

**UNIVERZITA MATEJA BELA V BANSKEJ BYSTRICI  
EKONOMICKÁ FAKULTA**

**UPLATŇOVANIE SYSTÉMOV KVALITY  
V PODNIKOVÝCH CESTOVNÝCH RUCHOV V ANGLICKU  
DIPLOMOVÁ PRÁCA  
40a70e7a-dd58-4b3e-8af0-b604e51570bf**

**2015**

**Bc. Ildikó Kuczmanová**

**UNIVERZITA MATEJA BELA V BANSKEJ BYSTRICI**  
**EKONOMICKÁ FAKULTA**

**UPLATŇOVANIE SYSTÉMOV KVALITY**  
**V PODNIKOVÝCH CESTOVNÝCH RUCHU V ANGLICKU**

**Diplomová práca**

**40a70e7a-dd58-4b3e-8af0-b604e51570bf**

Študijný program: Interkultúrna komunikácia v cestovnom ruchu

Študijný odbor: 6314 cestovný ruch

Pracovisko: Katedra cestovného ruchu a spoločného stravovania

Vedúci diplomovej práce: Ing. Katarína Holúbeková, PhD.

**Banská Bystrica 2015**

**Bc. Ildikó Kuczmanová**



Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici  
Ekonomická fakulta

---

## ZADANIE ZÁVEREČNEJ PRÁCE

**Meno a priezvisko študenta:** Bc. Ildikó Kuczmanová  
**Študijný program:** interkultúrna komunikácia v cestovnom ruchu (Inžiniersky II. st., denná forma)  
**Študijný odbor:** 8.1.1. cestovný ruch  
**Typ záverečnej práce:** Inžinierska záverečná práca  
**Jazyk záverečnej práce:** slovenský

**Názov:** Uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku.

**Anotácia:** Objektom skúmania sú podniky cestovného ruchu v Anglicku. Subjektom skúmania je systém kvality. Cieľom práce je preskúmať a kriticky zhodnotiť uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku.

**Vedúci:** Ing. Katarína Holúbeková, PhD.

**Katedra:** KCRaSS-EF - Katedra cestovného ruchu a spoločného stravovania

**Vedúci katedry:** doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD.

**Dátum zadania:** 14.03.2014

**Dátum schválenia:** 18.09.2014

doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD.  
vedúci katedry

**EKONOMICKÁ FAKULTA**  
Univerzity Mateja Bela  
Katedra cestovného ruchu  
a spoločného stravovania  
Tajovského 10  
975 90 Banská Bystrica

## ČESTNÉ VYHLÁSENIE

Čestne vyhlasujem, že diplomovú prácu na tému „Uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku“ som spracovala samostatne a použitú literatúru som vyznačila a uviedla v priloženom zozname.

V Banskej Bystrici, dňa 24. apríla 2015

.....

Bc. Ildikó Kuczmanová

## POĎAKOVANIE

Touto cestou by som chcela poďakovať vedúcej diplomovej práce Ing. Kataríne Holúbekovej, PhD. za pomoc a usmernenie, ktoré mi poskytla pri jej spracúvaní. V neposlednom rade chcem poďakovať Marite Sen za ochotu pri poskytovaní informácií, ktoré som použila v analytickej časti diplomovej práce.

## ABSTRAKT

KUCZMANOVÁ, Ildikó: Uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. [Diplomová práca] / Ildikó Kuczmanová. – Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici. Ekonomická fakulta; Katedra cestovného ruchu a spoločného stravovania. – Vedúca: Ing. Katarína Holúbeková, PhD. - Stupeň odbornej kvalifikácie: Inžinier. – Banská Bystrica : EF UMB, 2015, 91 s.

Diplomová práca sa zaoberá uplatňovaním systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. Cieľom diplomovej práce je preskúmať a kriticky zhodnotiť uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. Objektom skúmania práce sú podniky cestovného ruchu v Anglicku. Subjektom skúmania práce je systém kvality.

V prvej kapitole sa práca venuje vymedzeniu podnikov cestovného ruchu a systémom kvality v cestovnom ruchu. V druhej kapitole práca analyzuje uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. Analytická časť obsahuje vyhodnotenie štruktúrovaných rozhovorov. Tretia kapitola sa zaoberá zhodnotením súčasnej situácie uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku a možnosťami využitia skúseností s uplatňovaním systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku na Slovensku.

Prínosom diplomovej práce je zosumarizovanie poznatkov o uplatňovaní systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. Výstupy práce môžu slúžiť ako odporúčania na zlepšenie systému kvality služieb cestovného ruchu na Slovensku a zároveň môžu byť východiskom pre výskum problematiky uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku.

V práci sú použité teoretické metódy skúmania, najmä metódy analýzy a syntézy, metóda komparácie, metódy indukcie a dedukcie a metóda abstrakcie.

**Kľúčové slová:** Anglicko. Hotel. Podniky cestovného ruchu. Systémy kvality.

## **ABSTRACT**

KUCZMANOVÁ, Ildikó: Application of quality systems in tourism enterprises in England. [Diploma thesis] / Ildikó Kuczmanová. – Matej Bel University in Banská Bystrica. The Faculty of Economics; Department of Tourism and Hospitality. – Supervisor: Ing. Katarína Holúbeková, PhD. – Qualification degree: Master. – Banská Bystrica : EF UMB, 2015, 91 p.

The Diploma thesis deals with application of quality systems in tourism enterprises in England. The aim of the thesis is to examine and critically evaluate the application of quality systems in tourism enterprises in England. Tourism enterprises in England represent the object of investigation. The subject of investigation are quality systems.

The first chapter deals with the determination of tourism enterprises and quality systems in tourism. The second chapter analyses the application of quality systems in tourism enterprises in England. The analytical part contains the evaluation of structured interviews as well. The third chapter focuses on the evaluation of current situation of application of quality systems in tourism enterprises in England and provides information about the possibilities of experience utilization regarding to application of quality systems in tourism enterprises in England into Slovakia.

The contribution of the Diploma thesis lies in summarizing the knowledge of application of quality systems in tourism enterprises in England. The outputs of the work can serve as recommendations for improving the system of service quality in tourism in Slovakia and they can also be a starting-point for examination of the issue of application of quality systems in tourism enterprises in England.

In the Diploma thesis there are used theoretical methods of examination mainly methods of analysis and synthesis, method of comparison, methods of induction and deduction and method of abstraction.

Keywords: England. Hotel. Quality systems. Tourism enterprises.

## **PREDHOVOR**

Ak podnik cestovného ruchu chce úspešne pôsobiť na trhu a obstať v rastúcej konkurencii, jeho snahou musí byť získanie a udržanie spokojného zákazníka. Spokojnosť zákazníka je vo významnej miere ovplyvnená kvalitou poskytnutých služieb. Preto je nevyhnutné, aby sa podniky cestovného ruchu zaoberali zabezpečením a zároveň zvýšením kvality služieb. Jednou z možností, ktorá môže prispieť k zvýšeniu kvality služieb, je zavádzanie systémov kvality. Implementácia systémov kvality pomôže zvýšiť spokojnosť zákazníkov a bude viesť k lepšej výkonnosti podniku.

V diplomovej práci sa zaoberáme uplatňovaním systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. Cieľom diplomovej práce je preskúmať a kriticky zhodnotiť uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. Práca sa podrobnejšie venuje systémom kvality s národným rozsahom určeným pre hotely. Primárny prieskum uskutočníme metódou opytovania v troch vybraných hoteloch, v ktorých skúmame prístup podnikov cestovného ruchu k systémom kvality.

V nadväznosti na cieľ diplomovej práce zhodnotíme súčasnú situáciu uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. Následne, poukážeme na možnosti využitia skúseností s uplatňovaním systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku na Slovensku.

Problematika uplatňovania systémov kvality v cestovnom ruchu je v literatúre rozpracovaná v dostatočnej miere. Nakoľko sú nám známe fakty, téma uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku nebola podrobne rozpracovaná.

## OBSAH

|                                                                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ABSTRAKT .....                                                                                                     | 5  |
| ABSTRACT .....                                                                                                     | 6  |
| PREDHOVOR .....                                                                                                    | 7  |
| OBSAH .....                                                                                                        | 8  |
| ZOZNAM TABULIEK A ILUSTRÁCIÍ .....                                                                                 | 10 |
| ZOZNAM SKRATIEK A ZNAČIEK .....                                                                                    | 13 |
| ÚVOD .....                                                                                                         | 14 |
| 1. UPLATŇOVANIE SYSTÉMOV KVALITY V PODNIKOKH<br>CESTOVNÉHO RUCHU .....                                             | 16 |
| 1.1. Podniky cestovného ruchu .....                                                                                | 16 |
| 1.2. Systémy kvality v cestovnom ruchu .....                                                                       | 21 |
| 1.3. Vybraný postup riešenia .....                                                                                 | 28 |
| 2. UPLATŇOVANIE SYSTÉMOV KVALITY V PODNIKOKH<br>CESTOVNÉHO RUCHU V ANGLICKU .....                                  | 30 |
| 2.1. Cestovný ruch v Anglicku .....                                                                                | 30 |
| 2.2. Systémy kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku.....                                                  | 30 |
| 2.2.1. Systémy kvality spravované organizáciou VisitEngland.....                                                   | 33 |
| 2.2.2. Systémy kvality spravované Automobilovou asociáciou AA .....                                                | 54 |
| 2.2.3. Ostatné systémy kvality .....                                                                               | 62 |
| 2.3. Uplatňovanie systémov kvality vo vybraných hoteloch v Anglicku .....                                          | 65 |
| 2.3.1. Charakteristika výskumnej vzorky .....                                                                      | 65 |
| 2.3.2. Analýza uplatňovania systémov kvality vo vybraných hoteloch.....                                            | 66 |
| Zhrnutie .....                                                                                                     | 70 |
| 3. ZHODNOTENIE SÚČASNEJ SITUÁCIE UPLATŇOVANIA<br>SYSTÉMOV KVALITY V PODNIKOKH CESTOVNÉHO RUCHU<br>V ANGLICKU ..... | 72 |
| 3.1. Zhodnotenie súčasnej situácie uplatňovania systémov kvality v podnikoch<br>cestovného ruchu v Anglicku.....   | 72 |

|                                                                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.2. Možnosti využitia skúseností s uplatňovaním systémov kvality v podnikoch<br>cestovného ruchu v Anglicku na Slovensku ..... | 76 |
| ZÁVER.....                                                                                                                      | 82 |
| SUMMARY .....                                                                                                                   | 84 |
| ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV .....                                                                                           | 86 |
| ZOZNAM PRÍLOH .....                                                                                                             | 92 |

## ZOZNAM TABULIEK A ILUSTRÁCIÍ

|            |                                                                                                                                                                      |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tabuľka 1  | Členenie podnikov v Európskej únii                                                                                                                                   |
| Tabuľka 2  | Podniky cestovného ruchu na Slovensku                                                                                                                                |
| Tabuľka 3  | Bežné problémy riešené pomocou aplikácie noriem ISO radu 9000 – predpokladané výsledky                                                                               |
| Tabuľka 4  | Charakteristika kategórií hotelov                                                                                                                                    |
| Tabuľka 5  | Charakteristika tried hotelov                                                                                                                                        |
| Tabuľka 6  | Štruktúra hotelov zapojených do Kategorizácie ubytovacích zariadení podľa triedy v rokoch 2014 – 2015                                                                |
| Tabuľka 7  | Požadovaná úroveň splnenia požiadaviek vo vybraných oblastiach podľa triedy pre hotel                                                                                |
| Tabuľka 8  | Výška vstupných a ročných poplatkov vrátane dane z pridanej hodnoty (20 %) Kategorizácie ubytovacích zariadení pre hotel za roky 2014 – 2015                         |
| Tabuľka 9  | Štruktúra hotelov so Striebornou a Zlatou značkou kvality za ubytovacie služby podľa triedy v rokoch 2014 – 2015                                                     |
| Tabuľka 10 | Požadovaná úroveň splnenia požiadaviek vo vybraných oblastiach podľa triedy pre hotel s cieľom získať Striebornú značku kvality za ubytovacie služby                 |
| Tabuľka 11 | Požadovaná úroveň splnenia požiadaviek vo vybraných oblastiach podľa triedy pre hotel s cieľom získať Zlatú značku kvality za ubytovacie služby                      |
| Tabuľka 12 | Štruktúra hotelov so Značkou kvality za raňajky podľa triedy v rokoch 2014 – 2015                                                                                    |
| Tabuľka 13 | Požadovaná úroveň splnenia požiadaviek vo vybranej oblasti – kvalita jedla podľa triedy pre hotel s cieľom získať Značku kvality za raňajky                          |
| Tabuľka 14 | Štruktúra hotelov s Uvítacími schémami podľa triedy v rokoch 2014 – 2015                                                                                             |
| Tabuľka 15 | Štruktúra hotelov s Certifikačnou schémou ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu podľa triedy v rokoch 2014 – 2015 |
| Tabuľka 16 | Oblasti požiadaviek podľa druhov postihnutia pre hotel                                                                                                               |

|            |                                                                                                                                                                                                                                |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tabuľka 17 | Účastnícke poplatky vrátane DPH (20 %) za zavedenie Certifikačnej schémy ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu pre hotely zapojené do Kategorizácie ubytovacích zariadení   |
| Tabuľka 18 | Účastnícke poplatky vrátane DPH (20 %) za zavedenie Certifikačnej schémy ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu pre hotely nezapojené do Kategorizácie ubytovacích zariadení |
| Tabuľka 19 | Štruktúra výhercov súťaže Cena za výnimočnosť podľa druhu podnikov cestovného ruchu za roky 2014 – 2015                                                                                                                        |
| Tabuľka 20 | Štruktúra výhercov súťaže Cena za výnimočnosť podľa kategórie ubytovacieho zariadenia za roky 2014 – 2015                                                                                                                      |
| Tabuľka 21 | Výška vstupných a ročných poplatkov vrátane DPH (20 %) Kategorizácie ubytovacích zariadení pre hotel za roky 2014 – 2015                                                                                                       |
| Tabuľka 22 | Charakteristika tried hotelov v prípade Značky kvality červené hviezdičky                                                                                                                                                      |
| Tabuľka 23 | Charakteristika úrovni splnenia požiadaviek s cieľom získať Značku kvality Rozeta za kulinársku výnimočnosť                                                                                                                    |
| Tabuľka 24 | Štruktúra hotelových reštaurácií s úrovňami splnenia požiadaviek 3, 4 a 5 roziet za roky 2014 – 2015                                                                                                                           |
| Tabuľka 25 | Štruktúra výhercov súťaže Cena za pohostinnosť podľa druhu podnikov cestovného ruchu za roky 2014 – 2015                                                                                                                       |
| Tabuľka 26 | Odporúčania pre uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu na Slovensku                                                                                                                                        |
| Obrázok 1  | Značka kvality Kategorizácie ubytovacích zariadení                                                                                                                                                                             |
| Obrázok 2  | Značka kvality systému kvality Strieborná značka kvality za ubytovacie služby                                                                                                                                                  |
| Obrázok 3  | Značka kvality systému kvality Zlatá značka kvality za ubytovacie služby                                                                                                                                                       |
| Obrázok 4  | Značka kvality systému kvality Značka kvality za raňajky                                                                                                                                                                       |
| Obrázok 5  | Značka kvality Certifikačnej schémy Víťame rodiny                                                                                                                                                                              |
| Obrázok 6  | Značka kvality Certifikačnej schémy Víťame cyklistov                                                                                                                                                                           |
| Obrázok 7  | Značka kvality Certifikačnej schémy Víťame peších turistov                                                                                                                                                                     |

|                     |                                                                                                                              |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Obrázok 8           | Značka kvality Certifikačnej schémy Vítame hostí s domácimi zvieratami                                                       |
| Obrázok 9a - 11b    | Značky kvality Certifikačnej schémy ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu |
| Obrázok 12          | Cena za kvalitu systému kvality Cena za výnimočnosť                                                                          |
| Obrázok 13          | Značka kvality Kategorizácie ubytovacích zariadení AA                                                                        |
| Obrázok 14          | Značka kvality systému kvality Značka kvality červené hviezdičky                                                             |
| Obrázok 15          | Značka kvality Rozeta za kulinársku výnimočnosť                                                                              |
| Obrázok 16          | Cena za kvalitu systému kvality Cena za pohostinnosť                                                                         |
| Obrázok 17          | Značka kvality Certifikačnej schémy Zelený cestovný ruch                                                                     |
| Obrázok 18 a – 18 c | Značka kvality systému kvality Značka kvality za kongresové služby                                                           |

## ZOZNAM SKRATIEK A ZNAČIEK

|              |                                                                                                                                        |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AiCES        | Asociácia informačných centier Slovenska                                                                                               |
| DPH          | Daň z pridanej hodnoty                                                                                                                 |
| EFQM         | European Foundation for Quality Management (Model výnimočnosti Európskej nadácie manažérstva kvality)                                  |
| EN           | Európska norma                                                                                                                         |
| HOTREC       | Hotels, Restaurants & Cafés in Europe (Európska konfederácia národných asociácií hotelov, reštaurácií, kaviarní a podobných zariadení) |
| ISO          | International Organization for Standardization (Medzinárodná organizácia pre štandardizáciu)                                           |
| MBNQA        | Malcolm Baldrige National Quality Award                                                                                                |
| PAN          | People and Nature Parks (Ľudia a príroda)                                                                                              |
| PDCA         | Plan-Do-Check-Act (Metodika Plánuj-Urob-Monitoruj-Konaj)                                                                               |
| STN          | Slovenská technická norma                                                                                                              |
| The AA       | The Automobile Association (Automobilová asociácia AA)                                                                                 |
| TQM          | Total Quality Management (Komplexné manažérstvo kvality)                                                                               |
| TQMEX        | Total Quality Management Excellence Model                                                                                              |
| VisitBritain | National Tourist Board for Great Britain (Národná agentúra pre cestovný ruch v Spojenom kráľovstve)                                    |
| VisitEngland | National Tourist Board for England (Národná agentúra pre cestovný ruch v Anglicku)                                                     |

## ÚVOD

Cestovný ruch je jedno z najrýchlejšie sa rozvíjajúcich odvetví svetového hospodárstva. Dominantnú úlohu zohráva aj v krajinách Spojeného kráľovstva Veľkej Británie a Severného Írska. Najväčším potenciálom rozvoja cestovného ruchu zo všetkých členských krajín sa vyznačuje Anglicko. Súčasný trh cestovného ruchu v Anglicku charakterizuje rôznorodosť, a to nielen z hľadiska množstva podnikov cestovného ruchu, ale aj z hľadiska kvality poskytovaných služieb. Práve kvalita služieb sa pokladá za konkurenčnú výhodu, ktorá sa prejavuje vo vyššom predaji a prosperite podniku. Preto je žiaduce, aby podniky cestovného ruchu venovali pozornosť zvyšovaniu kvality služieb. Jedným zo spôsobov ako možno zvýšiť kvalitu služieb v cestovnom ruchu je uplatňovanie systémov kvality.

Cieľom diplomovej práce je preskúmať a kriticky zhodnotiť uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. Diplomová práca je rozdelená do troch kapitol.

V prvej kapitole objasníme problematiku uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu. V úvode kapitoly si zadefinujeme pojem podniky cestovného ruchu, objasníme si ich ciele, osobitosti a klasifikáciu v Európskej únii, na Slovensku a v Anglicku. Keďže pojem podnik cestovného ruchu zaberá širokú oblasť a každý druh podniku cestovného ruchu sa vyznačuje inými charakteristikami, pre potreby diplomovej práce sa orientujeme najmä na ubytovacie zariadenia kategórie hotel. Definujeme pojem ubytovacie zariadenie a objasníme si členenie ubytovacích zariadení podľa kategorizácie na Slovensku a v Anglicku. Zároveň si zadefinujeme pojem hotel a poukážeme na jeho členenie. V rámci druhej podkapitoly definujeme teoretické prístupy ku kľúčovým pojmom kvalita služby a systémy kvality od viacerých autorov. Zaoberáme sa členením prístupov ku kvalite, jednotlivé koncepcie kvality navzájom porovnáme a poukážeme na ich výhody a nevýhody. V tejto kapitole budeme vychádzať zo sekundárnych zdrojov. Čerpať budeme z domácej a zahraničnej knižnej i časopiseckej literatúry, informácií z internetových stránok zaoberajúcich sa danou problematikou a relevantných legislatívnych predpisov.

Druhá kapitola bude zameraná na analýzu uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. S ohľadom na počet a rôznorodosť systémov kvality sa sústredíme na systémy kvality s národným rozsahom určeným pre hotely. Systémy kvality budeme analyzovať podľa organizácií zodpovedných za ich realizáciu. Sústredíme sa na cieľ systémov kvality, ich zameranie, koncepciu kvality, na ktorej sa zakladajú,

záväznosť, formu, platnosť a počet zapojených subjektov. Ďalej budeme skúmať postup ich zavádzania prostredníctvom jednotlivých krokov, náklady súvisiace s ich realizáciou a zodpovednosť za financovanie. Sekundárne informácie získame najmä z internetových stránok zaoberajúcich sa danou problematikou a od Marity Sen, zamestnankyne organizácie VisitEngland. Primárnym prieskumom skúmame prístup podnikov cestovného ruchu k systémom kvality. Nástrojom zberu údajov je štruktúrovaný rozhovor.

