



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Ekonomická fakulta



Využití rezervačního systému v hotelu

Bakalářská práce

Studijní program: B6208 – Ekonomika a management

Studijní obor: 6208R085 – Podniková ekonomika

Autor práce: **Zuzana Jeřichová**

Vedoucí práce: Ing. Dana Nejedlová, Ph.D.





Zadání bakalářské práce

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Zuzana Jeřichová**
Osobní číslo: E15000700
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: B6208R085 – Podniková ekonomika
Zadávající katedra: katedra informatiky
Vedoucí práce: Ing. Dana Nejedlová, Ph.D.
Konzultant práce: Kateřina Ptáčnicková
Hotel Plzeň***, administrativní pracovnice

Název práce: **Využití rezervačního systému v hotelu**

Zásady pro vypracování:

1. Zásady vývoje informačních systémů.
2. Porovnání rezervačních systémů na trhu.
3. Uplatnění rezervačního systému v praxi.
4. Efektivita rezervačního systému.

Seznam odborné literatury:

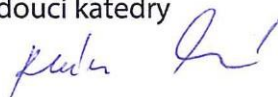
- GÁLA, Libor, Jan POUR a Zuzana ŠEDIVÁ. 2015. *Podniková informatika: Počítačové aplikace v podnikové a mezipodnikové praxi*. 3. vyd. Praha: GRADA Publishing. ISBN 978-80-247-5457-4.
- HÁN, Jan, Martina BERÁNEK, Stanislava BELEŠOVÁ, Dan MRKOS, Petr STUDNIČKA a Martina SOCHŮRKOVÁ. 2016. *Vybrané kapitoly z hotelnictví a gastronomie. Svazek druhý: Ubytovací služby*. Praha: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7552-253-5.
- CHROMÝ, Jan. 2015. *Aplikovaná informatika: Vybrané znalosti pro hotelnictví*. Praha: Extrasystem. ISBN 978-80-87570-28-9.
- IVANOV, Stanislav. 2014. *Hotel Revenue Management: From Theory to Practice*. Varna: Zangador. ISBN 978-954-92786-3-7.
- KŘÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS. 2014. *Moderní hotelový management*. 2. vyd. Praha: GRADA Publishing. ISBN 978-80-247-4835-1.
- PROQUEST. 2017. *Databáze článků ProQuest* [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. [cit. 2017-09-28]. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz/>

Rozsah práce: 30 normostran
Forma zpracování: tištěná / elektronická
Datum zadání práce: 31. října 2017
Datum odevzdání práce: 31. srpna 2019


prof. Ing. Miroslav Žížka, Ph.D.
děkan Ekonomické fakulty



doc. Ing. Klára Antlová, Ph.D.
vedoucí katedry



V Liberci dne 31. října 2017

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum:

Podpis:

Poděkování

Chtěla bych poděkovat vedoucí bakalářské práce paní Ing. Daně Nejedlové, Ph.D., za odborné vedení a cenné rady při konzultacích.

Dále bych chtěla poděkovat slečně Kateřině Ptáčnickové za odbornou konzultaci při analyzování činnosti společnosti Booking.com. V neposlední řadě bych chtěla poděkovat zaměstnancům Hotelu Plzeň***, kteří mě uvedli do problematiky a poskytli mi podklady pro zpracování bakalářské práce.

Anotace

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou využívání informačního systému v hotelu. V práci je popsán vznik a vývoj informačních systémů, druhy informačních systémů a rozdíly mezi nimi. Následně je představen nejznámější internetový rezervační systém – Booking.com. Tento systém je zanalyzován z pohledů jeho uživatelů. Jedná se o zákazníka hotelu a o pracovníka hotelu. Cílem práce je zjistit přínos systému pro uživatele a navrhnout opatření, která mohou vést ke větší spokojenosti uživatelů.

Klíčová slova: Globální distribuční systém, internetový rezervační systém, Booking.com, nevratná rezervace, garantovaná rezervace

Annotation

The usage of the reservation system in the hotel

This bachelor thesis deals with problem of the usage of the information system in the hotel. The thesis describes the origin and development of information systems, types of information systems and the differences between them. In the next part of the thesis Internet Reservation System Booking.com is introduced. This system is analysed from the views of its users. These are a hotel customer and a hotel worker. The aim of the thesis is to identify the benefits of the system for its users and to suggest measures that can lead to greater user satisfaction.

Keywords: Global Distribution System, Internet Reservation System, Booking.com, non refundable reservation, guaranteed reservation

Obsah

Prohlášení	3
Poděkování	5
Anotace	6
Annotation	7
Seznam ilustrací.....	11
Seznam tabulek.....	12
Seznam zkratk.....	13
Úvod	14
1 Teorie hotelových informačních systémů	15
1.1 Informační systémy v hotelu.....	15
1.2 Vznik informačních systémů	17
1.2.1 Možnosti vývoje informačního systému v hotelu	18
1.2.2 Individuální vývoj	18
1.2.3 Nákup hotového systému	18
1.2.4 Outsourcing	18
1.2.5 Využívání ASP	19
1.2.6 Využívání SOA	19
1.2.7 Cloud Computing	19
2 Distribuční a rezervační systémy.....	21
2.1 Globální distribuční systémy	21
2.1.1 Představitelé GDS	23
2.2 Internetové rezervační systémy	26
2.3 Rezervace přes vlastní webové stránky	27
2.4 Porovnání distribučních a rezervačních systémů.....	28

3	Současný stav IRS	29
4	IRS Booking.com	31
4.1	Společnost Booking.com	31
4.2	Práce se systémem z pohledu zákazníka.....	31
4.2.1	Vytvoření rezervace.....	32
4.2.2	Výhody pro klienty.....	35
4.3	Práce se systémem z pohledu recepčních	35
4.3.1	Práce s dostupností	36
4.3.2	Rezervace.....	38
4.4	Porovnání náročnosti práce s portálem	46
4.5	Přínos portálu.....	47
4.6	Návrhy na zlepšení.....	48
4.6.1	Informovanost.....	49
4.6.2	Provádění změn	49
4.6.3	Nevratné rezervace	49
5	Zhodnocení přínosu	52
6	Závěr.....	55
	Seznam použité literatury	56
	Citace	56
	Bibliografie.....	57
	Příloha A.....	58

Seznam ilustrací

Obr. 1 GDS Amadeus	24
Obr. 2 Porovnání z hlediska počtu cestovních kanceláří k roku 2013	25
Obr. 3 Porovnání z hlediska spolupráce hotelů k roku 2013.....	25
Obr. 4 Úvodní strana webových stránek portálu Booking.com	32
Obr. 5 Seznam hotelů	33
Obr. 6 Potvrzení rezervace	34
Obr. 7 Úvodní strana extranetu	36
Obr. 8 Kalendář dostupnosti pokojů hotelu.....	37
Obr. 9 Kalendář obsazenosti s cenami.....	38
Obr. 10 Přehled rezervací	39
Obr. 11 Informace o rezervaci první část	40
Obr. 12 Informace o rezervaci druhá část obrazovky Obr. 11	41
Obr. 13 Upozorňovací věta o termínu stáhnutí platby indikující standardní rezervaci.....	42
Obr. 14 Garantovanou rezervaci lze poznat z fráze „Basic Non Refundable“.....	43
Obr. 15 Rezervace placená Booking.com	44
Obr. 16 Nalezení náhradníka v zobrazení původní rezervace	45
Obr. 17 Podíl na celkových rezervacích v % za rok 2016.....	52
Obr. 18 Podíl zdrojů rezervací plzeňského hotelu na tržbách	53

Seznam tabulek

Tab. 1 Porovnání vlastností distribučních a rezervačních systémů	28
Tab. 2 Porovnání Booking.com a Hotel.cz.....	35
Tab. 3 Porovnání náročnosti práce s portálem Booking.com z pohledu uživatelů	46
Tab. 4 Přínosy portálu z pohledu uživatelů	48

Seznam zkratek

- ASP Application Service Provider
- CRM Customer Relationship Management
- CRS Central Reservation System
- GDS Global Distribution System
- IRS Internet Reservation System
- SOA Service Oriented Architecture
- SEO Search Engine Optimization
- SEM Search Engine Marketing

Úvod

Fungování hotelu bez informačních systémů si v dnešní době dokáže představit jen málokdo. Co ale stálo za vznikem informačních systémů a jaký byl jejich vývoj?

Každý hotel má mnoho možností, jak se bude prezentovat. Nejčastěji volí prezentaci na internetu, kde má mnoho příležitostí ke zviditelnění. Vše závisí na informacích, které má hotel k dispozici a samozřejmě také na finančních prostředcích. Prezentace hotelu je velmi důležitá. Jedná se o prvotní kontakt s potenciálním zákazníkem, který by měl být co nejlepší.

Informační systémy usnadňují práci všem uživatelům – jak zákazníkům, tak pracovníkům ubytovacích zařízení. Většina informačních systémů nabízí kromě rezervace ubytování i další služby, díky kterým se pro zákazníka stávají atraktivnější. Naopak pro ubytovací zařízení umožňují zpětnou vazbu od zákazníka v podobě hodnocení, která slouží ke zkvalitnění nabízených služeb.

V první části práce se zaměřím na představení informačních systémů. Představím druhy systémů a princip jejich fungování. Zmíním také jejich rozdíly a hlavní představitele. Na závěr této části porovnáím nejdůležitější vlastnosti jednotlivých typů systémů.

Druhá část bude věnována nejznámějšímu internetovému rezervačnímu systému, kterým je portál Booking.com. Portál nejprve představím, dále popíšu jeho fungování z pohledu zákazníka, který si rezervuje ubytování, a také z pohledu pracovníka hotelu, který s ním pracuje. Práce s portálem závisí i na velikosti ubytovacího zařízení. Ve své práci se zaměřím na menší hotel v Plzni, kde s portálem pracují samotné recepční.

Na závěr zhodnotím, jaký přínos portál pro hotely má. Porovnáím mezi sebou práci zákazníka a recepčních. Vyzdvihnu hlavní výhody a zmíním nedostatky, které je potřeba zlepšit.

1 Teorie hotelových informačních systémů

V dnešní době existuje mnoho definic informačního systému. Dle Vodáčka a Rosického (1997, s. 87) je definice informačního systému následující: „*Každý informační systém představuje účelové uspořádání vztahů mezi lidmi, datovými zdroji a procedurami jejich zpracování s využitím prostředků informačních technologií.*“

Informační systémy se dělí na několik druhů. Prvním druhem je neformální informační systém, který představuje výměnu a zpracování informací lidmi. Jedná se o předávání informace mluvenou cestou, která je doplněna gesty a mimikou. Druhým typem je formální informační systém, který je založen na pracovních a informačních tocích. Třetím typem je informační systém založený na počítačích.

Jiné dělení dělí informační systémy na měkké a tvrdé. Tvrdý systém je oproti měkkému definovaný přesněji a důkladněji.

Dále se informační systémy dělí na osobní a podnikové.

Každý informační systém musí splňovat obecné požadavky.

Těmito podmínkami jsou: (Gála a kol., 2009, s. 23)

- účel
- struktura
- okolí systému
- chování systému
- vlastnosti vazeb
- subsystémy

1.1 Informační systémy v hotelu

V rámci hotelových zařízení se užívají hotelové informační systémy, které se označují jako hotelový software. Hotelový software podporuje provoz ubytovacího zařízení. Vznikl z recepčního administrativního systému přidáním dalších funkcí. S připojením dalších podsystémů (např. restauračního systému) se stal hotelový informační systém určitým druhem systému správy majetku. (Beránek, 2013, s. 287)

Hotelový informační systém rozlišuje tři typy funkcionality – základní, rozšiřující a funkcionalitu externích systémů.

Základem pro základní funkcionalitu je ubytovací a stravovací úsek hotelu. Typické oblasti zde jsou recepce, směnárna, restaurační systém, účetnictví, provoz hotelu, korespondence a správa systému. Mezi základní funkcionalitu patří Front office, pokladní systém a Food & Beverage Management. Primární funkcí front office je správa pobytů, rezervací a informací ohledně hostů. Důležitou funkcí je také směnárna a pokladna, která poskytuje přehled o všech finančních tocích. Může zde být zahrnuta také fakturace.

Pokladní systém má na starosti restaurační provoz. Umožňuje sledování prodávávaného zboží. Pokladní systém může být doplněn o přenosné pokladní systémy, které využívá obsluhující personál.

Food & Beverage Management představuje skladové hospodářství. Zajišťuje všechny činnosti ohledně zboží – příjem, inventuru, odtěžování. Může být doplněn o automatické objednávání zboží.

Rozšiřující funkcionalita řeší provoz konferenčních prostor, sportovních center či wellness. Jedná se také o nástroj pro řízení vztahů se zákazníky – CRM (Customer Relationship Management). S tímto nástrojem jsou spojené různé věrnostní programy či klubové karty.

Funkcionalita externích systémů se týká systémů, které nejsou součástí hotelového systému, ale jejich využívání přináší určité výhody. Mohou snižovat náklady, vést ke konkurenční výhodě či poskytnout větší komfort hostům. Jedním ze systémů je telefonní systém, který poskytuje informace o hovorech hosta včetně načtení částky na účet klienta. Vedle telefonního systému v dnešní době stále více hotelů využívá systém zámkový, který umožnil přechod z klasických klíčů na čipové karty. Díky zámkovému systému lze pohyb hosta sledovat, což má výhodu např. při úklidu nebo při tepelné regulaci. Čipové karty používají i zaměstnanci. Pokud by došlo ke ztrátě karty či vyhození zaměstnance, lze kartu jednoduše vymazat z databáze.

S tepelnou regulací souvisí systém měření a regulace, kdy hotel může snížit své náklady na energie. Podle obsazenosti pokoje lze regulovat teplotu v pokoji, aniž by došlo k narušení komfortu hosta.

Pokud hotel nabízí službu placených kanálů či připojení k internetu, využívá systému Pay-TV a internetu. Host má díky tomuto systému přehled o svých hotelových účtech a umožňuje mu prohlížení hotelových nabídek přímo na obrazovce.

