

**Univerzita Hradec Králové**  
**Fakulta informatiky a managementu**  
**Katedra rekreologie a cestovního ruchu**

**Vliv epidemie Covid-19 na vybraný segment cestovního ruchu**

(Vliv epidemie Covid-19 na poskytované služby cestovního ruchu  
ve vybraných hotelech egyptské Hurgády)

Bakalářská práce

Autor: Barbora Dršťáková  
Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: Mgr. Pavlína Chaloupská, Ph.D.

Hradec Králové

duben 2022

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 29.4.2022

Barbora Dršáková

Poděkování:

Děkuji vedoucí bakalářské práce Mgr. Pavlíně Chaloupské, Ph.D. za metodické vedení práce a své rodině za podporu po celou dobu mého studia.

## **Anotace**

Tato bakalářská práce se zabývá vlivem Covidu-19 na cestovní ruch v destinaci, konkrétně změnami, které způsobil v oblasti poskytovaných služeb ve vybraných hotelech v egyptské Hurgádě. Tato destinace je na turismu velmi závislá, takže lze očekávat, že snížení počtu turistů či dokonce jejich absence má drastický vliv na chod destinace z hlediska finančních zdrojů, ale také na celkový život obyvatel či zaměstnanců.

Hlavním cílem práce je analyzovat situaci, která byla před epidemií, a jaká je nyní. V rámci výzkumu byla využita kvalitativní metoda ve formě strukturovaných rozhovorů se zaměstnanci jednotlivých hotelů a metoda pozorování. Podpůrnou funkci měla pak rešerše odborných článků a dotazníkový výzkum s turisty a návštěvníky Egypta, který zkoumal, jaké změny pocítovali nejvíce v rámci Covidu-19. V neposlední řadě byla obsažena také otázka udržitelného cestovního ruchu, postoj k této problematice z pohledu vlády, hotelů a samotných účastníků cestovního ruchu. Výsledky výzkumu tak ukazují změny v oblasti poskytovaných hotelových služeb, vedoucí k přísnějším hygienickým opatřením a snížení rozmanitosti v průběhu Covidu-19. Zájem o destinaci se z pohledu návštěvníků a turistů nezměnil, jen jsou opatrnější. V oblasti udržitelného cestovního ruchu byly zaznamenány pozitivní změny, které se však s přibývajícím turismem s největší pravděpodobností vrátí do původního stavu.

## **Annotation**

### **Title: The impact of the Covid-19 epidemic on a selected segment of tourism**

Egypt is a country, which is dependent on tourism and most of the income comes from this sector. Due to this fact, huge changes can be expected. This Bachelor thesis deals with the impact of the Covid-19 epidemic on hotel services in Egyptian tourist destination – Hurgada. The research was conducted by qualitative method by observation and semi-structured interviews, made with employees of the selected hotels. The secondary research was carried out by literature review of articles. The research was supported by a questionnaire, which was given to the Czech tourists, who came to spend their holiday in



Egypt. Finally, the bachelor thesis deals with a possible impact of sustainable tourism and possible improvements. In addition, the findings show that due to the Covid-19 epidemic, some services have been banned. The amount of tourists has decreased but fortunately their interest in traveling has remained the same.

# Obsah

1	Úvod .....	1
2	Cíl práce a metodika zpracování .....	2
2.1	Cíl práce .....	2
2.2	Metodika zpracování .....	2
3	Teoretická východiska .....	5
3.1	Hotel a služby .....	5
3.1.1	Vymezení pojmu hotel .....	5
3.1.2	Služby hotelu .....	6
3.1.3	Marketing hotelových služeb .....	8
3.1.4	Management hotelových služeb .....	10
3.2	Destinační management .....	13
3.2.1	Destinace .....	13
3.2.2	Marketingové řízení destinace .....	14
3.3	Cestovní ruch .....	16
3.3.1	Udržitelný cestovní ruch .....	16
3.3.2	Faktory ovlivňující cestovní ruch .....	18
3.3.3	Vlivy a dopady cestovního ruchu .....	19
3.4	Pandemie Covid-19 .....	22
3.4.1	Popis onemocnění .....	22

3.4.2	Časová osa Covidu-19 .....	22
4	Praktická část.....	24
4.1	Vymezení lokality výzkumu .....	24
4.1.1	Popis Hurgády .....	25
4.1.2	Udržitelný cestovní ruch v Hurgádě.....	26
4.2	Popis epidemie Covidu-19 v Egyptě .....	28
4.3	Popis zkoumaných hotelů .....	30
4.3.1	Aladdin Beach Resort .....	30
4.3.2	Giftun Azur Resort .....	31
4.3.3	Le Pacha Resort.....	32
4.3.4	Stella Di Mare Beach Resort & Spa .....	32
4.3.5	Albatros Citadel Resort .....	33
4.4	Zpracování výsledků – vliv pandemie Covid-19 na hotelové služby .....	33
4.4.1	Pozorování v hotelu Aladdin Beach Resort.....	33
4.4.2	Situace v oblasti hotelových služeb v době Covidu-19.....	37
4.4.3	Strukturované rozhovory .....	38
4.4.4	Vyhodnocení dotazníkového šetření .....	41
5	Shrnutí výsledků a doporučení .....	50
6	Závěr .....	55
7	Seznam použité literatury .....	58
8	Přílohy .....	63

8.1	Strukturované rozhovory pro zaměstnance vybraných hotelů.....	63
8.2	Dotazník pro turisty Hurgády .....	63

## **Seznam obrázků**

Obrázek 1 - Maslowova pyramida potřeb. ....	8
Obrázek 2 - Provozní management .....	11
Obrázek 3 - Princip 3K.....	15
Obrázek 4 - Atraktivita Egypta .....	25
Obrázek 5 - Dodržování rozestupů.....	34
Obrázek 6 - Cedule k dodržování opatření .....	34
Obrázek 7 - Další cedule k dodržování opatření .....	35
Obrázek 8 - Ochranné pomůcky zaměstnanců .....	36

## **Seznam grafů**

Graf 1 - Covid-19 v Egyptě .....	29
Graf 2 - Věkové rozložení respondentů .....	41
Graf 3 - Rozložení mužů a žen. ....	42
Graf 4 - Doprovod dotazovaných. ....	42
Graf 5 - Návštěva Hurgády před březnem 2020.....	43
Graf 6 - Návštěva Hurgády po březnu 2020.....	43
Graf 7 - Doba poslední návštěvy Hurgády .....	44
Graf 8 - Zájem o destinaci. ....	44
Graf 9 - Zrušení zájezdu. ....	45

Graf 10 - Způsob rezervace ubytování .....	45
Graf 11 - Četnost návštěv Hurgády .....	46
Graf 12 - Obavy z nákazy Covidem-19.....	46
Graf 13 - Pojištění dotazovaných .....	47
Graf 14 - Změny ve vybraném hotelu. ....	47
Graf 15 - Dodržování opatření ze strany hotelu. ....	48
Graf 16 - Postoj k udržitelnému cestovnímu ruchu .....	49

## **Seznam tabulek**

Tabulka 1 - Zkoumané hotely.....	30
----------------------------------	----

# 1 Úvod

Příchod Covidu-19 v roce 2020 změnil celý svět k nepoznání, neovlivnil jen každodenní život člověka, ale také fungování a řád jednotlivých destinací prázdninových dovolených. Epidemie Covid-19 změnila během pár okamžiků chod celého světa, kdy přinesla velké ekonomické změny. Vedle dopadů na průmysl přinesla razantnější a drtivější dopady na služby, které během pár měsíců zcela vymizely, jelikož v rámci epidemie a rychlého přenosu nákazy nebylo možné, aby probíhaly bezpečně.

Cestovní ruch také na určitou dobu zcela ustal a tím téměř vymizelo cestování, což s sebou neslo nepochybně velké dopady na jednotlivé destinace, které jsou nějakým způsobem závislé právě na příjmech z tohoto sektoru. Jednou z těchto prázdninových destinací je Egypt, kde se nachází také oblíbené přímořské letoviště Hurgáda.

Hotelové služby jsou důležitou součástí každého pobytu, kdy dotváření zážitků z dané dovolené. A právě toto odvětví turismu utrpělo v době epidemie Covid-19 nejvíce a byly zde provedeny největší změny, jelikož docházelo k rušení služeb z důvodu rizika nákazy, kdy dochází k těsnému kontaktu lidí.

Důležitou roli představuje také udržitelný cestovní ruch, s jehož managementem se Egypt neúspěšně vypořádává, protože vlivem narůstajícího turismu dochází k ohrožení přírodních památek a přirozeného prostředí zvířat a rostlin. Ovlivnění je také nepochybně ze strany místního obyvatelstva, kteří se stali závislími na cestovním ruchu a svůj každodenní život věnují právě jemu.

Tato práce se snaží analyzovat situaci v Hurgádě před Covidem-19 a nyní, popsat změny, které nastaly v hotelových službách.

Toto téma bylo vybráno kvůli osobnímu zájmu o tuto destinaci. Práce je navíc obohacena o zkušenosti, získané během několika let života v egyptské Hurgádě.

## 2 Cíl práce a metodika zpracování

### 2.1 Cíl práce

Cílem této bakalářské práce bylo analyzovat vliv pandemie Covid-19 na hotelové služby v egyptské Hurgádě. Důležitým cílem bylo zjistit, jak se změnila situace před a po této světové pandemii. Zkoumanou oblastí hotelnictví byla především kvalita, rozsah a rozmanitost poskytovaných hotelových služeb. Bylo zkoumáno, v jakém stavu byly realizovány před pandemií, s následnou komparací výsledků vybraných hotelů v oblasti.

Bakalářská práce si také kladla za cíl zjistit postoj jednotlivých návštěvníků a turistů vybraných hotelů k cestování v době pandemie Covid-19, jak se změnil jejich zájem o návštěvu destinace či celkově atraktivita Hurgády. Dílčím cílem této bakalářské práce bylo vyhodnocení změn v oblasti udržitelného cestovního ruchu. Zkoumány byly vlivy turismu na přírodu i na socio-kulturní prostředí s důrazem na změny, které přinesla pandemie Covid-19.

Cílem práce je také nalézt odpovědi na **výzkumné otázky**:

- 1) Jak ovlivnila pandemie Covid-19 kvalitu a míru poskytovaných služeb?
- 2) Jak je dopad pandemie Covid-19 na poskytované služby vnímán zaměstnanci v cestovním ruchu?
- 3) Jaká opatření proti onemocnění byla zavedena ve vybraných hotelech a jsou tato opatření stále dodržována při postupném ústupu pandemie?
- 4) Jak pandemie ovlivnila tamní udržitelnost cestovního ruchu?
- 5) Jak pandemie Covid-19 ovlivnila návštěvnost jednotlivých hotelů?
- 6) Změnil se zájem klientů o pobyt ve vybraných hotelech či samotná atraktivita destinace?

### 2.2 Metodika zpracování

Teoretická část byla zpracována metodou literární rešerše. Jako zdroje byly použity jak knižní materiály, a to odborná literatura či články. Z elektronických zdrojů byly pečlivě vybrány články, dokumenty či odborné práce studentů. Bylo využito informací z online databází, webových stránek a publikací souvisejících s tématem této bakalářské práce.



V **teoretické části** byly nejprve vymezeny a charakterizovány pojmy, jež jsou potřebné k pochopení problematiky, kterou se zabývá praktická část. První kapitola se zabývá charakteristikou hotelu, kde je uvedena i kategorizace úrovně hotelu pomocí hvězdiček. Dále byly popsány služby cestovního ruchu a jejich marketing s vymezením nástrojů, jakým je například marketingový mix. Z oblasti managementu služeb cestovního ruchu bylo rozčleněno vedení hotelu podle úrovně. V neposlední řadě je v této kapitole definován pojem yield management a jeho důležitost pro samotné hotely.

Další část teorie se soustřeďuje na přiblížení pojmu destinace s vymezením řízení destinace, a to v oblasti managementu a marketingu.

Udržitelný cestovní ruch je v dnešní době velmi důležitým tématem, a proto tento pojem byl v této části také charakterizován, byly popsány jednotlivé faktory udržitelného cestovního ruchu a možné dopady.

Jelikož hlavním tématem této práce byl vliv pandemie Covid-19, byla tato neočekávaná událost více přiblížena, byla zmíněna časová osa průběhu onemocnění a také byla obsažena charakteristika typů mutací a dostupných vakcín.

V **praktické části** byla nejprve představena oblast zkoumání, vycházející z odborných článků, a to nejprve Egyptská arabská republika, a také přesněji destinace, ležící na břehu Rudého moře – Hurgáda. Byla zkoumána stránka udržitelného cestovního ruchu, kde byla popsána aktuální situace a konkrétní problémy oblasti. Tato podkapitola vycházela z vlastního pozorování a případových studií zabývajících se tímto tématem. Byla přiblížena také opatření, která byla zavedena v Egyptě v průběhu pandemie. Pro lepší orientaci v problematice byly charakterizovány také vybrané hotely, ve kterých byl prováděn výzkum.

Dále následuje samotný výzkum práce, který probíhal přímo v destinaci. Sekundární výzkum obsahoval rešerši případových studií. Primární výzkum probíhal v období **od října 2021 do ledna 2022** kvalitativní metodou výzkumu.

Bylo vybráno několik metod, a to pozorování, které probíhalo přímo v destinaci, konkrétně v hotelu Aladdin Beach Resort (viz podkapitola 4.4.1.) během probíhající zahraniční stáže. Metoda pozorování nemohla být využita v dalších hotelech, jelikož

v Egyptě fungují přísná bezpečnostní opatření neumožňující vstup do hotelu neubytovaným či nezaměstnaným osobám v tomto zařízení. V tomto konkrétním hotelu byla pořízena také fotodokumentace sledovaných problémů.

K zajištění dat z dalších zkoumaných hotelů bylo využito strukturovaných rozhovorů se zaměstnanci (guest relation, animátoři, členové managementu, aj.) těchto ubytovacích zařízení. Bylo provedeno **6 rozhovorů**, které přiblížily situaci ohledně hotelových služeb v souvislosti s Covidem-19 v 5 hotelech v oblasti změn služeb, probíhajících opatření a možných restrikcí.

Pro získání dat s co možná největší rozmanitostí, byl výzkum rozšířen o dotazníkové šetření, které bylo předloženo hotelovým hostům vybraných hotelů, dále byl distribuován na webové portály. Dotazníkové šetření probíhalo od **října 2021 do ledna 2022**. Bylo získáno celkem **42 respondentů**, při takto malém vzorku tvoří tento dotazník pouze podpůrnou funkci výzkumu. Respondenti odpovídali na otázky ohledně jejich vnímání změn před dobou Covidu-19 a v jejím průběhu či na jejím ústupu. Bylo zkoumáno, jestli vnímají změny služeb v hotelu, a jestli se změnil jejich přístup, spokojenost či motivace cestovat do hotelu. V neposlední řadě také představeny jejich obavy či náležitosti, spojené s cestováním do destinace či jejich postoj k udržitelnému cestovnímu ruchu.

## 3 Teoretická východiska

### 3.1 Hotel a služby

#### 3.1.1 Vymezení pojmu hotel

Celosvětově je označení „hotel“ vnímáno jako zprostředkování dočasného ubytování pro zákazníka pod podmínkou úplaty. V dnešní době jsou však tato ubytovací zařízení obohacena o řadu dalších služeb, jako jsou lázeňské, kongresové či wellness služby. Podle Zelenky a Páskové (2012) je za hotel označováno zařízení, které je vhodné pro přechodné ubytování, disponuje alespoň 10 pokoji a poskytuje široké spektrum služeb spojené s ubytováním, jako je např. celodenní stravování, recepce či každodenní úklid. Autoři dále uvádí, že hotely se liší počtem pokojů, vybavením, zaměřením se na segmenty klientů, typem vlastnictví a úrovní služeb.

Hotely jsou podle své velikosti a vybavenosti kategorizovány do pěti tříd, které jsou označovány hvězdičkami (Beránek a Kotek, 2013):

1. \* Tourist
2. \*\* Economy
3. \*\*\* Standard
4. \*\*\*\* First Class
5. \*\*\*\*\* Luxury

Hotely se podle Beránka a Kotka (2013) mohou rozdělovat podle několika kritérií:

- velikost – malé (do 60 lůžek), střední (60 až 250 lůžek) a velké (nad 250 lůžek),
- umístění – např. horské, pobřežní, v centru města, na vesnici, aj.,
- doba provozu – celoročně, sezónně,
- poptávka – podle cílové skupiny klientů, na které je hotel zaměřen,
- třídy – klasifikace podle hvězdiček,
- forma řízení – nezávislé, součást řetězce, aj.,
- prostředí – tradiční hotely, v historických centrech, kasino hotely, aj.

Pro účely této bakalářské práce je nutno vymezit ještě několik pojmů dle Páskové a Zelenky (2012):

- baby hotel – jedná se o hotel speciálně zařízený pro pobyt dětí jak vybavením (zaoblené rohy nábytku), tak také poskytovanými službami, zejména hlídání dětí, dětský zábavný program či dětská hřiště a herny.
- hotelový resort – uzavřený komplex, situován zejména v destinacích masového cestovního ruchu a který nabízí široké spektrum dalších služeb, jako jsou bazény, fitness, sportoviště, aj.

### **3.1.2 Služby hotelu**

Ubytovací, pohostinské i doplňkové služby je možno označit podle Kirařové (2002), jako služby osobní – jsou poskytovány lidmi a jsou poskytovány lidem. Proto, jak již naznačuje tento fakt, hlavním předmětem, na který by se měl brát největší důraz, jsou právě lidé. Dále Kirařová (2002) zdůrazňuje, že v rámci osobních služeb je důležitý zejména způsob, jakým jsou poskytovány. Tento fakt odhalil i výzkum popisovaný autorkou z roku 1992, odehrávající se v Německu. Výzkum byl zaměřený na spokojenost s poskytovanými službami v pohostinství. Výsledkem bylo zjištění, že host upřednostňuje přívětivost obsluhujícího personálu nad kvalitou jídel, příjemnou atmosférou či hezky prostřeným stolem (Emmid Institute, 1992, v Kirařová, 2002).

Kirařová (2002) upozorňuje, že pocit člověka je subjektivní, stejně tak jeho hodnocení služeb. Dále autorka naznačuje, že někteří hosté patří mezi náročnější než jiní, a jejich potřeby a standarty se u dané služby různí, proto musí být personál připraven těmto nárokům porozumět a snažit se jim co nejlépe vyhovět. Dále tvrdí, že je potřeba si cenit i negativní zpětné vazby od hostů. Právě tyto informace mohou hrát klíčovou roli při dalším vývoji hotelu.

Veverková (2010) definuje vlastnosti služeb, díky kterým se odlišují od výrobků:

- nehmotnost – nelze je hodnotit ve fyzickém smyslu, kvalitu lze ověřit až jejím nákupem a spotřebou. To zvyšuje míru nejistoty zákazníka a ztěžuje výběr v rámci konkurence.

