ministerstvo v desateru slibuje omezení odevzdávání stejných dokumentů dvakrát nebo přívětivější postoj stavebních úřadů, kdy vyjádření ke stavbě nebude zajišťovat živnostník, ale stavební úřad sám. „Tato změna by měla být schválena během dvou let,“ slíbil na konferenci Vinkler.

Recenze od hostů nejsou strašák, ale pomoc

Velmi praktický workshop si pro účastníky připravila Radka Telyčková, lektorka portálu Pomáháme hoteliérům. Zaměřila se na on-line recenze, které hosté píšou na web poté, co využijí některý hotel nebo jeho službu. Právě tyto recenze jsou pro podnikání hoteliérů velmi důležité, protože přímo ovlivňují návštěvnost, ale i vyšší ceny, kterou si hotel může za své služby troufnout účtovat. Podle průzkumu cestovního portálu Expedia si 99 % mladých cestovatelů nejprve přečte recenzi, než si některý z hotelů rezervuje. Skóre recenze má pak zásadní vliv na vyšší cenu.

„Ptáte se, jestli můžete zvýšit ceny za pokoje, které nabízíte? Jestli k vám lidé budou i poté jezdit? Tak se podívejte, jaké máte recenze na booking.com a dalších serverech. Pokud máte v porovnání s konkurencí nízkou reputaci, pak ceny nezvyšujte,“ radila Telyčková.

Upozornila také, že klienti hotelů mohou být kritičtí, ale hoteliéři by z toho neměli propadat deprese, nýbrž to vzít jako radu ke zlepšení. „Dřív jsem nechápala, proč jsou němečtí turisté tak kritičtí. Kamkoliv přijeli, jen si stěžovali téměř na všechno,“ podotkla. „Nyní, když mám za sebou několik let života v Německu, už to chápu. Oni si stěžují proto, aby dali podnět ke zlepšení. Aby poskytl provozovatel zpětnou vazbu,“ upozornila Telyčková.

Právě zpětnou vazbu by měl podle ní hoteliér získat od co nejvíce hostů, protože jen tak si může udělat obrázek, jak na tom s reputací je. „Když host odchází, strčte mu před nos tablet s krátkým dotazníkem, v němž vaše služby zhodnotí. Když to neuděláte, zůstanete po něm jen zaplacený účet a špinavé prádlo. A to je vám kničem,“ vysvětlila Telyčková. Zdůraznila také,

že hodně hoteliérů se zpětné vazby a recenzí na internetu bojí. Ale to je jen z nevědomosti, 95 % recenzí je totiž kladných. „Navíc kladná recenze pracuje ve váš prospěch. Spokojený zákazník nechá dobrou zprávu a udělá marketing za vás a zadarmo. Vaši klienti se pak stávají vašimi pracovníky,“ zdůraznila Telyčková.

I číšník může mít letní dovolenou a jazykové kurzy

Důležitým tématem, kterému se konference také věnovala, byli zaměstnanci ve službách hotelů a restaurací. Tento segment se totiž dlouhodobě potýká nejen s nedostatkem absolventů i zkušených pracovníků, ale i s velmi vysokou fluktuací. I tady se ale situace začíná měnit, majitelé hotelů a restaurací mění přístup ke svým lidem.

„Před pěti lety byly motivace zaměstnanců jen peníze, jestli budou mít obědy zdarma a kolikrát budou moci jít na cigaretu,“ popsal Zdeněk Lískovec, majitel restaurace Kozlovna v Plechandý. „Dnes se jim snažím vysvětlit, že tahle práce se dá dělat lépe, s méně odpracovanými hodinami, s letními dovolenými, které číšníci nebo kuchaři dříve většinou neznali. Mají jazykové kurzy, služební auta nebo fyzioterapeutickou péči,“ vyjmenoval Lískovec.

Neměl už prý náladu každé dva až tři měsíce školit nové lidi. „Pro mě je lepší investovat do nich plošně, aby byli spokojeni a nechodili do práce úplné grogy,“ popsal rozdílný přístup Lískovec. Dodal, že v jeho restauraci změnili klasický systém dlouhých a krátkých týdnů. Zaměstnanci jsou tam jednoduše v ty dny a hodiny, kdy jsou nejvíce potřeba. Když je hostů méně, může část z nich jít domů a odpočívat.

Hotely a gastro využívají chytrých služeb

Segment horeca udělal v posledních letech velké pokroky nejen v přístupu k zaměstnancům, ale i v dalších oblastech. Většina hoteliérů a restaurátérů například už používá ke své práci digitální technologie. Jak zjistil květnový výzkum agentury Ipsos, šest z deseti provozovatelů zná pojem chytrá služba a téměř polovina z nich má profil na sociálních sítích. Pětinu poptávek získávají hotely a restaurace právě prostřednictvím internetu. S ohledem na digitalizaci služeb jsou nejvíce využívány on-line rezervace nebo objednávky, sociální sítě a dále e-shopy, které využívá třetina firem. „Podnikatelé hledají nové nástroje pro zefektivnění zejména administrativní práce a práce s daty. Živnostníci jsou v tomto ohledu zdrženlivější. I proto si AMSP ČR dala za cíl v rámci projektu Rok digitálního podnikání 2019 oslovit skupinu menších firem a podnikatelů a ukázat jim na konkrétních příkladech možnosti, které jsou běžně dostupné,“ říká Eva Svobodová, generální ředitelka AMSP ČR.



Rok digitálního podnikání
2019

Partneři projektu



ŠKODA Financial Services
Úvěr. Leasing. Pojištění. Mobilita.