Používání informačních systémů přináší výhody všem zainteresovaným osobám. Zaměstnancům systémy šetří čas a poskytují potřebné informace. Managementu hotelu zase systém poskytuje potřebné informace, díky kterým je schopen včas podnikat potřebné kroky. Pro hosta je důležité, aby dosáhl požadovaného komfortu, který hotel nabízí. Je proto nutné, aby mu každý zaměstnanec pomocí systému poskytl potřebné informace. (Beránek, 2013)

1.2 Vznik informačních systémů

Vznik a vývoj informačních systémů má zásadní vliv na podnik. Při vzniku informačního systému se musí brát v úvahu podmínky zmiňované výše. Řepa (1999, s. 153) charakterizoval vznik informačního systému takto: *„Základní obecný princip analýzy a návrhu informačního systému lze charakterizovat jako princip modelování. Podle tohoto principu má být model informačního systému postaven na modelu tzv. reálného světa.“*

Vývoj informačního systému probíhá ve třech architekturách. První fází je konceptuální model, který vyjadřuje strukturu a chování reality. Při návrhu konceptuálního modelu odpovídáme na základní otázku „Co?“ Tento model nesmí být zatížen jakoukoliv technologickou koncepcí, ani pozdějšími požadavky pro implementaci. (Chromý, 2015)

Při tvorbě konceptuálního modelu existují základní východiska, mezi která patří:

- Myšlení konkrétních osob, kdy zadavatelé informačního systému patří mezi nejdůležitější. Cíle a hlavní vlastnosti systému musí zadavatel definovat jasně a konkrétně. Dále se musí brát v úvahu, kdo bude systém užívat a pro koho slouží.
- Zákony a předpisy představují další východisko, na které se musí brát ohled. Ve většině zemí světa lze předpokládat, že nedodržování zákonů povede k trestnímu stíhání.
- Zvyky v dané oblasti sice nejsou právně vymahatelné, ale jejich nedodržování může způsobit např. masivní odliv zákazníků.

Z konceptuálního modelu vychází model technologický, který vychází ze způsobu organizace dat a jejich zpracování. Tento model odpovídá na otázku „Jak?“ a nesmí být zatížen pohledem na pozdější implementační řešení.

Třetí úroveň představuje implementační model, který vychází z předchozích dvou modelů a specifikuje použité vývojové prostředí.

1.2.1 Možnosti vývoje informačního systému v hotelu

Při vývoji informačního systému lze aplikovat několik možných variant. Management hotelu musí při zavedení nového informačního systému zhodnotit určité faktory. Mezi nejvýznamnější faktory patří snížení nákladů či snížení potřeby odborníků na vývoj a údržbu informačního systému. (Chromý, 2015)

1.2.2 Individuální vývoj

Individuální vývoj v dnešní době nese řadu nevýhod, které svým počtem přesahují předpokládané výhody. Jednou z nevýhod je kvalifikace autorů, kteří systém vytváří. Pokud se hotel rozhodne pro vývoj pomocí dodavatelů, může se stát, že vybraný dodavatel nebude mít potřebné znalosti a zkušenosti. Individuální vývoj hotelového informačního systému sebou nese i vyšší náklady či delší dodací lhůty. Tato možnost vývoje je vhodná pro menší pensiony, můžeme tedy říci, že vhodnost je tedy nepřímě úměrná velikosti hotelu. (Chromý, 2015)

1.2.3 Nákup hotového systému

Jedná se o nákup hotového informačního systému, který potřebuje velmi malé úpravy. Pro hotel tato varianta bude mít menší pořizovací cenu a kratší dodací lhůtu. Nevýhodou může být, že některé funkce tu budou pro konkrétní hotel zbytečné či naopak nedostatečné. Proto je vhodné domluvit se na zkušební době s případným vrácením systému.

1.2.4 Outsourcing

V dnešní době je, stále více využíván outsourcing. Vývoj systému vlastními silami bývá velmi nákladný a vyžaduje dlouhou dobu, než bude uveden do provozu. Dále musí být zaměstnávání odborníci, kteří se o chod systému budou starat. Proto některé firmy, které podobný systém vyvinuly, jsou ochotné ho ihned poskytnout. Většinou tento systém bývá levnější než jeho celý vývoj. Nevýhodou může být platba za systém, kdy je buď požadovaná jedna splátka či více splátek s možným úrokem. V dnešní době je stále více

externích firem, které se starají o určitou část podniku. Před nákupem systému se musí provést pečlivá analýza, abychom zjistili, zda systém splňuje naše požadavky a očekávání.

Důležitým faktorem je, aby nabízený systém byl v souladu s firemní infrastrukturou. Je nežádoucí, aby se firemní chod podřizoval novému systému, obzvlášť pokud starý systém spolehlivě funguje ke spokojenosti vedení i zaměstnanců.

1.2.5 Využívání ASP

Využívání ASP (Application Service Provider) představuje určitou formu outsourcingu, kdy se prostřednictvím Internetu, dá pronajmout určitý aplikační software, nebo se poskytují aplikační služby.

Při využívání ASP není nutné zajišťovat jakýkoliv vývoj nebo provoz pronajatých aplikací. Naopak je nutné, aby firemní infrastruktura a pronajaté aplikace byly v kompatibilitě. S využíváním ASP se pojí i některá rizika. Mezi nejběžnější riziko patří nižší bezpečnost nebo závislost na poskytovateli pronajímaných služeb.

1.2.6 Využívání SOA

SOA (Service Oriented Architecture) představuje architekturu orientovanou na služby, která vychází z principů distribuovaného zpracování. Různé části používaných programů jsou zpracovány na jiných počítačích. To tvoří modulární řešení, pomocí kterého lze potřebné aplikace sestavovat jako spojení vhodných, relativně samostatných služeb. Aplikace je vytvářena vyhledáním a sestavením vhodných služeb do funkčního softwarového systému. (Čech, Bureš, 2009)

1.2.7 Cloud Computing

Cloud Computing je vhodný především pro hotelové řetězce, kdy na jednom serveru může být zaveden výkonný hotelový informační server, který řetězce využívají.

Cloud Computing má podobné vstupní podmínky jako ASP. Není tedy nutnost zajišťovat vývoj a provoz existujících služeb, aplikací nebo celého informačního systému v jednotlivých hotelích. (Chromý, 2015)

Důležité naopak je, aby hotelová infrastruktura a služby poskytované Cloud Computingem byly kompatibilní. Rizika ASP a Cloud Computingu jsou velmi podobná. Opět hrozí rizika

s integrací pronajatých dílčích aplikací a jejich zařazení do smysluplného celku a závislost na poskytovateli služeb.

2 Distribuční a rezervační systémy

Distribuční a rezervační systémy vznikly ve Spojených státech amerických. Průkopníkem systémů byla letecká společnost American Airlines a společnost IBM. Na počátku 70. let 20. století byl poprvé rezervační systém zaveden v cestovních kancelářích, kde tento systém sloužil pro rezervaci míst v letadle. Další významné letecké společnosti poté vytvořily vlastní rezervační systémy, které v 80. letech prošly velkým vývojem a přeměnily se v nezávislé globální distribuční systémy – GDS. Mezi nejznámější globální systémy patří Sabre, Apollo, Worldspan, Systemone a Gemini. Globální distribuční systémy Amadeus a Galileo byly v Evropě představeny v 80. letech. (Křížek a Neufus, 2014)

Ubytovací zařízení má v současnosti tři možné způsoby, jak může nabídnout volné kapacity a následně provést jejich rezervaci. První způsob jsou již zmíněné globální distribuční systémy. Druhým způsobem jsou internetové rezervační systémy (IRS) a třetím způsobem je přímá rezervace přes vlastní webové stránky ubytovacího zařízení.

2.1 Globální distribuční systémy

Jak již bylo zmíněno výše, globální distribuční systémy začaly vznikat ve Spojených státech amerických, a to již v 50. letech 20. století. Prvotním impulsem bylo zvýšení efektivity prodeje letenek. Díky GDS měli prodejci leteckých společností okamžitý přehled o volné kapacitě, kterou mohli ihned sdělit cestovním agenturám. S rostoucím vývojem leteckého průmyslu bylo nutné pozměnit fungování stávajícího systému, proto vybrané cestovní agentury dostaly volný přístup do GDS, což celý proces nabízení letenek ještě urychlilo. Cestovní agentury nemusely kontaktovat letecké společnosti, aby získaly potřebné informace. Původně se jednalo o letenkový rezervační systém jedné společnosti – American Airlines. Dle Ivanova (2014, s. 136) „*Global Distribution Systems serve as electronic platforms connecting accommodation establishments and other intermediaries.*“ Globální distribuční systémy slouží jako elektronické platformy, které připojují ubytovací zařízení a další zprostředkovatelé. Tuhle definici potvrzuje i definice Beránka (2013, s. 279), který říká, že „*se v současnosti jedná o systém, který agentům umožňuje také rezervace letenek jiných společností, hotelů, aut, okružních plaveb, pojištění a dalších produktů.*“

GDS již před rozmachem internetu umožňovaly nalézt vhodný letecký spoj či hotel a provedení rezervace včetně zpětného potvrzení. Nevýhodou ovšem bylo, že GDS byly přístupné jen omezenému počtu lidí, což byli pracovníci cestovních agentur a kancelářů. Tento přístup byl zpoplatněn předem dohodnutou provizí.

Pro rezervaci konkrétního hotelu to znamená, že klient musí přijít do cestovní kanceláře, kde pracovníkovi sdělí své požadavky. Pracovník kanceláře poté klientovi pomůže vybrat dle jeho požadavku hotel a následně provede rezervaci. Hotel rezervaci přijme prostřednictvím centrálního rezervačního systému (CRS). Centrální rezervační systém nebo také počítačový rezervační systém využívají mezinárodní hotelové řetězce. CRS zajišťují jednotný systém rezervací ve všech členských hotelích řetězce a můžeme je dělit na dva typy – firemní a universální. Firemní CRS má zabudované vnitřní know-how a slouží pro práci členských hotelů. Členské hotely mají společné subsystémy jako je např. databáze zákazníků. Universální CRS funguje jako vnitřní rezervační systém pro jednotlivé hotely a zároveň jako vyšší systém, který zajišťuje kapacity všech členů.

V případě rezervace přes GDS provizi platí hotel cestovní agentuře, která mu zajistila rezervaci u klienta. Výhodou pro ubytovací zařízení je, že díky GDS má svou nabídku kdykoliv pod kontrolou a může ji obměňovat.

Ve své době znamenaly GDS průlom v prodeji letenek a ubytovacích kapacit. Dnes se ale jeví poněkud zastaralé, především co se vizuální stránky týče. Uživatelské prostředí GDS je docela nepřehledné. (Beránek, 2013, s. 280)

GDS funguje na principu kódů. Každá lokalita, kam se létá, má přidělený unikátní kód. Tento kód se skládá ze tří písmen. I přes své zastaralé vlastnosti, jako je grafická a uživatelská stránka, mají GDS v cestovním ruchu důležitou roli i v budoucnu. Toto tvrzení vyplývá z faktu, že existuje určitá skupina lidí, která není ochotna své rezervace provádět skrze internet. Tato neschopnost spočívá ze strachu, že by mohlo dojít ke zneužití osobních údajů a že internet není bezpečný.

Největší výhodou GDS dle Beránka (2013, s. 280) je, *„že se jedná o jediný systém, který podává vyčerpávající přehled o leteckých spojích, hotelech a autopůjčovnách po celém světě a který není zatížen ohromným množstvím dalších informací, jako je tomu v případě internetu.“*

2.1.1 Představitelé GDS

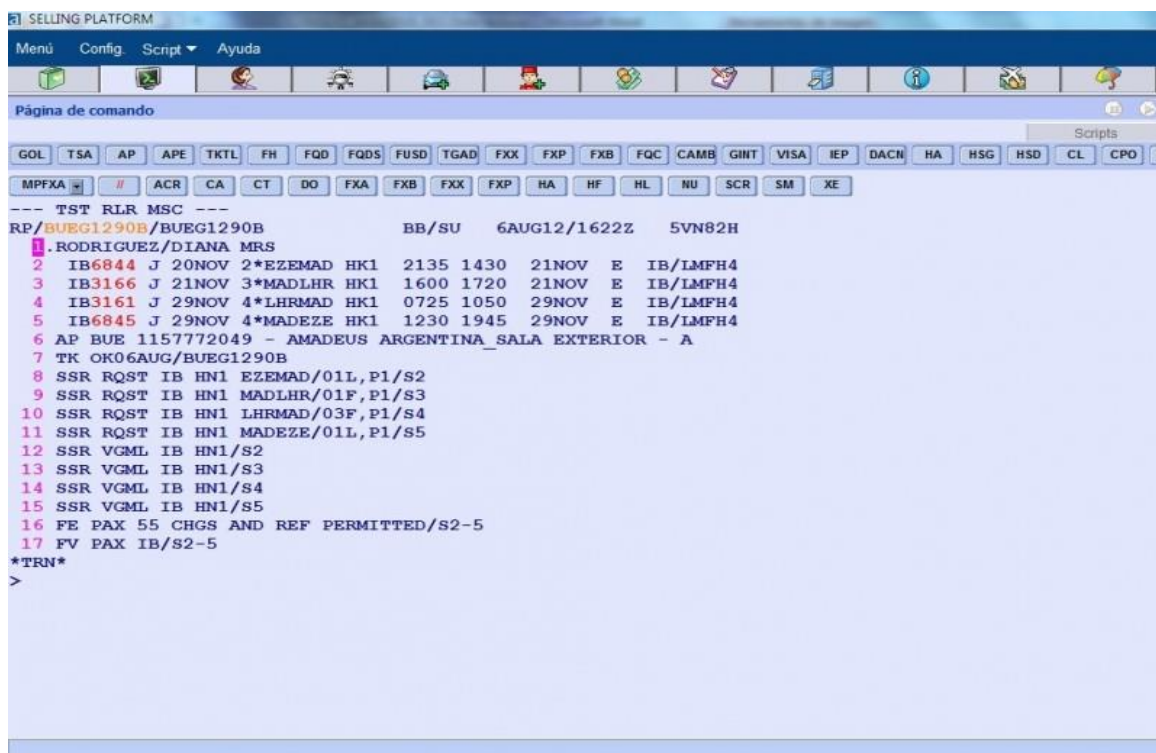
V následujících řádcích představíme nejznámější globální distribuční systémy. Každý systém je zaměřen na určitou světovou oblast. (Hán a kol., s. 193)

Největším a nejstarším GDS je systém Sabre. Je rozšířen především v Severní Americe a vlastní ho letecká společnost American Airlines, která ho v roce 1958 založila. Sabre zprostředkuje 400 milionů rezervací ročně, což představuje 40% podíl na všech rezervacích. Sabre nabízí služby 700 leteckých společností a 45 tisíc hotelů. Denně tento systém vysílá 270 milionů zpráv a je na něj připojeno 28 tisíc cestovních kanceláří a agentur. (Křížek a Neufus, 2014, s. 181)

Druhým největším systémem v Severní Americe je systém Worldspan a vlastní ho tři letecké společnosti – Delta Airlines, NorthWest Airlines a TWA. Do fungování systému je zapojen i asijský rezervační systém. Systém vznikl teprve v roce 1990. V systému Worldspan je zapojeno 50 tisíc cestovních kanceláří a agentur. Systém nabízí služby 400 leteckých společností a 26 tisíc hotelů. (Křížek a Neufus, 2014, s. 181)

K nejrozšířenějším systémům v Evropě patří systém Amadeus a Galileo. Systém Amadeus je největším systémem v Evropě a založily ho čtyři letecké společnosti – Air France, Iberia, Lufthansa a SAS. Systém vznikl již v osmdesátých letech 20. století. Vznikl na obranu amerických systémů, které se snažily obsadit evropský trh. Jeho cílem tedy bylo sjednotit evropský trh. V dnešní době pokrývá 65% podíl všech rezervací na evropském trhu. Nabízí služby 700 leteckých společností a 51 tisíc hotelů. Sídlo společnosti je umístěno v Erdingu u Mnichova a jedná se o největší soukromou evropskou databanku. Zároveň patří i k největším na světě. Systém dokáže zpracovat 6000 požadavků za sekundu a je propojen s desítkami dalších systémů v jeden kompaktní celek. (Křížek a Neufus, 2014, s. 181)

Na obrázku 1 níže můžeme vidět uživatelské rozhraní globálního distribučního systému Amadeus.