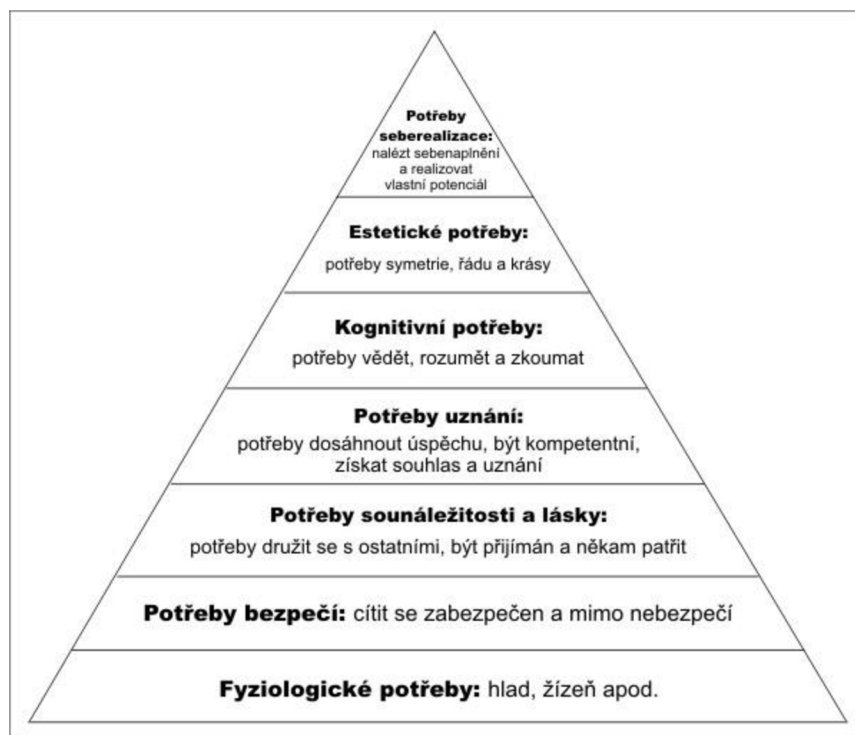
- Neoddělitelnost – nelze ji oddělit od její produkce. Poskytovatel služby má za úkol realizaci služby v daný čas, na daném místě.
- Různorodost – způsob poskytnutí se může lišit z důvodu lidského faktoru, a proto ji nelze vždy provést totožně.
- Dočasnost – služby jsou pomíjivé v čase, nelze je tedy skladovat, uchovávat a vracet.
- Neexistence vlastnictví – zákazník si kupuje pouze právo na poskytnutí služby, tudíž po skončení nic nového nevlastní, jelikož produktem je uspokojení potřeb, nikoliv hmotný produkt.

Dále Beránek a Kotek (2003) tvrdí, že hlavní prioritou je rozpoznání a následné uspokojení potřeb hostů, které jsou tvořeny potřebami základními a turistickými. Podle **Maslowovy pyramidy** (viz obr.1) je hlavním cílem hotelu naplnit fyziologické potřeby, jako je například zajištění spánku, jídla, pití, přístřeší a pohybu. Další nutností je pocit bezpečí hosta v hotelovém zařízení, a tedy existence formy ochrany před psychickými i materiálními ztrátami. Hosté také kladou za důležité uspokojení potřeb společenských, uznání a seberealizace.

Turistické potřeby a jejich uspokojení jsou nezbytné pro spokojenost zákazníka, jak zdůrazňují Beránek a Kotek (2003). Mezi tyto potřeby se řadí:

- potřeba klidu a odpočinku – většinou hlavní důvod, proč lidé na dovolenou jezdí,
- potřeba změny od každodenního stereotypu,
- potřeba uvolnění od konvencí – chování se dle vlastního uznání,
- potřeba kontaktu a komunikace s novými lidmi.

Beránek a Kotek (2003) poukazují na důležitost existence a možnosti čerpání sportovních a relaxačních služeb, které se vyskytují zejména u hotelů vyšších tříd. Autoři vyjmenovávají tyto služby: bazény a koupaliště, golfové hřiště, vířivku, tenisové kurty, saunu, masáže, fitness, dětská hřiště, stolní tenis a kulečnick. Dodávají také, že se vzniklou potřebou o údržbu přichází povinnosti jednotlivých oddělení provozního managementu.



Obrázek 1 - Maslowova pyramida potřeb. Zdroj: Veverková (2010)

### 3.1.3 Marketing hotelových služeb

Marketing služeb hotelu je, podle Kiraľové (2002), komplexní program, který je uskutečňován mezi mnoha stranami. Tento proces zahrnuje vytváření a udržování vztahů mezi hotelem a hosty, dodavateli, odběrateli, konkurencí, vnitřním prostředím hotelu a okolím. Dle autorky je klíčové zjištění, kdo jsou konkrétní hosté hotelu, ať už stávající či potenciální. Marketing podle ní také umožňuje zjištění potřeb a požadavků hostů, a tak následné hledání možností pro uspokojení těchto potřeb za účelem dosažení zisku.

Jako jednu z metod pro koordinaci postupu na trhu uvádí Kiraľová (2002) marketingovou koncepci hotelu, která je základním předpokladem úspěšnosti. Základem této koncepce je podle ní určení cílů a poslání, kdy je pro jejich dosažení nutná analýza makroekonomických faktorů, konkurence a potenciálních hostů. Trh cestovního ruchu se potýká s proměnlivostí, kde největší vliv má, jak popisuje autorka, sezónnost a módnost. Při vědomí potenciálních změn si musí hotel vypracovat vhodnou marketingovou strategii, kde by měl počítat s více variantami budoucího vývoje.

Při výběru marketingové strategie je klíčový **marketingový mix**, což vysvětluje Kiraľová (2002) jako „*soubor kontrolovatelných proměnných, které hotel aktivizuje v zájmu uspokojení potřeb, požadavků vybraného segmentu trhu.*“

Podle Beránka a Kotka (2003) je marketingový mix klíčovým souborem marketingových nástrojů, které jsou používány pro dosažení cílů hotelu na trhu. Autoři zmiňují důležitost modelu **8P**, který je vhodný pro použití v prostředí hotelu:

1. **Produkt** – jedná se o poskytovanou službu, která je očekávaná hostem pro uspokojení jeho potřeb.
2. **Price** (cena) – nárok na odměnu vzniká za poskytnuté služby hotelem, který by měl nastavit cenu, která bude alespoň minimálně pokrývat náklady, vhodné by však bylo, aby obsahovala i určitý zisk. Z pohledu hosta je to částka, kterou je ochoten zaplatit podle kvality odvedené služby.
3. **Place** (místo, distribuční cesty) – způsob prezentace hotelu potenciálním zákazníkům. Mezi distribuční cesty jsou řazeny přímé (komunikace hotel-zákazník) nebo nepřímé, zprostředkované přes cestovní kancelář či agenturu, přepravní společnost, rezervační portál.
4. **People** (lidé) – lidský faktor hraje v cestovním ruchu významnou roli, proto je výběr zaměstnanců klíčový, kde je potřeba dbát na kvalitu personálu.
5. **Promotion** (propagace) – jedná se o soubor technik, který má přilákat potenciální zákazníky k využití služeb hotelu. Je zde řazena reklama, podpora prodeje, vztahy s veřejností, interní reklama (vnitřní výzdoba, plakáty).
6. **Partnership** (kooperace) – spolupráce s partnery má v oblasti hotelnictví velký význam, jelikož dochází ke snížení nákladů pro obě strany a urychlení jejich finanční návratnosti.
7. **Packaging** (tvorba balíčků služeb) – kombinace pro zákazníka atraktivních služeb a výrobků, které jsou poskytnuty pod souhrnnou cenou.
8. **Programming** (programová specifikace) – pomáhá hotelu při zaplňování nevyužité kapacity v době mimo sezónu.

Výhody v oblasti marketingu přináší i to, jestli je daný hotel součástí hotelového řetězce. Hotelový řetězec definuje Zelenka a Pásková (2012) jako: „*vzájemně propojené různou*

*úrovni spolupráce, typem poskytovaných služeb a vlastnických vztahů. Pro hotelové značky bývá společný typický výcvik zaměstnanců, propagace, vybavení hotelů, společný informačně-rezervační systém, marketing atd. Snahou všech hotelových řetězců je vzájemná spolupráce mezi hotely a z toho plynoucí úspora nákladů“.* Dle Beránka a Kotka (2013) hotely začleněné do hotelového řetězce mohou využívat marketingové výhody, jako je využívání zavedené reklamy, propagace, rezervačního systému, databáze zákazníků a image.

### **3.1.4 Management hotelových služeb**

Podle Beránka a Kotka (2003) se hotelový management řídí strategií pro vytvoření a udržení výhody v prostředí konkurence, což v sektoru služeb není vůbec snadné, jelikož nejsou pod záštitou patentů a dá se je tedy snadno kopírovat nebo alespoň napodobovat. Dále uvádí za klíčový nástroj pro udržení konkurenceschopnosti lidský faktor, právě zaměstnanci drží jisté „know - how“ hotelu a přichází také do velmi častého kontaktu se zákazníkem.

Práci hotelového manažera nelze považovat za snadné zaměstnání, musí mít proto jisté osobnostní předpoklady pro zvládnutí zátěže, se kterou se během pracovní doby neustále setkává. Beránek a Kotek (2003) uvádí mnoho ideálních vlastností manažera: inteligence, schopnost zhodnotit situaci a přizpůsobit se, iniciativa, podnikavost, porozumění lidem, spravedlnost, výřečnost či smysl pro humor. Upozorňují však, že tyto vlastnosti nezaručují úspěch při vedení hotelu, jelikož záleží také na kolektivu, charakteru řízeného procesu či vnější hospodářsko-politické situaci. Management hotelu je rozdělen do několika podsekcí, záleží na jeho organizační struktuře.

Organizační strukturu hotelu označují Beránek a Kotek (2003) jako soubor úkolů a formálních pracovních vztahů, které jsou důležité k využití předností specializace a koordinace, která sjednocuje všechny specializované části. Beránek a Kotek (2003) uvádí, že u malých hotelů dochází ke kumulaci funkcí, kde organizační struktura a závislosti mezi jednotlivými odděleními jsou poměrně jednoduché, na rozdíl od velkých hotelů, kde se vyskytuje mnoho útvarů s mnohočetnou propojeností.



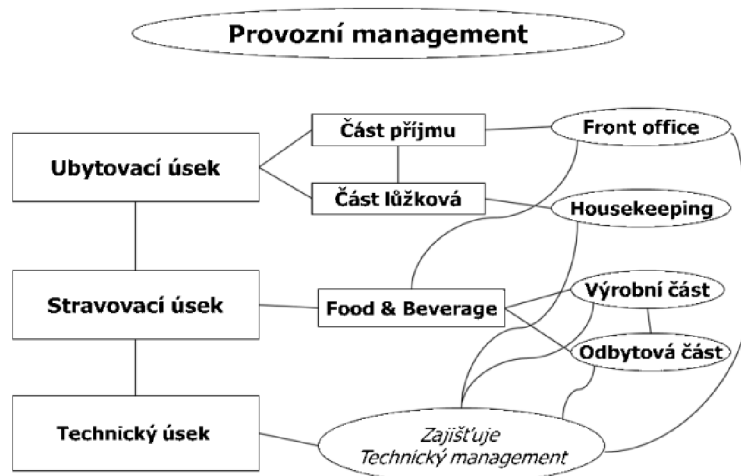
Masarová (2012) (v Pellešová, Kajzar, 2016) vymezuje hierarchii organizační struktury – chod a řízení hotelu má na starost ředitel, jednotlivá oddělení (úseky) mají v čele vedoucí pracovníky, kteří se zodpovídají řediteli. Důležitou osobou je podle autorů také generální ředitel, jelikož má nadhled, vidí hotel v globálním měřítku a může ho koordinovat.

Pellešová a Kajzar (2016) rozdělují organizační strukturu hotelu na:

1. Top management
2. Provozní management
3. Nákup, zásobování a skladování
  - a. nákup – zajištění nejlepší kvality v poměru s cenou,
  - b. zásobování – vypracování rozpočtu nákladů a tržeb, spolupráce s šéfkuchařem, organizování nákupů,
  - c. skladování – musí odpovídat hygienickým normám, kontrola spotřeby.
4. Ostatní pomocné hotelové provozy – např. ostraha, IT oddělení, zahradníci.

Beránek a Kotek (2003) definují **top management** jako nejvyšší vedení společnosti, řadí zde generálního ředitele, jeho asistenty, sekretářku, právníka a ředitele jednotlivých úseků (ekonomický, obchodní, prodejní, marketingový, finanční, personální, jakosti).

**Provozní management** podle Pellešové a Kajzara (2016) zajišťuje každodenní plynulý chod hotelu, zahrnuje tři základní útvary: ubytovací, stravovací a technický (viz obr. 2).



Obrázek 2 - Provozní management. Zdroj: Pellešová, Kajzar (2016)

Ubytovací úsek rozdělují Beránek a Kotek (2003) na dvě části:

- a) část příjmu – front office, recepce
- b) část lůžkovou – housekeeping

Front office a recepce má za úkol podle Křížka a Neufuse (2011) (v Pellešová, Kajzar, 2016) přidělování pokojů, provedení registrace a odhlášení (check-in a check-out), poskytování informací hostům, v neposlední řadě se také stará o účty hotelových hostů. Beránek a Kotek (2003) pak dodávají, že k výkonům tohoto oddělení patří také zajištění bezpečnosti majetku hostů, administrativa či prodej suvenýrů. Samotné ubytování zajišťuje housekeeping. Beránek a Kotek (2003) definují úkoly této části jako přípravu, běžný úklid v průběhu pobytu či bezporuchovost pokoje.

Za stravovací úsek je zodpovědný Food&Beverage manažer (vedoucí stravovacího provozu). Podle Zemanové (2016) je hlavní úkolem zajištění celodenních stravovacích služeb – patří zde mimo manažera šéfkuchař a jeho kuchaři, kalkulanti, obsluha a pomocné síly.

Hosté nepřijdou do styku s technickým managementem do doby, než se na hotelu vyskytne nějaká porucha. Beránek a Kotek (2003) zahrnují do tohoto úseku: kotelnu, strojovnu, klimatizační zařízení, prádelnu, parkoviště či dílny.

Hotelový management se může zaměřovat na různé cíle či metody k dosažení maximálního zisku, a proto existuje několik způsobů řízení hotelových služeb. Zemanová (2016) zmiňuje, že velmi využívaný je moderní způsob maximalizace zisku – **yield management**. Podle Páskové a Zelenky (2012) se jedná o strategii, která využívá soubor technik pro maximalizaci obsazení kapacit. Pellešová a Kajzar (2016) jej označují jako práci s cenovými hladinami, kdy se podle obsazenosti hotelu a situace na trhu či tržního chování zákazníků určuje, jestli poptávku přijmout nebo odmítnout. Autoři také poukazují na vliv sezónnosti a snahu obsazovat hotel dlouhodobě dopředu.

Aplikace yield managementu závisí na několika komponentech (Máčala, 2008 v Pellešová, Kajzar, 2016):

- pevná kapacita
- vysoké fixní, nízké variabilní náklady

- proměnlivá poptávka
- předvídatelnost poptávky
- inventář
- schopnost segmentace zákazníků

Yield management s sebou nese řadu technik: (Indrová a Voříšek, 1997)

- minimální délka pobytu,
- mimosezónní slevy a zvýhodněné dlouhodobé pobyty,
- overbooking (překnihování) – řešení problému s nevyužitými či zrušenými rezervacemi,
- segmentace klientů – tvorba cenové diferenciace.

Každý neprodaný pokoj znamená podle Beránka a Kotka (2003) pro hotel momentální ztrátu, která se již další den nedá dohnat.

## **3.2 Destinační management**

### **3.2.1 Destinace**

Pojem destinace může být vyložen z několika hledisek. Z pohledu návštěvníka se může jednat o jakýsi „cíl cesty“, z pohledu managementu je v úvaze již konkrétní místo působení a vlastní realizace na trhu. Palatková (2011) uvádí, že: „*Destinace je chápána jako geografický prostor (stát, místo, region), který si klient (segment) vybírá jako svůj cíl cesty.*“ Destinace cestovního ruchu je podle Páskové a Zelenky (2012) cílová oblast, která je typická vysokou koncentrací atraktivit, nabídkou služeb a další infrastrukturou, kdy výsledkem je dlouhodobá zvýšená koncentrace návštěvníků.

Pásková a Zelenka (2012) udávají definici destinace jako místo, které je navštívené účastníkem cestovního ruchu, kde se pro mezinárodní návštěvníky může jednat o celou navštívenou zemi, či její region nebo město. Dále zmiňují, že území je rozděleno v některých zemích do historicky, turisticky nebo administrativně souvisejících destinací, kde je společná tvorba a propagace společného produktu turismu a případné zpracování statistik.

Pásková (2009) definuje destinaci jako územní celek, který při aktivaci a využití potenciálu pro rozvoj cestovního ruchu využívá společný postup, sdílí únosnou kapacitu území, procesy a životní cyklus. Dále upozorňuje, že se na tomto území může vyskytovat určitý typ potenciálu (přírodní, socio-kulturní), který však nehraje zásadní roli při vymezování dané destinace, jelikož se jedná o důsledek environmentální determinace, která může s časem klesat a nespojuje tak s vnitřní integritou území a mírou uzavřenosti destinačních procesů. Destinace je podle Páskové (2009) územním celkem, integrovaným na základě těchto destinačních procesů, kde se na rozdíl od minulosti neklade důraz na vymezení na základě odlišnosti od okolního území (morfologie krajiny, fauna a flóra). Destinační region rozděluje na dvě části: destinační jádro a destinační zázemí, kdy klíčovým integrujícím faktorem je intenzita kontaktů mezi jádrem a zázemím, tedy míra uzavřenosti destinačních procesů.

Holešinská (2012) definuje destinaci jako cílové místo, které potenciální návštěvníci vnímají jako cíl své cesty (ve vztahu k lokalitě a produktu), kde dosáhnou během pobytu naplnění svých potřeb a požadavků. Pásková a Zelenka (2012) definici tohoto pojmu ještě více rozvíjí: *„cílová oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu v širším slova smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je dlouhodobá koncentrace návštěvníků.“*

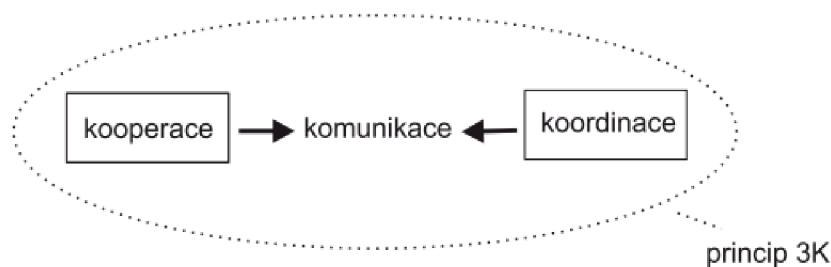
### 3.2.2 Marketingové řízení destinace

Palatková (2007) popisuje proces řízení destinace jako náročný a složitý, trvající několik let. Mezi hlavní iniciátory řadí komerční i veřejnoprávní subjekty, kde proces tvorby destinace urychluje silný partner, který poskytuje výrazné finanční krytí.

**Management destinace (destinační management)** označuje Palatková (2007) definicí podle Bartla a Schmidta (1998) jako: *„strategii a cestu pro silné regiony, které mají odvalu ke koncentraci sil pro společný rozvoj, organizaci a aktivní prodej svých klíčových konkurenčních výhod. Touto cestou vznikají destinace, které nabízejí klientovi perfektně zorganizovaný řetězec služeb odpovídající jeho volbě, který zahrnuje celý proces od informace a pohodlnou rezervaci přes bezchybný průběh pobytu*

až po návrat domů.” Palatková (2007) uvádí, že management destinace je lépe proveditelný pouze na regionální úrovni než na úrovni národní. Podle ní destinační management zahrnuje marketing a veškeré vnitřní aktivity destinace. Upozorňuje také na překrývání se managementu a marketingu destinace.

Pásková a Zelenka (2012) definují destinační management jako „*soubor technik, nástrojů a opatření, používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci.*“ Holešinská (2012) však označuje tuto definici za nepřesnou, jelikož popírá specifika destinace, kdy při aplikaci destinačního managementu nedochází k regulaci, ale k ovlivňování. Upravuje tak znění podle **principu 3K** (viz obr. 3): jako specifickou formu řízení, kde je kladen důraz na kooperaci aktérů, koordinaci v oblasti plánování, organizování a rozhodování v destinaci, klíčovým faktorem je pak komunikace.