V tretej kapitole zhodnotíme súčasnú situáciu uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku, pričom poukážeme nielen na silné, ale zároveň na slabé miesta súvisiace s danou problematikou. Uvedieme možnosti zdokonalenia uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku, a následne poukážeme na možnosti využitia skúseností s uplatňovaním systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku na Slovensku.

# 1. UPLATŇOVANIE SYSTÉMOV KVALITY V PODNIKOKH CESTOVNÉHO RUCHU

Cestovný ruch patrí k najrýchlejšie sa rozvíjajúcim sektorom národného hospodárstva. Tlak konkurenčných síl spôsobil, že snahou každého podniku cestovného ruchu je získanie a udržanie spokojného zákazníka. Práve spokojný zákazník rozhoduje o postavení podniku na trhu a zároveň je determinantom jeho ekonomickej prosperity. Ak sa podnik cestovného ruchu chce presadiť na trhu, je nevyhnutné venovať dôležitú pozornosť kvalite služieb cestovného ruchu (Špinderová, 2012, s. 90 - 91).

## 1.1. Podniky cestovného ruchu

Krátky slovník cestovného ruchu definuje podnik cestovného ruchu ako „základnú produkčnú jednotku, ktorá najíma prácu a kupuje ďalšie výrobné činitele, aby produkovala a predávala hmotné statky a služby špecifického charakteru, ktoré sú predmetom spotreby v cestovnom ruchu“ (Gúčík a kol., 2004, s. 94, heslo Podnik cestovného ruchu).

Podobne definuje podnik cestovného ruchu Kaspar (1995, s. 12), ktorý ho charakterizuje ako „hospodársku jednotku, ktorá trvalým spojením vhodných výrobných prostriedkov (práca, kapitál, pôda) má za cieľ poskytovanie vecných a osobných služieb cestovného ruchu na hospodárskych princípoch“.

Uvedené definície rozširujú Kučerová, Strašík, Šebová (2010, s. 9), ktorí považujú podnik cestovného ruchu za „systém, ktorý tvoria prvky a vzťahy medzi nimi. Prvky podnikového systému sú materiálne, finančné, ľudské zdroje a informácie, ktoré tvoria výrobné faktory podniku. Medzi jednotlivými prvkami systému sa vytvárajú vzťahy, ktoré môžu mať charakter podriadenosti, nadriadenosti alebo spolupráce. Usporiadanie prvkov a vzťahov v systéme podniku predstavuje jeho organizáciu a riadenie“.

Na základe dostupných definícií sa podnikom cestovného ruchu môže rozumieť organizačná jednotka, ktorá prostredníctvom výrobných faktorov vytvára vhodné podmienky na produkciu a poskytovanie statkov a služieb určených na uspokojovanie potrieb účastníkov cestovného ruchu. Podniky cestovného ruchu vo svojich činnostiach sledujú ekonomické, ekologické a sociálne ciele. Ekonomický cieľ sa prejavuje orientáciou na dlhodobú prosperitu hospodárskej činnosti. Ekologický cieľ podniky sledujú ochranou životného prostredia a takým využívaním výrobných faktorov podniku, prírodného

a kultúrneho potenciálu, ktoré umožňuje trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu. Sociálny cieľ napĺňajú nielen uspokojovaním potrieb návštevníkov, ale aj uspokojovaním potrieb vlastných zamestnancov (Gúčík, 2010, s. 190 - 193).

V hospodárení podnikov cestovného ruchu sa na rozdiel od priemyselných a obchodných podnikov prejavujú určité osobitosti (Gúčík, 2010, s. 190 - 193; Sládek a kol., 2001, s. 74 - 77):

- podniky cestovného ruchu sú podniky služieb, ktoré produkujú statky cestovného ruchu, t. j. materiálne a nemateriálne služby, určené na uspokojovanie potrieb návštevníkov. S cieľom uspokojovať komplex potrieb v cestovnom ruchu, je dôležité poskytovať vzájomne nadväznú, t. j. komplementárne služby v podniku ako aj medzi rôznymi podnikmi;
- činnosť podnikov cestovného ruchu sa vyznačuje sezónnym charakterom, ktorý vyplýva z miestnej a časovej viazanosti podnikov ako nositeľov sekundárnej ponuky na primárnu ponuku. Následkom sezónnosti môžu byť výkyvy v návštevnosti podnikov, využívania ich kapacity, potreby pracovníkov a tým aj vo výsledkoch hospodárskej činnosti podnikov;
- podniky cestovného ruchu sú náročné na kapitálové investície;
- v cestovnom ruchu ide o mikro, malé a stredné podniky s vysokým podielom živej práce;
- v podnikoch cestovného ruchu sa kladie dôraz na kvalifikovanosť zamestnancov a to z dôvodu, že v nich dochádza k priamemu kontaktu s návštevníkom v cestovnom ruchu;
- spolupráca podnikov cestovného ruchu v mieste lokalizácie je nevyhnutná.

Podniky cestovného ruchu môžeme klasifikovať podľa rôznych kritérií. Od roku 2005 sa v Európskej únii uplatňuje členenie podnikov podľa veľkosti na základe počtu zamestnancov, ročného obrátu a bilančnej sumy (tabuľka 1). Kritérium sa používa na vymedzenie podnikov vo všeobecnosti a dotýka sa aj podnikov cestovného ruchu (Kučerová, Strašík, Šebová, 2010, s. 17 - 22).

Tabuľka 1 Členenie podnikov v Európskej únii

| Kategória      | Počet zamestnancov | Ročný obrat<br>v mil. Eur | Bilančná suma<br>v mil. Eur |
|----------------|--------------------|---------------------------|-----------------------------|
| Mikropodnik    | 0 - 9              | do 2                      | do 2                        |
| Malý podnik    | 10 - 49            | do 10                     | do 10                       |
| Stredný podnik | 50 - 249           | do 49                     | do 43                       |

Prameň: Spracované podľa Kučerovej, Strašíka, Šebovej, 2010, s. 18.

Okrem členenia podnikov cestovného ruchu podľa jednotných kritérií, ich typológia môže byť odlišná v rôznych krajinách.

Na Slovensku je dôležité rozlíšenie podnikov cestovného ruchu na producentov a sprostredkovateľov služieb (tabuľka 2). Producenti služieb sú podniky, ktoré zabezpečujú produkciu služieb v cestovnom ruchu a to nielen v cieľových miestach, ale už aj počas prepravy do cieľových miest. Sprostredkovatelia služieb zabezpečujú spojenie dopytu s ponukou. Je to nevyhnutné z dôvodu, že dopyt po cestovnom ruchu vzniká v mieste trvalého bydliska, ktoré je vzdialené od miesta ponuky (Gúčik, 2010, s. 189 - 226).

Tabuľka 2 Podniky cestovného ruchu na Slovensku

| Producenti služieb                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Sprostredkovatelia služieb                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- ubytovacie zariadenia</li> <li>- pohostinské zariadenia</li> <li>- dopravné zariadenia</li> <li>- kúpeľné a wellness zariadenia</li> <li>- športovo-rekreačné zariadenia</li> <li>- kultúrno-osvetové zariadenia</li> <li>- kongresové zariadenia</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- cestovné kancelárie a cestovné agentúry</li> <li>- turistické informačné centrá</li> <li>- informačné systémy (internet)</li> <li>- distribučné systémy (systémy rezervovania)</li> </ul> |

Prameň: Spracované podľa Gúčika, 2010, s. 189.

V Anglicku sa najčastejšie používa členenie Národnej agentúry pre cestovný ruch, VisitEngland. Medzi podniky cestovného ruchu zaraďuje ubytovacie zariadenia, pohostinské zariadenia, dopravné zariadenia, atraktivity cestovného ruchu, cestovné kancelárie, cestovné agentúry a turistické informačné centrá. V členení podnikov cestovného ruchu nie sú zvlášť vymedzené kúpeľné a wellness zariadenia, športovo-rekreačné zariadenia, kultúrno-osvetové zariadenia a kongresové zariadenia. Kúpeľné a wellness služby sa poskytujú v ubytovacích zariadeniach, ktoré disponujú adekvátnym materiálnym a personálnym zabezpečením pre poskytovanie uvedených služieb. Športovo-rekreačné služby poskytujú športovo-rekreačné zariadenia, ktoré sú súčasťou ubytovacích zariadení, alebo ich poskytujú atraktivity cestovného ruchu. Atraktivity cestovného ruchu

zodpovedajú zároveň aj za poskytovanie kultúrno-spoločenských služieb. Kongresové služby sa poskytujú v kongresových centrách a kongresových sálach, ktoré sa budujú samostatne alebo ako súčasť ubytovacích zariadení, ktoré disponujú adekvátnym materiálnym a personálnym zabezpečením pre poskytovanie uvedených služieb. Informačné systémy (internet) a distribučné systémy (systémy rezervovania) nezaraďuje VisitEngland medzi podniky cestovného ruchu (Quality Assessment and Star Ratings, 2014).

V našej práci sa zameriavame na ubytovacie zariadenia. V Krátkom slovníku cestovného ruchu je ubytovacie zariadenie definované ako „budova, priestor alebo plocha, kde sa verejnosti za úhradu poskytuje prechodné ubytovanie a s ním spojené služby (Gúčík a kol., 2004, s. 138, heslo Ubytovacie zariadenie).

Ubytovacie zariadenia sa vo všeobecnosti členia z viacerých hľadísk. V mnohých krajinách sveta sa využíva kategorizácia ubytovacích zariadení. Kategorizácia ubytovacích zariadení stanovuje pravidlá a zásady na označovanie a zaraďovanie ubytovacích zariadení podľa druhu do kategórií a podľa vybavenia, úrovne a druhu poskytovaných služieb do tried, ktoré sú označené príslušným počtom hviezdíček. Väčšina štátov Európskej únie zaraďuje ubytovacie zariadenia do piatich tried označených hviezdíčkami. Okrem označenia hviezdíčka sa v niektorých krajinách môžeme stretnúť pri zaraďovaní ubytovacieho zariadenia do tried aj s inými označeniami ako sú diamanty, vlajky, písmená ap.. Dodržiavanie zásad kategorizácie má garantovať zodpovedajúcu kvalitu a úroveň služieb. V súčasnosti je kategorizácia ubytovacích zariadení v jednotlivých krajinách závislá od stupňa rozvoja cestovného ruchu a od právneho stavu v danej krajine. Na Slovensku je kategorizácia záväzná pre všetky podnikateľské subjekty poskytujúce služby prechodného ubytovania v cestovnom ruchu. Ubytovacie zariadenia sa podľa Vyhlášky Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky č. 277/2008 Z. z. z 26. júna 2008, ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia pri ich zaraďovaní do kategórií a tried, zaraďujú podľa druhov do deviatich základných kategórií. Ide o kategórie hotel, hotel, penzión, apartmánový dom, turistická ubytovňa, chatová osada, kemping, táborisko a ubytovanie v súkromí. Triedy ubytovacích zariadení sa označujú hviezdíčkami – maximálne piatimi a minimálne jednou (najnižšia trieda) (Orieška, 2011a, 58 - 62). V Anglicku kategorizácia ubytovacích zariadení funguje na dobrovoľnej báze. VisitEngland rozlišuje dvanásť základných kategórií ubytovacích zariadení, a to kategóriu hotel, hotel, penzión, ubytovacie zariadenie s vlastnou prípravou jedál, apartmán, prázdninový park, prázdninové ubytovanie, ubytovňa, univerzita/areál školy, karavan,

chata a alternatívne ubytovanie. Národná agentúra pre cestovný ruch zaraďuje ubytovacie zariadenia do piatich tried označených hviezdikami. Triedy ubytovacích zariadení sa označujú aj textom (Quality Schemes, 2014).

Ubytovacie zariadenia produkujú a realizujú na predaj produkt, ktorý predstavujú ubytovacie služby, stravovacie služby a doplnkové služby. Doplnkové služby sú komplementárnymi službami a sú spojené s poskytovaním ubytovacích a stravovacích služieb, ktoré sú považované za základné služby ubytovacieho zariadenia. Uvedený produkt musí pre host'a spĺňať minimálne päť základných požiadaviek, a to atraktivnosť, prístupnosť, schopnosť uspokojovať potreby host'a, disponovať určitým pozitívnym imidžom, mať stanovenú cenu, ktorá zodpovedá trhovej hodnote produktu a je pre host'a reálna. Najkomplexnejšie služby základného a doplnkového charakteru poskytuje ubytovacie zariadenie kategórie hotel, na ktorý sa aj v našej práci bližšie zameriavame (Novacká, 1994, s. 9 - 14).

Kunz (1986, s. 14) definuje hotel ako „ubytovací podnik s viac alebo menej vybudovanou gastronomickou prevádzkou, ktorý uspokojuje potreby cestujúcej verejnosti prostredníctvom budovy, jej vybavenosti a obsluhy“.

Zegg (1987, s. 12) pod hotelom rozumie „podnik, ktorého hlavnou úlohou je poskytovať ubytovacie a stravovacie služby host'om, a ktorý sa zameriava na to, aby vytvoril na to potrebné materiálne a ostatné podmienky na ekonomickom princípe a predal tieto služby určitému segmentu hostí“.

Uvedené definície rozširujú Janičková, Makovník, Šebová (2006, s. 11), ktorí považujú hotel za „ubytovacie zariadenie, ktoré poskytuje návštevníkom zvyčajne okrem ubytovania, stravovania a s tým spojených služieb aj priestory a zariadenia potrebné napr. na športové a rekreačné služby, na aktívne trávenie voľného času ap.“.

Nielen autori, ale aj normatívne materiály rôznych krajín môžu pojem hotel chápať odlišne. Vyhláška Ministerstva hospodárstva Slovenskej Republiky č. 277/2008 Z. z. definuje hotel ako „ubytovacie zariadenie slúžiace na prechodné ubytovanie hostí, ktoré má viac ako desať izieb. Host'om poskytuje okrem ubytovania, stravovania aj doplnkové služby, zábavné a spoločenské služby, služby obchodne cestujúcim a rekreačno-športové služby na aktívne trávenie voľného času“.

V Anglicku sa za hotel pokladá „zariadenie s minimálne piatimi izbami. Každá izba je vybavená hygienickým zariadením. Okrem ubytovania hotel poskytuje širokú ponuku služieb, medzi ktoré patria aj stravovacie služby“ (Hotel, 2015).

Na základe dostupných definícií môžeme konštatovať, že hotelom sa rozumie ubytovacie zariadenie, ktoré vo väčšine prípadov okrem základných služieb (ubytovacie služby a stravovacie služby) ponúka aj rad doplnkových služieb s cieľom uspokojenia potrieb hostí. Vo veľkých hoteloch sa doplnkové služby stávajú nevyhnutnou základnou službou a je možné pozorovať rýchlejšie rastúci trend tržieb za tieto služby (Novacká, 1994, s. 9 - 14).

Hotely členíme z viacerých hľadísk. Z hľadiska doby prevádzky členíme hotely na celoročné, ktoré poskytujú služby počas celého roka, a na sezónne, ktorých prevádzka je limitovaná na určité obdobie. Z hľadiska veľkosti hotela môžeme rozlišovať malé hotely do 100 lôžok, stredne veľké hotely od 101 do 250 lôžok a veľké hotely, ktoré majú viac ako 250 lôžok. V závislosti od stupňa rozvoja cestovného ruchu sa veľkosť hotelov v jednotlivých krajinách značne líši. V niektorých krajinách s rozvinutým cestovným ruchom patrí napr. hotel s 300 lôžkami medzi stredne veľké hotely. Hotely je ďalej možné členiť podľa ich určenia, pričom môže ísť napr. o kongresový, rekreačný, šport a rodinný hotel (Patúš, Gúčík, 2005, s. 28 - 30).

V prípade členenia hotelov môžeme vychádzať aj z kategorizácie ubytovacích zariadení jednotlivých krajín. Na Slovensku sa do kategórie hotel zaraďuje garni hotel, horský hotel, kongresový hotel, wellness hotel, kúpeľný hotel, boutique hotel, apartmánový hotel a motel (Vyhláška Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky č. 277/2008 Z. z.). V Anglicku sa do kategórie hotel zaraďuje vidiecky hotel, malý hotel, mestský hotel, metro hotel, a hotel poskytujúci lacné ubytovanie (Hotel, 2014).

Pozícia hotelov, nezávisle od ich členenia, vo významnej miere závisí od kvality poskytovaných služieb. Napriek tomu, zabezpečenie kvality v cestovnom ruchu je pomerne zložité a to z dôvodu, že produkt cestovného ruchu tvorí čiastočne súbor hmotných statkov, ale spokojnosť návštevníkov v cestovnom ruchu ovplyvňuje hlavne nehmotná stránka služieb. Preto by sa malo zabezpečovanie kvality v cestovnom ruchu podporovať na základe určitej koncepcie, ktorá má svoj vnútorný poriadok, t. j. systém kvality (Šípková, 2004, s. 98 - 110).

## 1.2. Systémy kvality v cestovnom ruchu

Kvalita služieb sa pokladá za dôležitý faktor konkurencie, za činiteľ, ktorý prispieva k zosúladeniu ponuky a dopytu (Rapacz, 1995, s. 167 - 173).

Podľa STN EN ISO 9000 : 2006 kvalita je „miera, s akou súbor vlastných charakteristík (produktu, procesu alebo systému) spĺňa požiadavky zákazníkov a ďalších zainteresovaných strán“.

Podobnú definíciu uvádzajú Horner a Swarbrooke (2003, s. 386), ktorí pod kvalitou rozumejú „prvky a vlastnosti produktu, ktoré ovplyvňujú jeho schopnosť uspokojovať potreby a prania zákazníka“.

V Krátkom slovníku cestovného ruchu sa definuje kvalita služby ako „schopnosť poskytovateľa služby vytvoriť požadovaný výkon na určitej úrovni za účasti zákazníka a podľa jeho očakávaní“ (Gúčík a kol., 2004, s. 65, heslo Kvalita služby).

Podľa Sládeka (2007, s. 244) kvalita služby „je daná stupňom, v akom sa potreby návštevníkov berú do úvahy v produkte zariadenia, uspokojujú sa bez reklamácií, ako aj stupňom uvedomovania si, že ich potreby sa môžu uspokojiť po stránke vecnej i ľudskej“.

Konštatujeme, že súčasné definície pojmu kvalita služby sú zákaznícky orientované. Produkt je kvalitný vtedy, ak má vlastnosti zhodné s požiadavkami zákazníka. Pojem kvalita pritom neznamená najlepšie, ale je to schopnosť podniku uspokojiť potreby zákazníkov. Kvalitu hotelových služieb určuje hosť hotela, preto je dôležité, aby hotely ponúkali služby, ktoré zabezpečia úžitkový efekt pre hosťa. Každý hosť vníma kvalitu rôzne, pričom porovnáva dosiahnutú kvalitu s očakávanou. Preto je dôležité, aby sa manažéri hotelov usilovali o zvyšovanie kvality svojich služieb.

Jedným z opatrení, ktoré môžu prispieť k zvýšeniu kvality služieb je zavádzanie systému kvality. STN EN ISO 9000 : 2006 charakterizuje systém kvality ako „súbor vzájomne previazaných alebo vzájomne pôsobiacich prvkov za účelom dosiahnutia kvality“. Systémom kvality teda rozumieme skutočné návody na jednoznačné správanie sa podnikov s cieľom dosiahnutia želanej kvality. Nie je to systém, ktorý je nemenný, ale ktorý sa musí prispôbovať meniacim sa podmienkam trhu a taktiež meniacim sa požiadavkám zákazníkov (Styk, Mateides, Kučera, 1998, s. 73 - 75).

V literatúre sa systémy kvality vymedzujú rozdelením na koncepcie kvality, resp. úrovne koncepcií kvality. Šalgovičová, J. (2006, s. 50) pod koncepciou kvality rozumie „myšlienkovú štruktúru, používanú na charakterizovanie predmetu“. Autori členia koncepcie kvality odlišne. Casadesús a Heras (2006, s. 173 - 179) rozlišujú tri úrovne koncepcií kvality a to nástroje kvality, systémy kvality na zabezpečovanie kvality a systémy kvality na zlepšovanie kvality. Nástrojom kvality rozumejú pomôcku pri uplatňovaní kvality, systémom kvality na zabezpečovanie kvality systém kvality zameraný na poskytovanie dôvery, že sa splnia požiadavky na kvalitu a systémom kvality

na zlepšovanie kvality systém kvality zameraný na zvyšovanie spôsobilosti plniť požiadavky na kvalitu.

Podľa Gúčika (2000, s. 84 - 85) sa v cestovnom ruchu uplatňujú tri koncepcie systémov kvality, a to koncepcia štandardov vybavenosti a služieb, koncepcia kvality podľa noriem ISO radu 9000 a koncepcia komplexného manažérstva kvality (TQM).