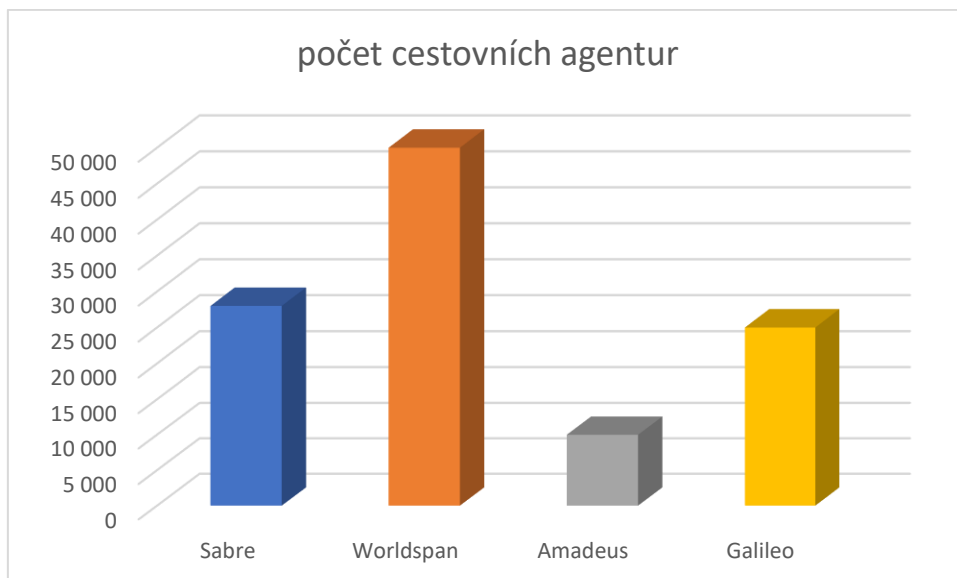


Obr. 1 GDS Amadeus

Zdroj: https://www.hosteltur.lat/134000_montevideo-curso-operador-sabre-amadeus.html [cit 2018-02-22]

Na evropském trhu se ještě objevuje systém Galileo, který vznikl koncem osmdesátých let. Založily ho opět čtyři letecké společnosti – British Airways, Alitalia, KLM a Swissair. Jedním z akcionářů byla i společnost Covia, která provozovala rezervační systém Apollo ve Spojených státech amerických. V roce 1992 díky fúzi vznikla společnost Galileo International se sídlem v Chicagu. Systém nabízí služby 400 leteckých společností a spojuje 30 tisíc cestovních kanceláří a agentur. (Křížek a Neufus, 2014, s. 181)

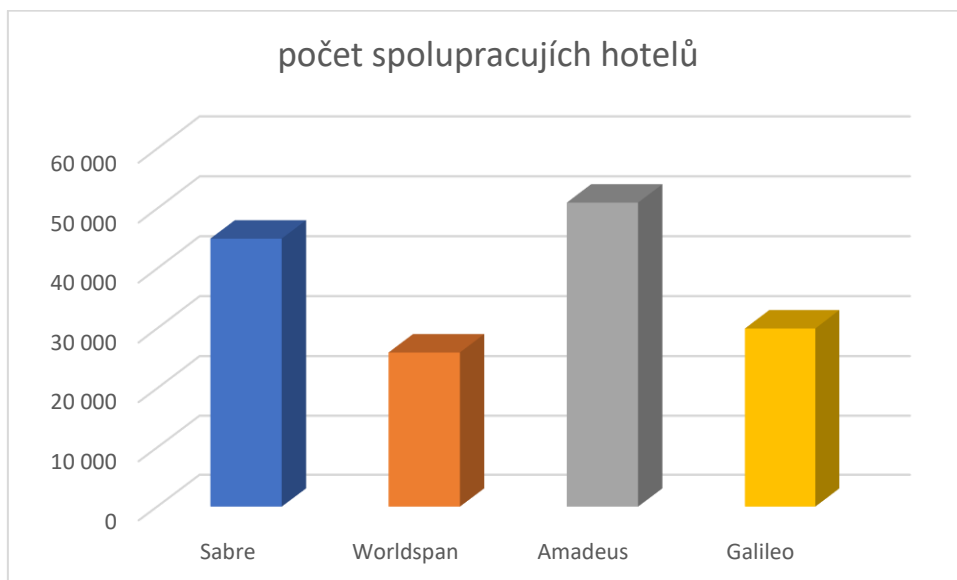
Následující graf na obrázku č. 2 nám zobrazuje porovnání GDS z hlediska počtu cestovních kanceláří, které sdružují. Systém Worldspan spojuje 50 tisíc cestovních agentur, což je nejvíce. Poměr k ostatním systémům je zachycen na grafu 1.



Obr. 2 Porovnání z hlediska počtu cestovních kanceláří k roku 2013

Zdroj: vlastní tvorba dle Křížek a Neufus, 2014

Druhý graf na obrázku č. 3 nám poté systémy porovnává z hlediska spolupracujících hotelů. Zde se situace změnila a můžeme si všimnout, že i přes to, že systém Worldspan spojuje nejvíce cestovních agentur, tak nabízí služby jen 26 000 hotelů, což je ze všech nejméně. Není tedy úměrně dané, že pokud systém spolupracuje s největším počtem cestovních agentur, že musí mít i nejvíce spolupracujících hotelů.



Obr. 3 Porovnání z hlediska spolupráce hotelů k roku 2013

Zdroj: vlastní tvorba dle Křížek a Neufus, 2014

2.2 Internetové rezervační systémy

Dle Beránka (2013, s. 280) „internetové distribuční systémy lze definovat jako internetové rezervační portály, kde lze rezervovat ubytování v nabízených hotelech, a to buď koncovými zákazníky, nebo přes cestovní kancelář či agenturu.“

Jiná definice říká, že „hotely, které využívají internetové rezervační systémy, mají na jejich webových portálech přístupné potřebné informace a zákazník může z těchto portálů učinit rezervaci. Vše je dostupné veřejnosti v internetovém prostředí.“ (Sivek a kol., 2007, s. 28)

Internet přinesl mnoho výhod, které se cestovní agentury rozhodly využít. Znamenalo to, že svým klientům umožnily přístup k výběru hotelu na GDS prostřednictvím svých webových stránek. Klient tedy nemusí agenturu kontaktovat, ale může si ubytování rezervovat sám skrze již zmíněné webové stránky. Změnily se i poplatky z GDS na webové stránky agenta. Hotel tedy po obdržení rezervace zaplatí provizi a rezervační poplatky zastupující společnosti. V současné době existují dva způsoby spolupráce IRS a hotely – přímá a nepřímá. Výše zmíněný postup se nazývá nepřímou spoluprací, kdy IRS představuje mezičlánek mezi koncovým klientem a GDS. Nepřímý způsob IRS budeme nyní aplikovat na příkladu, kde vysvětlíme i zmíněné pojmy výše.

Zákazník či koncový klient by si rád rezervoval dovolenou u moře. Rozhodne se navštívit webové stránky cestovní agentury, která nabízí různé typy hotelů a provede rezervaci v požadovaném hotelu. Jako prostředník nebo také zastupující společnost je zde cestovní agentura, které hotel platí provizi.

Přímý způsob spočívá ve spolupráci mezi hotelem a IRS. Tento vztah vychází z prodejní smlouvy, kde se hotel zaváže k placení provize, kterou platí přímo po odjezdu hosta, nebo se může zavázat k poskytování smluvních cen, které si pak IRS navýší o své marže. Přímá spolupráce poskytuje hotelům určité výhody z hlediska prezentace hotelu. Hotely se zobrazují na přední části seznamu, mohou umisťovat své reklamy a různé marketingové propagandy. Pokud bychom měli přímý způsob IRS aplikovat na příkladu, jednalo by se o situaci, kdy zákazník navštíví nějaký webový portál, jako je třeba Booking.com. Na webových stránkách si vybere příslušný hotel a provede rezervaci. Hotel na základě smlouvy, kterou má s Booking.com uzavřenou, zaplatí příslušnou provizi.

Samozřejmě jako vše, tak i IRS prošly značným vývojem, a tak existuje několik IRS, které umožňují rezervaci více služeb najednou. Naopak existují i servery, které dokážou porovnat nabídku jednotlivých IRS. Dále vznikly portály, kde zákazník může napsat svoje hodnocení, podle kterého se další klient může rozhodnout o své budoucí rezervaci. V dnešní době se recenze netýkají jen hotelů, ale i dalších služeb, jako jsou restaurace.

Největší výhodou IRS oproti GDS je jejich dostupnost. V dnešní době má možnost připojení k internetu skoro každá domácnost. Další výhodou je, že klient nemusí nikam chodit a rezervaci může provést ze svého domova. Navíc katalog na internetu je mnohem aktuálnější než klasický.

Největší a nejznámější internetové portály jsou www.booking.com, www.hrs.com nebo www.expedia.com.

2.3 Rezervace přes vlastní webové stránky

Rezervace přes vlastní webové stránky znamená, že konkrétní hotel na svých webových stránkách umístí rezervační formulář, přes který klient provede rezervaci. Dle Chromého (2015, s. 92) „*má hotel možnost spravovat potřebné údaje pro rezervace v rámci GDS, IRS a na svých webových stránkách najednou prostřednictvím centrálního rezervačního systému – CRS.*“

Návštěvník webových stránek si ihned může prověřit dostupnou kapacitu a ceny v hotelu, následně provede rezervaci, která se mu zpětně automaticky potvrdí. V dnešní době jsou webové stránky hotelu vedeny ve více světových jazycích. I rezervační formuláře se objevují v různých jazycích. Klient si tedy zvolí svou variantu a odešle svůj formulář. Na základě přijaté rezervace se potvrzení automaticky odešle v příslušné jazykové variantě.

Největší výhodou rezervací přes vlastní webové stránky je ta, že hotel nemusí platit nikomu žádnou provizi. Další výhodou je, že si webové stránky hotel upravuje sám a vše si tedy může přizpůsobit k obrazu svému.

S provozem webových stránek jsou spojeny i určité náklady, které musí ubytovací zařízení hradit. Jedná se o náklady spojené s doménou, webhostingem, optimalizací pro vyhledávače (SEO – Search Engine Optimization) a propagací vlastních stránek na internetu (SEM – Search Engine Marketing).

Především konkurence nutí ubytovací zařízení k hledání nových obchodních partnerů a příležitostí na trhu. Mnohem častěji se v dnešní době řeší distribuce nabízených produktů.

V současnosti se objemy rezervací zvýšily u všech třech možných způsobů. Nejvýznamnější nárůst ovšem zaznamenaly rezervace přes IRS a hotelové webové stránky. Podle Beránka (2013, s. 281) „lze očekávat, že hlavním trendem do budoucna budou jednoznačně internetové rezervace provedené prostřednictvím vlastních webových stránek jednotlivých zařízení.“

2.4 Porovnání distribučních a rezervačních systémů

Následující tabulka č. 1 porovnává nejvýznamnější vlastnosti distribučních a rezervačních systémů popsaných v přechodících kapitolách.

Tab. 1 Porovnání vlastností distribučních a rezervačních systémů

	GDS	IRS	Webové stránky
dostupnost	omezená dostupnost	dostupné pro širokou veřejnost	dostupné pro širokou veřejnost
provize	nutno platit provizi	nutno platit provizi	bez provize, ale nákladné
přehlednost	vizuálně nepřehledné	přehledné	přehledné
aktuálnost	nejsou aktuální	aktuální přehled	-
porovnávání nabídky	lze porovnávat ceny	lze porovnávat ceny	nelze porovnat ceny

Zdroj: Vlastní tvorba

3 Současný stav IRS

Princip fungování přímého způsobu spolupráce je zmíněn v kapitole 2.2. Na základě článku, který vyšel 5. srpna 2017 na serveru iDNES.cz, zjišťujeme současné problémy, které hoteliéři mají. Rezervační portály často hoteliérům brání prodávat pokoje levněji. Cena je ovlivněna provizemi, které hotely platí. Někdy provize bývá i čtvrtina z ceny pokoje. Rezervační portály mají obrovskou vyjednávací sílu. Ta je dána tím, že podíl ubytování přes ně roste. Zároveň přes ně hoteliéři plní své kapacity.

Zdeněk Zajíc, obchodní manažer hotelové sítě Pytloun, říká, že „na rezervační portály všichni nadávají, ale všichni je potřebují.“ (Horáček, 2017).

Hotelová síť Pytloun vlastní sedm hotelů. Řetězec přijímá už 90 % rezervací skrze rezervační weby, jako je Booking.com, Expedia a HRS. (Horáček, 2017)

Provize, kterou ubytovací zařízení platí, se pohybuje v rozmezí od 15 do 25 procent. Pokud se ubytovací zařízení chce dostat na přední pozici ve vyhledávání apod., platí další procenta navíc.

Hlavním problémem ale je, že rezervační weby vyžadují paritu cen. To potvrzuje i šéf asociace hotelů a restaurací ČR Václav Stárek, který řekl, „s rezervačními systémy jsme měli spory, protože smluvně vyžadují paritu cen. Myslíme, že je to v rozporu se zdravou hospodářskou soutěží.“ (Horáček, 2017)

To znamená, že pokud by hotel prodal pokoj napřímo, tedy bez využití rezervačního portálu, levněji, než by byla cena na portálu, může ho zprostředkovatel potrestat. Tato výsada by byla smluvně ošetřena. Praktiku používá především společnost Booking.com, se kterou majitelé ubytovacích zařízení vedou spory.