Obrázek 3 - Princip 3K. Zdroj: Holešinská (2012)

Palatková (2007) popisuje **destinační marketing** definicí Seatona a Bennetta (1996) základních pilířů, a to:

- filozofií orientace na zákazníka,
- analytickými koncepty a postupy, umožňujícími realizaci filozofie,
- technikami sběru dat,
- plánovacími funkcemi a okruhy strategických rozhodnutí,
- organizační strukturou, nutnou pro realizaci plánu.

Palatková (2007) dále udává marketing destinace jako filozofii řízení, která stanovuje umístění produktu na trh, a to na základě výzkumem zjištěné poptávky spotřebitelů s cílem maximalizace zisku. Druhá definice autorky popisuje marketing destinace jako

souhrn cílených aktivit, které vyvažují potřeby klientů s cíli destinace, a to prodejem produktu.

### **3.3 Cestovní ruch**

Touha poznávat cizí kultury je podle Beranové (2011) spolu s rekreací jednou z nejčastějších motivací účastníků cestovního ruchu. Dále uvádí, že zejména v rozvinutých zemích nabývá cestování za poznáním na stále větším významu, jelikož rozvíjí lidskou osobnost, umožňuje člověku vstoupit do jiných krajů a přispívá k celkovému rozhledu či pochopení životního stylu jiných kultur, a tak zprostředkovává navázání mezinárodních vztahů osobního i ekonomického charakteru.

Pásková (2014) uvádí, že cestovní ruch v sobě zahrnuje aktivity, které se podílí na cestování osob, jež cestují na své vlastní náklady (nejedná se o cestu hrazenou) a ve svém volném čase. Dále zmiňuje, že osoby cestují za účelem aktivního i pasivního odpočinku, za poznáváním přírody a kultury nebo za účelem návštěvy svých známých. Tato cesta je podle ní časově omezená, v rámci zahraničního cestovního ruchu se jedná o období o délce maximálně jeden rok.

Podle Páskové (2014) je cestovní ruch sledován jako ekonomický jev, který se podílí na platební bilanci státu. Klíčové tedy je, jestli většina prostředků, které byly vynaloženy na cestu, zůstávají v navštívené destinaci.

#### **3.3.1 Udržitelný cestovní ruch**

Již v době starověkých civilizací (Egypt, Řecko, Řím) lze pozorovat znaky udržitelného chování, jak uvádí Šauer et al. (2015, s. 22) (podle Gyra, 2010, s. 3). Zelenka et al. (2013, s. 61) definují, že cestovní ruch pomocí svých toků návštěvníků, rozvojem infrastruktury a jejím provozováním nevratně mění krajinu, přírodu a kulturní i sociální prostředí. Dopady jím způsobené mohou mít až nevratný ráz při různém časovém průběhu a intenzitě.

Interpretace udržitelného cestovního ruchu se může lišit. Pásková a Zelenka (2012, s. 590-591) jej definují jako cestovní ruch, který díky svému plánování a koncepčnímu rozvoji nenarušuje dlouhodobě kulturní, sociální a přírodní prostředí. Má za cíl ochranu

a zachování všech aspektů životního prostředí a jeho respektování. Dále uvádí další, a to **holistickou definici**, v níž je udržitelný cestovní ruch definován jako soubor aktivit a služeb, poskytovaných návštěvníkům (zahrnutý také vlastní aktivity návštěvníka), které mají vliv na přírodní, antropogenní prostředí, místní komunitu či biosféru. Ovlivňují ji však pouze do takové míry, která nemění neobnovitelně a negativně životní prostředí a neomezuje tak využití destinace v budoucnosti.

**Ekonomicko-environmentální** vymezení dle UNWTO, uvádí autoři Pásková a Zelenka (2012, s. 591) jako schopnost destinace udržet si svůj potenciál v rámci konkurence s novými destinacemi, které jsou historicky méně využívány. Snahou je také přitáhnout svých návštěvníků (první i opakovaná návštěva), udržet si svoji kulturní jedinečnost a zároveň být v rovnováze s životním prostředím.

Základem udržitelnosti cestovního ruchu jsou podle Ministerstva pro místní rozvoj ČR (2007, s. 6) tři pilíře (environmentální, sociální a ekonomický), které nesmí být navzájem překrývány.

Podle UNWTO & UNEP (2005) by měl udržitelný cestovní ruch s přihlédnutím k výše zmíněným pilířům:

- Optimálně využívat **environmentální zdroje** – s ohledem na zachování základních ekologických procesů a biodiverzity se zajištěním ochrany kulturního dědictví.
- Respektování **sociálně-kulturní** autentičnosti – uchovávání tradičních hodnot a kultury místních obyvatel, což přispívá k mezikulturnímu porozumění a také k vzájemné toleranci.
- **Ekonomické přínosy** – zajištění životaschopné, dlouhodobé hospodářské činnosti, která přináší přínosy všem účastníkům s cílem zajištění výtěžku, snížení chudoby a zachování zdrojů pro budoucí generace.

Udržitelnost cestovního ruchu je hodnocena např. indikátory udržitelného rozvoje. Zelenka a Pásková (2012, s. 591) uvádí, že **udržitelný rozvoj** umožňuje zachování možnosti uspokojení základních životních potřeb pro současné i budoucí generace a zároveň nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystémů.

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (2007, s. 11) definuje udržitelný rozvoj cestovního ruchu jako uspokojení potřeb hostitelské destinace a návštěvníků s ohledem a zhodnocení příležitostí pro budoucnost. Dále uvádí že, potřeby (sociální, ekonomické a estetické) mohou být uspokojeny pouze za předpokladu zachování kulturní integrity, ekologických procesů, biodiverzity a systému životních hodnot.

### 3.3.2 Faktory ovlivňující cestovní ruch

Domácí i zahraniční turismus je ovlivňován mnoha faktory, podle kterých může být destinace atraktivnější nebo se naopak stává opomíjenou z důvodu nepříznivých tamních podmínek. Indrová (2007) rozděluje faktory na **globální**, ovlivňující vývoj mezinárodního cestovního ruchu, a **faktory, které ovlivňují účast na cestovním ruchu a výběr destinace**.

**Globální faktory** je možno sledovat ve světovém měřítku. Indrová (2007) tyto faktory definovala takto:

- demografické faktory – patří sem faktory, které se týkají obyvatel země. Jedná se zejména o počet obyvatel, sociální strukturu, náboženství či délku placené dovolené. Neustálý růst počtu obyvatel je zejména zaznamenáván v rozvojových zemích, stejně tak i další faktory, které neumožňují obyvatelům rozsáhlou účast na cestovním ruchu. Dalším faktorem je vzdělání, kde je díky vyššímu dosaženému vzdělání, a tedy i vyššímu platu otevřeno více možností pro cestování. Svou roli hraje také urbanizace, jelikož lidé z měst jsou otevřenější cestovat než lidé z tradičních zemědělských oblastí,
- ekonomické faktory – jsou zde zařazena úroveň bohatství obyvatelstva (HDP), měnová stabilita, výše disponibilních příjmů. Tyto faktory nepochybně ovlivňují schopnost a chuť obyvatelstva cestovat. Význam má také globalizace, která stírá rozdíly mezi jednotlivými kulturami a rozšiřováním např. hotelových řetězců vytváří jakýsi tlak na kvalitu poskytovaných služeb. Globalizace však může mít i negativní význam, pokud je důvodem cestování primárně poznávání odlišných kultur,
- politické faktory – jsou spjaty s legislativou státu a stabilitou dané země. Nestabilita politického systému, terorismus či válečné konflikty jsou důležitou překážkou v rozvoji turismu,



- technologické faktory – ovlivňují inovace a technologický pokrok (např. rezervační systém a zpřesňování informací díky informačním technologiím). Klíčovou roli nepochybně má také rozvoj a modernizace všech druhů dopravy a dopravní infrastruktury,
- ekologické faktory – snaha, aby se cestovní ruch nestal příčinou devastace životního prostředí či klimatické změny.

### **Faktory, které ovlivňují účast na cestovním ruchu a výběr destinace**

Indrová (2007, s. 14) uvádí motiv pro realizaci cestovního ruchu jako základní faktor, ten může být např. emocionální, kulturní, fyzický (potřeba relaxace) či v rámci osobního rozvoje. Dále zdůrazňuje důležitost dostupnosti destinace, životní náklady, kulturní odlišnosti či propagaci dané destinace.

Lichnovská (2015) ve své bakalářské práci řadí mezi faktory také bezpečnost destinace. Hrozbami pro cestovní ruch totiž mohou být terorismus, epidemie či přírodní katastrofy. Bezpečnost může ovlivnit touhu přicestovat do země, dává však příležitost pro dobrovolnické činnosti. Negativní vliv na turismus má také příliš vysoký index kriminality

#### **3.3.3 Vlivy a dopady cestovního ruchu**

Postupem času se začalo stále více odborníků zabývat dopady cestovního ruchu na danou lokalitu, primárně na kulturní a přírodní památky, které jsou hlavními atraktivitami motivujícími za poznáváním lokality (Pásková, 2014).

Významnou roli mají **tzv. faktory přitahování a vytlačování** (*push and pull faktory*), zmíněné ve Výkladovém slovníku cestovního ruchu autorů Zelenka, Pásková (2012, s. 159). Uvádí, že při aplikaci na cestovní ruch mohou být návštěvníci do destinace přitahováni kladnými podněty, například atraktivitami, příznivým klimatem, životním stylem či kvalitními a levnými službami. Naopak faktory vytlačování odpuzují návštěvníky a zvyšují jejich motivaci k opuštění lokality, např. nekvalitní životní prostředí a jiné negativní vlivy.

Podle Páskové (2014) je jedním z vlivů tzv. **efekt turistické pasti** neboli „ničení turismu turismem“. Zelenka, Pásková (2012, s. 129) jej definují jako „*negativní působení*

*neregulovaného cestovního ruchu, které svými podnikatelskými aktivitami znehodnocuje svůj vlastní kapitál (kulturní a přírodní hodnoty) destinace.*“ Dále uvádí, že tento efekt může negativně ovlivňovat životní cyklus destinace.

### **Negativní vlivy na přírodní prostředí**

Jejich projev je zřejmý tam, kde je překročena únosná kapacita destinace, když je cestovní ruch špatně plánován, řízen a rozvíjen. Podle Páskové (2014) se mimo jiné jedná také o destinace, u kterých tvoří příjmy z turismu hlavní podíl zisku; místa s výraznou odlišností kultury návštěvníka a místních obyvatel či destinace s křehkými ekosystémy.

Pásková (2014) uvádí, že ke znečištění cestovním ruchem dochází buď přímým nebo nepřímým způsobem. Přímou metodou je bezprostřední dopad aktivit cestovního ruchu, které způsobují znečištění přírodního prostředí (vnášení činitelů do prostředí, které jsou pro něj cizorodé), kdežto nepřímou metodou se rozumí např. spotřeba zdrojů.

**Turistické znečištění** je definováno Zelenkou a Páskovou (2012, s. 583) jako soubor všech negativních vlivů, působících na přírodní i sociální prostředí destinace, a jejímž zdrojem jsou zejména návštěvníci. Jedná se zejména o stres z nadměrného počtu turistů či znečištění životního prostředí.

Podle Páskové (2014) se sem řadí:

- **emise** – uvolňování látek ze zdroje znečištění do ovzduší. Přímým zdrojem je zde nepochybně doprava, provozování podniků a center cestovního ruchu. Dopadem je tak zvyšování skleníkových plynů, vznik smogu či ztenčování se ozonové vrstvy.
- **znečišťování vod** – způsobeno např. koupáním návštěvníků v nepovolených zónách či provozem zařízení cestovního ruchu (splašky, hnojení atd.),
- **hluk** – v místech se zvýšenou návštěvností či poblíž letiště. Může narušit přirozené podmínky živočichů,
- **odpad** – komunální, exkrementy...,
- **eroze** – narušování povrchu přírodnin. Kromě přirozené eroze se může jednat o zmenšování povrchu pláží, dopady horolezecké činnosti či eroze soch a dalších památek,

- **zavlečení nepůvodních druhů** – jedná se většinou o neúmyslné jednání ze strany návštěvníků, kdy jsou na oděvech nebo zavazadlech převáženy rostliny či živočichové. Úmyslné jednání se rozumí rozptylování nepůvodních prvků fauny a flóry, kdy jsou narušovány přirozené ekosystémy za účelem zvyšování atraktivity pro návštěvníky.
- **vandalismus** – poškozování přírodních památek (vrypy, graffiti, poškozování).

### Negativní vlivy na socio-kulturní prostředí

Pásková (2014) uvádí, že negativní vlivy na socio-kulturního prostředí nejsou tak zřetelné a jsou hůře identifikovatelné, na rozdíl od přírodního prostředí. Dále udává, že vliv na toto prostředí může být materiální i imateriální (jedná se o změny na úrovni psychologické, sociální, kulturní, ekonomické, urbanistické) a mohou se překrývat s globálními vlivy. Jejich měření není snadné a bývá tak spíše subjektivní, někdy také nemusí být jasné, jestli je vliv pozitivního či negativního charakteru.

Mezi nejčastější efekty lze řadit tzv. **demonstrační efekt**, který je podle Páskové (2014) založen na projevu opakujících se vzorců chování návštěvníků místními obyvateli za cílem konzumace služeb cestovního ruchu. Tento efekt přispívá k akulturaci a k tzv. efektu módnosti, tedy ke vzniku trendy destinací a tím i zvyšování koncentrace návštěvníků (Ryan, 1991 s. 69, cit. podle Pásková, 2014).

Pásková (2014) uvádí další negativní vlivy na socio-kulturní prostředí, a to: **dualizaci společnosti** (rozdělení na chudé a bohaté). Bohatou vrstvou bývá část obyvatel pracujících v cestovním ruchu. Dále uvádí proces **marginalizace**, což je chápáno jako přirozený proces vytlačování původních obyvatel z jejich historicky významných sídel, potřeby návštěvníků jsou pak preferovány před potřebami místních. Důsledkem může být výskyt patologických jevů, jako je prostituce, kriminalita či užívání návykových látek.

**Turistická iritace** je podle Zelenky a Páskové (2012, s. 579) vztah rezidentů k návštěvníkům a cestovnímu ruchu v daném místě. Pásková (2014) uvádí, že se jedná o míru nevráživosti k návštěvníkům a k negativnímu vývoji cestovního ruchu. Jako ukazatel je používána čtyřstupňová škála, známá jako Doxeyho (1975) **iritační index**.

Pásková (2014) uvádí další efekty, a to akulturaci (proces změn kultury jako důsledek dlouhodobého styku kulturně odlišných skupin) či inscenizaci (umělé, komerční předvádění tradic pro návštěvníky).

### 3.4 Pandemie Covid-19

#### 3.4.1 Popis onemocnění

Covid-19 je podle WHO (2022) infekční onemocnění způsobené virem SARS-CoV-2, které postihuje respirační systém člověka. Dále uvádí, že Covid-19 se projevuje většinou mírnými až středně těžkými příznaky a k jeho léčbě dochází samovolně bez nutnosti speciální lékařské péče. Průběh nemoci některých nakažených může být však závažnější a vést dokonce ke smrti. WHO (2022) varuje, že každý nakažený Covidem-19 může mít těžký průběh či zemřít bez ohledu na svůj věk.

Štefan a kol. (2021) uvádí inkubační dobu, tedy dobu od nákazy k propuknutí onemocnění 2–14 dní, kdy až 20 % může probíhat bezpříznakově. Dále řadí mezi příznaky Covidu-19 nejčastěji horečku, únavu či malátnost, bolesti svalů, kloubů a hlavy, kašel, dušnost a bolesti na hrudníku. Mezi méně častější jsou pak podle nich ztráta chuti a čichu, nechutenství, zvracení a průjem. Tyto příznaky mohou podle autorů vést až k zápalu plic, plicní embolii, trombózám, infarktu myokardu, cévní mozkové příhodě, vzácně akutní poškození ledvin či zánět mozkových blan. Štefan a kol. (2021) udávají, že nemocniční léčbu potřebuje až 14 % infikovaných, z nichž 3 % z nich musí být umístěni na jednotce intenzivní péče. Smrtelnost se podle nich pohybuje kolem 10 %, ale liší se v rámci jednotlivých zemí.

Štefan a kol. (2021) dále vymezují charakteristiku průkaznosti viru SARS-CoV-2 pomocí PCR vyšetření z výtěru nosohltanu či antigenním testem z horních cest dýchacích. Dále jsou podle nich i testy, kde lze průkaznost viru prokázat i ze slin.

#### 3.4.2 Časová osa Covidu-19

Ren et al (2020) vyznačují jako počátek pandemie **prosinec 2019**, kdy byly pozorovány první případy blíže nespecifikovaného onemocnění dýchací soustavy, které bylo později označen jako SARS-CoV-2 a jím vyvolaná nemoc jako Covid-19. První případy byly

popsány v čínském Wu-chanu. Po dalších výzkumech se podle autorů zjistilo, že přenašečem jsou netopýři.

Z Číny se pak infekce rozšířila do celého světa poměrně rychlým tempem. Generální ředitel WHO Tedros Adhanom Ghebreyesus prohlásil dne 30. ledna 2020, že onemocnění Covid-19 představuje stav ohrožení veřejného zdraví na mezinárodní úrovni. Později dne **11. března 2020** byla situace označena jako stav **pandemie** (WHO, 2022).

Po celém světě od března 2020 podle WHO (2022) docházelo k zavedení hygienických opatření, zavedení nošení ochrany dýchacích cest (roušky, nanoroušky, respirátory). Později byla však opatření zpřísněna na omezení volného pohybu osob, zavření služeb a podniků, kdy vše eskalovalo do tzv. „lockdownu“. Byla zavřena také letiště, a tedy cestovní ruch byl v silném úpadku. Opatření byla během let 2021-22 rozvolňována, ale také opět zaváděna (MZCR, 2022).

Při celosvětovém šíření infekce, byl cílem vědců a farmaceutických firem co nejrychlejší výzkum bezpečné vakcíny a zavedení očkování do provozu. A tak, 8. prosince 2020, byla po úspěšných testech vakcína aplikována první osobě (Ministerstvo zdravotnictví, 2022). Většina vakcín, jak uvádí Ministerstvo zdravotnictví (2022), obsahuje dvě dávky, které je potřebné aplikovat v intervalu 21-28 dní od sebe. WHO (2022) rozhodla o nutnosti třetí dávky, a to po uplynutí doby 5-ti měsíců od aplikace druhé dávky.

Od prosince 2020 do 14. dubna 2022 bylo podle WHO (2022) detekováno 494 587 638 případů nákazy Covidem-19, kdy 6 170 283 nakažených zemřelo. Plán WHO (2022) byl naočkovat do půlky roku 2022 70 % populace světa, což by znamenalo 11 miliard aplikovaných vakcín, tento plán se povedlo naplnit, jelikož již proběhlo 11 250 782 214 dávek.