Štandardy vybavenosti a služieb stanovujú požiadavky na produkt alebo službu, definujú cieľové požiadavky a sú zároveň indikátorom na meranie splnenia požiadaviek na kvalitu (Gúčík, 2011, s. 44 - 46). Požiadavky sú definované na dispozičné riešenie a vybavenosť jednotlivých priestorov zariadení cestovného ruchu, doplnkové služby, pracovné procesy, kvalitu produktov a služieb, komunikáciu s hosťom, informačný systém, terminológiu, systém riadenia, hygienické podmienky, protipožiarne opatrenia, ekologické požiadavky, bezpečnosť pohybu hostí i zamestnancov, dopravné a parkovacie podmienky a podobne (Sládek, 2003, s. 113 - 114; Šípková, 2004, s. 98 - 110). Trendom je špecializácia štandardov na vybrané cieľové skupiny zákazníkov (ekologicky uvedomelých, telesne postihnutých, rodiny s deťmi, športovcov, cyklistov, peších turistov, gurmánov ap.), špecializácia na produkt cestovného ruchu, snaha o zjednocovanie štandardov (hlavne zo strany Európskej únie) a zaraďovanie požiadaviek na pracovné postupy (požiadavka pravidelne sledovať želania a spokojnosť zákazníkov) (Gúčík, Šípková, 2007, s. 131 - 147; Šípková, 2004, s. 98 - 110). Štandardy vybavenosti a služieb môžu existovať vo forme klasifikácií, kategorizácií, certifikačných schém, zákonov, vyhlášok, technických noriem, interných predpisov a noriem, metodických pokynov. Za splnenie stanovených požiadaviek sa udeľuje značka kvality (Gúčík, 2011, s. 44 - 46).

V cestovnom ruchu ide o medzinárodné, národné, regionálne, miestne a podnikové štandardy. Medzinárodné a národné štandardy sú zamerané na ochranu spotrebiteľa a usmerňujú podnikateľov v cestovnom ruchu, aká má byť ponuka, čo má obsahovať, akým nárokom má zodpovedať. Väčšinou majú podobu kategorizácií. Osobitné postavenie majú tie kategorizácie, ktoré vytvorili veľké európske spoločnosti, ako napr. touroperátori, automobilové asociácie, na hodnotenie kvality služieb svojich dodávateľov. Podnikové štandardy môžu upravovať okrem požiadaviek na produkt aj požiadavky na procesy a činnosti, ktoré v podniku prebiehajú. Význam podnikovej štandardizácie sa v praxi prejavuje aj v sieťových podnikoch cestovného ruchu, ako je to aj v prípade hotelov združených do hotelových spoločností (Gúčík, 2011, s. 44 - 46). Host' očakáva rovnakú ponuku a kvalitu poskytovaných služieb vo všetkých hoteloch patriacich do danej siete (Janičková, Makovník, Šebová, 2006, s. 82 - 85).

Koncepcia kvality na základe noriem ISO radu 9000 je založená na sústave štandardizovaných vzťahov (Gúčík, 2000, s. 84 - 85). Súbor základných medzinárodných noriem ISO radu 9000 tvorí trojica noriem. „Norma ISO 9000 : 2005 Systémy manažérstva kvality. Základy a slovník.“, ktorá špecifikuje terminológiu systémov manažérstva kvality, „Norma ISO 9001 : 2008 Systémy manažérstva kvality. Požiadavky.“, ktorá stanovuje požiadavky na systém manažérstva kvality, ktoré organizácia môže použiť s cieľom uspokojiť zákazníka tým, že vyhovie jeho požiadavkám a zároveň aj požiadavkám príslušných predpisov (Janičková, Makovník, Šebová, 2006, s. 82 - 85). Požiadavky sú všeobecné, t. j. dajú sa aplikovať tak vo výrobných podnikoch ako aj v podnikoch poskytujúcich služby, bez ohľadu na ich veľkosť (Beránek, Kotek, 2007, s. 53 - 59). Ďalšou medzinárodnou normou je „Norma ISO 9004 : 2001 Systémy manažérstva kvality. Návod na zlepšovanie výkonnosti.“, ktorá poskytuje organizáciám návod na zlepšovanie výkonnosti (Janičková, Makovník, Šebová, 2006, s. 82 - 85). Normy sú založené na ôsmich zásadách, a to zameranie sa na zákazníka, vodcovstvo, zapojenie zamestnancov, procesný prístup, systémový prístup, trvalé zlepšovanie, rozhodovanie sa na základe faktov a vzájomné užitočné vzťahy s dodávateľmi (Beránek, Kotek, 2007, s. 53 - 59). Táto koncepcia kvality vychádza z predpokladu, že podnik je procesne orientovaný. Základom procesného prístupu je metodika PDCA: plánuj (plan) – určí ciele a procesy potrebné na splnenie požiadaviek zákazníkov a politiky kvality, urob (do) – zaved' procesy, overuj (check) – monitoruj a meraj procesy a produkt vo vzťahu k politike kvality, stanoveným cieľom a požiadavkám na produkt a dokumentuj výsledky, konaj (act) – prijmi opatrenia na neustále zlepšovanie procesov (Šatanová, Hekelová, Závadský a kol., 2014, s. 146 - 147). Zavŕšením zavedenia systému kvality podľa normy ISO 9001 je certifikácia systému a získanie certifikátu. Certifikácia je postup, ktorým sa poskytuje písomná záruka, že výrobok, proces alebo služba sú v zhode so špecifikovanými požiadavkami. Splnenie požiadaviek sa potvrdzuje vystavením certifikátu, ktorý je dokladom o spôsobilosti certifikovanej organizácie poskytovať kvalitné služby, ktoré zodpovedajú požiadavkám zákazníkov. Certifikát je platný tri roky, pritom raz ročne sa musí vykonávať interný audit a po troch rokoch je možné certifikát obnoviť (Beránek, Kotek, 2007, s. 53 - 59).

S uplatňovaním noriem ISO sa spájajú určité výhody aj nevýhody. Jednou z výhod je, že normy predstavujú návod na zavedenie systému kvality v organizácii, ktorá po certifikácii získava medzinárodne uznávanú značku kvality. Ďalej sa zavedie poriadok do všetkých procesov a činností, určí sa zodpovednosť za činnosti a viac sa začnú sledovať náklady spojené s jednotlivými činnosťami (Šípková, 2004, s. 98 - 110). Aplikáciou

noriem ISO radu 9000 sa zároveň zlepši aj komunikácia v podniku, čo sa v konečnom dôsledku prejavuje v dosahovaní lepších výsledkov (tabuľka 3) (Indrová, Houška, Petrů, 2011, s. 33 - 34).

Tabuľka 3 Bežné problémy riešené pomocou aplikácie noriem ISO radu 9000 – predpokladané výsledky

| Bežné problémy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Predpokladané výsledky                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamestnanci robia chyby kvôli zlej príprave</li> <li>- pri výskyte chýb je ťažké určiť ich príčinu a rovnaké chyby majú tendenciu opakovať sa</li> <li>- každý pracuje svojím vlastným spôsobom a z toho dôvodu aj na rôznej úrovni kvality</li> <li>- rôzne útvary podniku navzájom nekomunikujú</li> <li>- zamestnanci necítia zodpovednosť za kvalitu</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- zabezpečenie adekvátnej prípravy zamestnancom</li> <li>- pomocou kontroly je možné odhaliť príčiny chýb a stanoviť preventívne opatrenia</li> <li>- najlepšia cesta ku kvalite je spoločne využívaný a prijatý pracovný postup</li> <li>- zabezpečená komunikácia a koordinácia</li> <li>- zamestnanci, ktorí dodávajú produkty, sú zodpovední za riadenie kvality</li> </ul> |

Prameň: Spracované podľa Indrová, Houška, Petrů, 2011, s. 34.

Na druhej strane so zavedením systému kvality na základe normy ISO 9001 sa spájajú aj určité nevýhody. Hlavnou nevýhodou je univerzálnosť noriem, čo sa prejavuje najmä v prípade začínajúcich podnikov, ktoré majú problémy aplikovať požiadavky noriem do praxe, pretože formulácie v normách sú príliš nepresné a neurčité (Nenadál, Noskovičová, Petříková a kol., 2005, s. 23 - 24). Uvedené požiadavky sú len minimálne a nie sú stanovené striktné spôsoby ich splnenia. Náklady spojené so službami poradenských a certifikačných spoločností môžu taktiež odradiť podniky od zavedenia daného systému kvality (Šípková, 2004, s. 98 - 110). Okrem finančnej náročnosti, zavádzanie systému kvality podľa normy ISO 9001 je spojené aj s časovou náročnosťou. Veľký priestor sa venuje príprave systémovej dokumentácie, ktorá obsahuje príručku kvality (vyjadruje rozhodnutie vedenia podniku cestovného ruchu o tom, že spokojnosť návštevníkov je prvoradým cieľom všetkých zamestnancov), pracovné postupy (určujú ciele a rozsah povinností a zodpovedností na všetkých úrovniach riadenia) a pracovné pokyny (podrobne charakterizujú činnosti zamestnancov) (Sládek, a kol., 2001, s. 202 - 206).

Koncepcia kvality podľa noriem ISO radu 9000 sa v cestovnom ruchu uplatňuje menej, najmä preto, že v cestovnom ruchu ide skôr o mikro a malé podniky, ktoré necítia potrebu formalizovať ich administratívny systém, mnohé podniky majú obavy z náročnosti dokumentácie a výšky nákladov, ktoré môžu prevážiť nad dosiahnutým úžitkom, určitý podiel podnikov cestovného ruchu by uvítal skôr normu s konkrétnejšími požiadavkami

zavedenia systému kvality v cestovnom ruchu, podniky patriace do podnikových sietí majú často zavedené vlastné systémy kvality (Šípková, 2004, s. 98 - 110).

Koncepcia komplexného manažérstva kvality (TQM) je prístup manažmentu organizácie zameraný na kvalitu, založený na účasti všetkých členov organizácie s cieľom dosiahnuť dlhodobý úspech prostredníctvom uspokojovania zákazníkov a prospechu všetkých členov podniku a spoločnosti (Mateides, Strašík, 2004, s. 123 - 125). Koncepcia TQM sa skladá z troch základných pilierov, ktoré tvoria ľudia, procesy a výsledky. Vyznačuje sa určitými princípmi, medzi ktoré patria orientácia na zákazníka, princíp vedenia ľudí a tímovej práce, partnerstvo s dodávateľmi, orientácia na procesy, princíp rozvoja a angažovanosti ľudí, neustále zlepšovanie a inovácie, princíp merateľnosti a výsledkov a zodpovednosť voči okoliu (Šatanová, Hekelová, Závadský a kol., s. 144 - 146). Komplexné manažérstvo kvality pozostáva z technického a sociálneho subsystému a zo vzájomných vzťahov medzi nimi. Obidva fungujú na základe rôznych zákonitostí. Technický subsystém funguje na mechanickom vykonávaní práce alebo na logike a obsahuje prvky ako princípy komplexného manažérstva kvality, dostatočné právomoci v oblasti kvality, jasne formulovanú podnikateľskú politiku a politiku kvality, použitie techník riešenia problémov a komplexný a cielený tréningový program (Šatanová, Hekelová, Závadský a kol., 2014, s. 69 - 70). Dôraz sa kladie na sociálny subsystém, ktorý sleduje medziľudské vzťahy na všetkých úrovniach. Pozostáva z prvkov ako otvorená podniková klíma, sústavné školenia a zlepšovania, tímová práca, zapojenie všetkých zainteresovaných strán, štýl riadenia zameraného na zamestnancov a pozitívny vzťah manažmentu k zamestnancom a práci (Mateides a kol., 2006, s. 395 - 403). Obidva subsystémy a ich princípy sa navzájom prelínajú a ovplyvňujú (Janičková, Makovník, Šebová, 2006, s. 83 - 85).

Koncepcia komplexného manažérstva kvality nie je zviazaná s normami ako koncepcia ISO, ale sa zavádza na základe štandardizovaných modelov, ktoré vznikli najmä z dôvodov stimulácie podnikateľského prostredia, propagovania filozofie TQM a podpory pre tvorbu konkurenčného prostredia. Implementácia jednotlivých modelov sa spája s udeľovaním ocenenia kvality (Paulová, Hekelová, Šatanová a kol., 2008, s. 34 - 35). Pod oceneniami kvality rozumieme udelenie cien ako dôkaz podpory kvality, chápania kvality v celej organizácii, ako aj jej úspešného presadzovania sa. Ocenenia kvality obsahujú oveľa prísnejšie kritériá, ako normy ISO radu 9000 (Mateides, Strašík, 2004, s. 159 - 160). Medzi najvýznamnejšie modely patrí MBNQA model, Demingova cena, TQMEX model a SQF model. V európskom priestore sa používa model výnimočnosti

Európskej nadácie manažérstva kvality EFQM. Model výnimočnosti EFQM slúži na ocenenie podnikov, ktoré venujú mimoriadnu pozornosť kvalite a povzbudzuje ďalšie nasledovať ich príklad. Rozlišujú sa tri základné stupne výnimočnosti modelu, a to 1. stupeň – Zaviazaný k výnimočnosti, 2. stupeň – Uznaný za výnimočný a 3. stupeň – Európska cena za kvalitu (Paulová, Hekelová, Šatanová a kol., 2008, s. 27 - 29). Model rešpektuje princípy komplexného manažérstva kvality a zároveň sa opiera o jeho tri základné piliere. Model výnimočnosti je založený na deviatich kritériách, z ktorých každé má inú váhu pri hodnotení. Kritériá sa rozdeľujú do dvoch podskupín. Prvou podskupinou sú predpoklady, ktoré obsahujú päť kritérií, a to vodcovstvo v podniku, použitá stratégia a plánovanie, pôsobenie na zamestnancov, využívané zdroje a partnerstvá a kritérium dobrého fungovania procesov. Druhú podskupinu tvoria výsledky so štyrmi kritériami, ktoré pozostávajú z výsledkov vo vzťahu k zamestnancom, výsledkov vo vzťahu k zákazníkom, výsledkov vo vzťahu k spoločnosti a kľúčových výsledkov výkonnosti podniku (Model výnimočnosti EFQM, 2014). Výnimočný podnik musí na to, aby bol úspešný splniť predpoklady, aby boli dosahované dobré výsledky. Zmyslom hodnotenia kritérií je získať ponaučenie a inšpiráciu, aby sa podnik neustále zlepšoval. V dôsledku vykonaných zmien, sa model obohatil o prvky inovácie a vzdelávania, ktoré prispievajú k zlepšovaniu predpokladov, čo zároveň vedie k zlepšovaniu výsledkov (Ďurian, 2015). Model sa môže používať vo všetkých sektoroch a podnikoch, vrátane súkromných, verejných alebo neziskových bez ohľadu na ich veľkosť, procesy a produkty (Mateides, Strašík, 2004, s. 167 - 170).

Medzi prínosy uplatňovania komplexného manažérstva kvality patrí vyššia produktivita, vyššia morálka a väčšie zameranie na zákazníkov. Tieto úžitky môžu viesť k väčšej podpore verejnosti a zlepšeniu mena podniku. Zamestnanci môžu slobodne používať svoju kreativitu na rozvíjanie nových myšlienok, čo sa prejavuje v ich vyššej lojalite voči podniku a nebudú ho vnímať iba ako svojho zamestnávateľa. Ak sa zamestnanci cítia potrební, vedie to k opätovnému zvýšeniu ich produktivity. Ďalej, úspešná tímová práca sa odráža pri zefektívňovaní procesov a poskytuje podniku väčšiu flexibilitu pri riešení problémov. Hlavnými nevýhodami komplexného manažérstva kvality sú vysoké náklady na vzdelávanie zamestnancov a v niektorých prípadoch aj ich neprispôsobilosť (Paulová, Hekelová, Šatanová a kol., 2008, s. 26 - 27).

Koncepcia komplexného manažérstva kvality sa v cestovnom ruchu uplatňuje predovšetkým v cieľových miestach cestovného ruchu, a to najmä kvôli zameraniu sa

na manažment ľudských zdrojov v cieľových miestach cestovného ruchu (Šípková, 2004, s. 98 - 110).

V niektorých európskych krajinách existujú aj špecifické systémy kvality určené pre podniky a cieľové miesta cestovného ruchu. Medzi tieto systémy kvality patria švajčiarske systémy Valais Excellence, Pečať kvality pre švajčiarsky cestovný ruch a alpský Alpine Wellness. Ďalej, sem patria fínsky Quality 1000, španielsky Sistema de Calidad, európske systémy integrovaného manažérstva kvality pre mestské strediská, vidiecke a pobrežné oblasti a systém pre národné parky Ľudia a príroda (People and Nature Parks – PAN). Tieto systémy kvality sa od seba líšia v tom, na akom základe boli vytvorené (väčšinou vychádzajú z noriem ISO radu 9000 a modelu výnimočnosti EFQM, ktoré boli ďalej prispôsobené pre cestovný ruch rôznymi spôsobmi), zároveň sa líšia formou, zameraním, záväznosťou a rozsahom (Šípková, 2004, s. 98 - 110).

### 1.3. Vybraný postup riešenia

Cieľom diplomovej práce je preskúmať a kriticky zhodnotiť uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. Dosiahnutie hlavného cieľa práce podmieňujú čiastkové ciele. Prvým čiastkovým cieľom práce je poukázať na význam cestovného ruchu v Anglicku. Druhým čiastkovým cieľom je preskúmať systémy kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. Tretím čiastkovým cieľom je preskúmať uplatňovanie systémov kvality vo vybraných hoteloch v Anglicku. Štvrtým čiastkovým cieľom je zhodnotiť súčasnú situáciu uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku.

Objektom skúmania sú podniky cestovného ruchu v Anglicku. Subjektom skúmania je systém kvality.

Prvú kapitolu sme spracovali na základe sekundárnych zdrojov a objasnili sme problematiku uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu. Čerpali sme z domácej a zahraničnej knižnej (Gúčík a kol.; Kaspar; Kučerová, Strašík, Šebová; Gúčík; Sládek; Orieška; Novacká; Kunz; Zegg; Janičková, Makovník, Šebová; Patúš; Horner a Swarbrooke; Styk, Mateides, Kučera; Šalgovičová; Casadesús a Heras; Šatanová, Hekelová, Zavadský a kol.; Indrová, Houška, Petrů; Nenadál, Noskievičová, Petříková a kol.; Mateides, Strašík; Beránek, Kotek; Mateides a kol.; Paulová, Hekelová, Šatanová a kol.) a časopiseckej literatúry (Ekonomická revue cestovného ruchu), informácií z internetových stránok zaoberajúcich sa danou problematikou ([www.ssk.sk](http://www.ssk.sk);

www.mktraining.sk; www.visitengland.com; www.qualityintourism.com) a relevantných legislatívnych predpisov (Vyhlášky Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky č. 277/2008 Z. z. z 26. júna 2008, ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia pri ich zaradovaní do kategórií a tried; Norma ISO 9000 : 2005 Systémy manažérstva kvality. Základy a slovník; Norma ISO 9001 : 2008 Systémy manažérstva kvality. Požiadavky; Norma ISO 9004 : 2001 Systémy manažérstva kvality. Návod na zlepšovanie výkonnosti).

V druhej kapitole sme sa zaoberali analýzou uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku, pričom sme sa sústredili na analýzu systémov kvality s národným rozsahom určeným pre hotely. Sekundárne informácie sme získali najmä z internetových stránok zaoberajúcich sa danou problematikou a od Marity Sen, zamestnankyne organizácie VisitEngland. Primárny prieskum sme realizovali metódou opytovania, pričom nástrojom zberu údajov bol štruktúrovaný rozhovor. Štruktúrované rozhovory sme viedli s manažermi vybraných hotelov. Výberový súbor tvorili tri hotely, a to Brockencote Hall, The Moat House a Tillington Hall. Prvý hotel sme vybrali na základe osobných skúseností, pričom pri výbere posledných dvoch hotelov sme uskutočnili náhodný výber. Prieskumom sme zisťovali prístup podnikov cestovného ruchu k systémom kvality. Pokladom pre rozhovor s manažermi bol dotazník, ktorý obsahuje 11 otázok, a to uzavreté, polootvorené a otvorené. Otázkami sme zisťovali, či sa vo vybraných podnikoch uplatňujú systémy kvality a aké, motivačné faktory zavedenia systémov kvality, pozitíva a negatíva súvisiace s uplatňovaním systémov kvality, potrebu implementácie systémov kvality v podniku cestovného ruchu, zavádzanie ďalších systémov kvality v budúcnosti, faktory, ktoré bránia uplatňovaniu systémov kvality v podniku, názor manažérov na zabezpečovanie kvality služieb cestovného ruchu v Anglicku a význam systémov kvality pre krajiny, ktoré ich uplatňujú. Znenie otázok použitých v rozhovore uvádzame v prílohe 1.

V tretej kapitole sme zhodnotili súčasnú situáciu uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku a poukázali na možnosti využitia skúseností s uplatňovaním systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku na Slovensku.

Pri spracúvaní dát sme použili teoretické metódy skúmania, najmä metódy analýzy a syntézy, metódu komparácie, metódy indukcie a dedukcie. V práci sme použili aj metódu abstrakcie, kedy sme abstrahovali od nepodstatného a pracovali sme len pojmami relevantnými pre našu prácu.

## **2. UPLATŇOVANIE SYSTÉMOV KVALITY V PODNIKOKH CESTOVNÉHO RUCHU V ANGLICKU**

V úvode analytickej časti diplomovej práce charakterizujeme stav cestovného ruchu v Anglicku. Následne sa zaoberáme charakteristikou systémov kvality, ktoré sa uplatňujú v cestovnom ruchu v Anglicku, a prieskumom vo vybraných podnikoch cestovného ruchu.