Pokud portál zjistí, že hotel na svých webových stránkách nabízí pokoj levněji než na portálu, tak na to ubytovací zařízení upozorní. Pokud by se ceny nevyrovnaly, tak vás z databáze odstraní.

Asociace hotelů a restaurací ČR spolupracuje s partnerskou asociací v Evropě HOTREC. Obě organizace se snaží, aby proti takovému jednání zasáhla Evropská komise. Např. ve Francii a Německu proti takovému jednání zasáhl antimonopolní úřad, který se postavil na stranu hotelů.

Evropská komise se k cenové paritě vyjádřila na začátku roku 2017, kdy uvedla, že rovné ceny si portály vůči sobě vynucovat nesmějí, ale jejich požadavek směrem k hotelům je vhodný.

Spor se netýká výše provizí. Hoteliéři si sice uvědomují, že jsou provize vysoké, zároveň ale dodávají, že neovlivňují cenu pokojů. Stejně peníze by totiž jinak ubytovací zařízení investovala do marketingu.

Problém ovšem není černobílý. Pavel Kodas, majitel rezervačního portálu Hotel.cz, říká, že i když usnesení o paritě ve smlouvě firma má, v praxi nekontroluje, za kolik hotely prodávají. „Parita cen není problém pro hotely, které umí pracovat se svým marketingem a dokáží na svém webu nabídnout něco navíc, co přímou rezervaci učiní atraktivnější,“ uvedl. (Horáček, 2017)

Následující kapitola bude zaměřena na IRS Booking.com, kde se pokusím danou situaci zhodnotit a navrhnout opatření, která povedou ke spokojenosti hoteliérů.

4 IRS Booking.com

Tato část práce je zaměřena na nejvíce využívaný IRS. Jedná se o systém Booking.com. Nejdříve bude blíže představen, a poté bude popsána práce s ním z pohledu zákazníka, který si rezervuje ubytování, a z pohledu recepčních, které s ním pracují.

4.1 Společnost Booking.com

Společnost byla založena v roce 1996 v holandském Amsterdamu. Z počátku se jednalo o malou společnost, která se postupem času stala jednou z největších světových on-line společností. Společnost je součástí skupiny Booking Holdings Inc. a v současné době zaměstnává 15 000 zaměstnanců v 198 pobočkách. Booking.com je rozšířen v 70 zemích světa.

Booking.com se snaží lidem usnadnit cestování a poznávání světa, a tak investuje do digitálních technologií, které pomáhají plnit daný cíl. V databázi, kterou společnost nabízí, se nachází několik druhů ubytování – od hostelů, přes rodinné pensiony až po luxusní apartmány. Za zajímavost by se dalo považovat, že v databázi nalezneme i iglú nebo domek na stromě. Webová stránka a mobilní aplikace jsou zákazníkům k dispozici ve více než 40 světových jazycích. V databázi se nyní nachází necelých 1 800 000 ubytovacích zařízení v 227 zemích světa.

Denně je zákazníky rezervováno 1 550 000 nocí. Booking.com se snaží vše dělat pro své klienty, a tak umožňuje rezervaci ubytování snadno a rychle. Od zákazníků se nevyžaduje žádná platba rezervačních poplatků. Společnost dokonce nabízí záruku vyrovnání rozdílu v ceně rezervace. Zákaznická podpora funguje 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. (Booking.com, 2018).

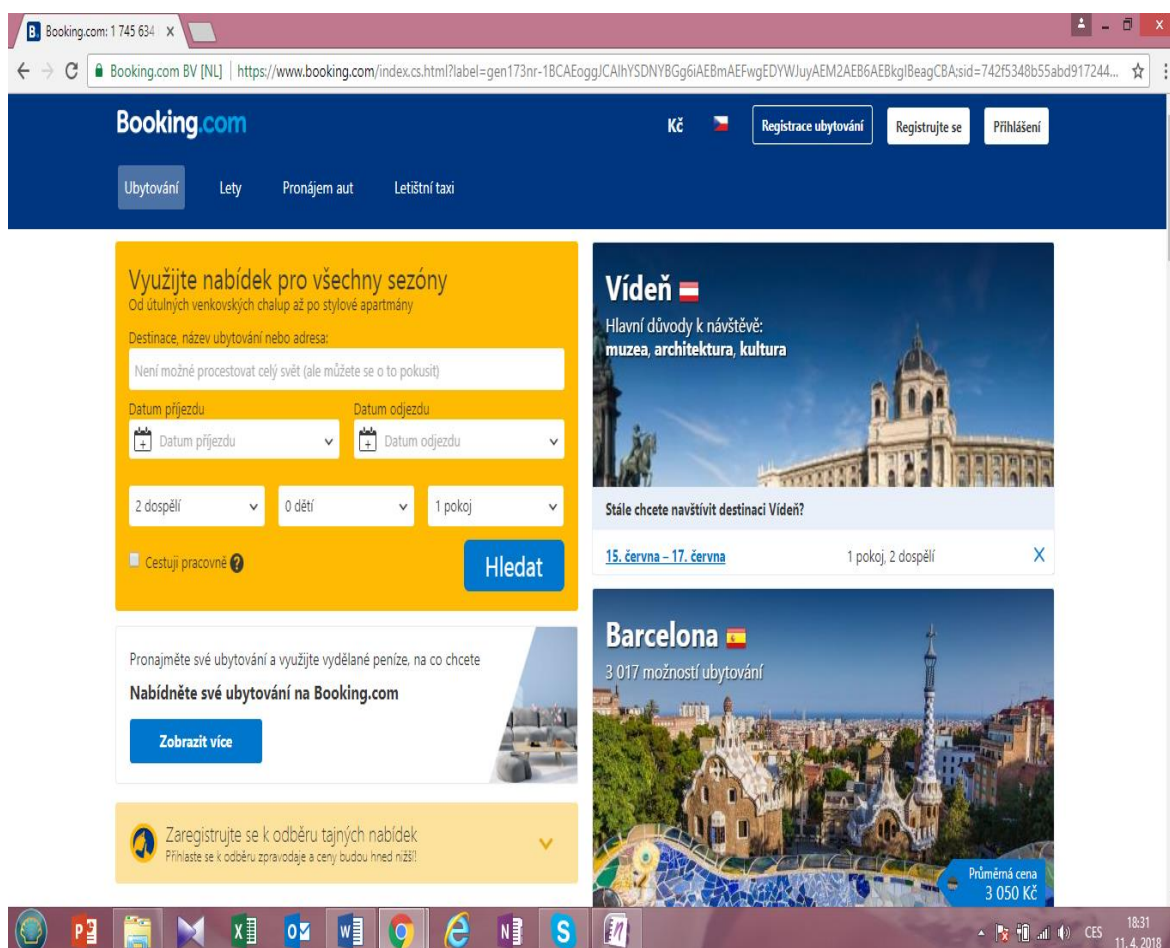
4.2 Práce se systémem z pohledu zákazníka

Nejprve bude charakterizována práce z pohledu zákazníka. Na webových stránkách společnosti Booking.com je možné kromě ubytování rezervovat také lety, restaurace či si pronajmout automobil. Tato práce se věnuje rezervaci ubytování.

Jak již bylo zmíněno v kapitole 2.2, internetový rezervační systém booking.com pracuje s hotely přes přímý způsob.

4.2.1 Vytvoření rezervace

Na obrázku č. 4 vidíme úvodní stranu webových stránek portálu Booking.com. Při hledání ubytování je zde využit jednoduchý formulář, kde klient vyplní datum pobytu, místo, počet osob a počet požadovaných pokojů. Když má všechny informace vyplněné, klikne na tlačítko „Hledat“ a portál mu dle jeho požadavků nabídne volné hotely.



Obr. 4 Úvodní strana webových stránek portálu Booking.com

Zdroj: <https://www.booking.com> [cit 2018-03-10]

Kromě volných hotelů se klientovi zobrazí i další informace, jako cena pokoje za noc, počet hvězdiček hotelu. Další důležitou informací pro klienta je hodnocení hotelu, které vzniklo na základě recenzí předchozích hostů.

Samotnou správu nabídky hotelu a další informace ohledně hotelu obstarává hotel sám díky svým zaměstnancům. Pro hotel je vhodné klientům napsat základní popis hotelu, vybavení hotelu a pokojů, služby, které je možno pro hosta obstarat. K lepší prezentaci je vhodné na profil hotelu

umístit také fotografie. Na obrázku č. 5 můžeme vidět, jak vypadá seznam hotelů, které jsou k dispozici.

The screenshot shows the Booking.com search results for hotels in Plzeň. The search criteria are: Destination: Plzeň, Arrival: Wednesday, 11. dubna 2018, Departure: Thursday, 12. dubna 2018, Stay: 2 adults, 0 children, 1 room. The search results show 25 accommodation options, including 15 smart offers. The top results are:

- Hotel Plzeň** (3 stars, 8.3 rating, 1313 reviews). Price: 1 683 Kč. Availability: 13. dubna – 14. dubna (1 noc, pá – so), 15. dubna – 16. dubna (1 noc, ne – po), 16. dubna – 17. dubna (1 noc, po – út), 19. dubna – 20. dubna (1 noc, čt – pá).
- Parkhotel Plzeň** (5 stars, 8.5 rating, 758 reviews). Price: 2 213 Kč. Availability: Dnes skvělý poměr ceny a kvality. Zbývá už jen 1 pokoj!

Obr. 5 Seznam hotelů

Zdroj: www.booking.com [cit 2018-03-10]

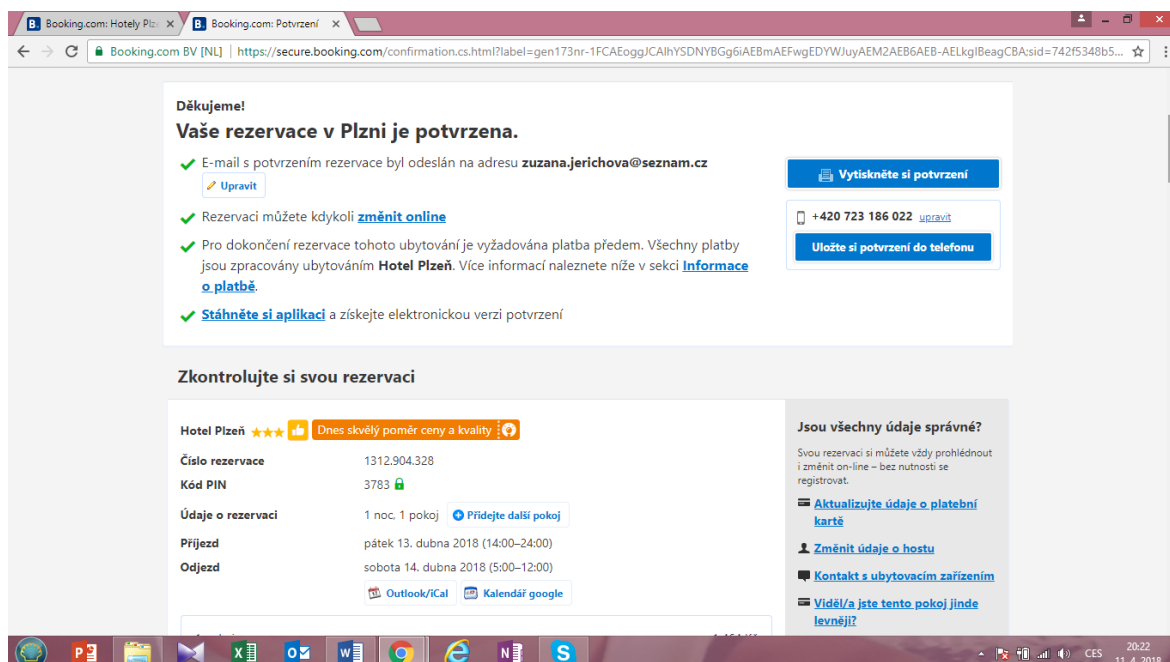
Po prostudování potenciální nabídky si klient vybere konkrétní hotel a provede rezervaci. Pro rezervaci slouží jednoduchý rezervační formulář, kde se vyplní nezbytné informace o zákazníkovi. Na Booking.com hotely nabízí dva typy rezervací. Jedná se o typ standard nebo o tzv. nevratnou rezervaci. Rozdíl těchto rezervací je v jejich storno podmínkách. Typ standard lze kdykoliv do 24 hodin předem zrušit, aniž by se platil jakýkoliv stornovací poplatek.

Jak už název napovídá, rezervace nevratná se po vytvoření zákazníkovi strhává z jeho platební karty, kterou vyplní v rezervačním formuláři. Stržená částka se může lišit. Jsou hotely, které po vytvoření nevratné rezervace strhávají celou částku ihned. Jsou ale také hotely, kde se po vytvoření strhne jen část a zbytek částky až v den příjezdu. To už záleží na podmínkách konkrétního hotelu. Důležité pro klienta ale je, že nevratnou rezervaci nelze zrušit, resp. zrušit lze, ale klientovi se nevrátí peníze. Výhodou nevratné rezervace je, že oproti standardní rezervaci je levnější. Nižší cena je způsobena tím, že má hotel garanci platby předem. Pokud se rezervace nestornuje a klient

nepřijede, účtují si hotely stornovací poplatek, který je roven částce, kterou by klient platil za první noc svého pobytu. Stornovací poplatek se strhává z karty klienta, která je hotelu k dispozici.

Po proklikání rezervačním formulářem se vygeneruje automatické potvrzení rezervace, které vidíme na obrázku č. 6. Jedno z pravidel Booking.com je, že počet uvedených volných pokojů musí odpovídat skutečnosti. Tudíž jakmile zákazník vytvořil rezervaci skrz portál, tak má automaticky garanci, že pokoj bude k dispozici. Volnou kapacitu na profilu hotelu upravuje kompetentní osoba v ubytovacím zařízení.

Pokud by se ale stalo, že by nastal tzv. overbook, měl by hotel klientovi zařídit jiné ubytování jako kompenzaci, případně pomoci ho najít. O overbook se jedná v případě, kdy daný pokoj, který si klient objednal, nemá hotel k dispozici.



Obr. 6 Potvrzení rezervace

Zdroj: www.booking.com [cit 2018-03-10]

Potvrzením rezervace by se dalo říci, že proces vytvoření rezervace končí. Klientovi už poté stačí jen rezervaci vytisknout a v daný termín nastoupit do ubytovacího zařízení k pobytu. Výtiskem rezervace a dokladem totožnosti se klient při nástupu k pobytu prokazuje.