## 4 Praktická část

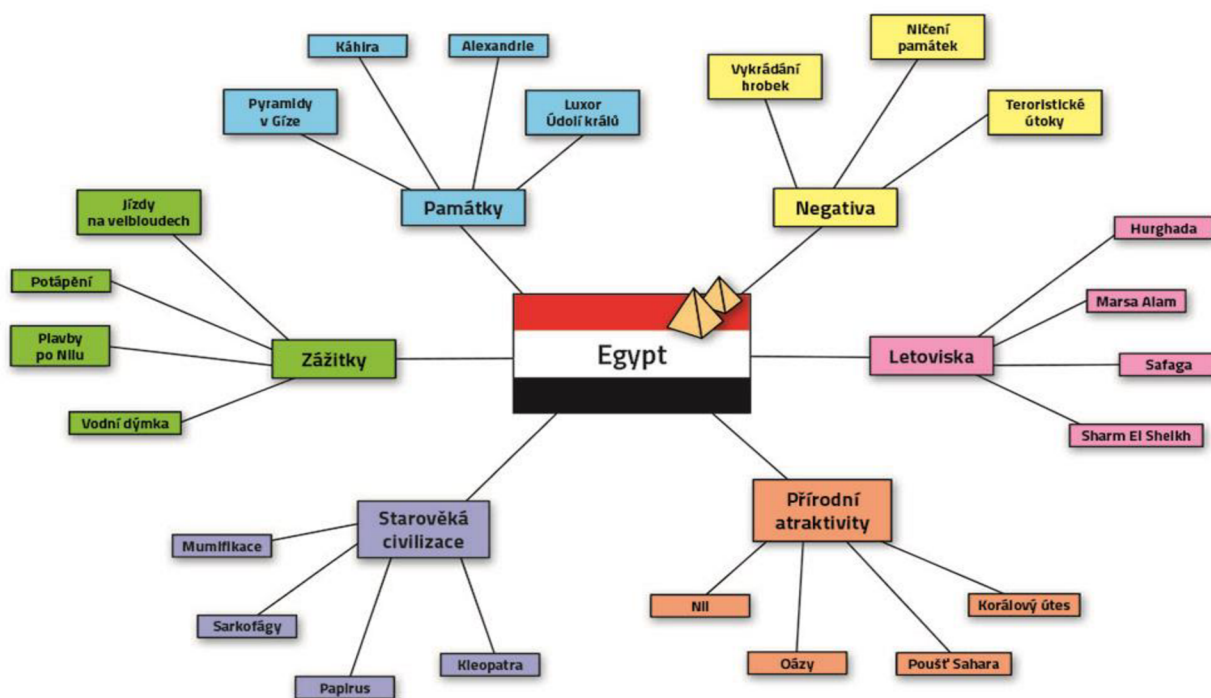
### 4.1 Vymezení lokality výzkumu

Egyptská arabská republika je z geografického hlediska řazena do Severní Afriky, jejími sousedy jsou státy Libye, Súdán či teritorium, které je označováno jako Pásmo Gazy (Mirzadeh, 2013). Na severu je omýván Středoziemním mořem a Rudým mořem na východě. Na velké části území Egypta se rozprostírá poušť Sahara, kterou na severozápadě rozděluje řeka Nil na Východní a Západní (Britannica, 2022). Podle serveru Britannica (2022) je nejvyšším bodem této země hora Svatá Kateřina, která se tyčí do výšky 2 642 m. Ministerstvo zahraničních věcí (2022) uvádí, že rozloha Egypta je 1 001 450 km<sup>2</sup>.

Populaci Egypta vyčísluje MZV (2022) na 103,81 milionů, rozprostírající se z 98 % kolem delty řeky Nil a kolem pobřeží Rudého moře. Silně obydlené je také hlavní město – Káhira. Oficiální jazyk státu je arabština. Z náboženského hlediska převládá islám (83 %) a křesťanství (15 %). Podle UNICEF (2022) má Egypt nejhustěji osídlenou populaci mezi arabskými zeměmi.

Pro ekonomiku země hraje podle MZV (2022) významnou roli Suezský průplav, který se podílí až polovinou na příjmu ze služeb. Pro Egypt uvádí jako klíčové sektory průmyslovou výrobu, těžbu, obchod a zemědělství, které se podílí více než z poloviny na tvorbě HDP. Neméně důležitý je také podle něj turismus, který však byl vlivem epidemie Covid-19 silně zasažen.

Atraktivit pro turismus je v Egyptě velké množství (viz obr. 5). Nejvíce vyhledávaná jsou turistická letoviska (např. Hurgáda), odkud je možné navštívit historické památky v Luxoru či Káhiře.



Obrázek 4 - Atraktivity Egypta. Zdroj: Filipová (2016)

#### 4.1.1 Popis Hurgády

Mahmoud et al. (2019) uvádí že, Hurgáda je hlavním městem gubernie Red Sea a rozkládá se 36 km po délce Rudého moře, asi 500 km od hlavního města Egypta – Káhiry. Ohraničuje také hranice města Hurgády – ze severu je to oblast Ras Ghareb, z jihu Safaga, z východu je ohraničena břehem Rudého moře a ze západu městem Sohag.

Typ klimatu Hurgády definují Mahmoud et al. (2019) jako pouštní, v průběhu letních měsíců (červen-srpen) je podnebí horké a suché po celém Egyptě, zatímco v zimní sezóně (prosinec-únor) je klima mírné s určitými srážkami. Poukazují na rozdíly v rámci území Egypta, kdy na severu jsou zimy chladnější, s častým výskytem deště. Zatímco na jihu země jsou zimní měsíce charakteristické teplými slunečnými dny a velmi chladnými nocemi.

Podle Mahmoud et al. (2019) zde žije 262 000 obyvatel v několika městských částech, z nichž je známá moderní část El Kawther či ulice Sheraton, která je nejušnější a nachází se zde spousta barů či tradičních bazarů.

Historie tohoto města není dlouhá, portál Earthobservatory (2022) udává, že na začátku 20. století se na místě dnešního města nacházela pouze rybářská vesnička obklopená pouští. Dále zmiňuje rozvoj, kdy byla Hurgáda vybrána britskými inženýry, kteří se o ni začali zajímat, a od 50. let 20. století zde začali stavět řadu hotelů. A tak se z malé vesničky stala známá turistická destinace. Hurgáda se řadí mezi špičkové destinace pro potápěče, nabízí korálové útesy a rozmanitý podmořský život.

Samotné město nenabízí mnoho památek, je však významným dopravním uzlem pro cesty do historických center Luxoru či Káhiry. Je zde k nalezení mnoho typických orientálních prvků, jako jsou mešity, bazary, trhy, rušná a hlučná doprava či restaurace s typickou egyptskou kuchyní. V Hurgádě se nachází akvárium, které je velmi oblíbené pro atrakci krmení žraloků.

#### **4.1.2 Udržitelný cestovní ruch v Hurgádě**

S přibývajícím počtem turistů se vyskytuje mnoho negativních vlivů zejména na přírodu. V průběhu let se původně nedotčené korálové útesy neubránily poškození či dokonce úplné destrukci. Sami turisté, kteří se do této destinace vrací v průběhu let zaznamenávají výrazné změny v rozmanitosti podmořského života či přibývajících „mrtvých korálů“. Potápěči čím dál častěji vyráží lodí dále na otevřené moře, kde jsou korály stále zachovány.

Gouda (2012) popisuje, že s přibývajícím turismem vznikají hlavní tři problémy, a to narušení přirozené linie pláží, jelikož se je majitelé snaží přizpůsobit pro stále narůstající masy turistů. Dále uvádí již zmiňované destrukce korálových útesů, a tím změny diverzity podmořského života. Třetím, autorem uvedeným problémem, je pak nedostatečná integrita mezi přírodou a zastavěnými oblastmi.

Gouda (2012) vymezuje problémy spojené s turismem, nedostatečným managementem či neomezeným využívaným pobřežím, jež spočívají nejen ve fyzickém ničení korálů, ale také v narůstajícím znečištění moře odpadky, kanalizací či jinými látkami. Důsledkem je podle autora úhyn mořských živočichů a snižování diverzity, jelikož je právě Rudé moře přirozeným místem pro rozmnožování mořských ptáků či želv. Shaalan



(2005) poté dodává další problémy spojené s turismem, jedná se zejména o výše zmíněné podněty, vliv má jistě také doprava či výstavby elektráren nebo čističek vod.

Shalan (2005) dále upozorňuje na znečištění ovzduší, způsobeném velmi frekventovanou leteckou či motorovou dopravou nebo také znečištěním z elektráren. Dalším negativním přírodním dopadem je podle něj také výstavba hotelů, která s sebou přináší narušování přirozeného prostředí původní pouště. Jsou zde budovány dopravní sítě, hotely, aj.

Na základě rozhovorů a pozorování vedených v destinaci bylo zjištěno mnoho dalších faktorů, které ovlivňují negativní rozvoj udržitelného cestovního ruchu v destinaci. V rámci socio-kulturních vlivů dochází k mnoha negativním dopadům na Hurgádu. V první řadě je to demonstrační efekt, kdy jsou vystavovány luxusní hotely, s umělým zatravněním a ve stylu, který nezapadá do původního okolí, jen proto, aby potěšily oko klientů hotelů. Dochází zde také k dualizaci společnosti, tj. rozdělování společnosti na bohaté a chudé, tedy ty, kteří mají příjmy z cestovního ruchu, a ty, kteří se snaží na své živobytí vydělat jinak. Dnes naprostá většina obyvatel Hurgády je zapojená do turismu, avšak panuje zde velká konkurence.

Z důvodu výstavby hotelů zde zcela nepochybně došlo k marginalizaci společnosti, lidé byli vystěhováni ze svých obydlí za účelem výstavby turistické infrastruktury a ocitli se tak pouze na vymezeném území.

V neposlední řadě zde dochází také k inscenizaci původních tradic, například jsou uměle vytvářeny vesničky beduínů či nabízeny jízdy na velbloudech, kteří musí mnohdy žít v nepříznivých podmínkách. Dochází zde tak k nehumánnímu zacházení se zvířaty.

V průběhu výletů turistů může podle Shalana (2005) docházet k vědomému poškozování korálů, které jsou sbírány jako suvenýry či znečišťování moře odpadky z lodí. Turisté také v rámci výletů safari ruší přirozené prostředí divokých zvířat a ovlivňují citlivý ekosystém a zanechávají nevratné stopy.

Gouda (2012) upozorňuje, že za vznik těchto problémů je zodpovědná hlavně vláda Egypta, která zanedbala následující klíčová fakta:

1. tradiční plánování a vývojový proces – absence dlouhodobé vize, jak izolovat turistický element od ostatních aktivit, kde hustě vystavěné hotelové komplexy mají velký vliv na životní prostředí.
2. Vytvoření svého jedinečného stylu – odlišení se od ostatních čistě turistických destinací, kde by měl Egypt klást důraz na seznámení turistů a návštěvníků s přírodním systémem.
3. Slabé povědomí o místní komunitě – hlavně o důležitosti konzervace atraktivit, je také vyžadována vzájemná spolupráce místních obyvatel, investorů a správních úřadů. Důležité je také vzdělávání mladé generace pro protekci památek do budoucna.
4. Soukromý sektor – v oblasti Rudého moře je málo investorů, kteří jsou zainteresováni v oblasti udržitelného cestovního ruchu.
5. Absence účasti místních – obyvatel, prosperující z turismu žijí přítomností a myslí pouze na svůj aktuální profit, nepřemýšlí nad tím, jak by se vlivem turismu a znečištění mohlo prostředí změnit pro budoucí generace.
6. Propagace a informovanost – neexistující brožury o místech pro ekoturismus.
7. Nízká důslednost vlády – malé pobídky investorů k udržitelnosti.
8. Změny v místní kultuře a nedostatečná komunikace.
9. Nedostatečná pozornost k přírodnímu prostředí a ekologické bilanci.
10. Špatné místní podmínky veřejných služeb a zařízení

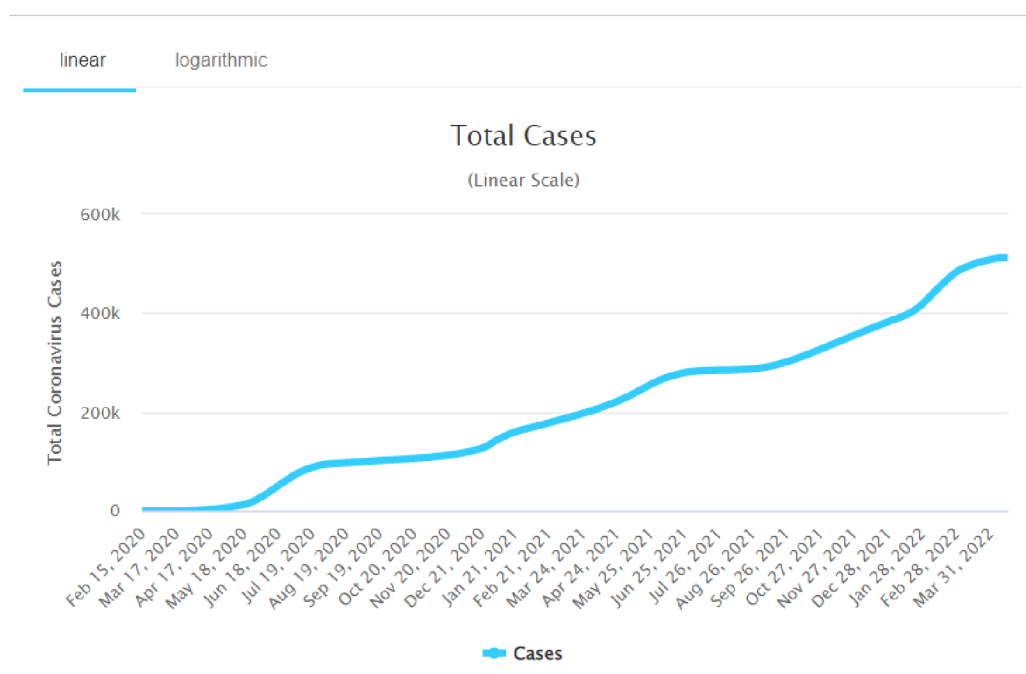
## **4.2 Popis epidemie Covidu-19 v Egyptě**

Covid-19 zasáhl téměř všechny státy světa a Egyptská arabská republika nebyla výjimkou. Podle WHO (2022) byl první případ onemocnění Covid-19 oznámen 14. února 2020, poté se situace zhoršovala a k 14. dubnu 2022 bylo hlášeno 512 000 případů nákazy s 24 522 úmrtími.

Postupující nákazu popisují Salem a kol. (2022) tak, že v březnu roku 2020 bylo postupně rušeno až 80 % hotelových rezervací. Dále uvádí, že uzavření turistického sektoru, ke kterému došlo, stál Egypt měsíčně miliardu amerických dolarů. Tyto ztráty měly podle autorů velký vliv na ekonomickou situaci země, jelikož turismus tvořil před Covid-19 4,2 % celkového HDP země. Na celosvětově zhoršující se situaci reagovala egyptská

vláda podle Salema a kol. (2022) uzavřením vzdušného prostoru, uzavřením ubytovacích a restauračních zařízení v březnu roku 2020. Ostatní restriktce se shodují s doporučeními, která vydala WHO. Salem a kol. (2022) zmiňují fakt, že se vláda Egypta rozhodla finančně podpořit malé a střední podniky, avšak i tato pomoc nezabránila ukončení činnosti některých ubytovacích zařízení či ztrátě zaměstnání mnoha lidí. Dále uvádí, že během této světové pandemie egyptské hotely zavedly systém propouštění, rušení pokojů a zavírání hotelů a zaměřily se na bezpečnost a hygienu, které byly zavedeny egyptským ministerstvem zdravotnictví a cestovního ruchu.

Salem a kol. (2022) uvádí, že Egypt otevřel svá letiště opět 1. července roku 2020.



**Graf 1 - Covid-19 v Egyptě. Zdroj: Worldmeters (2022)**

### 4.3 Popis zkoumaných hotelů

K výzkumu bylo vybráno 5 hotelů nacházejících se přímo v centru Hurgády nebo v přilehlých částech tohoto města, jako jsou Sahl Hasheesh a Makadi.

Název hotelu	Klasifikace	Počet pokojů	Hotelový řetězec	Počet hotelů v řetězci	Trip Advisor
<b>Giftun Azur Resort</b>	*** Standard	522	Azur Hotels	8	3,5
<b>Le Pacha Resort</b>	*** Standard	258	-	-	3,5
<b>Aladdin Beach Resort</b>	**** First Class	539	Hwaidak Hotels	7	4
<b>Albatros Citadel Resort</b>	***** Luxury	514	Pickalbatros Hotels & Resorts	21	4,5
<b>Stella Di Mare Beach Resort &amp; Spa</b>	***** Luxury	605	Stella Di Mare Hotels & Resorts	6	4,5

Tabulka 1 - Zkoumané hotely. Zdroj: vlastní zpracování (2022)

#### 4.3.1 Aladdin Beach Resort

**Hotel Aladdin Beach Resort** patří do řetězce Hwaidak Hotels Management Company. Dle oficiálních webových stránek Hwaidak Hotels (2022) funguje tento hotelový řetězec už přes 80 let, jelikož byla společnost založena Saadem Hwaidakem v roce 1938, který řetězec vedl do roku 1993, poté byl předáván z generace na generaci. Hwaidak Hotels (2022) uvádí, že s postupem času se rozrůstá pole působnosti řetězce a počet hotelů. Základní vizí je dle zakladatele důraz na kvalitu poskytovaných služeb, dbát na dodržování vysokého standartu a v neposlední řadě také motivace zaměstnanců, aby přispívali ke společnému cíli.

Řetězec se rozděluje na dvě skupiny: Titanic Group a Jasmine Hotel Products, do které podle Hwaidak Hotels (2022) patří právě hotel Aladdin Beach Resort, který má výhodnou lokalitu, jelikož se nachází pouze 8 km od letiště, 10 km od samotného centra města Hurgáda a také vedle většího nákupního střediska Senzo Mall.

Pro zkvalitnění poskytovaných služeb prošel hotel podle Hwaidak Hotels (2022) před několika lety rekonstrukcí recepce, hotelových pokojů a restaurace. Jelikož hotelová strategie je families and couples only (jejich cílovou skupinou jsou rodiny či páry, avšak nebrání se ubytování i pro jednotlivce), je také exteriér hotelu přizpůsoben zejména pro děti. Architektura staveb, dekorace či malby na stěnách jsou zaměřeny na pohádku Aladdin.

Hwaidak Hotels (2022) popisuje, že se v hotelu nachází 3 restaurace, které mohou ubytovaní využívat, a to hlavní restaurace a dvě restaurace typu á la carte, které jsou specializované na mongolskou a italskou kuchyni (zdarma jsou poskytnuty 1x za pobyt). Pokoje v hotelu jsou poskytovány ve třech kategoriích – pokoje standart, superior (lepší a modernější vybavení či výhodnější lokalita) a rodinné pokoje (dvě místnosti).

Hwaidak Hotels (2022) udávají spolupráci v rámci Jasmine hotels projects, klienti mohou využívat služby a zařízení po celém areálu třech hotelů – například pláž nebo bazény.

#### **4.3.2 Giftun Azur Resort**

Dle oficiálních stránek Azur Hotels & Resorts (2022) patří hotel Giftun Azur Resort do hotelového řetězce Azur, kam patří dalších 5 hotelů nacházejících se v Hurgádě a v Marse Alam. Hotelový řetězec byl založen v roce 1997. Dále uvádí, že jejich prioritou je vytvoření nezapomenutelného zážitku pro každého klienta, proto se řídí sloganem své firmy, a to „feel the difference“ – pocit rozdíl.

Pro zavedenou klientelu mají vytvořený věrnostní program Azur Preferred Guest, který, jak uvádí Azur Hotels & Resorts (2022), poskytuje řadu výhod podle úrovně, která se odvíjí od počtu nocí strávených v hotelech řetězce. Program je rozdělen do třech úrovní: základní úroveň „BLUE“, „ORANGE“, která je zpřístupněna po 75 nocích a „PURPLE“ po 250 nocích. Výhody spočívají například ve slevách na brzký check-in nebo pozdní check-out či ve zvýhodněných cenách doplňkových služeb.