### **2.1. Cestovný ruch v Anglicku**

Anglicko je najvyhľadávanejším cieľovým miestom z krajín Spojeného kráľovstva a zároveň aj krajinou s rozvinutým cestovným ruchom. Anglicko v roku 2014 zaznamenalo 83 % podiel uskutočnených domácich príchodov s prenocovaním a 87 % podiel uskutočnených zahraničných príchodov s prenocovaním z celkového počtu uskutočnených domácich a zahraničných príchodov s prenocovaním v Spojenom kráľovstve. Územie Anglicka tvorí 9 regiónov cestovného ruchu. Najnavštevovanejšími regiónmi v roku 2014 boli región Londýn, región Juhovýchodné Anglicko a región West Midlands. Hlavnými motívmi návštevníkov v domácom aj aktívnom zahraničnom cestovnom ruchu bola rekreácia, návšteva príbuzných a známych a pracovná cesta. Priemerný vek návštevníkov bol 30 – 50 rokov. Podľa prevažujúceho miesta pobytu v domácom aj aktívnom zahraničnom cestovnom ruchu v roku 2014 išlo o mestský, prímestský a prímorský cestovný ruch. Najčastejšími využívanými ubytovacími zariadeniami boli hotely a penzióny. Priemerné využitie izieb hotelov bolo 73 % a priemerné využitie lôžok 54 %. V prípade penziónov išlo o 55 %-né priemerné využitie izieb a 43 %-né priemerné využitie lôžkovej kapacity. Preferovaným dopravným prostriedkom v domácom cestovnom ruchu bol osobný automobil. Najčastejšie využívaným dopravným prostriedkom v prípade aktívneho zahraničného cestovného ruchu bolo lietadlo (The Value of Tourism in England, 2015). Anglicko s cieľom udržania svojej dominantnej pozície na trhu cestovného ruchu uplatňuje systémy kvality.

### **2.2. Systémy kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku**

V Anglicku existujú mnohé organizácie zaoberajúce sa zabezpečovaním kvality služieb cestovného ruchu. Medzi najvýznamnejšie organizácie zodpovedné za realizáciu

systémov kvality na národnej úrovni patrí Národná agentúra pre cestovný ruch v Anglicku, VisitEngland a Automobilová asociácia AA, The Automobile Association (The AA) (About Quality in Tourism, 2015).

Organizácia VisitEngland vznikla v roku 2009. Jej hlavná úloha spočíva v zodpovednosti za rozvoj cestovného ruchu a makromarketing Anglicka na medzinárodnom trhu cestovného ruchu a v Spojenom kráľovstve. V oblasti zabezpečovania kvality služieb cestovného ruchu na národnej úrovni vytvára a rozvíja systémy kvality pre rôzne druhy podnikov cestovného ruchu (ubytovacie zariadenia, pohostinské zariadenia, dopravné zariadenia, atraktivity cestovného ruchu, cestovné kancelárie, cestovné agentúry, turistické informačné centrá), určuje kritériá hodnotenia kvality, zabezpečuje marketing podnikov zapojených do systémov kvality a zodpovedá za správu značky kvality „enjoyEngland“ (About Quality in Tourism, 2015).

Organizácia VisitEngland vytvorila a rozvíja nasledovné systémy kvality (VisitEngland Star Ratings, 2015):

- Kategorizácia ubytovacích zariadení (National Quality Assessment Scheme),
- Strieborná značka kvality za ubytovacie služby (VisitEngland's Silver Award),
- Zlatá značka kvality za ubytovacie služby (VisitEngland's Gold Award),
- Značka kvality ruža (VisitEngland's Rose Award),
- Značka kvality za raňajky (VisitEngland's Breakfast Award),
- Certifikačná schéma Víťame rodiny (Families Welcome Scheme),
- Certifikačná schéma Víťame cyklistov (Cyclists Welcome Scheme),
- Certifikačná schéma Víťame peších turistov (Walkers Welcome Scheme),
- Certifikačná schéma Víťame hostí s domácimi zvieratami (Pets Welcome Scheme),
- Certifikačná schéma Ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu (National Accessible Scheme),
- Cena za výnimočnosť (Excellence in England Award),
- Štandard kvality diaľnic v Anglicku (VisitEngland's Motorway Service Area Quality Scheme),
- Štandard kvality atraktivít cestovného ruchu (VisitEngland's Visitor Attraction Quality Assurance Scheme),
- Štandard kvality pamätihodností (VisitEngland's Place of Interest Quality Assurance Scheme),
- Štandard kvality turistických informačných centier (VisitEngland's Tourist Information Centre Quality Assurance Scheme).

Preskúmanie splnenia požiadaviek a udelenie značiek a cien kvality vykonáva zmluvný partner organizácie VisitEngland, a to certifikačná organizácia Quality in Tourism (About Quality in Tourism, 2015).

Automobilová asociácia AA vznikla v roku 1905. Jej hlavnou úlohou je poskytovanie služieb motoristom v podobe poistení a financovaní kúpy automobilov. Svoju činnosť vykonáva nielen v Anglicku, ale na celom území Spojeného kráľovstva. V oblasti zabezpečovania kvality služieb cestovného ruchu vytvára a rozvíja systémy kvality pre ubytovacie zariadenia (kategórie hotel, penzión, ubytovacie zariadenie s vlastnou prípravou jedál, karavan a kemping park) a pohostinské zariadenia, určuje kritériá hodnotenia kvality, zabezpečuje marketing podnikov zapojených do systémov kvality a zodpovedá za správu značky kvality „AA“. Automobilová asociácia AA zároveň zodpovedá za preskúmanie splnenia požiadaviek a udelenie značiek a cien kvality (Guide to AA ratings and awards, 2015).

Automobilová asociácia AA vytvorila a rozvíja nasledovné systémy kvality (Guide to AA ratings and awards, 2015):

- Kategorizácia ubytovacích zariadení (The AA Categorization)<sup>1</sup>,
- Značka kvality červené hviezdičky (The AA Red Star Inspector's Choice Award),
- Značka kvality za raňajky (The AA Breakfast Award),
- Značka kvality za večere (The AA Dinner Award),
- Značka kvality Rozeta za kulinársku výnimočnosť (The AA Rosette Award for Culinary Excellence),
- Cena za pohostinnosť (The AA Hospitality Award).

V Anglicku sa na národnej úrovni uplatňujú aj ďalšie systémy kvality. Medzi tieto systémy kvality patrí (VisitEngland Hotel Accommodation Quality Standard, 2015; The UK Standard for Accredited venues, 2015; David Bellamy Conservation Awards, 2015):

- Certifikačné schéma Zelený cestovný ruch (Green Accreditation Scheme),
- Značka kvality za kongresové služby (Accredited in Meetings Award),
- Značka kvality za ochranu prírody (David Bellamy Conservation Award).

---

<sup>1</sup> Hotely a penzióny v Anglicku majú možnosť zapojiť sa do systému kvality Kategorizácia ubytovacích zariadení spravovaného organizáciou VisitEngland alebo Automobilovou asociáciou AA. Hodnotenie kvality hotelov a penziónov sa na celom území Spojeného kráľovstva vykonáva na základe rovnakých požiadaviek, ako výsledok dohody medzi štyrmi národnými agentúrami pre cestovný ruch (VisitEngland, VisitWales, VisitScotland, Národná agentúra pre cestovný ruch v Severnom Írsku) a Automobilovou asociáciou AA. Platí zásada rovnakého výsledku hodnotenia, t. j. ubytovacie zariadenie musí byť zaradené do rovnakej kategórie a triedy bez ohľadu na to, ktorá organizácia hodnotenie vykonala. Hotely a penzióny môžu byť členmi oboch systémov kvality naraz.

Okrem systémov kvality uplatňovaných na národnej úrovni, v Anglicku existujú aj systémy kvality s medzinárodným, regionálnym a miestnym rozsahom. S ohľadom na počet a rôznorodosť systémov kvality sa v diplomovej práci sústreďíme na národné systémy kvality určené pre hotely.

#### 2.2.1. Systémy kvality spravované organizáciou VisitEngland

V tejto časti diplomovej práce sa budeme zaoberať systémami kvality, ktoré patria pod správu organizácie VisitEngland. Ich charakteristiku uvádzame v prílohe 2, pričom sa v našej práci bližšie zameriavame na systémy kvality určené pre hotely.

Kategorizáciu ubytovacích zariadení (National Quality Assessment Scheme) vytvorila Národná agentúra pre cestovný ruch v Spojenom kráľovstve, VisitBritain s cieľom jej uplatnenia vo všetkých členských krajinách. Od apríla 2009 zodpovednosť za kategorizáciu ubytovacích zariadení v Anglicku prevzala organizácia VisitEngland. Na území Spojeného kráľovstva sa však naďalej uplatňuje jednotný princíp kategorizácie hotelov a penziónov. Cieľom kategorizácie je umožniť zákazníkom na základe jednotných pravidiel získať objektívne informácie o kvalite poskytovaných služieb ubytovacími zariadeniami na celom území Anglicka (Quality Assessment and Star Ratings, 2015).

Kategorizácia je zameraná na ubytovacie služby a spočíva v zaradení ubytovacieho zariadenia do príslušnej kategórie (hotel, motel, penzión, ubytovacie zariadenie s vlastnou prípravou jedál, apartmán, prázdninový park, prázdninové ubytovanie, ubytovňa, univerzita/areál školy, karavan, chata a alternatívne ubytovanie) a triedy (\* až \*\*\*\*\* alebo písmená pre prázdninový park a alternatívne ubytovanie). V tabuľke 4 uvádzame charakteristiku kategórií hotelov a v tabuľke 5 uvádzame charakteristiku tried hotelov. Kategorizácia ubytovacích zariadení sa zakladá na koncepcii kvality štandardov vybavenosti a služieb. Funguje na dobrovoľnej báze.

Tabuľka 4 Charakteristika kategórií hotelov

| Kategória hotela                   | Charakteristika                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| vidiecky hotel                     | nachádza sa v pokojnom a tichom prostredí mimo centra miest, resp. na vidieku; je obklopený bohatými záhradami; často má rekreačný charakter, čo ovplyvňuje aj dobu prevádzky zúženú na obdobie sezóny; poskytuje širokú ponuku kvalitných stravovacích služieb                                                                                                                                                                                                                        |
| malý hotel                         | má maximálne dvadsať izieb; je vo väčšine prípadov riadený majiteľom; spravidla poskytuje limitovaný rozsah služieb, ale existujú aj výnimky                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| mestský hotel                      | má kapacitu do päťdesiatich izieb; je situovaný obvykle v centre mesta; poskytovanie kvalitných služieb jedinečného charakteru zabezpečuje kvalifikovaný personál; v prípade, ak nie sú podávané večere, je zabezpečená etážová obsluha vo forme podávania raňajok                                                                                                                                                                                                                     |
| metro hotel                        | situovaný v mestách, ale nie v centrách miest; poskytuje komplexné služby s výnimkou podávania večerí; vzhľadom na obmedzenosť stravovacích služieb sa nachádza v pešej vzdialenosti od iných zariadení cestovného ruchu, ktoré poskytujú stravovacie služby rôzneho charakteru                                                                                                                                                                                                        |
| hotel poskytujúci lacné ubytovanie | moderné, racionálne vybudované a zariadené hotely; poskytujú kvalitné služby adekvátne vybaveniu hotela za cenu, cca o 25-30 % nižšiu ako v bežných hotelových zariadeniach; zaväzovanie k dodržiavaniu čistoty a pohodlnosti hotelových izieb; hotelové izby sú vybavené hygienickým zariadením; ponúkajú možnosť 24 hodinového rezervovania služieb; väčšinou sú súčasťou veľkých medzinárodných hotelových reťazcov, čo vyžaduje poskytovanie jednotných služieb na rovnakej úrovni |

Prameň: Spracované podľa [www.qualityintourism.com](http://www.qualityintourism.com), 2015.

Tabuľka 5 Charakteristika tried hotelov

| Trieda hotela | Charakteristika                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| *             | zdvorilá kvalifikovaná obsluha s neformálnym prístupom; väčšina izieb má vlastné hygienické zariadenie; vo vymedzenom pohostinskom odbytovom stredisku sú denne podávané raňajky a väčšinu dní aj večere                                                                                                                     |
| **            | všetky izby majú vlastné hygienické zariadenie; v reštaurácii alebo inom pohostinskom odbytovom stredisku sú denne podávané raňajky a väčšinu dní aj večere                                                                                                                                                                  |
| ***           | personál je slušne oblečený a vystupuje profesionálne; všetky izby majú vlastné hygienické zariadenie; reštaurácia alebo iné pohostinské odbytové stredisko sú dostupné aj pre ubytovaných aj pre neubytovaných hostí                                                                                                        |
| ****          | profesionálny personál v uniformách ochotne pomáha riešiť potreby a požiadavky hostí; verejné priestory sú väčšinou veľmi dobre vybavené; reštaurácia alebo iné pohostinské odbytové stredisko sú dostupné aj pre ubytovaných aj pre neubytovaných hostí; obed sa podáva vo vymedzených pohostinských odbytových strediskách |
| *****         | luxusné ubytovanie a verejné priestory s množstvom doplnkových služieb a personálom, ktorý ovláda niekoľko jazykov; hostia sú pozdravení pri vstupe do hotela; menu a vínný lístok s vysokou kvalitou                                                                                                                        |

Prameň: Spracované podľa Foscett – Paskins, 2011, s. 331.

Kategorizácia ubytovacích zariadení má formu značky kvality – červeno-biele logo ruže (národný symbol Anglicka) s názvom príslušnej kategórie ubytovacieho zariadenia a označením príslušnej triedy (obrázok 1). Značka kvality sa udeľuje na dobu jedného roka.



Obrázok 1 Značka kvality Kategorizácie ubytovacích zariadení  
Prameň: [www.qualityintourism.com](http://www.qualityintourism.com), 2015.

Z informácií, ktoré sme získali od Marity Sen, zamestnankyne organizácie VisitEngland, vieme, že v Anglicku je v rokoch 2014 - 2015 do Kategorizácie ubytovacích zariadení zapojených 538 hotelov. Štruktúru hotelov zapojených do Kategorizácie ubytovacích zariadení podľa triedy uvádzame v tabuľke 6.

Tabuľka 6 Štruktúra hotelov zapojených do Kategorizácie ubytovacích zariadení podľa triedy v rokoch 2014 - 2015

| Trieda hotela | Štruktúra hotelov zapojených do Kategorizácie ubytovacích zariadení |
|---------------|---------------------------------------------------------------------|
| *             | 1                                                                   |
| **            | 88                                                                  |
| ***           | 321                                                                 |
| ****          | 115                                                                 |
| *****         | 13                                                                  |
| Spolu         | 538                                                                 |

Prameň: Spracované na základe informácií poskytnutých od Marity Sen, zamestnankyne organizácie VisitEngland, 2015.

Podporu pri zavádzaní systému kvality v ubytovacích zariadeniach poskytuje certifikačná organizácia Quality in Tourism. Postup zavádzania systému kvality Kategorizácia ubytovacích zariadení v Anglicku pozostáva zo štyroch krokov: podanie žiadosti, samohodnotenie, hodnotiaci audit (kontrola splnenia požiadaviek, zaradenie ubytovacieho zariadenia do kategórie a triedy, vypracovanie hodnotiacej správy, zaslanie hodnotiacej správy žiadateľovi), udelenie/neudelenie značky kvality (VisitEngland Hotel Accommodation Quality Standard, 2015).

Podanie žiadosti sa uskutočňuje prostredníctvom formulára žiadosť o zaradenie ubytovacieho zariadenia do kategórie a triedy. Žiadosť o zaradenie musí obsahovať názov podniku, adresu, kontaktné údaje podniku a kontaktné údaje na osobu, ktorá bude k dispozícii pri procese zavádzania značky kvality. Ďalej je potrebné do žiadosti uviesť počet jednolôžkových, dvojlôžkových izieb, rodinných izieb, druh hygienického zariadenia

k jednotlivým typom izieb, celkový počet izieb a hygienických zariadení. Žiadajú sa vyplniť aj políčka ako zvolená kategória ubytovacieho zariadenia, otváracia doba ubytovacieho zariadenia, popis ubytovacieho zariadenia, údaje o majiteľovi, resp. novom majiteľovi, informácie o tom, či ubytovacie zariadenie uplatňuje aj iné systémy kvality, poznámky, vyčíslenie poplatkov a spôsob platby.

Samohodnotenie je druhým krokom. Zariadenie môže byť hodnotené majiteľom alebo kvalifikovaným odborníkom – zamestnancom organizácie Quality in Tourism. Podklady pre samohodnotenie poskytne organizácia Quality in Tourism. Zistené nezhody je potrebné odstrániť.

Tretím krokom je hodnotiaci audit. Začína sa kontrolou splnenia požiadaviek. Kontrolu splnenia požiadaviek vykonáva odborník organizácie Quality in Tourism, ktorý anonymne navštívi ubytovacie zariadenie. Dĺžka pobytu odborníka sa odvíja od veľkosti ubytovacieho zariadenia a rozsahu poskytovaných služieb. Kontrole podliehajú dve oblasti:

- splnenie minimálnych požiadaviek na vstup do systému kvality – každé zariadenie musí splniť legislatívne požiadavky na činnosť;
- splnenie požiadaviek v oblasti vybavenosti a služieb – počas návštevy kontrolór hodnotí vybrané oblasti ako je čistota zariadenia, vybavenie izby, vybavenie hygienického zariadenia, služby, kvalita jedla, pohostinnosť a prívetivosť.

Na základe uskutočnenej kontroly sa ubytovacie zariadenie zaradi do príslušnej kategórie a triedy. Zaradenie do triedy závisí od dosiahnutia určitej úrovne splnenia požiadaviek (tabuľka 7). Minimálnu úroveň je potrebné dosiahnuť v každej oblasti. Odborník následne vypracuje hodnotiacu správu, ktorá obsahuje dosiahnuté skóre za všetky hodnotené oblasti a jeho rozhodnutie o zaradení ubytovacieho zariadenia do kategórie a triedy. Odborník zašle hodnotiacu správu žiadateľovi.

Nasleduje posledný krok, kedy organizácia Quality in Tourism na základe hodnotiacej správy udelí/neudelí značku kvality ubytovaciemu zariadeniu.

Tabuľka 7 Požadovaná úroveň splnenia požiadaviek vo vybraných oblastiach podľa triedy pre hotel

| Hotel                      | Trieda      |             |             |             |              |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
|                            | *           | **          | ***         | ****        | *****        |
| Celkové hodnotenie         | 30 % - 46 % | 47 % - 54 % | 55 % - 69 % | 70 % - 84 % | 85 % - 100 % |
| Čistota                    | 40 %        | 50 %        | 65 %        | 75 %        | 90 %         |
| Vybavenie izby             | 30 %        | 47 %        | 55 %        | 70 %        | 85 %         |
| Vybavenie hyg. zariadenia  | 30 %        | 47 %        | 55 %        | 70 %        | 85 %         |
| Služby                     | 30 %        | 47 %        | 55 %        | 70 %        | 85 %         |
| Kvalita jedla              | 30 %        | 47 %        | 55 %        | 70 %        | 85 %         |
| Pohostinnosť a prívetivosť | 30 %        | 47 %        | 55 %        | 70 %        | 85 %         |

Prameň: Spracované podľa [www.qualityintourism.com](http://www.qualityintourism.com), 2015.

Náklady súvisiace so zavedením a uplatňovaním Kategorizácie ubytovacích zariadení tvoria náklady spojené s odstránením zistených nezhôd s certifikačnými kritériami, vstupné poplatky, ročné poplatky a poplatok za značku (tabuľka so značkou). Vstupné poplatky sa vyberajú len v prvom roku, vtedy, keď sa ubytovacie zariadenie po prvýkrát zapojí do kategorizácie. Ročné poplatky sa vyberajú každý rok a sú určené pre ubytovacie zariadenia, ktoré sa rozhodli recertifikovať. Vstupné a ročné poplatky sa určujú v závislosti od kategórie ubytovacieho zariadenia, od počtu izieb ubytovacieho zariadenia a od tarify ubytovacieho zariadenia. Pod tarifou rozumieme cenu jednolôžkovej izby s raňajkami alebo cenu za ubytovanie jednej osoby s raňajkami (ak ubytovacie zariadenie nemá jednolôžkovú izbu). V tabuľke 8 uvádzame výšku vstupných a ročných poplatkov vrátane dane z pridanej hodnoty (20 %) Kategorizácie ubytovacích zariadení pre hotel za roky 2014 – 2015. Od roku 2013 sa ubytovacím zariadeniam poskytuje 7,5 % zľava zo vstupného poplatku v prípade uhradenia celkovej sumy bezhotovostnou platbou. Poplatok za značku sa pohybuje v intervale £33,60 – 441,60 s daňou z pridanej hodnoty (DPH). Poplatok sa určí podľa toho, či ide o osvetlenú alebo neosvetlenú, jednovrstvovú alebo dvojvrstvovú, externú alebo internú značku. Poplatok je rozdielny aj v dôsledku rôznych veľkostí značiek. Zodpovednosť za financovanie nákladov súvisiacich so zavedením a uplatňovaním systému kvality nesie ubytovacie zariadenie (Marita Sen, 2015).