Může se stát, že klient potřebuje svoji rezervaci změnit nebo dokonce zrušit. Ani to není problém. Po přihlášení do extranetu se dá s rezervací stále pracovat. Extranet představuje profil klienta, kde má veškeré informace o své rezervaci. Jedná se tedy o část informačního systému, která je společná pro hotel a společnost Booking.com, kam pracovníci hotelu přistupují přes zabezpečené internetové

připojení. Klient může změnit např. datum pobytu, nebo počet osob. Pokud by měl hotel stále volné pokoje k dispozici, může přidat i další pokoj. Správa v extranetu také umožňuje rezervaci stornovat. Všechny změny se tedy dělají přes internet.

4.2.2 Výhody pro klienty

Kromě různých slev pro stálé klienty, se Booking.com snaží vylepšovat i nevratné rezervace. U nevratných rezervací by se dalo mluvit o dvou výhodách. První výhodou je, že pokud zákazník provádí rezervaci jako lastminute, tak není nutné uvádět detaily platební karty. Rezervace tedy nejde strhnout z platební karty, i když je vedena jako nevratná. Pokud tedy dojde k tomu, že si host svou rezervaci rozmyslí před svým příjezdem, tak ji může zrušit bez storno poplatku. Jako lastminute rezervace jsou označovány všechny rezervace tvořené den před plánovaným příjezdem, či v den příjezdu.

Druhou výhodou je, že se Booking.com rozhodl ručit za své věrné klienty. V praxi to pro hosta neznamena nic jiného než, že si vytvoří nevratnou rezervaci, v detailech platební karty se nezobrazí platební karta hosta, ale platební karta společnosti Booking.com. Pokud by host svou rezervaci zrušil, tak by i přesto neplatil žádné stornovací poplatky hotelu, ale storno podmínky by se řídily dle směrnic společnosti Booking.com. Úskalí této výhody spočívá při práci recepčních, které bude popsáno v následujících kapitolách.

Tabulka č. 2 porovnává dva IRS, které se nejčastěji v plzeňském hotelu využívají – Booking.com a Hotel.cz.

Tab. 2 Porovnání Booking.com a Hotel.cz

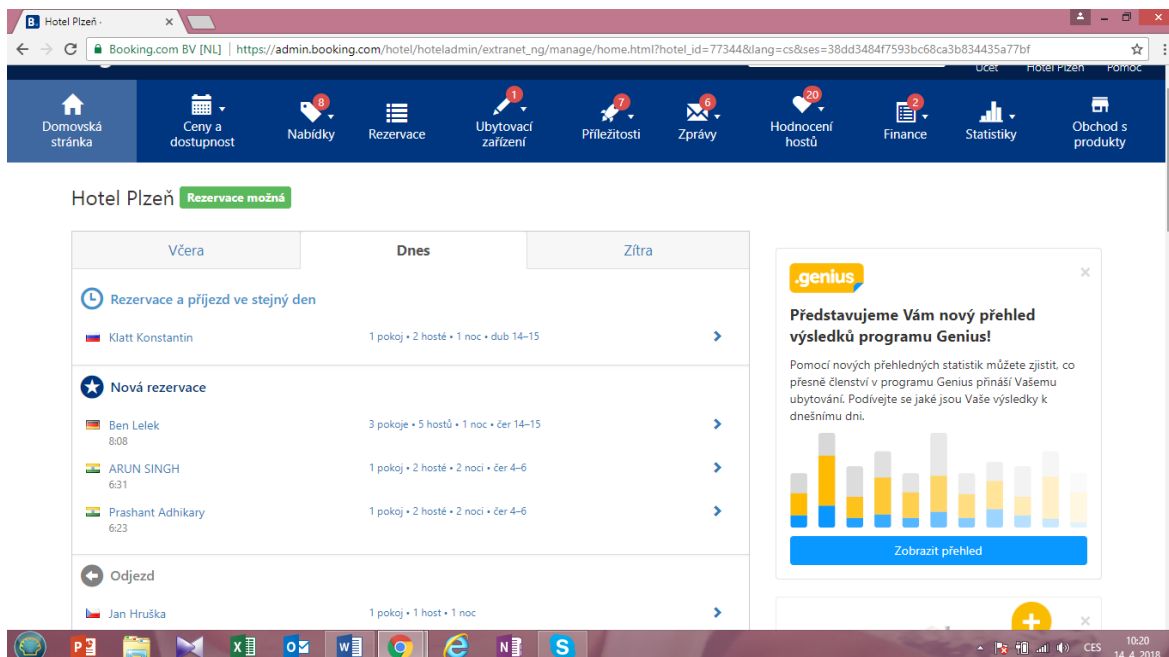
	Booking.com	Hotel.cz
ceny	poskytování slev	žádné slevy
garance za klienty	garantované rezervace	negarantují za hosty

Zdroj: vlastní tvorba

4.3 Práce se systémem z pohledu recepčních

Práce z pozice recepčních bude demonstrována na jednom z plzeňských hotelů. Pro práci s portálem je důležité se přihlásit do extranetu, kde se spravují veškeré informace o ubytovacím zařízení.

Na obrázku č. 7 lze vidět, jak vypadá hlavní stránka po přihlášení.



Obr. 7 Úvodní strana extranetu

Zdroj: www.booking.com v extranetu Hotelu Plzeň [cit 2018-03-10]

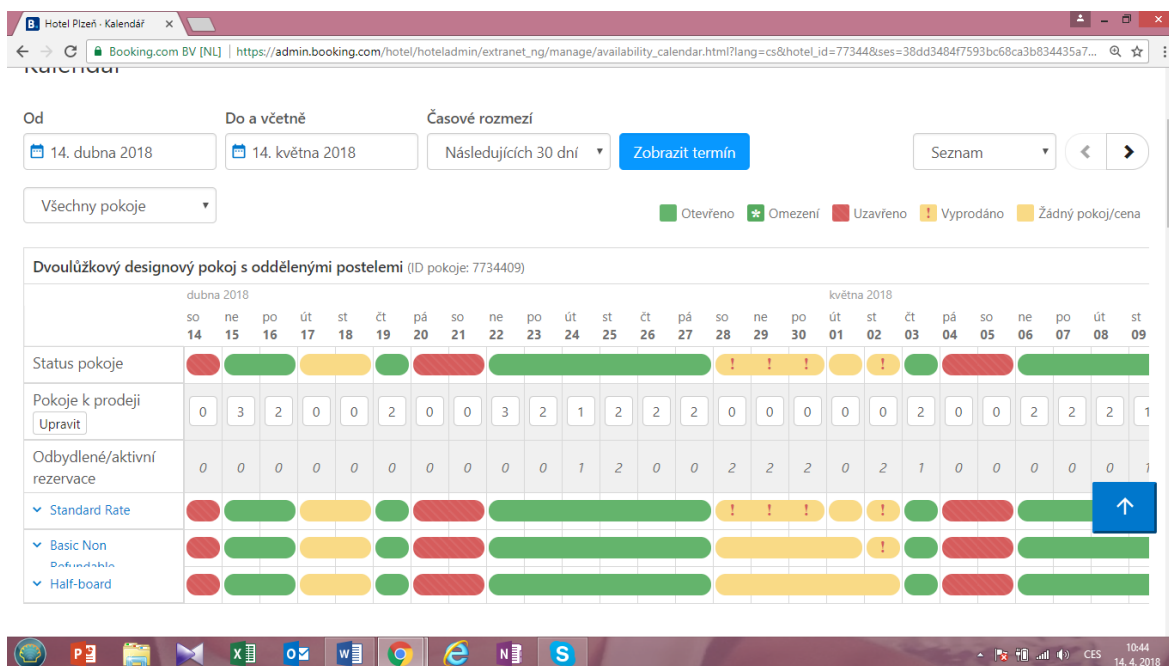
Pracovník zde nalezne přehled rezervací na nejbližší dny. Nahoře je poté lišta s nabídkou, kde lze provádět veškeré změny o ubytování. Zároveň zde vidíme záložku statistiky, která poskytne hotelu souhrnná data. Tato záložka je důležitá hlavně pro vedení hotelu, které má veškerý přehled o rezervacích, zrušených rezervacích apod.

Pro recepční je důležité, aby se dobře v extranetu orientovali, jelikož s ním pracují dennodenně. Skvělou orientaci potřebují především v záložkách „Domovská stránka“, „Ceny a dostupnost“, a „Rezervace“. Ostatní záložky pro ně nejsou tak moc podstatné a slouží spíše vedení hotelu.

4.3.1 Práce s dostupností

Aby zákazník mohl v daném hotelu rezervovat požadovaný pokoj, je zapotřebí, aby recepční poskytli daný pokoj k prodeji.

To umožněno v záložce „Ceny a dostupnost“ v sekci „Kalendář“. Na obázku č. 8 můžeme vidět, jak taková sekce „Kalendář“ vypadá.



Obr. 8 Kalendář dostupnosti pokojů hotelu

Zdroj: www.booking.com v extranetu Hotelu Plzeň [cit 2018-03-10]

Zde má recepční přehled o všech typech pokojů, které hotel nabízí. Každý typ pokoje má svoji část, kde jsou obsažené základní informace o dostupnosti. Pro lepší přehled je vše rozlišeno barvami. Každý typ pokoje se upravuje jednotlivě, což někdy může být časově náročnější, pokud se upravuje delší kalendářní období.

V této sekci se dají upravovat i ceny pokojů, které se zobrazí po rozkliknutí šipky u typu rezervace. Zmíněnou situaci nám zobrazuje obrázek č. 9.

Hotel Plzeň - Kalendář

Booking.com BV [NL] | https://admin.booking.com/hotel/hoteladmin/extranet_ng/manage/availability_calendar.html?lang=cs&hotel_id=77344&ses=38dd3484f7593bc68ca3b834435a7...

Od: 14. dubna 2018 Do a včetně: 14. května 2018 Časové rozmezí: Následujících 30 dní Zobrazit termín

Dvoulůžkový designový pokoj s oddělenými postelami (ID pokoje: 7734409)

	dubna 2018							května 2018												
	so	ne	po	út	st	čt	pá	so	ne	po	út	st	čt	pá	so	ne	po	út	st	čt
	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	01	02	03
Status pokoje	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!
Pokoje k prodeji	0	3	2	0	0	2	0	0	3	2	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0
Odbytlé/aktivní rezervace	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	2	2	2	0	0	2
Standard Rate	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!
Cena	70	70	70	70	70	85	70	70	70	85	70	70	70	70	70	85	85	85	85	70
Cena za noc při obsazenosti jednou osobou	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Minimální délka pobytu																				

Obr. 9 Kalendář obsazenosti s cenami

Zdroj: www.booking.com v extranetu Hotelu Plzeň [cit 2018-03-10]

Ceny jsou zde uvedeny v eurech a dají se kdykoliv měnit podle potřeby. Hotel může kdykoliv zdražit, pokud se např. ve městě koná zajímavá kulturní akce. Naopak může i zlevnit, pokud má malou obsazenost a potřebuje pokoje prodat. Pokud se upraví cena u standardních rezervací, tak se automaticky změní cena i u nevratných. Je zde automaticky nastavena procentní sleva na cenu pokoje. Cena pokoje při tvoření nevratné rezervace se tedy sama spočítá.

Většina hotelů na portálu neuvádí všechny své volné pokoje. To je z důvodu toho, aby nedošlo k overbooku. Je samozřejmě jednodušší pokoj dodatečně otevřít k prodeji než řešit vzniklé problémy s nedostačující kapacitou.

Pokud jsou pokoje správně připraveny k prodeji, může zákazník lehce vytvořit svou rezervaci.

Pokud bychom nyní měli porovnat časovou náročnost vytvoření rezervace, vidíme, že mnohem náročnější je uzpůsobit pokoje k prodeji než si dostupný pokoj rezervovat.

4.3.2 Rezervace

Veškerou správu rezervací najdeme pod záložkou „Rezervace“. Obrázek č. 10 nám ukazuje základní přehled rezervací.

Jméno hosta	Příjezd	Odjezd	Název pokoje	Provedení rezervace	Status	Celková cena	Provize	Referenční číslo
[redacted] 2 osoby	14 duben 2018	15 duben 2018	Dvoulůžkový designový pokoj	14 duben 2018	OK	€ 52,25	€ 9,40	1007422707
[redacted] 2 osoby genius	14 duben 2018	15 duben 2018	Dvoulůžkový designový pokoj	13 duben 2018	OK	€ 63,90	€ 11,50	1192005803
[redacted] 1 osoba	14 duben 2018	15 duben 2018	Jednolůžkový pokoj typu Design	11 duben 2018	OK Zaplaceno on-line	€ 38 Virtuální karta	€ 6,84	1298847756
[redacted] 1 osoba genius	14 duben 2018	15 duben 2018	Jednolůžkový pokoj typu Design	11 duben 2018	Zrušeno	€ 0	€ 0	1312918668
[redacted] 1 osoba genius	14 duben 2018	15 duben 2018	Jednolůžkový pokoj typu Design	17 únor 2018	Zrušeno	€ 0	€ 0	1403666511
[redacted]	14 duben	15 duben	Dvoulůžkový	14 duben 2018	OK	€ 47,02	€ 8,46	1418425768

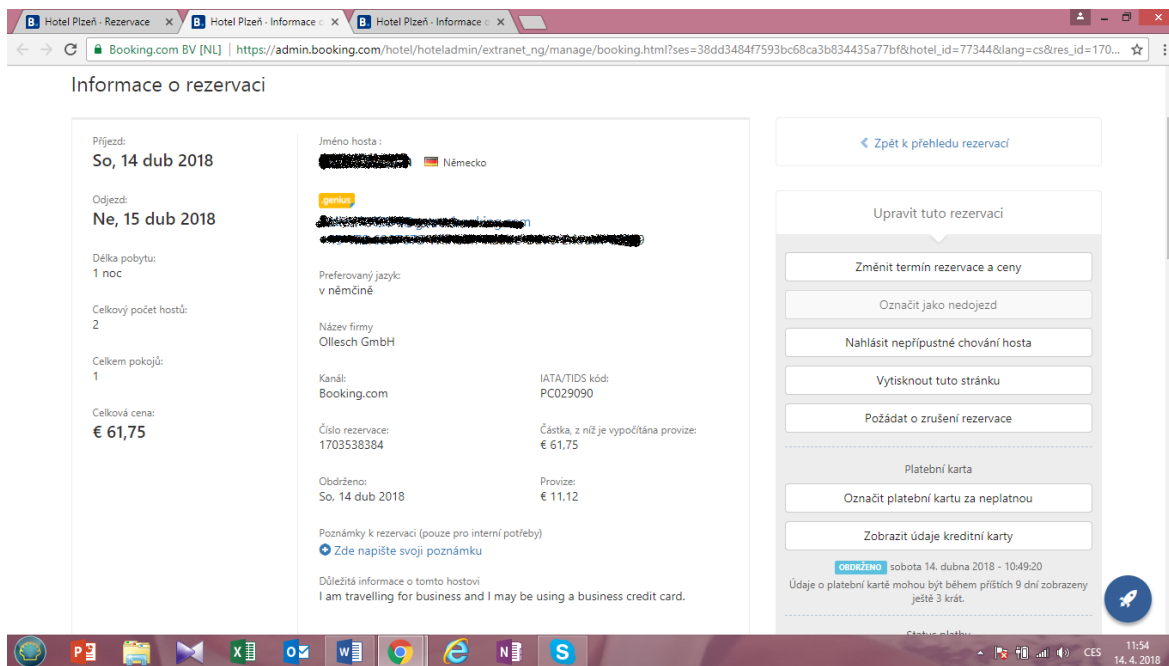
Obr. 10 Přehled rezervací

Zdroj: www.booking.com v extranetu Hotelu Plzeň [cit 2018-03-10]

V základním přehledu jsou zobrazeny nejdůležitější informace – jméno hosta, datum pobytu, typ pokoje, cena, a především status pokoje. Status pokoje je velmi důležitý. Recepční si dle něj může ověřit, zda v hotelovém systému např. nepřebývá zrušená rezervace, která nám blokuje volný pokoj. Přece jen jsme lidé a k nějaké chybě dojít může.