Hotel Giftun Azur Resort, se nachází blízko k letišti (pouze 3 km) a i centru města (Booking, 2022). Azur Hotels & Resorts (2022) dále popisuje, že se zde nachází prostorné a elegantní pokoje s minibarem či satelitní televizí. Nabízí také speciální nabídky služeb pro novomanžele. V hotelu se nachází podle oficiálních stránek 7 restaurací a 7 bazénů,

klienti si mohou vybrat z několika možností výběru kuchyní – mezinárodní, italská, arabská, mexická a brazilská, rybí či asijská.

#### **4.3.3 *Le Pacha Resort***

Hotel Le Pacha Resort jako jediný ze zkoumaných hotelů nepatří do žádného hotelového řetězce. Nachází se přímo na rušné ulici Sheraton, takže mají klienti neustálou možnost volnočasového vyžití mimo hotel, ať už to jsou nákupy, výlety či posezení v kavárně.

Překvapivě je hotel na webových portálech nabízen jako \*\*\* Standard hotel, avšak podle oficiálních webových stránek Lepacharesort (2022) se jedná o 4 hvězdičkový hotel pro nenáročné klienty. Dále je uvedeno, že hotel disponuje vlastní pláží, menšími pokoji s minibarem, stravování je možno v restauraci hlavní, italské nebo čínské. Le Pacha resort je definován jako „family friendly“ hotel, to znamená, že je vhodný pro celou rodinu, včetně dětí. Lepacharesort (2022) popisuje, že jsou nabízeny pokoje třech kategorií: základní – standart, junior suites – které jsou rozšířeny o obývací pokoj a malou jídelnu, nechybí také výhled na moře. Poslední kategorií pokojů je family room, který má dvě ložnice a koupelny, spojené obývacím pokojem.

#### **4.3.4 *Stella Di Mare Beach Resort & Spa***

Hotelový řetězec Stella Di Mare Hotels & Resorts, fungující již 20 let, vlastní hotely v egyptské části Hurgády – Makadi, ale jejich působnost je daleko širší, jelikož působí také v egyptské Ain Soukhně, v Sharm El Sheikhu – na Sinajském poloostrově, ale také vlastní jeden hotel v Dubaji. Podle webových stránek Stelladimare (2022) je možnost vstoupit do jejich věrnostního programu „Stella Member“, výhodou pak je 20 % sleva na pobyty s možností zrušení rezervace, brzkého check-inu a pozdního check-outu zdarma.

Hotel Stella Di Mare Beach se nachází v komplexu s hotelem Stella Di Mare Garden asi 30 km od letiště v části Makadi (Booking, 2022). Výhodou tohoto místa je podle Steladimare (2022) výskyt ještě nezničených korálových útesů, a tedy lepší možnost šnorchlování a potápění se díky lepší přístupnosti k podmořskému životu přímo z pláže. V hotelu se také nachází mimo hlavní restauraci dvě á la carte restaurace. Pokoje jsou rozděleny do třech kategorií: standard, double room a deluxe.

#### **4.3.5 Albatros Citadel Resort**

Podle oficiálních webových stránek Pickalbatros (2022) byl první hotel otevřen v roce 1992, od této doby došlo k otevření 21 hotelů v několika egyptských letoviscích – Hurgáda a její oblast Sahl Hasheesh, Abu Soma, Sharm El Sheikh a Marsa Alam. Společnost dále upozorňuje, že její aktivity nejsou soustředěny pouze na ubytovací služby, ale také na oblast vzdělávání – umožňuje vzdělávání ve svém institutu (The Higher Institute for Hotel & Tourism Management). Vznikají také projekty pod záštitou tohoto hotelového řetězce, a to rozsáhlé akvaparky či muzeum (Muzeum starověkého egyptského dědictví).

Hotel Albatros Citadel Resort se nachází podle Pickalbatros (2022) v oblasti Sahl Hasheesh a připomíná svou architekturou, jak je uvedeno na webových stránkách, přístavy v Jižní Francii. Svou atmosférou chce zprostředkovat pocity, že se klienti nacházejí přímo na pobřeží Středozemního moře.

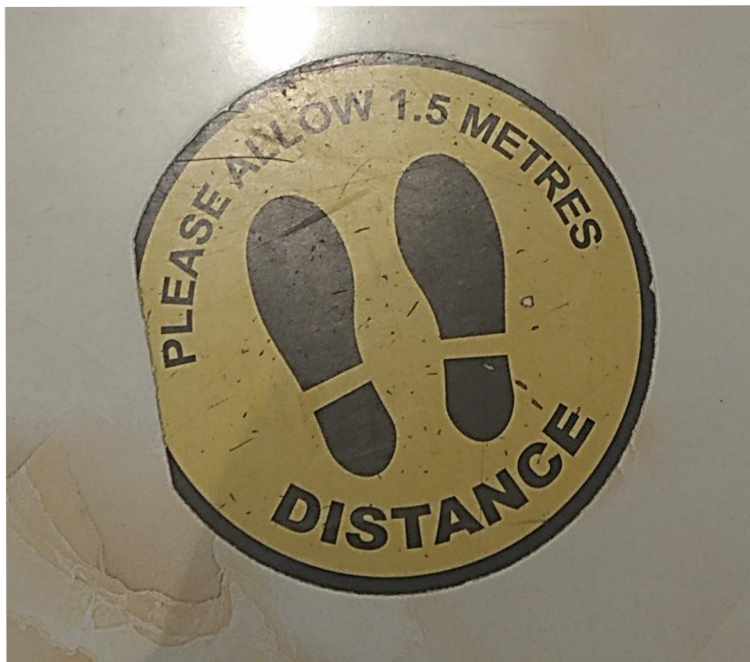
Pokoje jsou rozděleny do třech kategorií: standard, deluxe a family room. Nachází se zde také hlavní restaurace a poté další, specializované na světové kuchyně – asijská, mezinárodní a indická. Dále jsou k dispozici různé bary – od pekárny až po luxusní bar nabízející koktejly.

### **4.4 Zpracování výsledků – vliv pandemie Covid-19 na hotelové služby**

#### **4.4.1 Pozorování v hotelu Aladdin Beach Resort**

Hotel Aladdin byl uzavřen od června roku 2020 do května roku 2021. Po svém znovuotevření musel zavést velké množství ochranných opatření, aby nedocházelo k přenosu nákazy mezi hosty, ale také na zaměstnance hotelu.

Po celém hotelu byly rozestavěny cedule a nálepky (viz. obr. 6,7 a 8), které nabádají k rozestupům či dodržování hygienických opatření, jakožto nošení roušek, dezinfikování rukou a neshromažďování se ve velkých skupinách lidí.



Obrázek 5 - Dodržování rozestupů. Zdroj: vlastní foto (2021)



Obrázek 6 - Cedule k dodržování opatření, Zdroj: vlastní foto (2021)





**Obrázek 7 - Další cedule k dodržování opatření. Zdroj: vlastní foto (2021)**

Nejpřísnější pravidla byla zavedena v restauraci hotelu, kde byla všem hostům měřena při vstupu teplota a byla zde povinnost dezinfikovat si ruce. Příbory byly pečlivě zabaleny v plastových obalech. V celém hotelu také skleněné sklenice nahradily jednorázové kelímky, aby byla zajištěna hygienická bezpečnost. Nevýhodou však je produkování o poznání vyššího množství odpadu. Nebyla však zavedena pravidla pro rozestupy mezi jednotlivými stoly, pouze cedule nabádaly k tomu, aby si každý host tyto rozestupy hlídal. Jídla byla již podávána v podobě bufetů, kde si od podzimu 2021 mohli hosté nabírat jídlo sami, dříve byli obslouženi kuchařem.

Pro zaměstnance hotelu platila přísná pravidla, která museli dodržovat, jak ukazuje obrázek č. 9. V první řadě je to vstup do hotelu s rouškou, kterou museli nosit po celou dobu své práce. Zaměstnanci restaurací museli mít neustále nasazeny ochranné rukavice, jelikož pracují s jídlem či nápoji. Někteří zaměstnanci byli vyhrazeni také na dezinfekci prostor, kde byly potřebné modré ochranné obleky. Hotel také pro své zaměstnance doporučoval očkování proti Covidu-19. Pro ty, kteří již svou vakcínu dostali má hotel připravený odznak s nápisem „vaccinated“, tedy očkovaný.



**Obrázek 8 - Ochranné pomůcky zaměstnanců, Zdroj: vlastní foto (2021)**

Hotelové služby ve většině případech fungovali bez omezení, jednalo se zejména o spa služby (masáže, kosmetika, potápěčské centrum). Oblíbená vodní dýmka se však z hygienických důvodů neubránila zákazu, a tak majitelé shisha barů velmi strádají a finančně prodělávají, kde ve svých beduínských stanech mohli podávat jen nápoje. Animační programy fungovaly zcela bez změny, v dětském klubu se však muselo dbát zvýšených hygienických opatření, a to zejména dezinfekce povrchů i rukou. K velkému překvapení fungovala hotelová diskotéka. Hosté nemuseli nosit při pohybu po hotelu, ani se nekontroloval jejich negativní test na recepci.

Hotel Aladdin Beach Resort byl také připraven pro případ pozitivně testovaných klientů. Byly zde vyhrazeny speciální pokoje pro karanténu. Pozitivně testovanému byla nařizována domluva s hygienou samoizolace, bylo mu donášeno jídlo přímo na pokoj, probíhala také několikrát denně kontrola doktora, který nemocnému měřil teplotu a pečlivě zkoumal

jeho zdravotní stav. Před pokojem hlídala 24 hodin denně ochranka, aby nedocházelo k porušování samoizolace.

#### **4.4.2 Situace v oblasti hotelových služeb v době Covidu-19**

Salem a kol. (2022) uvádí, že zaměstnanci hotelů jsou školeni, jak chránit před nákazou sebe, jak reagovat v krizových situacích a na stížnosti na základě doporučení od organizace WHO. Dodávají, že byly zavedeny také vysoké pokuty při konání zakázaných aktivit či nedodržování opatření.

Salem a kol. (2022) představují také slevy na historické památky, které měly zvýšit turismus v období letních měsíců. V rámci propagace byly zavedeny v době pandemie také virtuální prohlídky „Experience Egypt from Home“, kde se jednalo o online kampaň, distribuovanou přes sociální média.

Ministerstvo zdravotnictví a turismu zavedlo na začátku pandemie také povinnosti pro hotely, od některých se však již v průběhu roku 2021 opustilo (Salem a kol. 2022):

1. hotel musí mít kliniku s odpovídajícím personálem,
2. personál musí mít k dispozici ochranné pomůcky a dezinfekční prostředky,
3. zákaz konání svateb, diskoték a dalších nočních akcí,
4. hotel musí mít pokoje vyhrazené pro případ karantény,
5. elektronický check-in nebo použití jednorázových propisek,
6. dezinfekce zavazadel,
7. měření teploty hostů.

Podle Salema a kol. (2022) byla v některých hotelech zavedena zařízení na automatickou dezinfekci a nové technologie, umožňující plošné čištění prostorů. Na všechny pokoje byly dodány prostředky pro dezinfekci.

Autoři dále uvádí, že hotely umožnily hostům v době pandemie bezplatné zrušení své rezervace do 24 hodin před příjezdem. V rámci marketingu mnoho hotelů začalo praktikovat služby ve formě výhodných balíčků.

#### 4.4.3 *Strukturované rozhovory*

Výzkum probíhal s 6 zaměstnanci vybraných ubytovacích zařízení. Rozhovor obsahoval 20 otázek, na které dotazovaní odpovídali:

**Respondent A:** Yasser Abdalla (Food & Beverage Manager; Aladdin Beach Resort)

**Respondent B:** Lauren Roberts (Spa recepční; Giftun Azur Resort)

**Respondent C:** Karina Tokkarina (Animátor; Le Pacha Resort)

**Respondent D:** Barbora Nováková (Letištní delegát, animátor; Stela Di Mare Beach & Spa Resort)

**Respondent E:** Markéta Roková (Animátor; Albatros Citadel Resort)

**Respondent F:** Matěj Ptáček (Guest Relation; Aladdin Beach Resort)

Všichni vybraní zaměstnanci nejsou v oboru cestovního ruchu nováčci, svou kariéru začali ještě před vypuknutím pandemie Covidu-19. Respondent A má dokonce více než dvacetiletou působnost v oblasti hotelnictví, kdy začínal na pozici recepčního a v průběhu let se vypracoval na Food & Beverage manažera. Překvapivě se také vlivem pandemie nezměnila jejich pracovní pozice, po znovuotevření hotelů se vrátili do svého původního zaměstnání.

Když byly hotely uzavřeny, museli si respondenti najít jiné zaměstnání, a tak působili například v oblasti výuky jazyků. Respondent A pracoval jako dozor na rekonstrukci hotelu Aladdin Beach Resort, respondent E se snažil podnikat v oblasti pohostinství (otevření vlastního bistra, které však nemělo dlouhé trvání). Kromě respondenta D, kterého zaměstnává česká cestovní kancelář jsou všichni ostatní zaměstnání egyptskou společností.

Co se platového ohodnocení týče, po znovuotevření hotelů zaměstnanci, pracující pro egyptské společnosti zaznamenali snížení své mzdy. Respondent E odpověděl, že bezprostředně po znovuotevření hotelu v červenci 2020 pracoval pouze za ubytování a stravu, poté za mzdu cca 100 dolarů a až v létě 2021 se jeho plat dostal do stejné výše,

jako byla před epidemií Covid-19. Respondent A odpověděl, že přišel o své bonusy a mimořádné platové ohodnocení. Respondent F odpověděl, že po znovuotevření hotelu Aladdin Beach Resort byl jeho plat na 50 % původní mzdy, která se vrátila do normálu až v únoru 2022. Po nástupu do zaměstnání vypověděli všichni dotazovaní, že jim byla zaměstnavatelem nařízena vakcinace pro pokračování na jejich původní pracovní pozici, ani jeden z nich se nenakazil Covidem-19, i když pocítují riziko nákazy, jelikož dennodenně pracují s Covid-pozitivními klienty.

Následovaly otázky, týkající se **povinností a změn v rámci Covidu-19**. Všichni z respondentů se shodli na tom, že jim přibylo více povinností v jejich zaměstnání. Respondent F musí kontrolovat bezinfekčnost hostů. V případě, že se na hotelu objeví pozitivně testovaný klient, je jeho povinností seznámení s podmínkami izolace, komunikace s ním po tuto dobu a v neposlední řadě i dbát na dodržování karantény hosta.

Respondent A musí dbát na dodržování hygienických standardů, potřebná v restauracích hotelu. V ubytovacím zařízení totiž probíhají časté kontroly hygieny a dalších organizací, jestli hostům nehrozí žádné nebezpečí.

Respondent B musí dbát na zvýšené hygienické požadavky (dezinfekce prostorů, rukou a náčiní), sledovat vyhlášení egyptské vlády o tom, jaké procedury a služby je možno poskytovat.

Respondentům C, D a E přibylo povinnosti s pomocí v restauraci, kdy se jedná například o měření teploty a její zapisování, vydávání ochranných pomůcek atd.

Stěžejní otázkou pro tento výzkum bylo **omezení služeb v době pandemie Covidu-19**. Respondent A se soustředil nejvíce na oblast stravování, kdy zmínil, že jídlo bylo v roce 2020 vydáváno nejprve formou výběrem z menu, které obsahovalo 2-3 pokrmy, které si mohli klienti zvolit. S přibývajícím obsazeností hotelu se muselo od této varianty opustit, jelikož se prodlužovala čekací doba a tvořily se nevídané fronty a docházelo k vyšší koncentraci lidí na místě. A tak bylo zvolena omezená nabídka pokrmů, kdy bylo jídlo nabíráno personálem hotelu, později se mohli strážníci obsloužit sami, museli však používat ochranné prostředky (jednorázové rukavice). Příbory jsou ještě do dnešní doby

baleny do fólií a nemohou se používat sklenice, pouze jednorázové kelímky. Zakázána vládou je také pro Egypt typická vodní dýmka.

Respondent B zmiňuje služby v oblasti fitness a lázeňství, kdy byly všechny kosmetické procedury zakázány do začátku roku 2021, kdy mohou probíhat, ale pouze za velmi přísných hygienických podmínek.

Respondenti C a E vysvětlili omezení v rámci zábavných programů, kdy nemohly probíhat kontaktní aktivity, a to míčové sporty, šipky či pétanque. Zakázány byly také akce, kde dochází ke zvýšené koncentraci hostů, a to večerní programy či diskotéky. V létě 2021 však došlo k uvolnění a všechny tyto aktivity nyní mohou probíhat.

Respondent F popsal situaci s obsazeností hotelu, kdy nesměla být překročena kapacita 50 %, hotel tak ztrácel potřebné finance. Kapacita hotelu již může být od října 2021 100 %, avšak z důvodu restrikcí a omezení ze strany evropských zemí není naplněna tak, jak tomu bylo před epidemií Covid-19, kdy byly hotely většinou plně obsazeny. Například hotel Aladdin Beach Resort byl době provádění výzkumu obsazen pouze z 20 %. Doplňuje také služby potápěčského centra, které byly v provozu po celou dobu trvání Covidu-19, musí se však dbát ke zvýšeným opatřením v rámci dezinfekce pomůcek a snížení kapacity lodí.

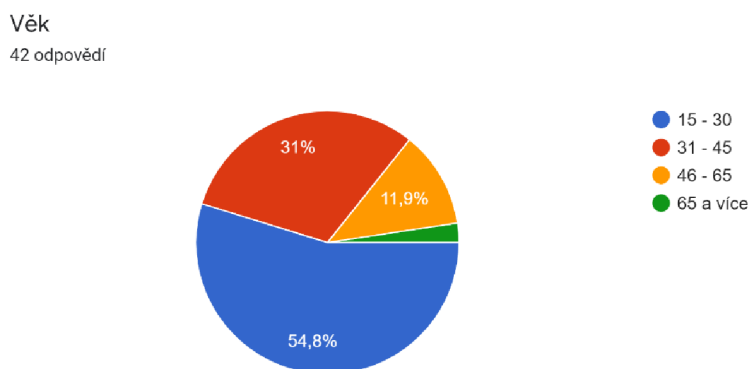
Všichni respondenti uvedli, že hosté hotelu převážně dbají nařízených opatření, avšak pro ně již od října 2021 není povinností nosit ochranné pomůcky (roušky, rukavice, aj.), musí se však při svém check-inu prokázat bezinfekčností, a to PCR testem či uskutečněnou vakcinací. Jejich chování se změnilo jejich opatrností a strachem z nákazy. Někteří nosí roušky, používají dezinfekci a neúčastní se aktivit se zvýšenou koncentrací lidí.

Změny, provedené v hotelech zmiňují také Salem a kol. (2022), kdy egyptská vláda odložila splatnost všech nájmu zařízení (kavárny, restaurace, archeologická zařízení atd.), pocházejících z turismu o 3 měsíce. Pro hotelová zařízení podle nich zařídili podporu, pokrývající provoz po dobu 6 měsíců. Pro zaměstnance byla zařízena dočasná mzda 500 egyptských liber (cca 33 dolarů) po dobu 3 měsíců.