Tabuľka 8 Výška vstupných a ročných poplatkov vrátane dane z pridanej hodnoty (20 %) Kategorizácie ubytovacích zariadení pre hotel za roky 2014 – 2015

| Počet izieb | Tarify (£)   |        |               |        |               |        |               |         |
|-------------|--------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|---------------|---------|
|             | 0.00 - 34.99 |        | 35.00 - 44.99 |        | 45.00 - 59.99 |        | 60.00 - 79.99 |         |
|             | VP           | RP     | VP            | RP     | VP            | RP     | VP            | RP      |
| 6 – 10      | 162,60       | 288,00 | 162,60        | 352,20 | 183,00        | 417,60 | 216,60        | 497,40  |
| 11 – 20     | 162,60       | 370,20 | 222,60        | 434,40 | 232,80        | 523,80 | 270,00        | 656,40  |
| 21 – 50     | 240,60       | 558,00 | 270,60        | 655,80 | 300,00        | 721,80 | 341,40        | 846,60  |
| 51 – 100    | 291,00       | 688,80 | 310,80        | 764,40 | 337,80        | 838,80 | 360,00        | 919,80  |
| 101 a viac  | 337,80       | 838,80 | 357,00        | 910,80 | 378,00        | 951,00 | 412,20        | 1050,60 |

| Počet izieb | Tarify (£)    |         |                 |         |              |         |
|-------------|---------------|---------|-----------------|---------|--------------|---------|
|             | 80.00 - 99.99 |         | 100.00 - 199.99 |         | 200 a vyššia |         |
|             | VP            | RP      | VP              | RP      | VP           | RP      |
| 6 – 10      | 282,60        | 688,20  | 390,60          | 993,60  | 460,20       | 1159,20 |
| 11 – 20     | 303,00        | 729,00  | 430,80          | 1092,60 | 490,80       | 1269,00 |
| 21 – 50     | 391,80        | 1003,20 | 574,20          | 1455,00 | 645,00       | 1720,80 |
| 51 – 100    | 430,80        | 1092,60 | 596,40          | 1536,00 | 687,00       | 1806,60 |
| 101 a viac  | 490,80        | 1210,20 | 646,80          | 1682,40 | 745,20       | 1956,00 |

Prameň: Spracované na základe informácií poskytnutých od Marity Sen, zamestnankyne organizácie VisitEngland, 2015.

Poznámka: VP – vstupný poplatok; RP – ročný poplatok.

Na Kategorizáciu ubytovacích zariadení nadväzuje Strieborná značka kvality za ubytovacie služby (Silver Award) a Zlatá značka kvality za ubytovacie služby (Gold Award). Udeľujú sa od roku 2009. Boli vytvorené s cieľom poukázať na ubytovacie zariadenia, ktoré počas kontroly splnenia požiadaviek súvisiacich s kategorizáciou dosiahli výnimočné výsledky (VisitEngland Unique Gold and Silver Awards, 2015).

Uvedené systémy kvality sú určené len pre niektoré kategórie ubytovacích zariadení. Striebornú značku kvality za ubytovacie služby môžu získať len hotely a penzióny a Zlatú značku kvality za ubytovacie služby môžu získať hotely, penzióny, ubytovacie zariadenia s vlastnou prípravou jedál, apartmány a prázdninové parky (VisitEngland Unique Gold and Silver Awards, 2015).

Strieborná značka kvality za ubytovacie služby a Zlatá značka kvality za ubytovacie služby majú formu značky kvality – červeno-biele logo ruže s nápisom „Silver Award“ na striebornom podklade alebo „Gold Award“ na zlatom podklade (obrázok 2; obrázok 3). Uvedené značky kvality sa udeľujú na obdobie jedného roka.



Obrázok 2 Značka kvality systému kvality Strieborná značka kvality za ubytovacie služby  
 Obrázok 3 Značka kvality systému kvality Zlatá značka kvality za ubytovacie služby  
 Prameň: [www.qualityintourism.com](http://www.qualityintourism.com), 2015.

Z informácií, ktoré sme získali od Marity Sen, zamestnankyne organizácie VisitEngland, vieme, že v Anglicku je v rokoch 2014 - 2015 z celkového počtu 538 hotelov zapojených do Kategorizácie ubytovacích zariadení 79 hotelov, ktoré získali aj Striebornú značku kvality za ubytovacie služby a 57 hotelov, ktoré získali aj Zlatú značku kvality za ubytovacie služby. Štruktúru hotelov so Striebornou a Zlatou značkou kvality za ubytovacie služby podľa triedy v rokoch 2014 - 2015 uvádzame v tabuľke 9.

Tabuľka 9 Štruktúra hotelov so Striebornou a Zlatou značkou kvality za ubytovacie služby podľa triedy v rokoch 2014 - 2015

| Trieda | Štruktúra hotelov zapojených do Kategorizácie ubytovacích zariadení | Štruktúra hotelov so Striebornou značkou kvality za ubytovacie služby | Štruktúra hotelov so Zlatou značkou kvality za ubytovacie služby |
|--------|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| *      | 1                                                                   | 0                                                                     | 0                                                                |
| **     | 88                                                                  | 4                                                                     | 3                                                                |
| ***    | 321                                                                 | 38                                                                    | 18                                                               |
| ****   | 115                                                                 | 37                                                                    | 26                                                               |
| *****  | 13                                                                  | 0                                                                     | 10                                                               |
| Spolu  | 538                                                                 | 79                                                                    | 57                                                               |

Prameň: Spracované na základe informácií poskytnutých od Marity Sen, zamestnankyne organizácie VisitEngland, 2015.

Získanie uvedených značiek kvality je podmienené splnením požiadaviek na vyššej úrovni v oblasti vybavenosti a služieb, čo uvádzame v nasledujúcich tabuľkách (tabuľka 10; tabuľka 11). Hodnotenie splnenia požiadaviek prebieha súčasne s hodnotením splnenia požiadaviek Kategorizácie ubytovacích zariadení.

Tabuľka 10 Požadovaná úroveň splnenia požiadaviek vo vybraných oblastiach podľa triedy pre hotel s cieľom získať Striebornú značku kvality za ubytovacie služby

| Hotel                      | Trieda |      |      |      |       |
|----------------------------|--------|------|------|------|-------|
|                            | *      | **   | ***  | **** | ***** |
| Celkové hodnotenie         | 70 %   | 70 % | 75 % | 78 % | -     |
| Čistota                    | 80 %   | 80 % | 80 % | 80 % | -     |
| Vybavenie izby             | 71 %   | 71 % | 77 % | 77 % | -     |
| Vybavenie hyg. Zariadenia  | 69 %   | 69 % | 77 % | 77 % | -     |
| Služby                     | 76 %   | 76 % | 78 % | 80 % | -     |
| Kvalita jedla              | 70 %   | 70 % | 75 % | 80 % | -     |
| Pohostinnosť a prívetivosť | 80 %   | 80 % | 80 % | 80 % | -     |

Prameň: Spracované podľa [www.qualityintourism.com](http://www.qualityintourism.com), 2015.

Tabuľka 11 Požadovaná úroveň splnenia požiadaviek vo vybraných oblastiach podľa triedy pre hotel s cieľom získať Zlatú značku kvality za ubytovacie služby

| Hotel                      | Trieda |      |      |      |       |
|----------------------------|--------|------|------|------|-------|
|                            | *      | **   | ***  | **** | ***** |
| Celkové hodnotenie         | 80 %   | 80 % | 82 % | 85 % | 90 %  |
| Čistota                    | 88 %   | 88 % | 88 % | 88 % | 88 %  |
| Vybavenie izby             | 80 %   | 80 % | 83 % | 83 % | 89 %  |
| Vybavenie hyg. zariadenia  | 80 %   | 80 % | 83 % | 83 % | 87 %  |
| Služby                     | 80 %   | 80 % | 82 % | 84 % | 89 %  |
| Kvalita jedla              | 80 %   | 80 % | 84 % | 88 % | 88 %  |
| Pohostinnosť a prívetivosť | 89 %   | 89 % | 89 % | 89 % | 89 %  |

Prameň: Spracované podľa [www.qualityintourism.com](http://www.qualityintourism.com), 2015.

V prípade, že sa ubytovaciemu zariadeniu nepodarilo získať ani Striebornú značku kvality za ubytovacie služby ani Zlatú značku kvality za ubytovacie služby, ale ak rozdiel medzi dosiahnutými a požadovanými výsledkami bol len veľmi malý, ubytovacie zariadenie má možnosť sa obrátiť na odborníka, ktorý kontrolu vykonal, a požiadať ho o radu ohľadom zlepšenia úrovne poskytovaných služieb s cieľom zapojiť sa do niektorého zo systémov kvality. Po vykonaní odporúčaných zmien ubytovacie zariadenie podlieha opätovnej kontrole, čo sa môže uskutočniť aj skôr ako o jeden rok (VisitEngland Unique Gold and Silver Awards, 2015).

Náklady súvisiace so zavedením a uplatňovaním uvedených systémov kvality tvoria len poplatky za značky, a to £49,20 s DPH za každú. Zodpovednosť za financovanie nesie ubytovacie zariadenie (Marita Sen, 2015).

Ďalším systémom kvality nadväzujúcim na Kategorizáciu ubytovacích zariadení je Značka kvality za raňajky (VisitEngland Breakfast Award). Udeľuje sa od roku 2009

a bola vytvorená s cieľom poukázať na ubytovacie zariadenia, ktoré podávajú raňajky výnimočnej kvality (VisitEngland Breakfast Award, 2015).

Značka kvality za raňajky je zameraná na stravovacie služby – raňajky a môžu ju získať hotely a penzióny v prípade, ak sú zapojené do systému kvality Kategorizácia ubytovacích zariadení. Značka kvality za raňajky sa zakladá na koncepcii kvality štandardov vybavenosti a služieb (VisitEngland Breakfast Award, 2015).

Značka kvality za raňajky má formu značky kvality – logo bieleho kalíška na vajcia s národným symbolom Anglicka a označením „Breakfast Award“ (obrázok 4). Značka kvality sa udeľuje na dobu jedného roka.



Obrázok 4 Značka kvality systému kvality Značka kvality za raňajky  
Prameň: [www.qualityintourism.com](http://www.qualityintourism.com), 2015.

Z informácií, ktoré sme získali od Marity Sen, zamestnankyne organizácie VisitEngland, vieme, že v Anglicku je v rokoch 2014 - 2015 z celkového počtu 538 hotelov zapojených do Kategorizácie ubytovacích zariadení 194 hotelov, ktoré získali aj Značku kvality za raňajky. Štruktúru hotelov so Značkou kvality za raňajky podľa triedy v rokoch 2014 - 2015 uvádzame v tabuľke 12.

Tabuľka 12 Štruktúra hotelov so Značkou kvality za raňajky podľa triedy v rokoch 2014 - 2015

| Trieda | Štruktúra hotelov zapojených do Kategorizácie ubytovacích zariadení | Štruktúra hotelov so Značkou kvality za raňajky |
|--------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| *      | 1                                                                   | 0                                               |
| **     | 88                                                                  | 16                                              |
| ***    | 321                                                                 | 119                                             |
| ****   | 115                                                                 | 48                                              |
| *****  | 13                                                                  | 11                                              |
| Spolu  | 538                                                                 | 194                                             |

Prameň: Spracované na základe informácií poskytnutých od Marity Sen, zamestnankyne organizácie VisitEngland, 2015.

Získanie uvedenej značky kvality je podmienené splnením požiadaviek na vyššej úrovni v oblasti vybavenosti a služieb – kvalita jedla, pričom sa systém kvality výlučne zameriava na hodnotenie kvality podávaných raňajok a nezaoberá sa hodnotením kvality ostatných podávaných jedál v danom ubytovacom zariadení. Kvalita raňajok sa posudzuje podľa kritérií, ako je výber a rozsah podávaných raňajok, prezentácia raňajok, kvalita surovín, kulinárske zručnosti, služby a pohostinnosť pri podávaní raňajok (tabuľka 13). Hodnotenie splnenia požiadaviek prebieha súčasne s hodnotením splnenia požiadaviek Kategorizácie ubytovacích zariadení (VisitEngland Breakfast Award, 2015).

Tabuľka 13 Požadovaná úroveň splnenia požiadaviek vo vybranej oblasti – kvalita jedla podľa triedy pre hotel s cieľom získať Značku kvality za raňajky

| Hotel                                                  | Trieda |      |      |       |       |
|--------------------------------------------------------|--------|------|------|-------|-------|
|                                                        | *      | **   | ***  | ****  | ***** |
| Výber a rozsah podávaných raňajok, prezentácia raňajok | 80 %   | 80 % | 80 % | 80 %  | 100 % |
| Kvalita surovín, kulinárske zručnosti                  | 80 %   | 80 % | 80 % | 100 % | 100 % |
| Služby a pohostinnosť pri podávaní raňajok             | 70 %   | 70 % | 70 % | 80 %  | 80 %  |

Prameň: Spracované podľa [www.qualityintourism.com](http://www.qualityintourism.com), 2015.

Aj v prípade tohto systému kvality platí, že ak rozdiel medzi vopred stanovenými a dosiahnutými výsledkami je veľmi malý, ubytovacie zariadenie sa môže rozhodnúť vykonať zmeny, a to na základe odporúčania odborníka s cieľom zapojiť sa do uvedeného systému kvality (VisitEngland Breakfast Award, 2015).

Náklady súvisiace so zavedením a uplatňovaním systému kvality zahŕňa len poplatok za značku, čo je £49,20 s DPH. Zodpovednosť za financovanie nesie ubytovacie zariadenie (Marita Sen, 2015).

Certifikačná schéma Víťame rodiny (Families Welcome Scheme), Certifikačná schéma Víťame cyklistov (Cyclists Welcome Scheme), Certifikačná schéma Víťame peších turistov (Walkers Welcome Scheme), Certifikačná schéma Víťame hostí s domácimi zvieratami (Pets Welcome Scheme) sú známe pod spoločným názvom Uvítacie certifikačné schémy (Welcome Schemes). Cieľom uvedených systémov kvality je poukázať na ubytovacie zariadenia, ktoré venujú mimoriadnu pozornosť uspokojeniu požiadaviek špecifických cieľových skupín - rodín, cyklistov, peších turistov a hostí s domácimi zvieratami (Welcome Schemes, 2015).

Certifikačné schémy majú možnosť získať ubytovacie zariadenia zapojené do systému kvality Kategorizácia ubytovacích zariadení a môžu sa do nich zapojiť súčasne.

Certifikačné schémy sa zakladajú na koncepcii kvality štandardy vybavenosti a služieb. Fungujú na dobrovoľnej báze.

Certifikačné schémy majú formu značky kvality – logo zobrazujúce štvorčlennú rodinu s nápisom „Families Welcome“ (obrázok 5), logo zobrazujúce koleso bicykla s nápisom „Cyclists Welcome“ (obrázok 6), logo, na ktorom je možné vidieť nohu turistu a nápis „Walkers Welcome“ (obrázok 7) a logo zobrazujúce stopy zvierat s nápisom „Pets Welcome“ (obrázok 8). Na každej značke sa nachádza národný symbol Anglicka, umiestnený v každom rohu. Značky kvality sa udeľujú s platnosťou jedného roka.



Obrázok 5 Značka kvality Certifikačnej schémy Víťame rodiny

Obrázok 6 Značka kvality Certifikačnej schémy Víťame cyklistov

Obrázok 7 Značka kvality Certifikačnej schémy Víťame peších turistov

Obrázok 8 Značka kvality Certifikačnej schémy Víťame hostí s domácimi zvieratami

Prameň: [www.qualityintourism.com](http://www.qualityintourism.com), 2015.

Z informácií, ktoré sme získali od Marity Sen, zamestnankyne organizácie VisitEngland, vieme, že v Anglicku je v rokoch 2014 - 2015 z celkového počtu 538 hotelov zapojených do Kategorizácie ubytovacích zariadení 77 hotelov s Uvítacími schémami. Štruktúru hotelov s Uvítacími schémami podľa triedy v rokoch 2014 - 2015 uvádzame v tabuľke 14.

Tabuľka 14 Štruktúra hotelov s Uvítacími schémami podľa triedy v rokoch 2014 - 2015

| Trieda | Štruktúra hotelov zapojených do Kategorizácie ubytovacích zariadení | Štruktúra hotelov s Uvítacími schémami |
|--------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| *      | 1                                                                   | 0                                      |
| **     | 88                                                                  | 10                                     |
| ***    | 321                                                                 | 55                                     |
| ****   | 115                                                                 | 12                                     |
| *****  | 13                                                                  | 0                                      |
| Spolu  | 538                                                                 | 77                                     |

Prameň: Spracované na základe informácií poskytnutých od Marity Sen, zamestnankyne organizácie VisitEngland, 2015.

Postup získania značiek kvality uvedených certifikačných schém pozostáva zo štyroch krokov: podanie žiadosti, samohodnotenie, hodnotiaci audit (kontrola splnenia požiadaviek, vypracovanie hodnotiacej správy, zaslanie hodnotiacej správy žiadateľovi), udelenie/neudelenie značky, resp. značiek kvality.

Prvým krokom je podanie žiadosti o udelenie značky, resp. značiek kvality. Žiadosť musí obsahovať základné údaje o ubytovacom zariadení a označenie vybranej alebo vybraných certifikačných schém.

Druhým krokom je samohodnotenie vykonané majiteľom ubytovacieho zariadenia na základe podkladov poskytnutých od organizácie Quality in Tourism. Zistené nezhody je potrebné odstrániť.

Ďalším krokom je hodnotiaci audit, ktorý sa začína kontrolou splnenia požiadaviek, pričom každá z certifikačných schém má stanovené vlastné požiadavky. V prípade Certifikačnej schémy Víťame rodiny kvalifikovaný odborník hodnotí štyri oblasti požiadaviek, a to vybavenie a služby ubytovacieho zariadenia, stravovanie, bezpečnosť a ochrana, poskytovanie informácií hosťom. Odborník v prípade Certifikačnej schémy Víťame cyklistov hodnotí tri oblasti požiadaviek, a to vybavenie a služby ubytovacieho zariadenia, stravovanie, informácie poskytnuté hosťom. Certifikačná schéma Víťame peších turistov podlieha kontrole požiadaviek v rovnakých oblastiach ako predchádzajúci systém kvality. Certifikačná schéma Víťame hostí s domácimi zvieratami definuje požiadavky v troch oblastiach, a to v oblasti vybavenia a služieb, bezpečnosti a ochrany a v oblasti poskytnutia informácií hosťom (Families Welcome, 2015; Cyclists Welcome, 2015; Walkers Welcome, 2015; Pets Welcome, 2015). Po kontrole splnenia požiadaviek kontrolór vypracuje hodnotiacu správu, ktorú zašle žiadateľovi.

Posledným krokom je udelenie/neudelenie značky, resp. značiek kvality organizáciou Quality in Tourism.

Náklady súvisiace so zavedením a uplatňovaním certifikačných schém tvoria náklady spojené s odstránením zistených nezhôd s kritériami, ročné poplatky a poplatok za značku. Za uplatňovanie systému kvality Certifikačná schéma Víťame peších turistov alebo za uplatňovanie systému kvality Certifikačná schéma Víťame cyklistov sa ročné poplatky účtujú vo výške £24. V prípade uplatňovania obidvoch systémov kvality naraz ročné poplatky sú £36,60. Ročné poplatky v prípade systému kvality Certifikačná schéma Víťame hostí s domácimi zvieratami a systému kvality Certifikačná schéma Víťame rodiny sú vo výške £31,80. V prípade uplatňovania obidvoch systémov kvality naraz ročné poplatky sú £48. Uvedené ročné poplatky sú určené pre hotely a sú vyčíslené na roky 2014 – 2015 spolu s DPH. Poplatok za značku v prípade hociktorého systému kvality je vo výške £49,20 s DPH. Zodpovednosť za náklady súvisiace so zavedením a uplatňovaním certifikačných schém nesie ubytovacie zariadenie (Marita Sen, 2015).

Certifikačná schéma ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu (National Accessible Scheme) sa uplatňuje od roku 2006. Jej cieľom je identifikovať ubytovacie zariadenia vhodné pre hostí so zdravotnými problémami. V Anglicku viac než 11 miliónov ľudí z celkovej populácie, t. j. každá piata osoba je zdravotne postihnutá. Členstvo v certifikačnej schéme dáva ubytovacím zariadeniam možnosť sa preukázať, že pri poskytovaní služieb zohľadňujú špeciálne požiadavky zdravotne postihnutých hostí a ich spolucestujúcich. Systém kvality bol vypracovaný po konzultáciách s lekármi a zdravotne postihnutými ľuďmi a zohľadňuje všetky druhy telesného, zrakového a sluchového postihnutia (National Accessible Scheme Standards Booklet, 2015).

Certifikačnú schému majú možnosť získať všetky ubytovacie zariadenia – tie, ktoré sú zapojené do systému kvality Kategorizácia ubytovacích zariadení, ale aj tie, ktoré nie sú členmi daného systému kvality. Ubytovacie zariadenie má možnosť získať certifikačnú schému vo všetkých troch kategóriách postihnutia. Certifikačná schéma ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu sa zakladá na koncepcii kvality štandardov vybavenosti a služieb a funguje na dobrovoľnej báze (National Accessible Scheme Standards Booklet, 2015).