U rezervací je nezbytné, aby recepční správně odlišoval(a) typy rezervací – standard a nevratnou rezervaci, viz kapitola 4.2.1. Všechny další informace o rezervaci si recepční zobrazí, pokud klikne na příslušnou rezervaci.

Takovou situaci nám zobrazuje obrázek č. 11, kde vidíme základní zobrazení rezervace, kterou recepční obdrží.



Obr. 11 Informace o rezervaci první část

Zdroj: www.booking.com v extranetu Hotelu Plzeň [cit 2018-03-10]

Nejjednodušší práce čeká recepční(ho) s typem standard, kdy stačí pouze správně rezervaci založit do hotelového systému. Samozřejmě, časová náročnost stornování nebo modifikace rezervace je také malá, jen je důležité vše správně zaznamenat a založit. Typ rezervace je samozřejmě uveden v rezervaci, kterou recepční obdrží.

Nejnáročnější práce je s rezervacemi typu Basic Non Refundable neboli s nevratnými rezervacemi. Kromě založení rezervace do systému, je nutné rezervaci strhnout z platební karty. Zde ale nastává první úskalí. Booking.com se snaží své služby neustále vylepšovat, a tak vymýšlí různé novinky pro klienty. V současné době nabízí několik podtypů nevratných rezervací, ve kterých se recepční musí orientovat.

Základní typ je, když host provede nevratnou rezervaci se svými platebními údaji. Takovou rezervaci poznáme z doplňujících informací u rezervace. U ceny bývá napsán základní výraz „Basic Non Refundable“. Z toho recepční pozná, že má rezervaci okamžitě strhnout z karty. Takovou situaci nám ukazuje obrázek č. 12.

Poznámky k rezervaci (pouze pro interní potřeby)

Zde napište svoji poznámku

Důležitá informace o tomto hostovi
I am travelling for business and I may be using a business credit card.

Approximate time of arrival: between 15:00 and 16:00
You have a booker that would prefer a quiet room. (based on availability)

Údaje o platební kartě mohou být během příštích 5 dní zobrazeny ještě 3 krát.

Status platby
-- Vyberte status platby --

Host se nedostavil
Co mohu udělat?

Máte 3 zprávy čekající na vyřízení

Dvoulůžkový pokoj Deluxe s manželskou postelí € 61,75
14. dubna 2018 - 15. dubna 2018 [Skrýt informace](#)

Jméno hosta	Datum	Cena	Cena za noc
[REDACTED]	14 - 15 duben	Basic Non Refundable	€ 61,75
Max. kapacita 2 osoby			
Možnosti stravování V ceně pokoje je zahrnuta snídaně.	Celkem		€ 61,75
	Celkem cena za pokoj		€ 61,75

Obr. 12 Informace o rezervaci druhá část obrazovky Obr. 11

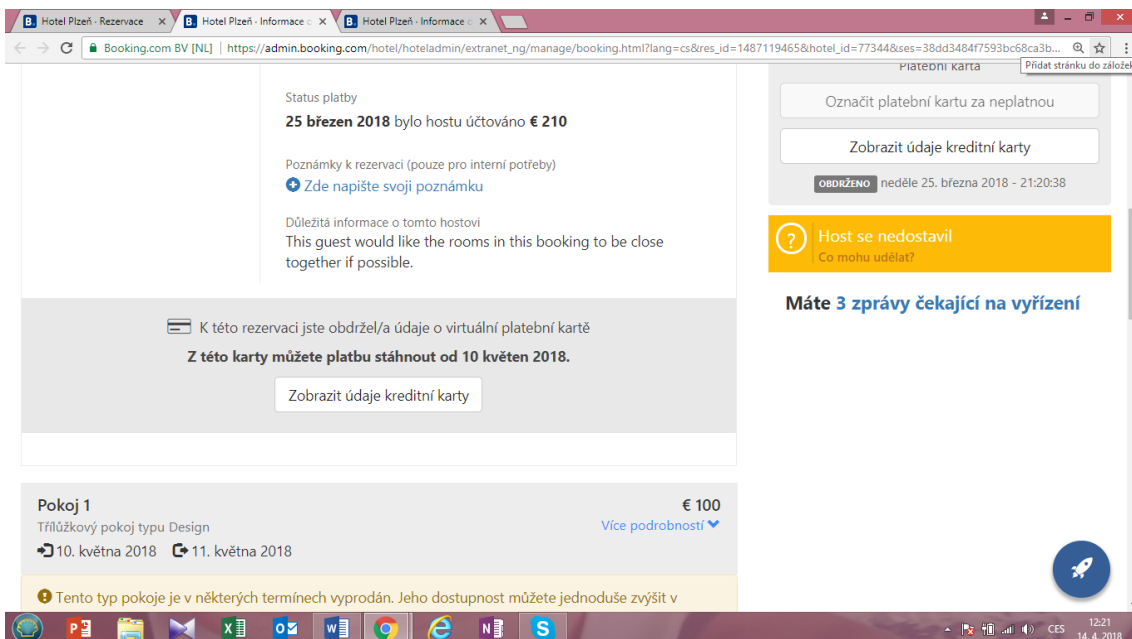
Zdroj: www.booking.com v extranetu Hotelu Plzeň [cit 2018-03-10]

Po strhnutí rezervace z karty je nezbytné hostovi předat doklad o zaplacení. Doklad o zaplacení recepční vystaví v rámci hotelového systému, kde zároveň provede platbu, aby bylo poznat, že je již pokoj placen. Plzeňský hotel poté doklad o zaplacení vytiskne. Vytisknutý doklad se orazítkuje a podepíše. Poté se naskenuje a pošle na e-mail hosta. Aby se faktura mohla naskenovat, tak se musí nejdříve vystavit v hotelovém systému. Práce s tímto typem rezervace není těžká, ale je časově náročnější.

Jak již bylo zmíněno výše, Booking.com se snaží pro své klienty dělat maximum, a tak i v rezervacích standard zavedl novinky. Při vytvoření rezervace si klient může vybrat, zda bude platit na místě, nebo jestli zaplatí předem. To znamená, že společnost Booking.com sama hostovi strhne danou částku z účtu. Ubytovacímu zařízení poté přijde rezervace, ve které u platebních údajů nebude platební karta hosta, ale společnosti Booking.com. K této kartě má ale hotel přístup až pár dní před plánovaným příjezdem hosta.

Aby bylo poznat, že se jedná o tento typ rezervace, nalezneme upozornění v rezervaci, viz obrázek č. 13. V rezervaci se objeví věta, od kdy je možné platbu za rezervaci z karty stáhnout, od kdy tedy hotel může převzít peníze od společnosti Booking.com.

Oproti nevratné rezervaci má tento typ rezervace výhodu v tom, že pokud si host svoji rezervaci rozmyslí a stornuje ji, společnost Booking.com mu vrátí peníze. Musí ale rezervaci stornovat dle platných storno podmínek – tedy nejpozději 24 hodin před plánovaným příjezdem.



Obr. 13 Upozorňovací věta o termínu stáhnutí platby indikující standardní rezervaci

Zdroj: www.booking.com v extranetu Hotelu Plzeň [cit 2018-03-10]

Posledním typem rezervací jsou nevratné rezervace, které garantuje Booking.com.

Tady se střetáváme s řadou problémů, kterým recepční musí čelit. Problémy se netýkají rozpoznání rezervace nebo strhávání peněz z karty. Jde o problémy spojené se zrušením rezervace.

Na obrázku č. 14 vidíme, jak garantovaná neboli nevratná rezervace vypadá. Opět je doplněna o větu, která nám usnadní rezervaci poznat. Garantované rezervace nelze strhávat v den vytvoření. Je nezbytné čekat do dne příjezdu. Z tohoto důvodu musí mezi recepčními fungovat skvělá komunikace, aby si předali potřebné informace. Z praxe je odzkoušeno, že je vhodné do hotelového systému zapsat všechny důležité informace. V tomto případě je nejdůležitější informací, že se jedná právě o garantovanou rezervaci, která se v den příjezdu bude muset strhnout.

Pokud se rezervace nezmění, tak v den příjezdu recepční strhne částku z platební karty a předá doklad o zaplacení. Tento způsob je samozřejmě nejjednodušší a nezpůsobuje žádné nepříjemnosti, či starosti navíc.

Dvoulůžkový designový pokoj
10. ledna 2018 - 11. ledna 2018

Max. kapacita
1 osoba

Možnosti stravování
V ceně pokoje není zahrnuto stravování.

Našli jsme náhradního hosta, který se zde ubytuje ve stejném termínu. Podívejte se na podrobnosti o novém hostu.

Datum	Cena	Cena za noc
10 - 11 leden	Basic Non Refundable, genius rate (Basic Non Refundable -10%), Booking.com guaranteed allocation (Genius) (Basic Non Refundable)	€ 42,75
Celkem		€ 42,75
Celkem	cena za pokoj	€ 42,75
Storno		€ 0

Host se nedostavil
Co mohu udělat?

Máte 3 zprávy čekající na vyřízení

Obr. 14 Garantovanou rezervaci lze poznat z fráze „Basic Non Refundable“.

Zdroj: www.booking.com v extranetu Hotelu Plzeň [cit 2018-03-10]

V případě zrušení rezervace je situace poněkud náročnější. Jelikož se jedná o garantovanou rezervaci společností Booking.com, tak sama společnost ve vlastním zájmu hledá náhradníka. Pokud se náhradník nenajde, tak částku, která je uvedena v rezervaci, zaplatí hotelu společnost Booking.com. Danou částku poté platí společnost v měsíčním vyúčtování. Vyúčtování obsahuje provize, které hotel platí společnosti Booking.com za zprostředkování rezervací. Pokud má společnost Booking.com platit garantovanou rezervaci hotelu, tak se od celkové částky provizi odečte částka za garantovanou rezervaci. Hotel tedy platí méně.

Jedinou nevýhodou garantované rezervace, kterou platí společnost Booking.com, je, že se ubytovací zařízení o skutečnosti, že rezervace byla zrušena, dozví až v onen den příjezdu. Každý den ráno se kontrolují přijíždějící rezervace, aby recepční získala přehled o situaci a případně zajistila speciální požadavky hostů, které jsou díky hotelovému systému uloženy v kartě hosta.

Někdo sice může tvrdit, že hotel žádné škody nemá, že rezervace je mu zaplacená. Musíme si ale uvědomit, že většina nabízených hotelů na portálu nabízí své pokoje se slevou a platí provizi za zprostředkování ubytování.

Opět by se dalo namítat, že zrušení rezervace může být i v termínu, kdy se koná ve městě významná kulturní akce a kdy jsou naopak pokoje na Booking.com zdraženy. I takové situace se samozřejmě stávají, ale potom není obvykle obtížné, nějakého náhradníka najít.

Na obrázku č. 15 je zobrazena rezervace, kterou bude hradit společnost Booking.com.

Informace o rezervaci

Příjezd:
So, 06 led 2018

Odjezd:
Ne, 07 led 2018

Délka pobytu:
1 noc

Celkový počet hostů:
2

Celkem pokojů:
1

Rezervaci zaplatila společnost Booking.com

Pro tuto rezervaci se nám bohužel nepodařilo najít náhradního hosta. Nemusíte však mít obavy, rezervaci jsme Vám zaplatili my.

Chcete vědět více?

Kanál:
Booking.com

IATA/TIDS kód:
PC029090

Číslo rezervace:
1930443267

Částka, z níž je vypočítána provize:
€ 0

Obdrženo:
PÁ 05 led 2018

Provize:
€ 0

Obr. 15 Rezervace placená Booking.com

Zdroj: www.booking.com v extranetu Hotelu Plzeň [cit 2018-03-10]

Druhým případem, který může nastat, je nalezení náhradníka za původního hosta. Zde nastává několik nepříjemných situací. Aby se celá situace dala vysvětlit a popsat, je nutné si uvědomit, jak k ní vůbec dochází. Nejprve si host vytvoří garantovanou rezervaci, kterou následně zruší. Takle změna se zobrazí v původní rezervaci, ve které společnost Booking.com informuje hotel, že hledá náhradníka. Hledání náhradníka spočívá v tom, že automaticky otevře k prodeji typ pokoje, který byl stornován. Pokud se vytvoří nová nevratná rezervace, která je garantovaná společností Booking.com a splňuje původní datum rezervace, je automaticky přiřazena portálem k původní rezervaci.

Pro recepční je podstatné, aby tuto informaci zapsali k poznámkám hosta, za kterého se bude hledat náhradník. V den příjezdu je totiž nezbytné zkontrolovat rezervaci, zda se někdo našel.

Úskalí celé situace je v tom, že pokud se najde náhradník, přijde do hotelu zcela nová rezervace. Není jakákoliv šance poznat, že právě nově vytvořená rezervace je onen náhradník. Informace o náhradníkovi se zobrazí pouze v původní rezervaci, kde je odkaz na náhradní rezervaci.