#### 4.4.4 Vyhodnocení dotazníkového šetření

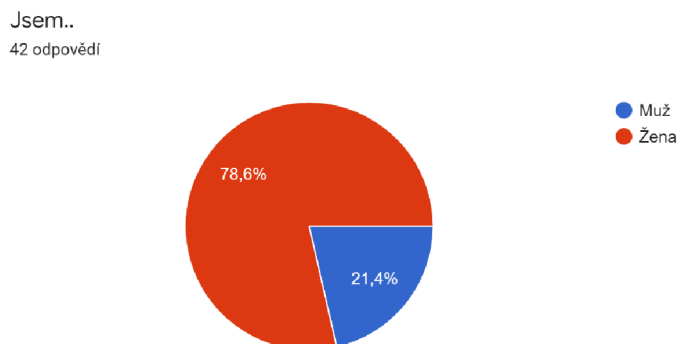
Pro podpůrnou funkci výzkumu bylo provedeno dotazníkové šetření s klienty hotelů v Hurgádě, kteří byli dotazováni na 20 otázek ohledně toho, jestli byl jejich přístup k cestování do destinace změněn s ohledem na Covid-19, zda měli nějaké komplikace v průběhu svého pobytu, jaké je jejich porovnání s dobou před epidemií Covid-19, čeho se nejvíce obávají a také jestli nebyl jejich pobyt zrušen z důvodu této nákazy. Výzkum probíhal od října 2021 – ledna 2022. Dotazník byl vytvořen přes Google Forms a byl předáván lidem přímo v průběhu jejich dovolené nebo byl zaslán webový odkaz klientům, kteří se již vrátili do České republiky. Dále byl dotazník vystaven na skupinu na sociálních sítích, která je zaměřena pro lidi, kteří cestují do Hurgády.

Předmětem zkoumání nebyla konkrétní věková skupina, ale z výzkumu vyplývá, že největší část dotazovaných (54,8 %) tvoří respondenti ve věku od 15–30 let, 31 %, tedy druhou nevyšší skupinu tvoří klienti ve věku 31–45 let. Méně zastoupená je věková hranice 46–65, jedná se o 11,9 % respondentů. Bohužel pouze 1 respondent byl ve věkové hranici nad 65 let.



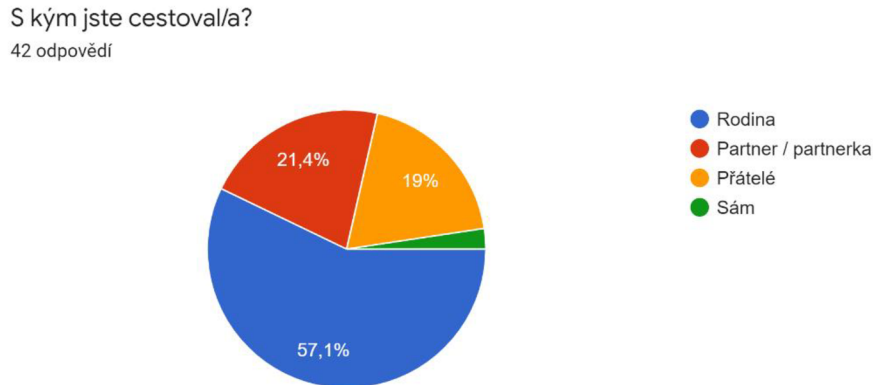
Graf 2 - Věkové rozložení respondentů. Zdroj: vlastní zpracování. 2022

Jak vyplývá z grafu č. 2, odpovědělo 42 respondentů, s něhož převážnou většinu tvoří ženy (33), s nižším zastoupením mužů (9).



**Graf 3 - Rozložení mužů a žen. Zdroj: vlastní zpracování (2022)**

Z výzkumného vzorku vyplývá, že většina dotazovaných necestovala sama (pouze 1 respondent). Největší skupinu tvoří lidé, cestující s rodinou (57,1 %), další klienti cestovali s partnerem či partnerkou (21,4 %). Zbytek dotazovaných uvedlo, že cestovali s přáteli (19 %).

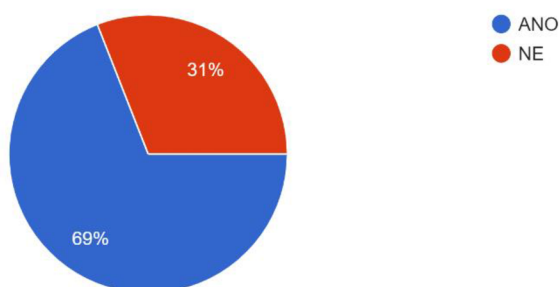


**Graf 4 - Doprovod dotazovaných. Zdroj: vlastní zpracování. 2022**



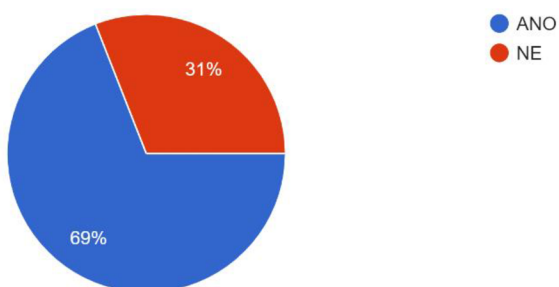
Jak vyplývá z grafu č. 4 a č. 5, byli klienti dotazováni, zda navštívili Hurgádu před a po pandemií Covid-19, kdy byl jako milník označen březen 2020. Výzkumný vzorek obsahuje překvapivě stejná čísla a to, 69 % dotazovaných navštívilo Hurgádu před březnem 2020 a 39 % nezažili období před vypuknutím Covid-19 v této destinaci. Stejně tak 69 % lidí navštívilo Hurgádu po březnu 2020 a 39 % s tímto obdobím v oblasti nemají zkušenosti.

Navštívil/a jste Hurghadu před březnem 2020?  
42 odpovědí



**Graf 5 - Návštěva Hurgády před březnem 2020. Zdroj: vlastní zpracování. 2022**

Navštívil/a jste Hurghadu po březnu 2020?  
42 odpovědí



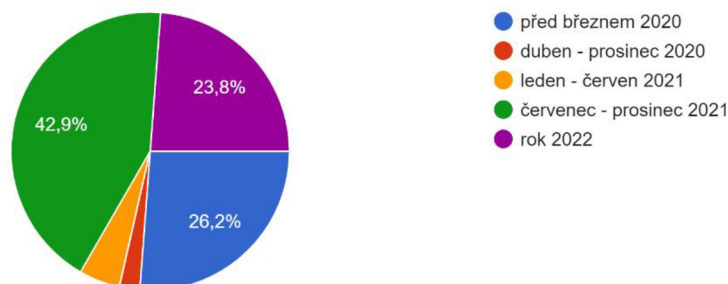
**Graf 6 - Návštěva Hurgády po březnu 2020. Zdroj: vlastní zpracování. 2022**

Při otázce, která se týkala poslední návštěvy Hurgády, byly odpovědi poměrně různorodé (viz. graf. č. 6). 11 dotazovaných odpovědělo, že navštívili tuto destinaci naposledy před březnem 2020, další, nejpočetnější, skupinu tvoří klienti z července – prosince 2021 (18). 10 dotazovaných byli v této destinaci v roce 2022. Je naprosto zřejmé, že pouze 3 lidé

uvedli, že navštívili Hurgádu od dubna 2020 do července 2021, jelikož v tomto období byly uzavřené egyptské hranice a po jejich otevření nebyl nárůst turismu tak razantní.

Kdy proběhla Vaše poslední návštěva Hurghady?

42 odpovědí

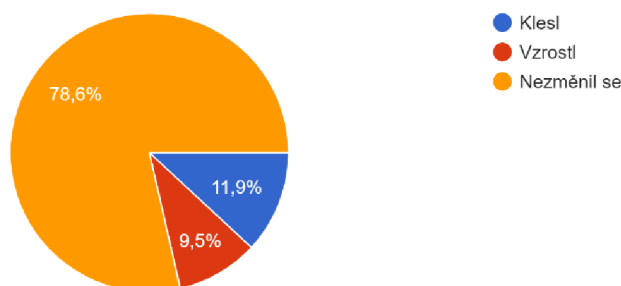


**Graf 7 - Doba poslední návštěvy Hurgády. Zdroj: vlastní zpracování. 2022**

Je překvapivé, že epidemie Covidu-19 nezměnila postoj klientů k destinaci Hurgáda, jelikož 78,6 % dotazovaných odpovědělo, že se jejich postoj k Hurgádě nezměnil, zbývající část tvoří lidé, u kterých se zájem zvýšil (9,5 %) a snížil (11,9 %).

Můj zájem o tuto destinaci vlivem koronaviru (v době koronaviru)

42 odpovědí

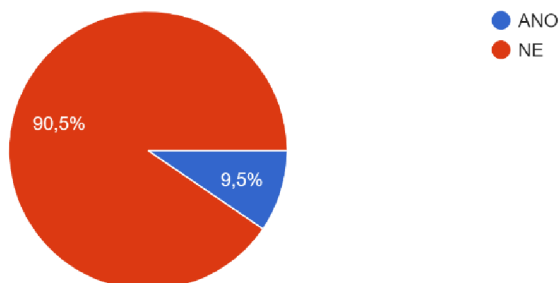


**Graf 8 - Zájem o destinaci. Zdroj: vlastní zpracování. 2022**

Další otázkou bylo zjištěno, že existovaly případy, kdy byl zájezd do Hurgády zrušen z důvodu Covid-19. 4 dotazovaní uvedli, že jim byl zájezd zrušen, kdy kompenzací bylo navrácení 100 % částky za zakoupený produkt. Dalším byl nabídnut voucher v hodnotě zaplacené částky či zálohy.

Byl Vámi zvolený zájezd či letenka do Hurghady zrušen z důvodu lockdownu či epidemie koronaviru?

42 odpovědí

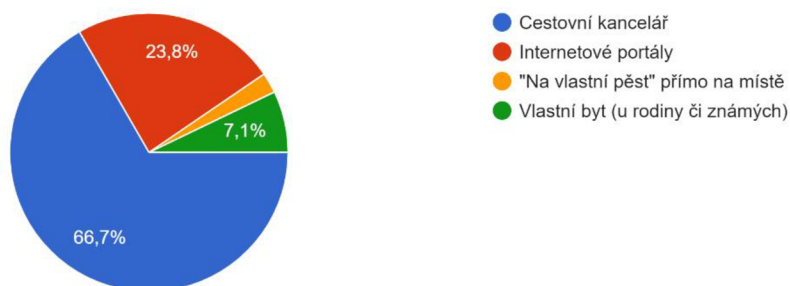


**Graf 9 - Zrušení zájezdu. Zdroj: vlastní zpracování. 2022**

V rámci ubytování si většina dotazovaných (66,7 %) nejčastěji rezervuje své ubytování v podobě zájezdu přes cestovní kancelář. Další skupinu tvoří lidé, rezervující si své ubytování přes internetové portály (23,8 %), 4 zbývajících si pak vybírají své ubytování až na místě či vlastní byt v destinaci.

Jakým způsobem si nejčastěji rezervujete své ubytování?

42 odpovědí

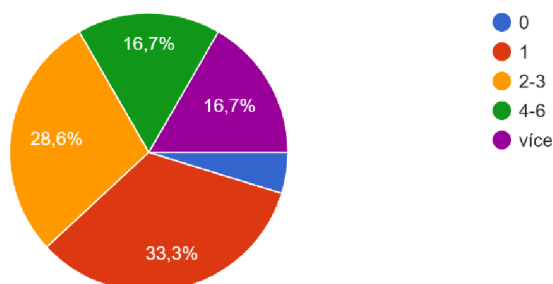


**Graf 10 - Způsob rezervace ubytování. Zdroj: vlastní zpracování. 2022**

Co se týče četnosti návštěv, podstatná část (33,3 %) dotazovaných navštívila Hurgádu pouze jednou. Většina lidí si však zvolila tuto destinaci 2-6krát. Najdou se však i takoví respondenti, kteří nemohli Hurgádu navštívit (2), jelikož jim byl zájezd zrušen a poskytnuta kompenzace.

Kolikrát jste již navštívil/a Hurghadu?

42 odpovědí

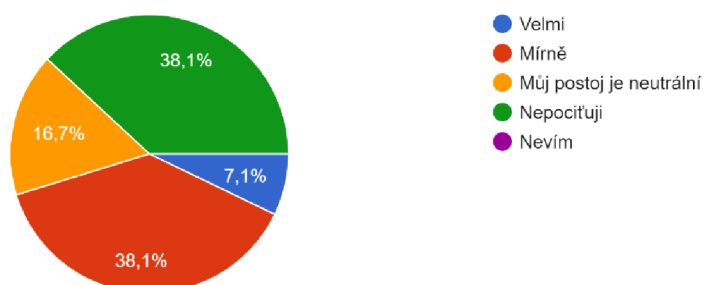


**Graf 11 - Četnost návštěv Hurgády. Zdroj: vlastní zpracování. 2022**

Co se týče strachu ohledně onemocnění Covid-19, jsou výsledky poměrně vyrovnané – 19 dotazovaných pocítuje mírné nebo vysoké riziko z nákazy, avšak 23 respondentů uvádí, že riziko vnímá jen mírně nebo vůbec (jejich postoj je neutrální).

Vnímáte riziko možné nákazy koronavirem při plánování Vaší cesty?

42 odpovědí

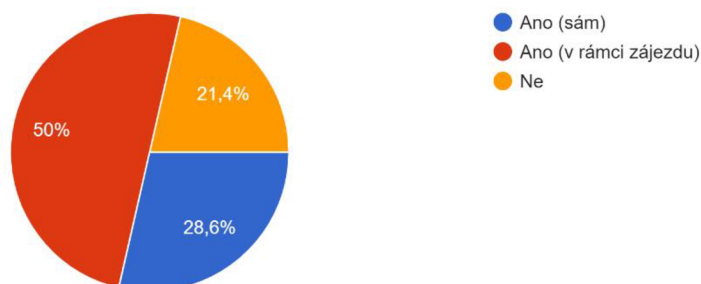


**Graf 12 - Obavy z nákazy Covidem-19. Zdroj: vlastní zpracování. 2022**

Z pohledu zdravotního pojištění naprostá většina dotazovaných měla při své cestě do Egypta zařízené cestovní pojištění pro případné pokrytí zdravotních výdajů, spojených s nákazou Covidem-19, ať už přes svou cestovní kancelář (50 %) nebo individuální (28,6 %). Avšak 21,4 % lidí jeli nepojištění (viz graf č.12).

Zařídil/a jste si pojištění pro případné pokrytí zdravotních výdajů spojených s koronavirem?

42 odpovědí



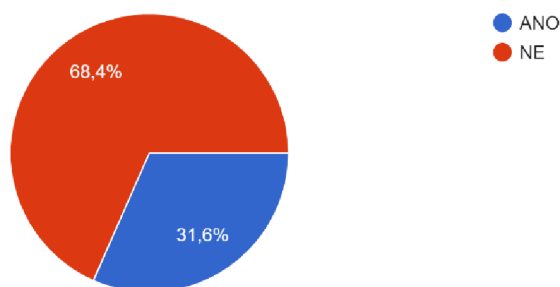
**Graf 13 - Pojištění dotazovaných. Zdroj: vlastní zpracování. 2022**

Při dotazování se na to, čeho se obávají klienti nejvíce nejčastěji uváděli nákazu Covidem-19 a z toho vyplývající karanténu či komplikace s odletem. Zmiňovali také obavu o snížení kvality služeb, poskytované hotelem.

Další otázka byla zaměřena už přímo na to, jestli dotazovaní pociťovali jisté změny v destinaci, kdy 12 z nich uvedlo, že určité změny zaznamenali. Nejvíce se objevovala ochranná opatření, jako je nošení roušek v prostorách restaurace, výdej jídel pouze personálem, zvýšená hygiena (balení příborů, dezinfekce, častější úklid). Dále se zmiňují, že se do hotelových oprav neinvestuje tak, jak tomu bylo před Covidem-19. Jako pozitiva naopak vidí snížení obsazenosti hotelu, a tím více prostoru.

Pozoroval/a jste změny ve vašem vybraném hotelu či v rámci destinace? (porovnání s dobou před koronavirem)

38 odpovědí



**Graf 14 - Změny ve vybraném hotelu. Zdroj: vlastní zpracování. 2022**

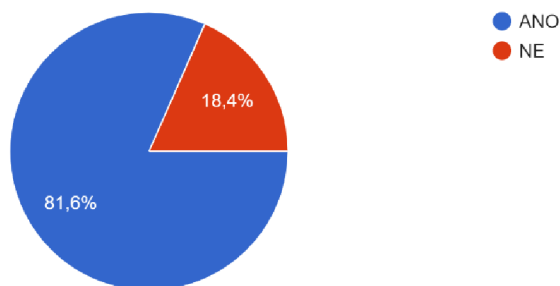
Uvedená opatření, která klienti vybraných hotelů upozorovali byla nejčastěji: nošení roušek a dalších ochranných pomůcek, dodržování rozestupů, dezinfekce prostorů,

zvýšená hygiena v restauraci a omezení některých služeb či aktivit. Jeden dotazovaný uvádí, že mu bylo znemožněno kouření cigaret v prostorách se zvýšeným počtem lidí.

Opatření byla podle výsledku grafu č. 14 z velké části hotelem dodržována (81,6 %).

Dbal hotel na dodržování opatření proti koronaviru?

38 odpovědí

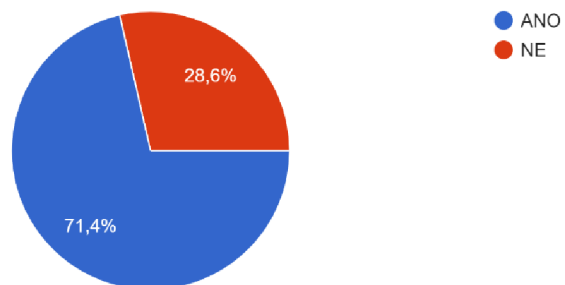


**Graf 15 - Dodržování opatření ze strany hotelu. Zdroj: vlastní zpracování. 2022**

V závěru dotazníku byli účastníci výzkumu dotázáni na jejich postoj k udržitelnému cestovnímu ruchu čili k ekologické stránce zájezdu, jestli mají v rámci plánování či průběhu pobytu starost o přírodu, památky a čistotu. Většina, tedy 71,4 % lidí odpověděla, že je tato oblast zájezdu zajímavá (viz. graf č. 15). Jako nejpatrnější změny, které mohou být spojovány s onemocněním Covid-19 bylo zlepšení čistoty, snížení hluku v centru destinace, snížení turistů u památek a tím i zvýšený jejich vlastní zájem o výlet či atraktivitu. 10 z dotazovaných však uvedlo, že se podle jejich názoru nic nezměnilo a že oblast stále potřebuje větší opatření v rámci udržitelného cestovního ruchu, jednalo se zejména o znečištění odpadky a nakládání s odpadem samotným.

Je pro Vás důležitá ekologická stránka zájezdu či otázka udržitelnosti cestovního ruchu (starost o přírodu, čistotu a památky)?

42 odpovědí



**Graf 16 - Postoj k udržitelnému cestovnímu ruchu. Zdroj: vlastní zpracování. 2022**

## 5 Shrnutí výsledků a doporučení

Covid-19 postihl v únoru 2020 i Egyptskou arabskou republiku, kdy byl turismus utlumen – byly rušeny rezervace a omezovány služby v jednotlivých hotelech.

Cílem této bakalářské práce bylo analyzovat vliv pandemie Covid-19 na hotelové služby v egyptské Hurgádě. Vybráno bylo 5 hotelů, ležících v této destinaci. Primárním cílem bylo zjistit, jak se změnila situace v oblasti hotelových služeb před a po této světové pandemii, kde zkoumanou oblastí hotelnictví byla především kvalita, rozsah a rozmanitost poskytovaných služeb vybraných hotelů.

Dále si bakalářská práce si kladla za cíl zjistit postoj jednotlivých návštěvníků a turistů vybraných hotelů k cestování v době pandemie Covid-19, jak se změnil jejich zájem o návštěvu destinace či celkově atraktivita Hurgády. Dílčím cílem této bakalářské práce bylo vyhodnocení změn v oblasti udržitelného cestovního ruchu. Zkoumány byly vlivy turismu na přírodu i na socio-kulturní prostředí s důrazem na změny, které přinesla pandemie Covid-19.