Certifikačná schéma má formu značky kvality. Je vypracovaných päť značiek kvality pre kategóriu telesne postihnutých, dve značky kvality pre zrakovú a dve značky kvality pre sluchovo postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu. V prípade ubytovacích zariadení, ktoré sú zapojené do Kategorizácie ubytovacích zariadení sa značka, resp. značky kvality udeľuje na trojročné obdobie. Ubytovacím zariadeniam, ktoré nie sú

zapojené do Kategorizácie ubytovacích zariadení sa značka, resp. značky kvality udeľuje na obdobie jedného roka (National Accessible Scheme Standards Booklet, 2015).

Medzi značky kvality pre telesne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu patria:

- M1 – značka kvality pre starších návštevníkov v cestovnom ruchu, ktorých mobilita je znížená. Ide o osoby s dostatočnou mobilitou vystúpiť na schody, ale zábradlia a iné podobné pomôcky by im pomohli udržiavať rovnováhu (obrázok 9 a);
- M2 – značka kvality pre návštevníkov v cestovnom ruchu, ktorí používajú invalidný vozík len zriedka. Ide o osoby, ktoré majú problémy s chôdzou, sú schopné prekonať vzdialenosť len do troch krokov alebo potrebujú invalidný vozík ako oporu, ale len zriedka (obrázok 9 b);
- M3I – značka kvality pre návštevníkov v cestovnom ruchu, pre ktorých je nutnosť používať invalidný vozík pri premiestňovaní sa. Ide o nezávislých cestujúcich pripútaných k invalidnému vozíku (obrázok 9 c);
- M3A – značka kvality pre návštevníkov v cestovnom ruchu, ktorí každodenne potrebujú zdravotné asistenčné služby. Ide o cestujúcich pripútaných k invalidnému vozíku, ktorí necestujú samostatne, ale s rodinnými príslušníkmi, priateľmi alebo so svojimi opatrovateľmi, ktorí pomáhajú zdravotne postihnutým osobám pri vykonávaní každodenných aktivít (obrázok 9 d);
- Výnimočná dostupnosť – táto značka kvality sa udeľuje ubytovacím zariadeniam, ktoré spĺňajú požiadavky buď značky kvality M3I alebo M3A a zároveň spĺňajú aj náročnejšie požiadavky v súlade s normou British Standard 8300 (obrázok 9 e).

Pre zrakovo postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu sú vypracované nasledovné značky kvality:

- V1 – značka kvality pre slabozrakých návštevníkov v cestovnom ruchu. Ide o osoby, ktoré majú problémy s čítaním malých písmen, sú registrované ako nevidiace, majú slabý alebo poškodený zrak (obrázok 10 a);
- V2 – značka kvality pre nevidiacich návštevníkov v cestovnom ruchu. Ide o zrakovo postihnuté osoby s miernou stratou zraku alebo sú to nevidiace osoby (obrázok 10 b).

Značky kvality vypracované pre sluchovo postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu sú:

- H1 – značka kvality pre slabo počujúcich návštevníkov v cestovnom ruchu. Ide o osoby, ktoré majú slabé sluchové ťažkosti, sú nepočujúci alebo potrebujú sluchovú protézu (obrázok 11 a);

- H2 – značka kvality pre nepočujúcich návštevníkov v cestovnom ruchu. Sú to návštevníci s miernou stratou sluchu alebo ide o hlboko hluché osoby (obrázok 11 b).



Obrázok 9a - 11b Značky kvality Certifikačnej schémy ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu

Prameň: [www.qualityintourism.com](http://www.qualityintourism.com), 2015.

Z informácií, ktoré sme získali od Marity Sen, zamestnankyne organizácie VisitEngland, vieme, že v Anglicku je v rokoch 2014 - 2015 z celkového počtu 538 hotelov zapojených do Kategorizácie ubytovacích zariadení 34 hotelov, ktoré získali aj Certifikačnú schému ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu. Štruktúru hotelov s Certifikačnou schémou ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu podľa triedy v rokoch 2014 - 2015 uvádzame v tabuľke 15.

Tabuľka 15 Štruktúra hotelov s Certifikačnou schémou ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu podľa triedy v rokoch 2014 - 2015

| Trieda | Štruktúra hotelov zapojených do Kategorizácie ubytovacích zariadení | Štruktúra hotelov s Certifikačnou schémou ubytovacie zariadenia vhodné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu |
|--------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| *      | 1                                                                   | 0                                                                                                                                |
| **     | 88                                                                  | 2                                                                                                                                |
| ***    | 321                                                                 | 21                                                                                                                               |
| ****   | 115                                                                 | 11                                                                                                                               |
| *****  | 13                                                                  | 0                                                                                                                                |
| Spolu  | 538                                                                 | 34                                                                                                                               |

Prameň: Spracované na základe informácií poskytnutých od Marity Sen, zamestnankyne organizácie VisitEngland, 2015.

Postup získania značky kvality Certifikačnej schémy ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu sa skladá z nasledovných krokov: podanie žiadosti, samohodnotenie, hodnotiaci audit (kontrola splnenia požiadaviek, vypracovanie hodnotiacej správy, zaslanie hodnotiacej správy žiadateľovi), udelenie/neudelenie značky, resp. značiek kvality (National Accessible Scheme Standards Booklet, 2015).

Podanie žiadosti adresovanej organizácii Quality in Tourism je prvým krokom pre zavedenie značky, resp. značiek kvality. Žiadosť musí obsahovať základné údaje o ubytovacom zariadení a označenie značky, resp. značiek kvality, o ktoré má ubytovacie zariadenie záujem.

Samohodnotenie je druhým krokom. Jeho cieľom je posúdiť, do akej miery spĺňa ubytovacie zariadenie požiadavky certifikačnej schémy. Ubytovacie zariadenie získa podklady pre samohodnotenie kontaktovaním organizácie Quality in Tourism. V prípade potreby, ubytovacie zariadenie má možnosť využiť služby poradcu, t. j. kvalifikovaného odborníka zamestnaného v organizácii Quality in Tourism. Jeho úlohou je poskytnutie užitočných rád a pomoci podniku s cieľom splnenia požiadaviek stanovených certifikačnou schémou. Zistené nezhody s certifikačnými kritériami je potrebné odstrániť.

Nasleduje hodnotiaci audit, ktorý sa začína kontrolou splnenia požiadaviek. Kontrolu vykonáva kvalifikovaný odborník uvedenej organizácie, ktorý anonymne navštívi ubytovacie zariadenie. Pre získanie značky, resp. značiek kvality je potrebné, aby ubytovacie zariadenie splnilo niekoľko základných požiadaviek. Požiadavky pre hotel sa sústreďujú do oblastí, ktoré uvádzame v tabuľke 16. Po vykonanej kontrole odborník vypracuje hodnotiacu správu a zašle ju žiadateľovi.

Tabuľka 16 Oblasť požiadaviek podľa druhov postihnutia pre hotel

| Telesne postihnutí                                              | Zrakovo postihnutí            | Sluchovo postihnutí      |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| Výnimočne len pre M1                                            | - príchod a recepcia          | - príchod a recepcia     |
| - pred príchodom                                                | - zábradlia                   | - výťahy                 |
| - príchod                                                       | - rampy                       | - izba                   |
| - všeobecné požiadavky                                          | - schody                      | - WC a kúpeľňa           |
| - izby                                                          | - vchody                      | - verejné telefóny       |
| - kúpeľne                                                       | - interiér                    | - verejné priestranstvá  |
| Pre všetky značky kvality                                       | - parkoviská, cesty, chodníky | - konferenčné miestnosti |
| - príchod a recepcia                                            | - interné chodby a koridory   |                          |
| - rampy                                                         | - výťahy                      |                          |
| - schody                                                        | - izby                        |                          |
| - zábradlia (interné a externé)                                 | - kúpeľne, sprchy, WC         |                          |
| - parkovanie                                                    | - kuchyňa                     |                          |
| - prahy                                                         | - verejné telefóny            |                          |
| - dvere                                                         |                               |                          |
| - kľučky, zámky, kľúčové dierky                                 |                               |                          |
| - interiér                                                      |                               |                          |
| - interné chodby a koridory                                     |                               |                          |
| - chodníky a cesty                                              |                               |                          |
| - výťah                                                         |                               |                          |
| - vypínače, ovládacie panely, elektrické zásuvky, sušiče vlasov |                               |                          |
| - izby                                                          |                               |                          |
| - sprchy, kúpeľne                                               |                               |                          |
| - kúpeľňa alebo kúpeľňa so sprchou                              |                               |                          |
| - sprcha                                                        |                               |                          |
| - WC                                                            |                               |                          |
| - kuchyňa                                                       |                               |                          |
| - verejné WC                                                    |                               |                          |
| - verejné priestranstvá                                         |                               |                          |
| - verejné telefóny                                              |                               |                          |
| - konferenčné miestnosti                                        |                               |                          |

Prameň: Spracované podľa [www.visitengland.com](http://www.visitengland.com), 2015; [www.qualityintourism.com](http://www.qualityintourism.com), 2015.

Nasleduje posledný krok, a to udelenie/neudelenie značky, resp. značiek kvality žiadateľovi.

Náklady súvisiace so zavedením a uplatňovaním certifikačnej schémy tvoria náklady spojené s odstránením zistených nezhôd s certifikačnými kritériami, účastnícke poplatky súvisiace so zavedením a uplatňovaním certifikačnej schémy a poplatok za značku, resp. značky. Účastnícke poplatky sa stanovujú v závislosti od kategórie ubytovacieho zariadenia a od toho, či je alebo nie je ubytovacie zariadenie zapojené do Kategorizácie

ubytovacích zariadení. Výška poplatkov je zároveň rozdielna v závislosti od druhu zdravotného postihnutia. V tabuľke 17 uvádzame účastnícke poplatky vrátane DPH (20 %) za zavedenie Certifikačnej schémy ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu pre hotely zapojené do Kategorizácie ubytovacích zariadení. V tabuľke 18 uvádzame účastnícke poplatky vrátane DPH (20 %) za zavedenie Certifikačnej schémy ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu pre hotely nezapojené do Kategorizácie ubytovacích zariadení. Poplatky za značky sa líšia od ich veľkosti. Za malú značku (tabuľa so značkou) sa účtuje £49,20 s DPH a za veľkú značku £55,20 s DPH. Všetky náklady súvisiace so zavedením a uplatňovaním certifikačnej schémy financuje ubytovacie zariadenie (National Accessible Scheme Participation Fees, 2015).

Tabuľka 17 Účastnícke poplatky vrátane DPH (20 %) za zavedenie Certifikačnej schémy ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu pre hotely zapojené do Kategorizácie ubytovacích zariadení

| Počet izieb | Trojročné poplatky podľa druhu zdravotného postihnutia (£) |        |        | Obnovovací poplatok za nasledujúce trojročné obdobie podľa druhu zdravotného postihnutia (£) |       |       |
|-------------|------------------------------------------------------------|--------|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|
|             | 1                                                          | 2      | 3      | 1                                                                                            | 2     | 3     |
| 1 – 20      | 205,80                                                     | 267,60 | 306,60 | 24,60                                                                                        | 31,80 | 36,60 |
| 21 – 100    | 287,40                                                     | 373,20 | 429,60 | 34,20                                                                                        | 43,80 | 51,00 |
| 100 a viac  | 402,60                                                     | 522,60 | 601,20 | 49,20                                                                                        | 64,20 | 73,80 |

Prameň: Spracované podľa [www.qualityintourism](http://www.qualityintourism), 2015.

Poznámka: 1 – telesné, sluchové alebo zrakové postihnutie; 2 – telesné a sluchové, sluchové a zrakové alebo telesné a zrakové postihnutie; 3 – telesné, sluchové a zrakové postihnutie.

Tabuľka 18 Účastnícke poplatky vrátane DPH (20 %) za zavedenie Certifikačnej schémy ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu pre hotely nezapojené do Kategorizácie ubytovacích zariadení

| Počet izieb | Vstupný poplatok (£) | Ročné poplatky podľa druhu zdravotného postihnutia (£) |        |        |
|-------------|----------------------|--------------------------------------------------------|--------|--------|
|             |                      | 1                                                      | 2      | 3      |
| 1 – 20      | 127,20               | 257,40                                                 | 333,60 | 382,80 |
| 21 – 100    | 176,40               | 358,20                                                 | 466,20 | 537,60 |
| 100 a viac  | 247,80               | 502,80                                                 | 652,20 | 750,60 |

Prameň: Spracované podľa [www.qualityintourism](http://www.qualityintourism), 2015.

Poznámka: 1 – telesné, sluchové alebo zrakové postihnutie; 2 – telesné a sluchové, sluchové a zrakové alebo telesné a zrakové postihnutie; 3 – telesné, sluchové a zrakové postihnutie.

Cena za výnimočnosť (Excellence in England Award) je považovaná za špecifický systém kvality v Anglicku. Ide o najprestížnejšie ocenenie v cestovnom ruchu, o ktoré podniky cestovného ruchu každoročne súťažia. Cieľom súťaže je poukázať na podniky, ktoré svoju činnosť vykonávajú na báze osvedčených postupov, služby poskytujú na najvyššej úrovni, demonštrujú výnimočné výsledky v oblasti customer service a neustále zavádzajú inovácie, čím následne prispievajú k zvýšeniu kvality poskytovaných služieb v celom odvetví cestovného ruchu, a tak k zlepšeniu konkurencieschopnosti Anglicka na medzinárodnom trhu cestovného ruchu (VisitEngland Awards, 2015).

Súťaž Cena za výnimočnosť je určená pre všetky podniky cestovného ruchu, t. j. ubytovacie zariadenia, ktoré sú zapojené do Kategorizácie ubytovacích zariadení, pohostinské zariadenia, dopravné zariadenia, atraktivity cestovného ruchu, cestovné kancelárie a cestovné agentúry, turistické informačné kancelárie, jednotlivcov v cestovnom ruchu a ostatné podniky, ktoré prispievajú k rozvoju cestovného ruchu. Cena za výnimočnosť sa zakladá na koncepcii kvality komplexného manažérstva kvality a funguje na dobrovoľnej báze (VisitEngland Awards, 2015).

Súťaž má formu ceny za kvalitu. V roku 2015 sa súťaží v pätnástich kategóriách („Cena za výnimočnosť dostupnosť pre všetkých návštevníkov v cestovnom ruchu“, „Cena za výnimočnosť business“, „Ubytovanie typu Bed and Breakfast“, „Prázdninový park/Prázdninové ubytovanie roka“, „Veľký hotel roka“, „Veľká atraktivita cestovného ruchu roka“, „Ubytovanie s vlastnou prípravou jedál roka“, „Malý hotel roka“, „Malá atraktivita cestovného ruchu roka“, „Cena za výnimočnosť trvalo udržateľný rozvoj“, „Cena za výnimočnosť chuť Anglicka“, „Organizované podujatie cestovného ruchu roka“, „Zážitok cestovného ruchu roka“, „Pub roka“, „Turistické informačné centrum roka“), pričom v závislosti od splnenia kritérií sa v každej kategórii udeľujú ceny s úrovňami ocenenia vysoko uznaná, bronzová, strieborná a zlatá. Víťazi dostanú certifikát s nápisom „VisitEngland. Awards for Excellence“, príslušným rokom, kategóriou, v ktorej zvíťazili a úrovňou ocenenia (obrázok 12). Ceny majú platnosť jeden rok. (VisitEngland Awards Who Can Apply, 2015).



Obrázok 10 Cena za kvalitu systému kvality Cena za výnimočnosť  
Prameň: [www.visitenglandawards.org](http://www.visitenglandawards.org), 2015.

Štruktúru výhercov súťaže Cena za výnimočnosť podľa druhu podnikov cestovného ruchu za roky 2014 - 2015 uvádzame v tabuľke 19.

Tabuľka 19 Štruktúra výhercov súťaže Cena za výnimočnosť podľa druhu podnikov cestovného ruchu za roky 2014 - 2015

| Výhercovia súťaže podľa druhu podnikov cestovného ruchu | Štruktúra výhercov súťaže |
|---------------------------------------------------------|---------------------------|
| Ubytovacie zariadenia                                   | 35                        |
| Pohostinské zariadenia                                  | 7                         |
| Dopravné zariadenia                                     | 1                         |
| Atraktivity cestovného ruchu                            | 20                        |
| Turistické informačné centrá                            | 5                         |
| Jednotlivci v cestovnom ruchu                           | 5                         |
| Ostatné podniky                                         | 8                         |
| Spolu                                                   | 81                        |

Prameň: Spracované podľa [www.visitenglandawards.org](http://www.visitenglandawards.org), 2015.

V tabuľke 20 uvádzame štruktúru výhercov súťaže Cena za výnimočnosť podľa kategórie ubytovacieho zariadenia za roky 2014 - 2015.

Tabuľka 20 Štruktúra výhercov súťaže Cena za výnimočnosť podľa kategórie ubytovacieho zariadenia za roky 2014 - 2015

| Kategória ubytovacieho zariadenia         | Štruktúra výhercov súťaže |
|-------------------------------------------|---------------------------|
| Hotel                                     | 13                        |
| Penzión                                   | 7                         |
| Ubytovanie s vlastnou prípravou jedál     | 5                         |
| Prázdninový park a Prázdninové ubytovanie | 8                         |
| Univerzita/areál školy                    | 2                         |
| Spolu                                     | 35                        |

Prameň: Spracované podľa [www.visitenglandawards.org](http://www.visitenglandawards.org), 2015.

Cenu za výnimočnosť je možné získať postupom šiestich krokov: podanie žiadosti, posúdenie žiadosti, kontrola splnenia požiadaviek, informovanie o výsledkoch kontroly,

vyhlásenie výsledkov súťaže, vypracovanie a zaslanie spätnej väzby všetkým súťažiacim (VisitEngland Awards Who Can Apply, 2015).

Prvým krokom je podanie žiadosti na internetovej stránke [www.visitenglandawards.org/apply-home/categories](http://www.visitenglandawards.org/apply-home/categories). Súťažiaci majú možnosť podať žiadosť vo viacerých kategóriách súťaže. Podmienkou je splnenie kritérií zverejnených pre príslušnú kategóriu, resp. kategórie na uvedenej stránke. K žiadostiam majú podniky možnosť pripojiť aj prílohy, ako sú napr. fotografie, brožúry, menu, vzdelávacie plány, ocenenia, tlačové správy, listy a spätné väzby od zákazníkov ap.. Podniky, ktoré vykonávajú svoju činnosť v lokalitách, kde prebiehajú súťaže na regionálnych a miestnych úrovniach, sa najprv zapoja do týchto súťaží, pričom majú možnosť získať ocenenia s úrovňami vysoko uznaná, strieborná a zlatá. Víťazi so zlatým ocenením regionálnych a miestnych súťaží sa automaticky, t. j. bez podania žiadosti zaradia do súťaže Cena za výnimočnosť prebiehajúcej na národnej úrovni.

Nasleduje druhý krok, a to posúdenie žiadostí spolu s prílohami, na základe čoho sa vypracuje zoznam úspešných účastníkov (spravidla päť účastníkov v každej kategórii súťaže), ktorí môžu očakávať kontrolu vykonanú kvalifikovaným odborníkom.

Kontrola splnenia požiadaviek je tretím krokom v postupnosti získania ceny za kvalitu. Pozerá sa na výnimočnosť a kvalitu poskytovanú na najvyššej úrovni vo všetkých oblastiach činnosti podnikov cestovného ruchu. Môže ísť o vopred ohlásenú alebo neohlásenú kontrolu. Vopred ohlásenou kontrolou rozumieme osobnú návštevu podniku cestovného ruchu kvalifikovaným odborníkom. V prípade neohlásenej kontroly ide o telefonické kontaktovanie podniku.

V rámci štvrtého kroku sú vybraní účastníci informovaní o výsledkoch kontroly, t. j. o skutočnosti, či sa aj po kontrole nachádzajú na zozname úspešných účastníkov, ktorí majú možnosť súťažiť o vysoko uznané, bronzové, strieborné alebo zlaté ocenenia.

Predposledným krokom je vyhlásenie výsledkov súťaže. Vyhlasovanie výsledkov súťaže Cena za výnimočnosť vo všetkých pätnástich kategóriách sa uskutoční na slávnostnej ceremónii „The Awards Ceremony“. Výsledky súťaže Excellence in England Awards 2015 budú vyhlásené 11. mája v centre muzikálneho umenia v meste Gateshead v regióne severo-východného Anglicka.

V poslednom kroku ide o vypracovanie spätnej väzby rozhodcami súťaže, ktorá sa následne posiela všetkým zúčastneným stranám. Spätná väzba obsahuje návody na zlepšenie činnosti podnikov do budúcnosti.

Účasť v súťaži Cena za výnimočnosť je pre zúčastnené strany bezplatná. Financovanie súťaže zabezpečuje organizácia VisitEngland.

### 2.2.2. Systémy kvality spravované Automobilovou asociáciou AA

V tejto časti diplomovej práce sa budeme zaoberať systémami kvality, ktoré patria pod správu Automobilovej asociácie AA. Ich charakteristiku uvádzame v prílohe 3, pričom sa v našej práci bližšie zameriavame na systémy kvality určené pre hotely.