Obrázek č. 16 nám ukazuje, jak taková rezervace, kde je nalezen náhradník, vypadá. Jedná se o původní rezervaci, kde je odkaz na novou rezervaci.

Důležitá informace o tomto hostovi
I am travelling for business and I may be using a business credit card.

You have a booker that would prefer a quiet room. (based on availability)

Dvoulůžkový designový pokoj € 42,75
10. ledna 2018 - 11. ledna 2018 **Byl nalezen náhradní host**

Max. kapacita
1 osoba

Možnosti stravování
V ceně pokoje není zahrnuto stravování.

Našli jsme náhradního hosta, který se zde ubytuje ve stejném termínu. Podívejte se na podrobnosti o novém hostu.

Datum	Cena	Cena za noc
10 - 11 leden	Basic Non Refundable, genius rate (Basic Non Refundable -10%), Booking.com guaranteed allocation (Genius) (Basic Non Refundable)	€ 42,75

Host se nedostavil
Co mohu udělat?

Máte 3 zprávy čekající na vyřízení

Obr. 16 Nalezení náhradníka v zobrazení původní rezervace

Zdroj: www.booking.com v extranetu Hotelu Plzeň [cit 2018-03-10]

Bohužel tím, jak nejde poznat z nové rezervace, že se jedná o náhradníka, se v mnoha případech stane, že na daný den, jsou vytvořeny obě rezervace – jak původní, tak i náhradní. To, že je v podstatě rezervace založena dvakrát, zjistíme opět až v den příjezdu.

Pro hotel tu vzniká opět problém s prodejem pokoje. Recepční bohužel nemají šanci, zjistit dříve informaci o volném pokoji. Hotel sice pokoj otevře k prodeji, může se ale stát, že ho neobsadí a přijde o možný zisk, nebo ho obsadí, ale s patřičnou slevou. To, jak situace dopadne, závisí na více faktorech. Mezi nejdůležitější faktory patří den a období, kdy rezervace probíhá, případně zda je v okolí zajímavá kulturní akce.

Dalším problémem je, že vzniklá náhradní rezervace může být v odlišném datu. Respektive se může stát, že původní rezervace může být pouze na jednu noc od 10. 1. - 11. 1. 2018, jak vidíme na obrázku č. 14. Pokud bychom, ale rozklikli náhradní rezervaci, zjistíme, že je vytvořena na období od 8. 1. - 11. 1. 2018, tedy na tři noci. I tento fakt přispívá k tomu, že je práce s tímto typem rezervací ztížena a velice nepřehledná.

Uznejme, že jen málokdo by tyhle dvě rezervace přiřadil k sobě.

Pro recepční je velmi důležité, aby se dobře a správně orientovali v typu rezervací. Aby věděli, co se musí udělat a co je nezbytné. Bohužel musíme také poznamenat, že v menších

hotelech, kde je větší fluktuace zaměstnanců, se tato práce stává odrazující pro nově příchozí. Informací, které musí vstřebat a ovládat, je mnoho a ze začátku to může být komplikované.

Často se stává, že společnost Booking.com zavádí změny za pochodu, aniž by před tím hotely informovala. Na denním pořádku je, že se mění vzhled rezervací. I takové detaily můžou se začátku recepční zpomalit, než si na nový vzhled zvyknou a přizpůsobí se mu.

4.4 Porovnání náročnosti práce s portálem

Tato kapitola nám porovná a shrne nejdůležitější charakteristiky při práci s IRS. Tabulka č. 3 porovnává hlavní faktory práce s IRS z pohledu hotelového hosta (Zákazník) a hotelového personálu (Recepční).

Tab. 3 Porovnání náročnosti práce s portálem Booking.com z pohledu uživatelů

	Zákazník	Recepční
Časová náročnost	stejná časová náročnost při jakémkoliv typu rezervace	časová náročnost závisí na typu rezervace
Ovládání systému	snadná manipulace	horší manipulace při častých změnách

Zdroj: Vlastní tvorba

Pokud porovnáme práci zákazníka a recepční z pohledu časové náročnosti, zjistíme, že pro zákazníka je práce o mnoho snazší. Ať si vybere jakýkoliv typ rezervace, vždy postupuje stejně. Není potřeba cokoliv měnit.

Práce recepčních je ovlivněna typem rezervace, který si zákazník vybere. Je důležité, aby vše potřebné, bylo správně provedeno ke spokojenosti zákazníka. Práci usnadní vhodné zvolený pracovní postup, který si každý hotel musí nastavit sám.

Jak již bylo zmíněno výše, společnost Booking.com často mění vzhled rezervací. Pro recepční tento fakt v první moment bývá dost matoucí. Je nutné si uvědomit, že se nemění informace, které jsou v rezervaci obsaženy, ale pouze vzhled. Pro práci recepčních je důležité, aby rezervace obsahovala všechny potřebné informace. Je tedy jedno, jestli se jméno hosta nachází uprostřed strany nebo na pravé straně. Proč tedy k takovýmto změnám dochází? Tyto změny recepční v jejich práci zpomalí, což dokládá i rozhovor se slečnou Heinovou, viz Příloha A. Naopak z pohledu zákazníka k žádným změnám, jak

vzhledovým, tak i při tvorbě rezervace, nedochází. Jeho orientace v IRS je tedy snazší, což mu ušetří mnoho času při vyhledávání správného hotelu a následném tvoření rezervace.

4.5 Přínos portálu

Je zřejmé, že vznik samotného portálu je pro všechny uživatele značný. Z pohledu zákazníka je přínos především v pohodlí a rychlosti, kterou je schopen rezervaci udělat. Zákazník nemusí nikam chodit, vše potřebné lze zařídit z pohodlí domova. Jediným předpokladem je, aby uměl pracovat s počítačem a s internetem. Tento předpoklad může být složitější pro „starší generaci“, ale nic není nemožné.

Zákazník také může jednotlivé nabídky mezi sebou porovnávat, tudíž jeho spokojenost roste. Velkou výhodou je také dostupné hodnocení od předešlých hostů, které k výběru také pomůže. Společnost Booking.com také pro své věrné zákazníky přináší různé slevy či výhodné nabídky, které zákazník také ocení.

Zákazník také ocení přehlednost databáze vyhledávání konkrétní nabídky. Lze také nastavit specifické parametry, které jsou pro jeho spokojenost nezbytné.

I pro hotely portál přinesl výhody. Portál je vhodný pro jejich prezentaci a k oslovení nových zákazníků. Další výhodou je, že si zde hotel může sám navolit ceny, které během roku může libovolně upravovat. Takovéto úpravy na webových stránkách hotelu nejsou, neboť zde má hotel uveden své standardní ceny, které by měl měnit jen při plošném zdražení či zlevnění. O plošném zdražení či zlevnění rozhoduje vedení hotelu.

Pro recepční je usnadnění práce i v posílání potvrzení na došlé rezervace. Respektive vytvořené rezervace přes portál jsou garantované a zákazník má jistotu pokoje. Recepční tedy nemusí žádné potvrzení posílat, což v porovnání s rezervací přes e-mail je nezbytné.

Společnost Booking.com v extranetu pro hotely nabízí i záložku statistiky, kde vedení hotelu má přehled o své činnosti. Pro vedení hotelu je užitečná statistika prognózy prodeje, kde může vidět předpokládaný vývoj. Jsou zde i statistiky ohledně rezervací, národnostního rozložení hostů či různá srovnání s konkurencí.

Najdeme zde i hodnocení od hostů, které slouží jako zpětná vazba. V případě kritiky lze vše změnit, nebo se alespoň o nápravu pokusit.

Následující tabulka č. 4 shrnuje všechny zmiňované výhody.

Tab. 4 Přínosy portálu z pohledu uživatelů

Zákazník	Hotel
rychlost	prezentace
pohodlí	samostatná manipulace
porovnání nabídky	neodesílání potvrzení
věrnostní slevy	zpětná vazba
přehlednost	statistiky

Zdroj: Vlastní tvorba

4.6 Návrhy na zlepšení

Na základě provedené analýzy internetového rezervačního systému Booking.com vyplynuly některé nedostatky. Tyto nedostatky jsou především na straně práce recepčních.

Musíme vyzdvihnout, že společnost Booking.com dělá pro své věrné i potenciální zákazníky maximum. Své služby má dokonale promyšlené, a především pokrývají velkou oblast působnosti. Měli bychom připomenout, že se nejedná pouze o rezervační portál ubytování, ale že lze také rezervovat např. let letadlem. Možnosti rezervace těchto služeb tvoří jeden systém, který zákazník může propojit.

Aby společnost ještě více zkvalitnila svoje služby, měla by se nyní soustředit na práci z pohledu hotelů a recepčních. Je nezbytné, aby následující kroky zvažila a přizpůsobila k lepšímu využívání.

Zlepšit by se měla:

- Informovanost
- Provádění změn
- Manipulace s nevratnými rezervacemi

Zmiňované změny zkvalitní služby pro hotely a povedou ke spokojenosti jak ze stran hotelů, tak i recepčních.

4.6.1 Informovanost

Jedním z největších problémů je informovanost. Po každé, když se zavede plánovaná změna, společnost Booking.com vůbec neinformuje ubytovací zařízení. Recepční tedy veškeré změny zjistí až při samotné manipulaci s portálem. Tento fakt ovlivňuje jejich práci, a to především v rychlosti. Někdy změna bývá složitější a je nezbytná rada od pracovníka z Booking.com. Pro všechny zúčastněné by bylo jednodušší, kdyby společnost daná ubytovací zařízení informovala o plánovaných změnách.

Informovanost lze zlepšit následujícími opatřeními:

- 1) Ubytovacímu zařízení odeslat informativní zprávu o plánované změně
- 2) Popsat oblasti, kterých se změny týkají a jejich vliv na práci pracovníka

Přípravenost personálu na změny hraje důležitou roli. Přece jen je nutné si uvědomit, že každý z nás má zažitý pracovní systém a organizaci práce. I sebemenší změna tento systém ovlivní a může práci zkomplikovat.

4.6.2 Provádění změn

Provádění změn úzce souvisí s informovaností. Pokud je personál o změně dostatečně informován, tak není problém změnu hladce zapojit do pracovního systému. Ovšem společnost by se měla zamyslet, zda jsou některé změny opravdu potřeba.

Již z rozhovoru se slečnou Heinovou (viz Příloha A) zmiňovaného v kapitole 4.4 vyplývá, že některé změny jsou zbytečné. Pro práci recepčních opravdu není podstatné, jak vytvořená rezervace vypadá. Mnohem podstatnější jsou informace, které rezervace obsahuje. Není tedy potřeba jednou za půl roku měnit vzhled rezervace. Sice se může rezervace z pohledu estetiky zlepšit, ale provedená změna práci recepčním ztíží.

Pokud se tedy někdo rozhodne o provedení změny vzhledu rezervace, bylo by na místě, aby byl personál informován předem.

4.6.3 Nevratné rezervace

Největším problémem je práce s nevratnými rezervacemi. Zde je problémů více. To, že opět daná ubytovací zařízení nebyla informována před uvedením do provozu již rozebírat nebudu, ale zmíním nedostatky, se kterými se personál musí potýkat v současné době.

Problémy se samozřejmě týkají nevratných rezervací, které garantuje společnost Booking.com. Společnost Booking.com zavedla garantované rezervace bez jakéhokoliv upozornění poslaného ubytovacím zařízením. Princip fungování byl hotelům sdělen až po zavolání na servisní linku.

Když nastane situace, kdy společnost hledá náhradníka za původní rezervaci, bylo by vhodné, kdyby hledání skončilo alespoň o den dříve. Společnosti by tím sice vznikly náklady navíc, jelikož by zrušenou rezervaci musela hradit, ale ubytovacímu zařízení by nehrozila potenciální škoda. Škoda může vzniknout, pokud by pokoj neobsadila a neprodala. Společnost Booking.com sice v současné době rezervaci hradí, ale v cenách, které mohou být pod standardními cenami. Tento rozdíl tedy tvoří onu škodu.

Přínosným faktem by také mohlo být, kdyby náhradní rezervace byla na stejné datum jako rezervace původní. Jinak může nastat situace, kdy už je náhradní host ubytován a za dva dny se teprve zjistí, že je to onen náhradník za rezervaci, která má teprve v den zjištění přijet. Tento ušlý zisk hotelu už nikdo nezaplatí, jelikož Booking.com splnil podmínky hledání náhradníka. Bohužel není v silách personálu, aby rozpoznal, že tyto dvě rezervace patří k sobě. Datum rezervace ale závisí na přání hosta hotelu, takže, přání hotelu, aby byla náhradní rezervace zaručeně na původní datum, je problematicky splnitelné.

Největším přínosem by ovšem bylo, kdyby v náhradní rezervaci byl odkaz na rezervaci původní. Tím by došlo k odstranění mnoho nesrovnalostí. Jedná se tedy o opačný princip fungování oproti současnému modelu, který se využívá.

Tímto opatřením by došlo ke spokojenosti recepčních, jelikož by se práce s nevratnými rezervacemi usnadnila.

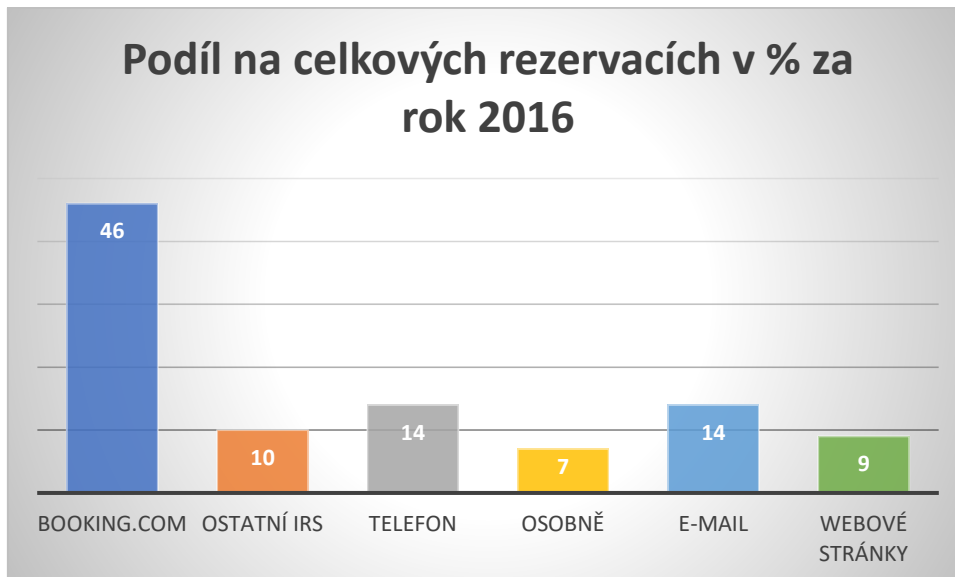
Menší hotely se mohou potýkat s větší fluktuací zaměstnanců, kteří snazší užívání portálu ve svých začátcích ocení.