Hlavním cílem bakalářské práce bylo najít odpovědi na **výzkumné otázky:**

### Jak ovlivnila pandemie Covid-19 kvalitu a míru poskytovaných služeb?

Z počátku pandemie (březen 2020) došlo k útlumu turismu a po uzavření letišť, byly také uzavřeny hotely až do července 2020. Po otevření hotelů nastaly restriktce, kdy nesměly být poskytovány některé služby při kterých dochází zejména k blízkému kontaktu osob. Omezení se týkala služeb animačního týmu, nesměly probíhat kolektivní sporty, při kterých dochází k používání jednoho sportovního náčiní (míče, šipky, pétanque). Zrušeny byly také večerní programy i diskotéky.

V oblasti masáže a kosmetiky nastalo úplné zrušení těchto služeb. Zakázána byla také konzumace vodní dýmky.

Změny nastaly v rámci organizace a koordinace bezproblémového chodu s dodržováním opatření, která byla potřebná pro fungování hotelu s co možná nejnižším rizikem nákazy, jak zaměstnanců, tak hostů.



V oblasti stravování byla v hotelu zavedena spousta hygienických nařízení, která musela být striktně dodržována. Při vstupu do restaurace byla hostům měřena tělesná teplota a následně zapisována. Byly také dodržovány rozestupy mezi jednotlivými stoly, přibory byly pečlivě baleny do jednorázových obalů a nebylo možné používat sklenice na nápoje. Z počátku pandemie nebyla podávána strava formou bufetu. Hosté si vybírali z hotelového menu a pokrm jim byl přinesen ke stolu. Z kapacitních důvodů však tuto variantu nahradilo podávání pokrmů hotelovým personálem.

Po celém areálu hotelu byly rozmístěny cedule, které nabádaly k dodržování povinných rozestupů a hygieny, zabraňující šíření nákazy.

Na základě provedených dotazníků, někteří respondenti uvedli, že se podle nich neinvestuje do hotelových oprav tak, jak tomu bylo před pandemií.

Jak je dopad pandemie Covid-19 na poskytované služby vnímán zaměstnanci v cestovním ruchu?

V době „lockdownu“ byla zaměstnancům vyplácena částka 500 egyptských liber (cca 33 dolarů) měsíčně jako kompenzace po dobu 3 měsíců. Mzda zaměstnanců byla po znovuotevření hotelů snížena na minimum, někteří pracovali pouze za stravu a ubytování či za částku 100 dolarů měsíčně, až při ústupu pandemie v roce 2021/22 se jejich platové ohodnocení vrátilo k normálu. Mnoho zaměstnanců si našlo v důsledku pandemie i jiné zaměstnání, jako je například výuka jazyků či pomoc na rekonstrukci staveb. Ve většině hotelů byla také nařízena vakcinace, bez které nemohl být návrat do zaměstnání uskutečněn.

Zaměstnanci musí po dobu své práce používat ochranné prostředky, jako jsou jednorázové rukavice a rouška. Na základě uskutečněných rozhovorů lze říct, že jim přibýly pracovní povinnosti v oblasti dodržování hygienických opatření, jako je dodržování nařízení, vydaná egyptskou vládou, dbát na hygienické standardy v restauraci či jednání s covid-pozitivními hosty. Nakaženým je potřeba zajistit karanténní pokoj a dbát na dodržování samoizolace či komunikovat s nimi.

Jaká opatření proti pandemii byla zavedena ve vybraných hotelech a jsou tato opatření stále dodržována při postupném ústupu pandemie?

Ministerstvem zdravotnictví a turismu byla na začátku pandemie zavedena souhrnná opatření, která se měla v každém hotelu dodržovat:

- hotel musí mít kliniku s odpovídajícím personálem,
- personál musí mít k dispozici ochranné pomůcky a dezinfekční prostředky,
- zákaz konání svateb, diskoték a dalších nočních akcí,
- hotel musí mít pokoje vyhrazené pro případ karantény,
- elektronický check-in nebo použití jednorázových propisek,
- dezinfekce zavazadel,
- měření teploty hostů.

Kromě těchto opatření byly ve vybraných hotelech zrušeny služby, které nelze poskytovat s dodržováním potřebných rozestupů (masážní, fitness služby, zábavní program, diskotéky). V restauraci a u barů byly zavedeny rozestupy a jednorázové obaly místo skleněných. Dále byly příbory baleny do obalů a jídlo nejprve vydáváno formou menu nebo byli hosté obslouženi personálem.

V době konání výzkumu již nebyly restrikce tak striktní, bylo již možné pořádat diskotéky a zábavní program, dokonce již probíhaly masáže a kosmetické služby za přísných hygienických podmínek. Stále probíhalo měření teploty při vstupu a kontrola bezinfekčnosti při check-inu. Ve vybraných hotelech nefungoval elektronický check-in, ale používaly se stále jednorázové propisky (nebo alespoň docházelo k její desinfikaci). Všude po hotelech jsou rozmístěny cedule, které určují, jak by se měli hosté chovat pro zajištění co možná nejmenšího rizika nákazy.

Personál stále používal ochranné pomůcky a dbal na bezinfekčnost hostů.

#### Jak pandemie ovlivnila tamní udržitelnost cestovního ruchu?

Podle provedeného výzkumu je udržitelný cestovní ruch důležitý pro řadu hostů, avšak existují jisté problémy, které může řešit pouze vláda Egypta. Vlivem sníženého množství turistů se zlepšila situace ohledně hluku a znečišťování vzduchu, které je způsobováno mimo jiné také dopravou. Snížila se také koncentrace návštěvníků v destinaci a také u jednotlivých památek, kdy pro zvýšení zájmu byly zavedeny také slevy či virtuální prohlídky. Korálové útesy a podmořský život v částech této destinace nebo u vybraných

hotelů jsou poškozeny a některé nevratně zničeny, avšak je dbáno na to, aby nedocházelo k jejich dalšímu ničení.

Lze říct, že se situace ohledně udržitelného cestovního ruchu zlepšila, avšak při stále špatném managementu ze strany vlády dojde vlivem turismu k navrácení se do původního stavu či dokonce ke zhoršení. Při používání ochranných prostředků a jednorázových obalů dochází ke zvýšení produkovaného odpadu a tím je vyšší potenciální hrozba pro přírodní prostředí.

#### Jak pandemie Covid-19 ovlivnila návštěvnost jednotlivých hotelů?

Po znovuotevření hotelů je návštěvnost podprůměrná, kdy na základě uskutečněných rozhovorů tvoří cca 20 % původních hodnot, než tomu bylo před pandemií Covid-19. Z důvodu zavedených omezení kapacity a restrikcí, týkající se cestování evropských zemí se stále obsazenost nevyrovnala původním hodnotám. Při úplném uzavření hotelů, byla těmto ubytovacím zařízením poskytnuta kompenzace, avšak ekonomika Egypta ztrácela miliardy dolarů měsíčně.

Sníženou obsazenost hotelů uvedli také samotní klienti hotelů, kteří odpovídali na dotazník. Pokles klientely pro ně však znamená spíše pozitivum, jelikož mají více soukromí v areálu hotelu, nedochází ke shromažďování většího počtu lidí.

#### Změnil se zájem klientů hotelu o pobyt ve vybraných hotelech či atraktivita samotné destinace?

Podle provedeného výzkumu se u většiny dotazovaných zájem o vybrané hotely nezměnil. Hosté si však musí být vědomi rizik spojených s nákazou Covidem-19. Někteří z respondentů jeví obavy, spočívající v možném snížení kvality služeb či aktivit.

Atraktivita destinace zůstala pořád stejná, avšak hosté mají obavy z problémů, spojených s Covidem-19. Jednalo se zejména o komplikace, spojená s odletem či přiletem do destinace v případě nákazy, proto si většina dotazovaných sjednala zdravotní pojištění spojené s pokrytím nákladů při onemocnění.

Ve spojení s problematikou byla navržena některá doporučení. Řešení problematiky návštěvnosti by mohl pomoci marketing hotelu, tvorbou atraktivních balíčků služeb, které

by nalákaly potenciální klienty do hotelu, je možno využít také sezónnost při tvoření speciálních nabídek v době mezinárodních svátků (Vánoce a Nový rok, Velikonoce, Halloween). Zvýšený zájem o hotel a jeho služby by mohla přinést také propracovaná propagace na sociálních sítích či pomocí navozování nových kontraktů s cestovními kanceláři nebo partnery.

Hotely by mohly využít sníženou návštěvnost pro rekonstrukci potřebných částí hotelů či ke tvorbě nových programů pro zvýšení úrovně poskytování služeb a atraktivity místa pro budoucí hosty, kde by mohly vzniknout další možnosti poskytování hotelových služeb a rozšíření nabízených produktů. Snížená návštěvnost by se dala také řešit správným yield managementem, kdy by mohly vzniknout další úrovně pokojů či dalších výhod. Tvorba rezervací a systém „overbookingu“ by v dané problematice mohl přinést snížení ztrát ze zrušených rezervací.

V oblasti udržitelného cestovního ruchu by měla být egyptskou vládou zavedena přísná pravidla, zejména v oblasti zacházení s odpadem a ničení přirozeného prostředí pro živočichy a rostliny. V televizi či na sociálních sítích by mohla být veřejnost nabádána k zájmu o udržitelnost pomocí krátkých reklamních spotů či by se měly za nedodržování pravidel nastolit vysoké pokuty a sankce. Jelikož jsou nápoem cestovního ruchu ničeny korálové útesy, rušena zvířata a vznikajícím znečištěním mohou nastat nevratné jevy pro přírodu a zabránění konzervace těchto atraktivit pro budoucí generace.

## 6 Závěr

Služby cestovního ruchu byly v egyptské Hurgádě silně omezeny, hlavně na začátku pandemie, a to od března 2020. Z informací, vyplývajících z výzkumu bylo zjištěno několik podstatných faktů. V první řadě reagovala vláda na vznikající pandemii Covidu-19 pomocí dotací pro ubytovací a stravovací zařízení, ale také pro památkové ústavy, které nemusely platit nájem. Některá zařízení zavedla virtuální prohlídky pro zvýšení atraktivity a zajištění si alespoň nějakých příjmů, poté byly zavedeny i slevy na vstupy do jednotlivých památek. Osvobozena od plateb byla také hotelová zařízení, která však prošla řadou změn ve snaze adaptovat se na nařízená opatření, a to zavedení pravidelné dezinfekce a kontroly čistoty, nošení hygienických pomůcek či zrušení řady svých služeb.

Na základě provedených rozhovorů bylo zjištěno, že tato nařízení fungovala i v praxi. V restauracích byly dodržovány rozestupy a striktní hygienická pravidla, potřebná k zamezení šíření nákazy. Jídla byla také ze začátku pandemie podávána formou menu, později byli klienti obslouženi hotelovým personálem. Velmi časté jsou také kontroly hygieny, při níž jsou kontrolovány všechny potřebné standardy. Časté je také využívání jednorázových obalů pro zajištění vyšší čistoty. Personál musí nosit ochranné pomůcky, na rozdíl od hotelových hostů. Nejoblíbenější atraktivita – vodní dýmka je zrušena vládou po celém území Egypta.

V případě kosmetických a lázeňských procedur fungují přísná hygienická opatření, avšak k otevření těchto služeb došlo až při ústupu pandemie Covid-19, jelikož při provádění těchto úkonů dochází k blízkému kontaktu osoby s personálem. Silně omezeny byly také aktivity animačního týmu, kdy kolektivní hry nemohly probíhat, zrušen byl také večerní program a diskotéky.

Zaměstnancům přibyla spousta povinností, například s kontrolou hygieny, měření teploty či zajišťování bezinfekčnosti. Na druhou stranu, postoj hostů se velmi nezměnil, jsou jen mírně obezřetní, jelikož si uvědomují riziko nákazy.

Z uskutečněných dotazníků je patrné, že se zájem o tuto destinaci nezměnil, avšak polovina dotazovaných pocituje riziko z nákazy Covidem-19, možná to je právě důvodem sjednání pojištění na pokrytí zdravotních nákladů spojených s Covidem-19.

Nejčastěji zmiňují jako změny právě opatření, která má hotel dodržovat, což vypovídá o zodpovědnosti uvedených hotelů. Uváděli také, že za pozitivum vnímají snížený počet turistů v ubytovacím zařízení a u památek. Tento fakt majitelé hotelů vnímají negativně, jelikož dennodenně přichází o velké částky ze svých příjmů. Hotelová kapacita byla ze začátku omezena, ale avšak po rozvolnění tohoto opatření nedochází k naplnění 100 % kapacity, jako tomu bylo před pandemií.

Pro podstatnou část dotazovaných je důležitá i ekologická stránka zájezdu, a to udržitelný cestovní ruch. V Egyptě je všeobecně problém s jeho dodržováním, jelikož dochází ke každodennímu poškozování přírodního bohatství, jako jsou korálové útesy či přirozené prostředí pro život, ale i rozmnožování živočichů. Důvodem může být jistě turismus, díky kterému došlo k zastavení podstatné části pobřeží Rudého moře v oblasti Hurgáda.

Klíčovým problémem je odpad, kdy je při špatném managementu, a nedostatečné péči vlády vyhazován do pouště nebo vypouštěn do moře. Velkým problémem je také znečištění vzduchu, způsobeným nadměrnou dopravou či elektrárnami.

Vlivem Covidu-19 došlo zcela jistě ke zmírnění některých jevů (doprava, hluk, overturismus), které se však zase při nedostatečné snaze o změnu vrátí zpět. Špatný vliv na prostředí mohou mít ale používané jednorázové obaly či ochranné pomůcky, které vedou ke zvyšování odpadu.

Egypt je na turismu závislá země, která však při nedostatečném managementu udržitelnosti cestovního ruchu nebude mít co nabídnout pro budoucí generace. Byla však uvedena doporučení pro zmírnění negativních vlivů na udržitelný rozvoj cestovního ruchu.

Hotelové služby jsou stále do jisté míry omezeny, avšak s ústupem pandemie Covid-19 dochází k obnovení do původní podoby s možnými inovacemi a modernizacemi jako je digitalizace či automatizace, které tato pandemie přinesla při zavedení svých nezbytných opatření.

Situace v oblasti hotelových služeb prošla řadou změn, které přinesly zlepšení v podobě již zmíněných inovací a modernizací. Byla zavedena také hygienická opatření, která pomohou vybraným hotelům udržovat potřebný hygienický standard či očekávání ze

strany klientů. S ústupem pandemie se vrací rozmanitost služeb do normálu, to znamená, že jsou poskytovány ve stejné míře, jako to bylo před Covidem-19.

V oblasti udržitelného cestovního ruchu nastaly také určité změny. S odlivem turismu došlo ke zlepšení kvality ovzduší a bylo zabráněno ničení korálových útesů. Situace ohledně nakládání s odpady je však ještě na horší úrovni, než tomu bylo před pandemií. Obyvatelé Egypta nedbají na správné nakládání s odpady, které jsou vypouštěny do moře či do pouště. S výskytem jednorázových obalů může dojít ke zhoršení dopadu na životní prostředí.

## 7 Seznam použité literatury

- [1] AZUR HOTELS & RESORTS. About us. [cit. 10.1.2022]. Dostupné: [https://www.azur.travel/azur\\_hotels/giftun-azur-resort/](https://www.azur.travel/azur_hotels/giftun-azur-resort/)
- [2] BARTL, H. — SCHMIDT, F.: Destination Management. Institut für regionale Innovation, Wien, 1998
- [3] BERÁNEK, Jaromír, KOTEK, Pavel. Moderní řízení hotelového provozu. 5., zcela přeprac. vyd. Praha: MAG Consulting, 2013. ISBN 9788086724454.
- [4] BERÁNEK, Jaromír, KOTEK, Pavel. Řízení hotelového provozu. 3. přeprac. vyd. Praha: MAG Consulting, 2003. ISBN 80-86724-00-x.
- [5] BERANOVÁ, Věra. Cestovní ruch a kulturní dědictví. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu a teritoriálních studií, 2011. ISBN 978-80-254-9537-7.
- [6] BOOKING.COM – Giftun Azur Resort [cit. 10.1.2022] Dostupné z: [https://www.booking.com/hotel/eg/giftun-azur-resort.cs.html?aid=311984&label=giftun-azur-resort-1DXOjqKCsaIYxnhgtPN1LAS392944295661%3Apl%3Aata%3Apl%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aneg%3Afi%3Atiaud-297601666555%3Akwd-6111490129%3Alp1005383%3Ali%3Adec%3Adm%3Appccp%3DUMFuZG9tSVYkc2RIIyh9YTQUGSsRwx9\\_3qo3uPTHyoo&sid=5ad5fb3412f6f55265fd4630493e2af3&dest\\_id=-290029&dest\\_type=city&dist=0&group\\_adults=2&group\\_children=0&hapos=1&hpos=1&lang=cs&no\\_rooms=1&req\\_adults=2&req\\_children=0&room1=A%2CA&sb\\_price\\_type=total&soz=1&sr\\_order=popularity&sreepoch=1643575031&srpvid=a33290fa084a0145&type=total&ucfs=1&lang\\_click=other;cdl=en-gb;lang\\_changed=1](https://www.booking.com/hotel/eg/giftun-azur-resort.cs.html?aid=311984&label=giftun-azur-resort-1DXOjqKCsaIYxnhgtPN1LAS392944295661%3Apl%3Aata%3Apl%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aneg%3Afi%3Atiaud-297601666555%3Akwd-6111490129%3Alp1005383%3Ali%3Adec%3Adm%3Appccp%3DUMFuZG9tSVYkc2RIIyh9YTQUGSsRwx9_3qo3uPTHyoo&sid=5ad5fb3412f6f55265fd4630493e2af3&dest_id=-290029&dest_type=city&dist=0&group_adults=2&group_children=0&hapos=1&hpos=1&lang=cs&no_rooms=1&req_adults=2&req_children=0&room1=A%2CA&sb_price_type=total&soz=1&sr_order=popularity&sreepoch=1643575031&srpvid=a33290fa084a0145&type=total&ucfs=1&lang_click=other;cdl=en-gb;lang_changed=1)
- [7] BRITANNICA. Egypt. [cit. 2.4.2022]. Dostupné: <https://www.britannica.com/place/Egypt>
- [8] CZECHTOURISM. Manuál tvorby produktu cestovního ruchu. Metodický postup. 2020. [cit. 11.4.2022] Dostupné: <https://www.czechtourism.cz/cms/getmedia/a265c28c-a032-4495-beee-59aaff70401f/Manual-tvorby-produktu-cestovniho-ruchu.pdf>
- [9] DOXEY, G. V. A. Causation Theory of Visitor-Resident Irritants; Methodology and Research Inference. 1975. In: The Travel Research Association Conference No. 6, TTRA, San Diego (California), s. 195–198.
- [10] EARTH OBSERVATORY. NASA. Growth of Hurghada, Egypt. [cit. 2.4.2022] Dostupné: <https://earthobservatory.nasa.gov/images/85068/growth-of-hurghada-egypt>