Kategorizáciou ubytovacích zariadení sa v Anglicku okrem organizácie VisitEngland zaoberá aj Automobilová asociácia AA. Automobilová asociácia vytvorila systém kvality pod názvom Kategorizácia ubytovacích zariadení (The AA Categorization) v roku 1908. Bola zameraná na hodnotenie kvality hotelov. Postupne sa systém kvality rozšíril, a to na hodnotenie kvality ubytovacích zariadení kategórie penzión, ubytovacie zariadenie s vlastnou prípravou jedál, karavan a kemping park. Hodnotenie kvality hotelov a penziónov sa na území Spojeného kráľovstva vykonáva na základe rovnakých požiadaviek. Cieľom kategorizácie je umožniť zákazníkom na základe jednotných pravidiel získať objektívne informácie o kvalite poskytovaných služieb ubytovacími zariadeniami (Common Standards for Hotel and Guest Accommodation, 2015).

Kategorizácia je zameraná na ubytovacie služby a spočíva v zaradení ubytovacieho zariadenia do príslušnej kategórie (hotel, penzión, ubytovacie zariadenie s vlastnou prípravou jedál, karavan a kemping park) a triedy (jedna až päť žltých hviezdíček alebo jedna až päť vlajok pre karavan a kemping park). Kategorizácia ubytovacích zariadení sa zakladá na koncepcii kvality štandardy vybavenosti a služieb a je dobrovoľná pre všetky ubytovacie zariadenia.

Kategorizácia ubytovacích zariadení má formu značky kvality – „AA“ logo s názvom príslušnej kategórie ubytovacieho zariadenia a označením príslušnej triedy (obrázok 13). Značka kvality sa udeľuje na dobu jedného roka.



Obrázok 11 Značka kvality Kategorizácie ubytovacích zariadení AA  
Prameň: [www.theaa.com](http://www.theaa.com), 2015.

Podporu pri zavádzaní systému kvality v ubytovacích zariadeniach poskytuje Automobilová asociácia AA. Postup zavádzania systému kvality Kategorizácia ubytovacích zariadení pozostáva z identických krokov, ako je to v prípade Kategorizácie ubytovacích zariadení organizácie VisitEngland. Ide o: podanie žiadosti, samohodnotenie, hodnotiaci audit (kontrola splnenia požiadaviek, zaradenie ubytovacieho zariadenia do kategórie a triedy, vypracovanie hodnotiacej správy, zaslanie hodnotiacej správy žiadateľovi), udelenie/neudelenie značky kvality (Hotel Quality Standards, 2015).

Podanie žiadosti Automobilovej asociácii AA je prvým krokom pre zavedenie značky kvality.

Samohodnotenie je druhým krokom. Zariadenie môže byť hodnotené majiteľom alebo kvalifikovaným odborníkom – zamestnancom Automobilovej asociácie AA. Podklady pre samohodnotenie žiadateľovi poskytne Automobilová asociácia AA. Zistené nezhody je potrebné odstrániť.

Nasleduje hodnotiaci audit, ktorý sa začína kontrolou splnenia požiadaviek. Kontrolu vykonáva kvalifikovaný odborník Automobilovej asociácie AA, ktorý anonymne navštívi ubytovacie zariadenie. Kontrole podliehajú tie isté oblasti, ako v prípade Kategorizácie ubytovacích zariadení spravovanej organizáciou VisitEngland. Odborník na základe uskutočnenej kontroly zaradí ubytovacie zariadenie do kategórie a triedy, a to na základe identických požiadaviek, ako je to v prípade rovnomeného systému kvality spravovaného organizáciou VisitEngland. Odborník následne vypracuje hodnotiacu správu s dosiahnutými výsledkami za hodnotené oblasti. Hodnotiaca správa obsahuje aj rozhodnutie odborníka o zaradení ubytovacieho zariadenia do kategórie a triedy. Hodnotiacu správu zašle žiadateľovi.

Automobilová asociácia AA na základe hodnotiacej správy udelí/neudelí značku kvality ubytovaciemu zariadeniu.

Náklady súvisiace so zavedením a uplatňovaním Kategorizácie ubytovacích zariadení tvoria náklady spojené s odstránením zistených nezhôd s certifikačnými kritériami, vstupné poplatky, ročné poplatky a poplatok za značku. Vstupné poplatky sa vyberajú len v prvom roku, vtedy, keď sa ubytovacie zariadenie po prvý krát zapojí do kategorizácie. Ročné poplatky sa vyberajú každý rok a sú určené pre ubytovacie zariadenia, ktoré sa rozhodli recertifikovať. Vstupné poplatky sa určujú v závislosti od kategórie a triedy ubytovacieho zariadenia. Ročné poplatky sa vyberajú len v závislosti od kategórie ubytovacieho zariadenia. V tabuľke 21 uvádzame výšku vstupných a ročných poplatkov vrátane DPH (20 %) Kategorizácie ubytovacích zariadení pre hotel za roky 2014 – 2015. Poplatok za značku sa pohybuje v intervale £60 – 354 s DPH a určí sa podľa toho, či ide o osvetlenú alebo neosvetlenú, jednovrstvovú alebo dvojvrstvovú značku. Poplatok je rozdielny aj v dôsledku rôznych veľkostí značiek. Zodpovednosť za financovanie nákladov súvisiacich so zavedením a uplatňovaním systému kvality nesie ubytovacie zariadenie (Hotel Recognition Scheme Fees, 2015).

Tabuľka 21 Výška vstupných a ročných poplatkov vrátane DPH (20 %) Kategorizácie ubytovacích zariadení pre hotel za roky 2014 – 2015

| Trieda | Vstupné poplatky (£) | Ročné poplatky (£) |
|--------|----------------------|--------------------|
| *      | 600                  | 420                |
| **     | 780                  | 420                |
| ***    | 1200                 | 420                |
| ****   | 1440                 | 420                |
| *****  | 2040                 | 420                |

Prameň: Spracované podľa [www.theaa.com](http://www.theaa.com), 2015.

Informácie o počte zapojených subjektov do systému kvality nie sú dostupné.

Na Kategorizáciu ubytovacích zariadení nadväzuje Značka kvality červené hviezdičky (The AA Red Star Inspector's Choice Award). Systém kvality bol vytvorený s cieľom poukázať na ubytovacie zariadenia, ktoré počas kontroly splnenia požiadaviek súvisiacich s kategorizáciou dosiahli výnimočné výsledky. Ide o rovnocenný systém kvality so Zlatou značkou kvality za ubytovacie služby organizácie VisitEngland (Accommodation Star Ratings, 2015).

Značka kvality červené hviezdičky je určená pre ubytovacie zariadenia kategórie hotel. Spočíva v zaradení ubytovacieho zariadenia kategórie hotel do príslušnej podkategórie (vidiecky hotel, malý hotel, mestský hotel, metro hotel, hotely poskytujúce

lacné ubytovanie) a triedy (jedna až päť červených hviezdíček). V tabuľke 22 uvádzame charakteristiku tried hotelov v prípade Značky kvality červené hviezdíčky.

Tabuľka 22 Charakteristika tried hotelov v prípade Značky kvality červené hviezdíčky

| Trieda hotela | Charakteristika                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| *             | rýchla zdvorilá obsluha s neformálnym prístupom; väčšina izieb má vlastné hygienické zariadenie; je vymedzené pohostinské odbytové stredisko, kde sú denne podávané raňajky a väčšinu dní aj večere                                        |
| **            | personál je elegantne oblečený a má dostatok informácií o poskytovaných službách; izby sú priestranné; raňajky a večere sú podávané sedem dní v týždni                                                                                     |
| ***           | dostatočný počet zamestnancov, ktorí sú schopní predvídať očakávania hostí; všetky izby majú vlastné hygienické zariadenie; jedlá sú pripravené a prezentované na dobrej úrovni s využitím kvalitných surovín                              |
| ****          | pozorný personál poskytujúci veľmi dobrú úroveň služieb; minimálne polovica izieb má vlastné hygienické zariadenie vybavené vaňou aj sprchou; aspoň jedna z reštaurácií ponúka široký výber teplých i studených rozumne pripravených jedál |
| *****         | dokonale oblečený personál poskytujúci pozorné služby; všetky izby majú vlastné hygienické zariadenie vybavené vaňou a sprchou s termostatom; jedlá sú pripravené a prezentované na výnimočnej úrovni s využitím vysoko kvalitných surovín |

Prameň: [www.thecaterer.com](http://www.thecaterer.com), 2015.

Značka kvality červené hviezdíčky má formu značky kvality – „AA“ logo s názvom príslušnej podkategórie ubytovacieho zariadenia kategórie hotel a označením príslušnej triedy (obrázok 14). Udeľuje sa na obdobie jedného roka.



Obrázok 12 Značka kvality systému kvality Značka kvality červené hviezdíčky

Prameň: [www.theaa.com](http://www.theaa.com), 2015.

Získanie uvedenej značky kvality je podmienené splnením požiadaviek na vyššej úrovni. Vzhľadom na to, že ide o rovnocenný systém kvality so Zlatou značkou kvality za ubytovacie služby organizácie VisitEngland aj požiadavky pre získanie značky kvality sú identické. Hodnotenie splnenia požiadaviek prebieha súčasne s hodnotením splnenia požiadaviek Kategorizácie ubytovacích zariadení vykonanou Automobilovou asociáciou AA (Accommodation Star Ratings, 2015).

Informácie o počte zapojených subjektov do systému kvality a nákladoch súvisiacich s realizáciou systému kvality nie sú dostupné.

Značka kvality Rozeta za kulinársku výnimočnosť (The AA Rosette Award for Culinary Excellence) sa uplatňuje od roku 1955, kedy bol zavedený ako systém kvality rozlišujúci tri úrovne splnenia požiadaviek. V súčasnosti sa uplatňuje ako päťúrovňový systém kvality (od roku 1991). Bol vytvorený s cieľom hodnotiť kvalitu podávaných jedál, a následne prezentovať podniky cestovného ruchu, ktoré vynikajú výnimočným varením, a to na rôznych úrovniach (Rosette Awards for Restaurants, 2015).

Značka kvality Rozeta za kulinársku výnimočnosť je zameraná na stravovacie služby. Môžu ju získať reštaurácie a hotelové reštaurácie (podmienkou je členstvo v systéme kvality Kategorizácia ubytovacích zariadení), pričom v závislosti od úrovne splnenia požiadaviek je možné získať počet roziet od jedna do päť. V tabuľke 23 uvádzame charakteristiku úrovni splnenia požiadaviek s cieľom získať Značku kvality Rozeta za kulinársku výnimočnosť. Systém kvality sa zakladá na štandardoch vybavenosti a služieb a jeho uplatnenie je dobrovoľné.

Značka kvality Rozeta za kulinársku výnimočnosť má formu značky kvality – certifikát a tanier s „AA logom“, počtom roziet, ktoré sa udeľujú podľa úrovne splnenia požiadaviek, nápisom „AA Rosette Award for Culinary Excellence“ a príslušným rokom (obrázok 15). Značka kvality sa udeľuje na jeden rok.

Tabuľka 23 Charakteristika úrovni splnenia požiadaviek s cieľom získať Značku kvality Rozeta za kulinársku výnimočnosť

| Úroveň splnenia požiadaviek                                                         | Charakteristika                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | reštaurácie, ktoré vynikajú vysokým štandardom poskytovania stravovacích služieb v porovnaní s ostatnými reštauráciami vo svojich miestnych oblastiach; podávané jedlá sú pripravené so starostlivosťou, porozumením a pomocou kulinárskych zručností, pričom sa používajú kvalitné suroviny; rovnaké kritériá sa vzťahujú aj na hotelové reštaurácie |
|  | najlepšie miestne reštaurácie, ktoré dosahujú ešte vyšší štandard a konzistenciu; varenie sa vyznačuje precíznosťou a venuje sa zvýšená pozornosť výberu kvalitných surovín                                                                                                                                                                           |
|  | vynikajúce reštaurácie so štandardom poskytovania stravovacích služieb, čo vyžaduje uznanie nielen v miestnych ale aj iných oblastiach; varenie sa opiera o výber najkvalitnejších surovín; korenenie a kombinácia aróm podliehajú výnimočnosti; poskytujú sa intuitívne služby a vhodne zvolený vínny lístok                                         |
|  | reštaurácie s národne uznaným štandardom prípravy jedál; reštaurácie sa vyznačujú silnou ambíciou, vášňou pre dokonalosť, vynikajúcimi technickými zručnosťami a pozoruhodnou konzistentnosťou; kombinujú kulinárske tradície a túžbu pre zlepšovanie; existuje len málo reštaurácií/hotelových reštaurácií so štyrmi rozetami                        |
|  | najlepšie reštaurácie vo svetovom meradle; vysoko individuálne reštaurácie s úžasnými kulinárskymi zručnosťami a štandardom poskytovania stravovacích služieb, po ktorých túžia aj ostatné reštaurácie; pozoruhodný vínny lístok; len veľmi málo reštaurácií/hotelových reštaurácií má päť roziet                                                     |

Prameň: www.theaa.com, 2015.



Obrázok 13 Značka kvality Rozeta za kulinársku výnimočnosť  
Prameň: [www.theaa.com](http://www.theaa.com), 2015.

Značka kvality Rozeta za kulinársku výnimočnosť sa považuje za náročný systém kvality s vysokými požiadavkami, ktoré rastú z úrovne na úroveň, preto ho má zavedených len málo podnikov cestovného ruchu (Rosette Awards for Restaurants, 2015). V tabuľke 24 uvádzame štruktúru hotelových reštaurácií s úrovňami splnenia požiadaviek 3, 4 a 5 roziet za roky 2014 – 2015.

Tabuľka 24 Štruktúra hotelových reštaurácií s úrovňami splnenia požiadaviek 3, 4 a 5 roziet za roky 2014 - 2015

| Úroveň splnenia požiadaviek | Štruktúra hotelových reštaurácií |
|-----------------------------|----------------------------------|
| 3 rozety                    | 148                              |
| 4 rozety                    | 30                               |
| 5 roziet                    | 10                               |
| Spolu                       | 188                              |

Prameň: [www.designrestaurants.wordpress.com](http://www.designrestaurants.wordpress.com), 2015.

Postup získania značky kvality pozostáva z nasledujúcich krokov: podanie žiadosti, hodnotiaci audit (kontrola splnenia požiadaviek, vypracovanie hodnotiacej správy, zaslanie hodnotiacej správy žiadateľovi), udelenie/neudelenie značky kvality.

Podanie žiadosti Automobilovej asociácii AA je prvým krokom pre získanie značky kvality. V žiadosti sa uvedie počet roziet, ktoré chce ubytovacie zariadenie získať.

Druhým krokom je hodnotiaci audit. Hodnotiaci audit sa začína kontrolou splnenia požiadaviek vykonávanou kvalifikovaným odborníkom Automobilovej asociácie AA. Odborník anonymne navštívi ubytovacie zariadenie. V prípade záujmu o získanie jednej alebo dvoch roziet ide o jednorazovú kontrolu. Reštaurácie, ktoré chcú získať tri, štyri alebo päť roziet podliehajú opakovanej kontrole splnenia požiadaviek. Cieľom opakovanej kontroly je presvedčiť sa o konzistentnosti štandardov, t. j. o udržaní rovnakej výnimočnej

úrovne pripravených a podávaných jedál pri každej návšteve. Odborník hodnotí kritériá, ako je precíznosť prípravy jedál, chuť podávaných jedál, sezónny charakter jedál, pôvod surovín a vhodnosť jedál v závislosti od miesta pôsobenia reštaurácie. Tieto kritériá spoločne dotvárajú kvalitu jedál. Kritériá ako pohostinnosť a vybavenie interiéru neovplyvňujú rozhodnutie odborníka o udeľovaní počtu roziet, ale sú dôležitými zložkami, ktoré vplývajú na celkovú spokojnosť host'a. Po vykonanej kontrole odborník vypracuje hodnotiacu správu s jeho rozhodnutím a zároveň zdôvodnením udeľovania/neudeľovania príslušného počtu roziet. Hodnotiacu správu odborník zašle žiadateľovi.

Informácie o nákladoch súvisiacich s realizáciou systému kvality nie sú dostupné.

Automobilová asociácia AA na základe hodnotiacej správy udelí/neudelí značku kvality žiadateľovi.

Cena za pohostinnosť (The AA Hospitality Award) podobne ako Cena za výnimočnosť (Excellence in England Award) sa považuje za najprestížnejšie ocenenie v cestovnom ruchu, o ktoré podniky cestovného ruchu každoročne súťažia. Cieľom súťaže je poukázať na podniky cestovného ruchu, ktoré poskytujú služby výnimočnej kvality, dosahujú značné zlepšenie v predchádzajúcich 12 – 18 mesiacoch, ponúkajú host'om jedinečné zážitky a tým prispievajú k zvýšeniu štandardov v odvetví cestovného ruchu (Nicholls, 2015) .

Súťaž Cena za pohostinnosť je určená pre hotely s podmienkou členstva v systéme kvality Kategorizácia ubytovacích zariadení, pre pohostinské zariadenia a pre jednotlivcov zamestnaných v týchto podnikoch cestovného ruchu (Welcome to the AA Hospitality Awards, 2015). Cena za pohostinnosť sa zakladá na koncepcii komplexného manažérstva kvality a funguje na dobrovoľnej báze.

Súťaž má formu ceny za kvalitu. V roku 2015 súťaž prebieha v dvadsiatich piatich kategóriách („AA cena za víno – Anglicko“, „AA cena za víno – Škótsko“, „AA cena za víno – Wales“, „AA cena za alkoholický nápoj“, „AA cena za združenie malých hotelov roka“, „4 AA rozety za kulinársku výnimočnosť“, „AA cena za združenie hotelov roka“, „AA cena za stravovacie služby“, „AA cena za eko hotel roka“, „AA reštaurácia roka – Anglicko“, „AA reštaurácia roka – Londýn“, „AA reštaurácia roka – Škótsko“, „AA reštaurácia roka – Wales“, „AA hotel roka – Anglicko“, „AA hotel roka – Londýn“, „AA hotel roka – Škótsko“, „AA hotel roka – Wales“, „AA hotel roka – Severné Írsko“, „AA cena za združenie eko hotelov roka“, „AA cena za chyžnú roka“, „AA šéfkuchár šéfkuchárov roka“, „AA cena za celoživotný úspech“, „AA pub roka – Anglicko“, „AA pub roka – Škótsko“, „AA pub roka – Wales“). Víťazi súťaže dostanú certifikát s nápisom

„Hospitality Awards“, príslušným rokom a kategóriou, v ktorej zvíťazili (obrázok 16).  
Ceny majú platnosť jeden rok (Welcome to the AA Hospitality Awards, 2015).



Obrázok 14 Cena za kvalitu systému kvality Cena za pohostinnosť  
Prameň: [www.aahospitalityawards.com](http://www.aahospitalityawards.com), 2015.

Štruktúru výhercov súťaže Cena za pohostinnosť podľa druhu podnikov cestovného ruchu za roky 2014 - 2015 uvádzame v tabuľke 25.

Tabuľka 25 Štruktúra výhercov súťaže Cena za pohostinnosť podľa druhu podnikov cestovného ruchu za roky 2014 - 2015

| Výhercovia súťaže podľa druhu podnikov cestovného ruchu        | Štruktúra výhercov súťaže |
|----------------------------------------------------------------|---------------------------|
| Hotely a združenia hotelov                                     | 14                        |
| Pohostinské zariadenia                                         | 14                        |
| Jednotlivci zamestnaní v hoteloch a pohostinských zariadeniach | 3                         |
| Spolu                                                          | 31                        |

Prameň: [www.aahospitalityawards.com](http://www.aahospitalityawards.com), 2015.

Cenu za pohostinnosť je možné získať postupom identických krokov, ako je to v prípade získania Ceny za výnimočnosť. Ide o podanie žiadosti, posúdenie žiadosti, kontrolu splnenia požiadaviek, informovanie o výsledkoch kontroly, vyhlásenie výsledkov súťaže, vypracovanie a zaslanie spätnej väzby všetkým súťažiacim (Welcome to the AA Hospitality Awards, 2015).

Prvým krokom je podanie žiadosti, a to buď poštou alebo vo forme e-mailu. Súťažiaci majú možnosť podať žiadosť vo viacerých kategóriách súťaže. Podmienkou je splnenie zverejnených kritérií na stránke [www.aahospitalityawards.com/awards/hospitality-awards](http://www.aahospitalityawards.com/awards/hospitality-awards) pre príslušnú kategóriu, resp. kategórie. K žiadostiam majú podniky pripojiť aj prílohy, ako sú napr. fotografie, nápojový a jedálny lístok a ďalšie materiály, ktoré demonštrujú poskytovanie služieb na najvyššej úrovni.

Druhým krokom je posúdenie žiadostí spolu s prílohami. Kvalifikovaní odborníci Automobilovej asociácie AA na základe žiadostí vypracujú zoznam účastníkov, ktorých

považujú za vhodných kandidátov na udelenie cien v súťaži. Zoznam predložia odbornej porote skladajúcej sa z odborníkov v oblastiach hotelierstva a pohostinstva.

Tretím krokom v postupnosti získania ceny za kvalitu je kontrola splnenia požiadaviek, ktorá sa uskutočňuje u vybraných účastníkov. Monitoruje sa dosiahnuté zlepšenie v predchádzajúcich 12 – 18 mesiacoch a výnimočnosť poskytovania služieb.

Nasleduje ďalší krok, a to informovanie účastníkov o výsledkoch kontroly.