V současné situaci je pro hotely vhodné, aby vytvořily pro garantované rezervace databázi. V databázi by byly uvedeny rezervace, za které se hledá náhradník. Personál by měl tedy přehled, za jaké rezervace se hledá náhradník a zda se již našel. Aktualizaci této databáze by museli ručně provádět recepční, pokud by tento proces nebyl automatizován napojením této databáze na databázi společnosti Booking.com. Každá směna by musela kontrolovat

každou rezervaci, aby zjistila, zda se daný náhradník našel. Hotelu by tím zmizela ztráta v ušlých ziscích, naopak personálu by přibyla další práce.

5 Zhodnocení přínosu

Pro zhodnocení přínosu IRS nám poslouží následující graf, který je na obrázku č. 17. Graf zobrazuje procentní podíl tvořených rezervací. Je patrné, že nejčastěji hosté k vytvoření rezervace používají IRS Booking.com.

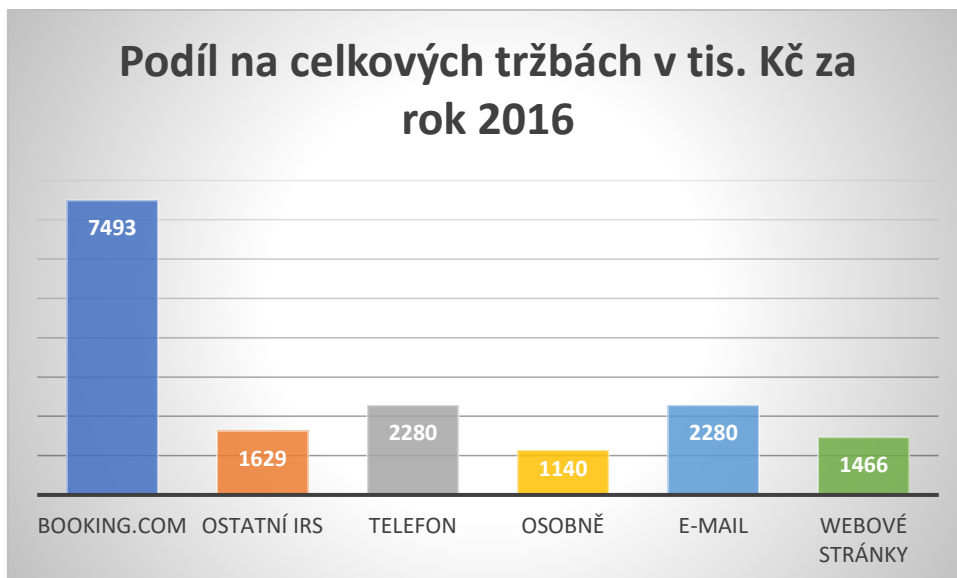


Obr. 17 Podíl na celkových rezervacích v % za rok 2016

Zdroj: Vlastní tvorba dle přístupných dat z Hotelu Plzeň***

Z obrázku č. 18 vyplývá, že Booking.com se podílí na tržbách hotelu největší měrou. Prezentace hotelu na portálu Booking.com je vždy výhodná z důvodu, že hotel neplatí žádný registrační poplatek. Hradí společnosti Booking.com pouze provizi z odbytovaných rezervací. Šance, že hotel bude plně obsazen, se využíváním portálu Booking.com zvyšuje.

V roce 2016 byly tržby plzeňského hotelu za ubytování přibližně 16 288 000 Kč (Ministerstvo spravedlnosti České republiky, 2012) Graf na obrázku č. 18 zobrazuje podíl na celkových tržbách za rok 2016 v tisících korun.



Obr. 18 Podíl zdrojů rezervací plzeňského hotelu na tržbách

Zdroj: Vlastní tvorba dle dostupných dat z hotelu

Efekt zapojení hotelu do IRS na jeho hospodářský výsledek se dá rozdělit na pozitivní a negativní. Negativní efekt bude představovat potenciální ztrátu pro podnik. Pozitivní efekt bude velikost tržeb z uskutečněných rezervací přes IRS Booking.com. Pozitivní efekt poté zjistíme výpočtem, kdy od celkových tržeb z Booking.com odečteme tržby za nevratné rezervace, u kterých nebyl nalezen náhradník.

Následující výpočet nám představí velikost negativního efektu IRS Booking.com. Jedná se o situaci, kdy v 72 případech ročně dojde k nenalezení náhradníka a rezervace hradí společnost Booking.com.

V průměru se za měsíc vytvoří 580 rezervací. Z toho je průměrně 6 rezervací, kdy se nenajde náhradník a rezervace platí společnost Booking.com. Na základě jednoduchého výpočtu zjistíme ztrátu hotelu.

Ročně hotel provede 6960 rezervací:

$$580 \times 12 = 6960$$

Z toho je 72 rezervací, které hradí společnost Booking.com. V průměru za jednu rezervaci hotel obdrží 2340 Kč:

$$16\,288\,000 / 6960 = 2340 \text{ Kč}$$

Průměrná cena rezervace na portálu Booking.com činí 1550 Kč. Tato cena se dá vyčíst ze statistik, které jsou obsaženy v extranetu hotelu. Společnost Booking.com za rezervace zaplatí 111 600 Kč:

$$72 \times 1550 = 111\,600 \text{ Kč}$$

Pokud by ale tyto rezervace hotel prodal jinou cestou, byla by za ně účtována cena 2340 Kč. Hotel by z nich měl tržbu v hodnotě 168 480 Kč:

$$72 \times 2340 = 168\,480 \text{ Kč}$$

Rozdíl těchto částek tvoří ztrátu pro hotel ve velikosti 56 880 Kč ročně.

Výpočet nám ukázal potenciální ztrátu hotelu v roce 2016. Je nutné si ale uvědomit, že ztráta by mohla být mnohem vyšší, a to v případě, že by pokoje zůstaly neobsazené, jelikož by hotel neměl využité své kapacity. V podstatě i na základě negativního efektu, hotel obdržel tržby za prodej pokojů.

Výpočet je ovlivněn řadou faktorů, jako je např. pravděpodobnost, že hotel opravdu pokoje prodá jinou cestou. Tato pravděpodobnost se samozřejmě bude během celého roku měnit. Dokonce se bude měnit během jednoho týdne. Pravděpodobnost, že se hotel zaplní jinou cestou v pátek, je mnohem vyšší než, že se hotel zaplní v neděli.

Kromě dne týdne ovlivňuje výpočet také roční období a probíhající kulturní akce, které se ve městě konají.

Dalším důležitým faktem je, že rezervace přes ostatní zdroje jsou dražší, než rezervace udělané přes Booking.com, kde bývají většinou nastaveny slevy.

Pozitivní efekt se tedy vypočítá následujícím způsobem:

$$7\,493\,000 - 111\,600 = 7\,381\,400 \text{ Kč}$$

Částka 7 493 000 Kč je celkový roční příjem z portálu Booking.com, viz Obr. 18.

Celkový efekt IRS je ovlivněn rozdílem, jak byly naplněny kapacity hotelu před zapojením do Booking.com a po něm. Z grafu na obrázku č. 17 vyplývá, že rezervace z Booking.com tvoří skoro polovinu všech rezervací, přesně se jedná o 46 % všech rezervací. Hotel byl tedy v roce 2016 schopen jinými cestami obsadit kapacity hotelu pouze z 54 %. Je tedy zřejmé, že zapojení do IRS Booking.com je pro hotel přínosné, jelikož jeho ztráty by byly mnohem větší.

Pozitivní efekt je dále snížen možností, že přes Booking.com mohli do hotelu přijít hosté, kteří by do hotelu přišli přes jiné prodejní kanály, kdyby nebylo Booking.com. Porovnání obsazenosti pokojů před zapojením do IRS a po něm by přesněji ukázalo přínos IRS pro hotel. I po zapojení hotelu do IRS nedochází k obsazenosti všech pokojů.

6 Závěr

Vývoj informačních technologií jde neustále kupředu. Velký přínos informační technologie přinesly v cestovním ruchu, kde se dennodenně využívají v podobě informačních systémů. Informační systémy se vyvíjely především ve Spojených státech amerických, kde k jejich rozvoji pomohly především letecké společnosti, které systémy využívaly pro rezervaci letenek.

V současné době informační systémy umožňují propojení mnoha služeb po celém světě a usnadňují práci všem uživatelům, kteří je využívají.

Každý z nás informační systém někdy využil, ale co obnáší práce personálu a jaká úskalí to obnáší, už ví jen málokdo. V práci je nastíněna práce s informačním rezervačním systémem společnosti Booking.com z obou stran uživatelů a jsou vyzdvihnuty výhody a přínos internetového rezervačního systému pro uživatele, kteří s ním pracují.

Přínos využívání IRS je značný a usnadňuje práci všem. Bohužel na straně styku IRS s hotelovým personálem jsou určité nedostatky, které je potřeba vylepšit.

Základní problém je v informovanosti, která v podstatě nefunguje. Mnoho nepříjemností by se správnou komunikací a informovaností vyřešilo před jejich samotným vznikem. Nutno podotknout, že společnost Booking.com na zpětnou vazbu z pohledu ubytovacích zařízení moc nedbá. I zde je další prostor ke zlepšení.

Pro společnost Booking.com je nutné si uvědomit, že spokojenost ubytovacích zařízení je stejně důležitá jako spokojenost zákazníků, který portál využívají.

Snazší manipulaci s portálem by především ocenily menší hotely, kde dochází k větší fluktuaci zaměstnanců. Značná časová náročnost s ovládáním může nově příchozí personál odradit od práce recepčních.

V kapitole 4.6 jsou navržena jednoduchá základní opatření, která by mohla být všem uživatelům IRS Booking.com ku prospěchu.

V kapitole 5 je navržen výpočet ekonomického efektu zapojení hotelu do IRS.

Seznam použité literatury

Citace

BERÁNEK, Jan. 2013. *Moderní řízení hotelového provozu*. 5. vydání. Praha: MAG CONSULTING. ISBN 978-80-86724-45-4.

Booking.com. 2018. *Booking.com* [online]. [cit. 2018-04-04]. Dostupné z: www.booking.com

ČECH, Pavel a Vladimír BUREŠ. 2009. *Podniková informatika*. Hradec Králové: Gaudeamus, ISBN 978-80-70414-79-8.

GÁLA, Libor, Jan POUR a Zuzana ŠEDIVÁ. 2009. *Podniková informatika*. Druhé vydání. Praha: Grada Publishing, ISBN 978-80-247-2615-1.

HÁN, Jan, Martina BERÁNEK, Stanislava BELEŠOVÁ, Dan MRKOS, Petr STUDNIČKA a Martina SOCHŮRKOVÁ. 2016. *Vybrané kapitoly z hotelnictví a gastronomie - svazek druhý Ubytovací služby*. Praha: Wolters Kluwer ČR, ISBN 978-80-7552-253-5.

HORÁČEK, Filip. 2017. Smlouvy s rezervačními weby nám brání prodávat levněji, říkají hoteliéři *iDnes.cz/Ekonomika* [online]. 5. srpna 2017 [cit. 2018-04-19]. Dostupné z: https://ekonomika.idnes.cz/hotely-booking-com-airbnb-rezervacni-portaly-provize-pfm-eko-zahranicni.aspx?c=A170804_213245_eko-zahranicni_fka.

CHROMÝ, Jan. 2015. *Aplikovaná informatika: vybrané znalosti pro hotelnictví*. Praha: Extrasystem, Informační technologie (Extrasystem Praha). ISBN 978-80-87570-28-9.

IVANOV, Stanislav. 2014. *Hotel revenue management: From Theory to Practice*. Varna: Zangador, ISBN 978-954-92786-3-7.

KŘÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS. 2014. *Moderní hotelový management*. Praha: Grada Publishing, ISBN 978-80-247-4835-1.

Ministerstvo spravedlnosti České republiky. 2012. Sbírká listin HOTEL PLZEŇ s.r.o. Veřejný rejstřík a Sbírká listin [online], [cit. 2018-04-24]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=50264878&subjektId=185967&spis=303424>

ŘEPA, Václav. 1999. *Analýza a návrh informačních systémů*. Praha: EKOPRESS, ISBN 80-86119-13-0.

SIVEK, Viliam, Jan KAMENÍČEK, Jan DEVERA, Karel ŽÁRSKÝ a Miloslav PECHO. 2007. *Internetový prodej ubytovacích kapacit*. [online]. [cit. 2018-03-01] Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/94a434a2-7766-4b9f-9790-8f10127acf3e/GetFile10>

VODÁČEK, Leo a Antonín ROSICKÝ. 1997. *Informační management*. Praha: Management Press, ISBN 80-85943-35-2.

Bibliografie

SVATÁ, Vlasta. *Information Systems Management*. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1257-0.

VYMĚTAL, Dominik. *Informační systémy v podnicích: teorie a praxe projektování*. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-3046-2.

Příloha A

Rozhovor se slečnou Evou Heinovou – recepční Hotelu Plzeň***, který se uskutečnil dne 30. 3. 2018.

1. Jak jste spokojena se vzhledem rezervace? Je přehledný?
 - Vzhled rezervace je nyní přehledný. Spíše máme problém s častými změnami, které Booking.com provádí. Dost nás zpomalují. Nám je v podstatě jedno, kde je jméno hosta. Důležité je, že tam je.
2. Informuje Vás společnost Booking.com o změnách, které má v plánu?
 - Bohužel Booking.com nás o ničem dopředu neinformuje. Na všechny změny tedy přijdeme sami za pochodu. Často se stává, že se nám pak práce poněkud zkomplikuje, protože se naruší náš pracovní systém.
3. Jaká změna pro Vás byla nejhorší?
 - Nejhorší změna se asi týkala nevratných rezervací. Nejdříve jsme nikdo netušil, co se najednou děje, jak fungují. Na to všechno jsme si museli přijít sami. Ze začátku to byl docela šok. V zvedených postupech nám najednou místo standardní rezervace přišla rezervace nevratná. Museli jsme zavolat na Booking.com, abychom zjistili, jak fungují.
4. Žádala Vás někdy společnost Booking.com o hodnocení jejich práce?
 - Na hodnocení o provedených změnách nás nikdo nekontaktoval. Případné naše návrhy na zlepšení nebyly zatím vyslyšeny.