- [11] FILIPOVÁ, Barbora. Mentální mapa 2016. [cit. 1.4.2022] Dostupné: <https://fim2.uhk.cz/wikicr/web/index.php/home/21-2015-11-20-13-11-25/267-2016-10-31-14-08-58>
- [12] GIFTUN AZUR RESORT | Hurghada | Egypt. Giftun Azur Resort Egypt [cit. 10.1.2022]. Dostupné z: <https://www.giftunazuresort.com/>
- [13] GOUDA, Essam Abdel-Salam; Problems that Impede Sustainable Tourism Development in Egypt. 2012. Dostupné: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.875.2911&rep=rep1&type=pdf>
- [14] GYR, Ueli. The History of Tourism: Structures on the Path to Modernity. EGO: Europäische Geschichte [online]. Mainz, 2010 [cit. 2021-03-24]. Dostupné z: [http://ieg-ego.eu/de/threads/europa-unterwegs/tourismus/ueli-gyr-geschichte-des-tourismus?fbclid=IwAR3bEjCDcviej7hbNmLGnL4fkjtwX8Lh80ke\\_b9II40S-jECOvBm8\\_4BFk4](http://ieg-ego.eu/de/threads/europa-unterwegs/tourismus/ueli-gyr-geschichte-des-tourismus?fbclid=IwAR3bEjCDcviej7hbNmLGnL4fkjtwX8Lh80ke_b9II40S-jECOvBm8_4BFk4)
- [15] HOLEŠINSKÁ, Andrea. Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012. ISBN 978-80-210-5847-7.
- [16] HWAIDAK Hotel and Management Company [cit. 10.1.2022]. Dostupné: <https://www.hwaidak-hotels.com/>
- [17] INDROVÁ, Jarmila. Mezinárodní cestovní ruch: vybrané kapitoly. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1287-7.
- [18] INDROVÁ, Jarmila; VOŘÍŠEK, Tomáš. Yield Management a jeho uplatňování v hotelnictví. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1997. ISBN 80-7079-752-5.
- [19] JAROLÍMKOVÁ, Liběna. Atraktivita a produkty cestovního ruchu. Praha: Vysoká škola ekonomická. 2017
- [20] KIRALOVÁ, Alžběta. Marketing hotelových služeb. 1. vydání. Praha: EKOPRESS, 2002. ISBN 80-86119-44-0.
- [21] KOŠKOVÁ, Klára. Hotelové služby a jejich nabídka ve vybrané destinaci. Praha 2016. Bakalářská práce. Vysoká škola hotelová. [online]. [cit. 24.10.2021]. Dostupné: [https://is.vsh.cz/th/13998/vsh\\_b/](https://is.vsh.cz/th/13998/vsh_b/)
- [22] KŘÍŽEK, Felix; NEUFUS, Josef. 2011. Moderní hotelový management. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3868-0
- [23] LE PACHA RESORT 4\* - Hurghada | Egypt. [cit. 12.1.2022]. Dostupné z: <https://lepacharesort.com-hurghada.com/en/>
- [24] LICHNOVSKÁ, Irena. Analýza nabídky služeb cestovního ruchu v Olomouci a okolí. Bakalářská práce. Plzeň, 2015. Západočeská univerzita v Plzni, Ekonomická fakulta. Dostupné z: <https://core.ac.uk/download/pdf/295573434.pdf>

- [25] MÄČALA, T., 2008. Práce s cenou v ubytovacích službách. Praha: MMR ČR. [2016 Dostupné z: [http://lenka.tomanova.eu/download/skoleni-a-vzdelavani/Prace\\_s\\_cenou.pdf](http://lenka.tomanova.eu/download/skoleni-a-vzdelavani/Prace_s_cenou.pdf)
- [26] MAHMOUD, Dalia; GAMAL, Gamil; ABOU EL SEOUD, Tarek. (2019). The potential impact of climate change on Hurghada city, Egypt, using tourism climate index. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 25(2), 496–508. Dostupné: <https://doi.org/10.30892/gtg.25218-376>
- [27] MASAROVÁ, Hana, 2012. Analýza provozu vybraného hotelu – Corinthia Towers Hotel v Praze. Bakalářská práce, Jihlava. 2016. Dostupné z: <https://is.vspj.cz/bp/get-bp/student/28192/thema/2177>
- [28] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Cestovní ruch a udržitelný rozvoj, odborná školení a vzdělávání pracovníků územní veřejné správy pro oblast cestovního ruchu. Praha, 2007. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/getmedia/b973337b-cccc-42a3-9d19-2b23356dcff2/getfile15\\_1.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/b973337b-cccc-42a3-9d19-2b23356dcff2/getfile15_1.pdf)
- [29] MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ ČESKÉ REPUBLIKY (MZCR): Covid Portal. Informace o dostupných vakcínách [cit. 12.4.2022]
- [30] MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ. Egypt: Souhrnné teritoriální informace. [cit. 2.4.2022] Dostupné: <https://www.businessinfo.cz/navody/egypt-souhrnna-teritorialni-informace/2/#0-uvod>
- [31] MIRZADEH, Farhad. Fact Sheet: Egypt. 2013 [cit. 1.4.2022] Dostupné: [https://www.jstor.org/stable/resrep05997?searchText=egypt&searchUri=%2Faction%2FdoBasicSearch%3FQuery%3DEgypt%26so%3Drel&ab\\_segments=0%2Fbasic\\_search\\_gsv2%2Fcontrol&refreqid=fastly-default%3A06374b91f62a918fba111a15821cbf7c&seq=1](https://www.jstor.org/stable/resrep05997?searchText=egypt&searchUri=%2Faction%2FdoBasicSearch%3FQuery%3DEgypt%26so%3Drel&ab_segments=0%2Fbasic_search_gsv2%2Fcontrol&refreqid=fastly-default%3A06374b91f62a918fba111a15821cbf7c&seq=1)
- [32] PALATKOVÁ, Monika. Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.
- [33] PALATKOVÁ, Monika. Místní, národní a mezinárodní marketing destinace, 2007. Praha. Euroconsultants, s.r.o. Dostupné: <https://docplayer.cz/1143311-Mistni-narodni-a-mezinarodni-marketing-destinace.html>
- [34] PALATKOVÁ, Monika; ZICHOVÁ, Jitka. Ekonomika turismu: turismus České republiky. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.
- [35] PÁSKOVÁ, Martina. Udržitelnost cestovního ruchu. 3. vyd., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014. ISBN 978-80-7435-329-1.
- [36] PÁSKOVÁ, Martina. Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu. Druhé vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009. ISBN 978-80-7435-006-1

- [37] PELLEŠOVÁ, Pavlína; KAJZAR, Patrik. *Ekonomika hotelnictví*. 2016. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodě-podnikatelská fakulta v Karviné. Dostupné: [https://is.slu.cz/el/opf/zima2020/CVABKEHL/um/kajzar\\_pellesova-ekonomika\\_hotelnictvi-2016.pdf](https://is.slu.cz/el/opf/zima2020/CVABKEHL/um/kajzar_pellesova-ekonomika_hotelnictvi-2016.pdf)
- [38] PICKALBATROS HOTELS & RESORTS. [cit. 10.1.2022]. Dostupné: <https://www.pickalbatros.com/hotels-resorts/albatros-citadel-sahl-hasheesh/restaurants-bars/bars/>
- [39] REN, L.L; WANG, YM; WU, ZQ et al. Identification of a novel coronavirus causing severe pneumonia in human: a descriptive study. *Chin Med J (Engl.)* 2020; 5;133(9):1015-24.
- [40] RYAN, Ch. *Recreation Tourism – a Social Science Perspective*. 1991. Routledge, London
- [41] SALEM, Islam Elbayoumi; ELKHUESKY, Zakaria; RAMKISSOON, Haywantee. A content analysis for government's and hotels' response to COVID-19 pandemic in Egypt. 2022 [cit. 5.4.2022]. Dostupné: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/14673584211002614>
- [42] SEATON, A.V. — BENNETT, M. M.: *The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issues and Cases*. London, International Thomson Business Press 1996.
- [43] SHAALAN, Ihab Mohamed. Sustainable tourism development in the Red Sea of Egypt threats and opportunities. 2005. Dostupné: [https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652604000137?casa\\_token=yiKDXy7JJCgAAAAA:KWz\\_W3EUcmJuP6hhNIFjtCfBpWKtnMWT4LHSDh5h8I5NDU-E2HAWDdvUZADHJ13fC0DZJCuXOY](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652604000137?casa_token=yiKDXy7JJCgAAAAA:KWz_W3EUcmJuP6hhNIFjtCfBpWKtnMWT4LHSDh5h8I5NDU-E2HAWDdvUZADHJ13fC0DZJCuXOY)
- [44] STELLA DI MARE HOTELS & RESORTS. [cit. 10.1.2022]. Dostupné: <https://stelladimare.com/stella-member/>
- [45] ŠAUER, Martin; VYSTOUPIL, Jiří; HOLEŠINSKÁ, Andrea a kol. *Cestovní ruch: učební text*. Brno, 2015: Masarykova univerzita, fakulta Ekonomicko-správní. Dostupné z: [https://www.econ.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/studijni\\_texty/cestovni\\_ruch\\_ePDF.pdf](https://www.econ.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/studijni_texty/cestovni_ruch_ePDF.pdf)
- [46] ŠTEFAN, Marek; CHRDLÉ, Aleš; HUSA, Petr; BENEŠ, Jan; DLOUHÝ, Pavel; *Covid-19: Diagnostika a léčba. Doporučený postup Společnosti infekčního lékařství ČLS JEP*. 2021
- [47] UNICEF. Egypt, country background. [cit. 1.4.2022] Dostupné: <https://www.unicef.org/egypt/country-background>
- [48] UNWTO & UNEP , 2005. *Making tourism more sustainable: a guide for policy makers*. United Nations. Environment Programme, Division of Technology, Industry and Economics. ISBN 978-92-844-0821-4

- [49] VEVERKOVÁ, Miroslava. Marketing hotelových služeb. Uherské Hradiště 2010. Bakalářská práce. Vysoká škola Báňská – technická univerzita Ostrava. Dostupné: [https://dspace.vsb.cz/bitstream/handle/10084/80496/VEV031\\_EKF\\_B6208\\_6501R\\_006\\_02\\_2010.pdf?sequence=1](https://dspace.vsb.cz/bitstream/handle/10084/80496/VEV031_EKF_B6208_6501R_006_02_2010.pdf?sequence=1)
- [50] VYSTOUPIL, Jiří; ŠAUER, Martin; HOLEŠINSKÁ, Andrea. Vymezování destinace a formulace jejích charakteristik a organizace cestovního ruchu v destinaci. 2007, Praha: Thema Consulting, s.r.o. Dostupné: [http://www.mmr.cz/getmedia/656473c9-3527-4007-aafd-b09f029ea418/GetFile2\\_3.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/656473c9-3527-4007-aafd-b09f029ea418/GetFile2_3.pdf)
- [51] WHO. Coronavirus disease (COVID-19). [cit. 12.4.2022]. Dostupné: [https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1)
- [52] WORLDMETERS.INFO. (2022). Egypt COVID - Coronavirus Statistics - Worldometer. [cit. 10.4.2022]. Dostupné: <https://www.worldometers.info/coronavirus/country/egypt/>
- [53] ZELENKA, Josef; PÁSKOVÁ, Martina. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.
- [54] ZELENKA, Josef; TĚŠITEL, Jan; PÁSKOVÁ, Martina; KUŠOVÁ, Drahomíra. Udržitelný cestovní ruch: management cestovního ruchu v chráněných územích. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-244-7.
- [55] ZEMANOVÁ, Veronika. Hotelový management. Praha: Vysoká škola ekonomická 2016. Bakalářská práce.

## 8 Přílohy

### 8.1 Strukturované rozhovory pro zaměstnance vybraných hotelů

- 1) Pracoval/a jste před koronavirovou krizí v oblasti hotelnictví v Egyptě?
- 2) V jakém oboru? / Na jaké pozici?
- 3) Změnila se Vaše pracovní pozice v době koronaviru?
- 4) Změnila se Vaše náplň práce?
- 5) Přibýlo Vám v práci více povinností?
- 6) Pociťujete, že Vás koronavirus omezuje ve 100% výkonu práce?
- 7) Pociťujete riziko nákazy covidem-19 při výkonu své práce?
- 8) Onemocněl/a jste covidem?
- 9) Byla Vám doporučena či dokonce nařízena vakcinace?
- 10) Setkáváte se při výkonu své práce s covid pozitivními lidmi?
- 11) Je Váš zaměstnavatel egyptské národnosti či ze zahraničí?
- 12) Změnilo se Vaše platové ohodnocení?
- 13) Můžete zhodnotit situaci před koronavirem a nyní, popsat největší změny, popřípadě co Vám chybí?
- 14) Jaké byly opatření v době koronaviru ve vašem hotelu?
- 15) Platí tato opatření do teď? / Co se změnilo?
- 16) Jak moc hotel dbá na dodržování těchto opatření?
- 17) Klesla celková obsazenost či zájem o Váš hotel?
- 18) Jaké národnosti je Vaše klientela?
- 19) Setkali jste se s nerespektováním opatření ze strany klientů?
- 20) Pociťujete změnu chování Vašich klientů?
  - 1) Jaké byly opatření v době koronaviru ve vašem hotelu?
  - 2) Platí tato opatření do teď? / Co se změnilo?
  - 3) Jak moc hotel dbá na dodržování těchto opatření?
  - 4) Klesla celková obsazenost či zájem o Váš hotel?
  - 5) Jaké národnosti je Vaše klientela?
  - 6) Setkali jste se s nerespektováním opatření ze strany klientů?
  - 7) Pociťujete změnu chování Vašich klientů?

### 8.2 Dotazník pro turisty Hurgády

Dobrý den,

Chtěla bych Vás poprosit o vyplnění krátkého dotazníku, který bude podkladem pro mou bakalářskou práci, zkoumající vliv epidemie covid-19 na hotelnictví v egyptské Hurgádě.

Hlavním cílem je zaznamenat to, jak se změnil celkový pohled turistů a návštěvníků této populární destinace vlivem epidemie covid-19.

Předem děkuji za Váš čas.

- 1) Kolikrát jste již navštívil/a Hurgádu?
  - a. 0
  - b. 1
  - c. 2-3
  - d. 4-6
  - e. Více
- 2) Navštívil/a jste Hurgádu před březnem 2020?
  - a. Ano
  - b. Ne
- 3) Navštívil/a jste Hurgádu po březnu 2020?
  - a. Ano
  - b. Ne
- 4) Můj zájem o tuto destinaci vlivem koronaviru..
  - a. Klesl
  - b. Vzrostl
  - c. Nezměnil se
- 5) Vnímáte riziko možné nákazy při plánování Vaší cesty?
  - a. Velmi
  - b. Mírně
  - c. Můj postoj je neutrální
  - d. Nepocítuji
  - e. Nevím
- 6) Jakých komplikací se obáváte nejvíce?
  - a. Nákazy
  - b. Karantény
  - c. Případných komplikací s odletem/příletem
  - d. Omezení služeb v hotelu
  - e. Jiné...
- 7) Zařídil/a jste si pojištění pro případné pokrytí zdravotních výdajů spojených s koronavirem?
  - a. Ano (sám)
  - b. Ano (v rámci zájezdu)
  - c. ne
- 8) Pozoroval/a jste změny ve vašem vybraném hotelu či v rámci destinace? (porovnání s dobou před koronavirem)
  - a. Ano (jaké)? ....
  - b. ne
- 9) Jaká opatření byla zavedena v rámci hotelu?
  - a. Nošení roušky a ochranných pomůcek
  - b. Dodržování rozestupů
  - c. Dezinfekce prostorů

- d. Zvýšená hygiena v restauraci
  - e. Omezení některých aktivit
  - f. Žádná
  - g. Jiná ...
- 10) Dbal hotel na dodržování opatření proti koronaviru?
- a. Ano
  - b. Ne
- 11) Byl výběr Váš zájezd či letenka do Hurgády zrušen z důvodu lockdownu či epidemie koronaviru?
- a. Ano
  - b. Ne
- 12) Byla Vám poskytnuta náhrada za ušlý zájezd či letenku?
- a. Ano (jaká?)
  - b. Ne
- 13) Jakým způsobem si rezervujete své ubytování?
- a. Cestovní kancelář
  - b. Internetové portály
  - c. „na vlastní pěst“ přímo na místě
  - d. vlastní byt (bydlení u rodiny, známých)
- 14) Kdy proběhla Vaše poslední návštěva Hurgády?
- a. Před březnem 2020
  - b. Duben-prosinec 2020
  - c. Leden-červen 2021
  - d. Červenec-prosinec 2021
  - e. Rok 2022
- 15) S kým jste cestoval/a?
- a. Rodina
  - b. Přítel/přítelkyně
  - c. Přátelé
  - d. sám
- 16) Jsem..
- a. Muž
  - b. žena
- 17) Věk
- a. 15-30
  - b. 31-45
  - c. 46-65
  - d. 65 a ví

## Zadání bakalářské práce

**Autor:** Barbora Dršťáková  
**Studium:** I1900450  
**Studijní program:** B6208 Ekonomika a management  
**Studijní obor:** Management cestovního ruchu  
**Název bakalářské práce:** **Vliv epidemie Covid-19 na vybraný segment cestovního ruchu**  
**Název bakalářské práce A):** The impact of the Covid-19 epidemic on a selected segment of tourism

### Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Specifikace tématu práce: Vliv epidemie Covid-19 na poskytované služby cestovního ruchu ve vybraných hotelech egyptské Hurghady.

Cíl práce: Analýza stavu hotelových služeb v egyptské Hurghadě v souvislosti s vlivem pandemie Covid-19. Cílem je komparace situace před a po této světové pandemii. Zkoumaným subjektem bude především kvalita, míra a rozmanitost poskytovaných služeb ve vybraných hotelech této oblasti.

Cílem práce je také nalézt odpovědi na **výzkumné otázky:**

1. Jaký je stav poskytovaných služeb ve vybraných hotelech v Hurghadě?
2. Jak ovlivnila pandemie Covid-19 kvalitu a míru poskytovaných služeb?
3. Jak je dopad pandemie Covid-19 na poskytované služby vnímán zaměstnanci v cestovním ruchu (zaměstnanci hotelu, delegáti)?
4. Jak ovlivnila pandemie Covid-19 stabilitu systému jednotlivých hotelů?
5. Jaká opatření proti pandemii byla zavedena ve vybraných hotelech a jsou tato opatření stále dodržována při postupném ústupu pandemie?
6. Jak pandemie ovlivnila systém udržitelnosti cestovního ruchu?

### Osnova:

1. Úvod
2. Cíl práce a metodika zpracování
3. Teoretická část
  - 3.1. Služby cestovního ruchu
  - 3.2. Destinační management
  - 3.3. Udržitelný cestovní ruch
  - 3.4. Faktory ovlivňující cestovní ruch
  - 3.5. Dopady cestovního ruchu
  - 3.6. Pandemie Covid-19
    - 3.6.1. Charakteristika a průběh pandemie
    - 3.6.2. Ekonomické dopady
4. Praktická část
  - 4.1. Popis zkoumané turistické destinace – Hurghady
  - 4.2. Popis vybraných hotelů
  - 4.3. Průběh a výsledky šetření
5. Shrnutí a diskuse výsledků
6. Závěry a doporučení
7. Zdroje
8. Přílohy

HOLEŠINSKÁ, Andrea. Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012. ISBN 978-80-210-5847-7.

ORIEŠKA, Ján. Technika služeb cestovního ruchu. Praha: Idea servis, 1999. ISBN 80-85970-27-9.

PÁSKOVÁ, Martina. Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu. Druhé vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009. ISBN 978-80-7435-006-1

ZELENKA, Josef; PÁSKOVÁ, Martina. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

ZELENKA, Josef; TĚŠITEL, Jan; PÁSKOVÁ, Martina; KUŠOVÁ, Drahomíra. Udržitelný cestovní ruch: management cestovního ruchu v chráněných územích. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-244-7.

**Garantující pracoviště:** Katedra rekreologie a cestovního ruchu,  
Fakulta informatiky a managementu

**Vedoucí práce:** Mgr. Pavlína Chaloupská, Ph.D.

**Oponent:** Ing. Veronika Židová, Ph.D., DiS.

**Datum zadání závěrečné práce:** 6.9.2021