Predposledným krokom je vyhlásenie výsledkov súťaže Cena za pohostinnosť vo všetkých kategóriách, ktorá sa uskutoční na slávnostnej ceremónii 28. septembra 2015 v Grosvenor House, A JW Marriott Hotel \*\*\*\*\* v Londýne.

Okrem víťazov, ktorým sa odovzdávajú ocenenia na slávnostnej ceremónii, všetci súťažiaci získajú od poroty spätnú väzbu. Spätná väzba je návodom na zlepšenie činnosti podnikov do budúcnosti.

Účasť v súťaži Cena za pohostinnosť je pre zúčastnené strany bezplatná. Financovanie súťaže zabezpečuje Automobilová asociácia AA.

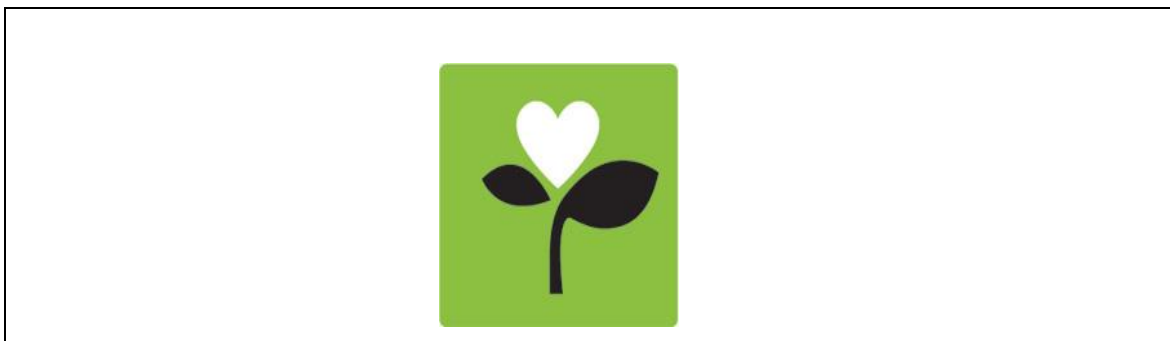
### 2.2.3. Ostatné systémy kvality

V tejto časti diplomovej práce sa budeme zaoberať systémami kvality, ktoré patria pod správu ostatných organizácií. Ich charakteristiku uvádzame v prílohe 4, pričom sa v našej práci bližšie zameriavame na systémy kvality určené pre hotely.

Certifikačná schéma Zelený cestovný ruch (Green Accreditation Scheme) je systémom kvality trvalo udržateľného rozvoja cestovného ruchu. Cieľom systému kvality je zlepšenie profilu podniku cestovného ruchu medzi rôznymi cieľovými skupinami zákazníkov v cestovnom ruchu, prilákanie nových zákazníkov, zvýšenie využívania ubytovacej kapacity, zníženie nákladov na energie až o 30 % a nadviazanie spolupráce s ďalšími podnikmi cestovného ruchu, ktoré systém kvality uplatňujú (Sustainable Tourism Certification, 2015).

Certifikačná schéma Zelený cestovný ruch je určená pre ubytovacie zariadenia a pre atraktivitu cestovného ruchu. Systém kvality vychádza z koncepcie kvality štandardov vybavenosti a služieb. Z hľadiska záväznosti ide o dobrovoľný systém kvality.

Certifikačná schéma Zelený cestovný ruch má formu značky kvality – logo znázorňujúce kvet v tvare srdca so zeleným pozadím, ktoré naznačuje význam zeleného, t. j. trvalo udržateľného cestovného ruchu (obrázok 17).



Obrázok 15 Značka kvality Certifikačnej schémy Zelený cestovný ruch  
Prameň: [www.better-tourism.org](http://www.better-tourism.org), 2015.

Postup zavádzania systému kvality Certifikačná schéma Zelený cestovný ruch sa skladá z nasledovných krokov: podanie žiadosti o udelenie značky, samohodnotenie, hodnotiaci audit (kontrola splnenia požiadaviek, vypracovanie a zaslanie hodnotiacej správy žiadateľovi), udelenie/neudelenie značky kvality (Sustainable Tourism Certification, 2015).

Prvým krokom je podanie žiadosti o udelenie značky kvality.

Nasleduje samohodnotenie, ktoré sa uskutočňuje na základe poskytnutých podkladov. Zistené nezhody je potrebné odstrániť.

Hodnotiaci audit sa začína kontrolou splnenia požiadaviek. Podniky cestovného ruchu s cieľom získať členstvo v certifikačnej schéme musia prejsť prísnou kontrolou. V prípade hotelov sa kontrola vykonáva v nasledujúcich oblastiach: služby a pohostinnosť, čistota, stravovanie, vybavenie izby, vybavenie hygienického zariadenia, verejné priestranstvá, vonkajšie areály a ostatné. Po kontrole splnenia požiadaviek sa vypracuje hodnotiaca správa s výsledkami hodnotených oblastí. Hodnotiaca správa sa zasiela žiadateľovi.

Posledným krokom je udelenie/neudelenie značky kvality.

Informácie o organizácii zodpovednej za realizáciu systému kvality, o certifikačnej organizácii, o platnosti značky, počte zapojených subjektov a nákladoch súvisiacich s realizáciou systému kvality nie sú dostupné.

Značka kvality za kongresové služby (Accredited in Meetings Award) je systém kvality, ktorý bol vytvorený v roku 2007. Cieľom systému kvality je zabezpečiť poskytovanie kvalitných kongresových služieb kvalifikovaným a kompetentným personálom (The UK Standard for Accredited Venues, 2015).

Systém kvality je zameraný na doplnkové služby – kongresové služby a môžu ho získať ubytovacie zariadenia. Značka kvality za kongresové služby sa zakladá na koncepcii kvality štandardy vybavenosti a služieb a funguje na dobrovoľnej báze.

Značka kvality za kongresové služby má formu značky kvality – logo s nápisom „AIM. An Assurance of Excellence Making Meetings Better“. Ubytovacie zariadenie má možnosť získať najprv značku kvality začiatočnej úrovne sivo–červenej farby (obrázok 18 a). V prípade, ak ubytovacie zariadenie prejaví záujem aj o vyššiu akreditáciu, má možnosť získať značku kvality striebornej úrovne sivo–modrej farby (obrázok 18 b) a následne značku kvality zlatej úrovne sivo–zlatej farby (obrázok 18 c). Značka kvality začiatočnej úrovne sa udeľuje na jeden rok a značky kvality vyššej úrovne sa udeľujú na tri roky.



Obrázok 16a – 18c Značka kvality systému kvality Značka kvality za kongresové služby  
Prameň: [www.aimaccredited.co.uk](http://www.aimaccredited.co.uk), 2015.

Postup zavádzania Značky kvality za kongresové služby spočíva v ôsmych krokoch: zaregistrovanie sa, podanie žiadosti, posúdenie žiadosti a poskytnutie podkladov pre samohodnotenie, odstránenie zistených nezhôd, zaslanie podkladov pre samohodnotenie späť, kontrola splnenia požiadaviek, vypracovanie hodnotiacej správy a zaslanie hodnotiacej správy žiadateľovi, udelenie/neudelenie značky kvality (Accredited in Meetings Application, 2015).

Prvým krokom pre získanie značky kvality je povinnosť ubytovacieho zariadenia zaregistrovať sa on-line.

Po zaregistrovaní sa, ubytovacie zariadenie vyplní online formulár so základnými identifikačnými údajmi.

Nasleduje tretí krok, a to posúdenie žiadosti organizáciou zodpovednou za realizáciu systému kvality - Asociáciou kongresového cestovného ruchu, a následné poskytnutie podkladov pre samohodnotenie vo forme on-line linku.

Ubytovacie zariadenie na základe podkladov pre samohodnotenie odstráni zistené nezhody.

V ďalšom kroku ubytovacie zariadenie zasiela späť Asociácii kongresového cestovného ruchu e-mailom vyplnené podklady pre samohodnotenie, a to spolu so všetkými požadovanými materiálmi.

Nasleduje kontrola splnenia požiadaviek, ktorú vykonáva kvalifikovaný odborník, zamestnanec Asociácie kongresového cestovného ruchu.

Po vykonanej kontrole odborník vypracuje hodnotiacu správu, ktorú zašle žiadateľovi. Asociácia kongresového cestovného ruchu udelí/neudelí značku kvality.

### 2.3. Uplatňovanie systémov kvality vo vybraných hoteloch v Anglicku

Uplatňovanie systémov kvality sme skúmali v troch vybraných hoteloch, a to v hoteli Brockencote Hall, The Moat House a Tillington Hall. Všetky tri hotely sa nachádzajú v regióne West Midlands, ktorý bol jedným z najnavštevovanejších regiónov cestovného ruchu v roku 2014.

#### 2.3.1. Charakteristika výskumnej vzorky

Hotel Brockencote Hall patrí do hotelovej siete Eden Hotel Collection. Je lokalizovaný v dedine Chaddesley Corbett v estetickom prostredí. Kapacita hotela je 21 izieb. Podľa počtu zamestnancov ho zaradujeme medzi malé podniky cestovného ruchu. Hotel poskytuje služby náročným a solventným hosťom zo Spojeného kráľovstva a zahraničia (najmä z Nemecka a Číny). Ubytovacie služby sa poskytujú v štýlovo zariadených a priestranných izbách. Hosťom sú ponúkané stravovacie služby v siedmych odbytových strediskách s možnosťou výberu z rôznych jedálnych lístkov. Doplnkové služby sú zamerané hlavne na obchodne cestujúcich, ktorým sa poskytujú kongresové služby v dvoch menších rokovacích miestnostiach. Hosťom sa zabezpečujú aj zábavné a spoločenské služby, a to vo forme svadieb, narodeninových osláv, jubileí ap.. Širokú škálu doplnkových služieb ďalej dopĺňa ponuka outdoorových športových aktivít (Lawrence, 2015).

Hotel Moat House patrí do vlastníctva rodiny Lewis. Nachádza sa v malej dedine Acton Trussell v pokojnom a čistom prostredí. Kapacitu hotela tvorí 41 izieb. Podľa počtu zamestnancov ho zaradujeme medzi stredné podniky cestovného ruchu. Hotel uspokojuje vysoko stanovené požiadavky hostí zo Spojeného kráľovstva. Hostia sú ubytovaní v zrekonštruovaných a pohodlných izbách. Stravovacie služby zabezpečuje hotelová reštaurácia a bar, ktoré ponúkajú špeciality britskej kuchyne. Hotel z doplnkových služieb sa zameriava na poskytovanie kongresových služieb s možnosťou výberu deviatich rokovacích miestností umiestnených v interiéri a taktiež v exteriéri zariadenia. Ponuku

doplňkových služieb dotvárajú zábavné a spoločenské služby, a to najmä svadby a rodinné oslavy (Brown, 2015).

Hotel Tillington Hall patrí do hotelovej siete Best Western. Nachádza sa v predmestí Stafford v zelenom a čistom prostredí. Kapacita hotela je 91 izieb. Podľa počtu zamestnancov ho zaradujeme medzi malé podniky cestovného ruchu. Hotel poskytuje cenovo zvýhodnené služby hosťom zo Spojeného kráľovstva a zahraničia (najmä z Nemecka a Francúzska). Ubytovacie služby sa poskytujú v jednoduchšie zariadených izbách v porovnaní s ubytovacími službami predchádzajúcich dvoch hotelov. Stravovacie služby sa poskytujú v troch odbytových strediskách, a to v reštaurácii, bare a lounge. Medzi doplnkové služby patria kongresové služby, ktoré sa poskytujú v dvanástich rokovacích miestnostiach, zábavné a spoločenské služby, ktorými hotel oslovuje najmä cieľovú skupinu svadobných hostí (Woods, 2015).

### 2.3.2. Analýza uplatňovania systémov kvality vo vybraných hoteloch

Štruktúrovaný rozhovor v hoteli Brockencote Hall sme uskutočnili s manažérom v pozícii „House Manager“. Hotel v rokoch 2014 - 2015 uplatňuje viaceré systémy kvality s národným rozsahom. Ide o: Značka kvality červené hviezdičky – vidiecky hotel \*\*\*\*, Značka kvality Rozeta za kulinársku výnimočnosť – 3 rozety, Značka kvality za kongresové služby – začiatková úroveň, Cena za výnimočnosť v kategórii „Malý hotel roka“ s úrovňou ocenenia vysoko uznaná a Cena za pohostinnosť v kategórii „AA cena za združenie malých hotelov roka“ .

Najúčinnnejším motivačným faktorom zapojenia sa do systému kvality Značka kvality červené hviezdičky bolo získanie značky, t. j. príslušného počtu červených hviezdičiek, čím by sa hotel mohol zaradiť medzi najlepšie hotely v krajinách Spojeného kráľovstva. Za ďalšie motivačné faktory manažér pokladal zlepšenie kvality produktu, zvýšenie spokojnosti hostí, získanie nových hostí a zlepšenie propagácie ubytovacieho zariadenia. Podobne v prípade zapojenia sa do systému kvality Značka kvality Rozeta za kulinársku výnimočnosť rozhodujúcim motivačným faktorom bola možnosť zaradiť sa medzi najlepšie hotelové reštaurácie, ktoré venujú príprave a kvalite jedál zvýšenú pozornosť. Hotel sa rozhodol pre implementáciu systému kvality aj s cieľom propagovať stravovacie služby, ktoré uspokojia najnáročnejšie požiadavky solventných hostí, zvýšenia spokojnosti hostí, získania nových hostí a zlepšenia propagácie hotela. Motiváciou zaviesť systém kvality Značka kvality za kongresové služby na začiatkovej úrovni bolo zlepšenie kvality

produktu, v tomto prípade kongresových služieb, zlepšenie orientácie na vybranú cieľovú skupinu a ich špecifické požiadavky a získanie nových hostí. Manažér hotela považoval za dôležité pri zavádzaní systému kvality najmä implementáciu systémov kvality na vyšších úrovniach. Hotel sa zapojil do súťaže Cena za výnimočnosť a Cena za pohostinnosť s cieľom získať ocenenia, ktoré sa udeľujú len vybraným podnikom cestovného ruchu poskytujúcich služby výnimočnej kvality. Ďalej motiváciou hotela bolo neustále zlepšovanie, zlepšenie propagácie a imidžu hotela. Manažér pod motiváciou implementácie všetkých systémov kvality rozumel určitú odmenu za úsilie a snahu všetkých členov tímu, ktorí sa snažili o poskytovanie služieb na čo najvyššej úrovni a o dosahovanie úspechov hotela.

Podľa manažéra boli všetky očakávania od uplatňovania systémov kvality v hoteli splnené. Pozitíva, ktoré v hoteli zaznamenali sú totožné s motivačnými faktormi zavedenia systémov kvality. Manažér za pozitívum pokladá aj zvýšenie konkurencieschopnosti ubytovacieho zariadenia. Neboli zaznamenané žiadne negatíva v súvislosti s uplatňovaním systémov kvality.

Manažér pripisuje veľký význam zavádzaniu systémov kvality v podniku cestovného ruchu. Vzhľadom na rastúce požiadavky cieľovej skupiny hotela, v budúcnosti plánujú implementovať aj ďalšie systémy kvality, a to Značka kvality za kongresové služby – strieborná úroveň. Cieľom hotela do budúcnosti je zároveň získať lepšie umiestnenie v súťaži Cena za výnimočnosť. V prípade ostatných systémov kvality uplatňovaných v hoteli sa plánuje ich opätovné zavedenie, t. j. recertifikácia. V podniku neexistujú žiadne bariéry, ktoré by bránili uplatňovaniu systémov kvality.

Vzťah manažéra k systémom kvality pre podniky cestovného ruchu je kladný. Všetky systémy kvality fungujú na dobrovoľnej báze, čo dáva podnikom možnosť slobodného rozhodnutia zapojiť sa do nich. Manažér daný fakt považuje za hlavné pozitívum. V prípade, ak sa podnik rozhodne pre zavedenie systému kvality, bude sa usilovať o to, aby sa očakávania vyplývajúce z uplatňovaných systémov kvality splnili a systémy kvality priniesli čo najviac výhod. Manažér za ďalšie pozitívum pokladá možnosť zavedenia nadväzujúcich systémov kvality, a to splnením požiadaviek na vyššej úrovni.

Manažér konštatuje, že uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu môže prispieť k zvyšovaniu konkurencieschopnosti danej krajiny na medzinárodnom trhu cestovného ruchu.

Štruktúrovaný rozhovor v hoteli Moat House sme uskutočnili s manažérkou v pozícii „Marketing Manager“. Hotel v rokoch 2014 - 2015 uplatňuje dva systémy kvality

s národným rozsahom. Ide o: Kategorizácia ubytovacích zariadení AA – vidiecky hotel \*\*\*\*, Značka kvality Rozeta za kulinársku výnimočnosť – 2 rozety.

Motiváciou hotela zapojiť sa do systému kvality Kategorizácia ubytovacích zariadení AA bolo informovanie hostí o kvalite poskytovaných služieb a následné uľahčenie ich výberu ubytovacieho zariadenia, ktoré zodpovedá ich požiadavkám. Za dôležitý faktor zavedenia systému kvality marketingová manažérka považovala získanie značky kvality, t. j. príslušného počtu hviezdíček. Hotel by sa tak mohol oficiálne zaradiť medzi ubytovacie zariadenia, ktoré poskytujú služby vysokej kvality v porovnaní s inými, ktoré nemajú tento systém kvality zavedený. Ďalšími motivačnými faktormi boli zlepšenie kvality produktu, zvýšenie spokojnosti hostí, získanie nových hostí, pre ktorých je kvalita determinujúcim faktorom pri výbere ubytovacieho zariadenia, neustále zlepšovanie, zlepšenie propagácie hotela a následné zvýšenie jeho konkurencieschopnosti v porovnaní s ostatnými ubytovacími zariadeniami. Hotel sa rozhodol pre implementáciu systému kvality Značka kvality Rozeta za kulinársku výnimočnosť s cieľom zaradiť sa medzi najlepšie hotelové reštaurácie, propagovať stravovacie služby výnimočnej kvality, zvýšiť spokojnosť hostí, získať nových hostí vyhľadávajúcich pridanú hodnotu a zážitok. Od marketingovej manažérky sme sa dozvedeli, že od zavedenia tohto náročného systému kvality očakávali aj zlepšenie propagácie hotela a následné zvýšenie jeho konkurencieschopnosti na trhu cestovného ruchu. Ďalej motiváciou bolo neustále zlepšovanie, čo by hotelu umožnilo získať vyšší počet roziet.

Všetky očakávania, ktoré mali systémy kvality priniesť, boli splnené. Pozitíva, ktoré boli v hoteli zaznamenané, sú totožné s motivačnými faktormi zavedenia systémov kvality. Neboli zaznamenané žiadne negatíva v súvislosti s uplatňovaním systémov kvality.

Manažérka považuje za potrebné zavádzanie systémov kvality v podniku cestovného ruchu. V budúcnosti sa plánuje implementácia aj ďalších systémov kvality. Hotel podal žiadosť o získanie ceny za kvalitu v súťaži Cena za pohostinnosť na roky 2015 – 2016. Vyhlásenie výsledkov súťaže sa bude konať 28. septembra 2015. V prípade vyhlásenia nových súťaží, a to na národnej, ale aj na regionálnej úrovni sa do nich hotel plánuje zapojiť. Hotel plánuje opätovné zavedenie v súčasnosti uplatňovaných systémov kvality. Manažérka za jediný faktor, ktorý bráni uplatňovaniu systémov kvality v hoteli považuje administratívnu náročnosť. Pod administratívnou náročnosťou rozumie preštudovanie mnohých materiálov súvisiacich so zavádzaním jednotlivých systémov kvality, ktorých text je občas náročný na pochopenie.

Postoj marketingovej manažérky k systémom kvality pre podniky cestovného ruchu je kladný. Za hlavné pozitívum považuje, že mnohé systémy kvality fungujú na princípe neustáleho zlepšovania, čo môže podniky motivovať v zlepšení kvality poskytovaných služieb. Skvalitňovanie poskytovaných služieb potom podnikom cestovného ruchu umožňuje zapojiť sa do systémov kvality, ktorých zavedenie je podmienené splnením náročnejších požiadaviek.

Marketingová manažérka konštatuje, že uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu môže prispieť k zvyšovaniu konkurencieschopnosti danej krajiny na medzinárodnom trhu cestovného ruchu.

Štruktúrovaný rozhovor v hoteli Tillington Hall sme uskutočnili s manažérkou v pozícii „Duty Manager“. Hotel v rokoch 2014 - 2015 uplatňuje nasledovný systém kvality s národným rozsahom: Kategorizácia ubytovacích zariadení AA – hotel poskytujúci lacné ubytovanie \*\*\*.

Motiváciou hotela zapojiť sa do systému kvality Kategorizácia ubytovacích zariadení AA bolo informovanie hostí o kvalite poskytovaných služieb a následné uľahčenie ich výberu ubytovacieho zariadenia, ktoré zodpovedá ich očakávaniam. Druhým dôležitým motivačným faktorom zavedenia systému kvality bolo zlepšenie kvality produktu.

Podľa slov manažérky boli všetky očakávania od uplatňovania systémov kvality v hoteli splnené. Manažérka medzi pozitíva, ktoré boli v hoteli zaznamenané v súvislosti s uplatňovaním uvedeného systému kvality zaraďuje získanie nových hostí, zlepšenie kvality všetkých troch zložiek produktu hotela, t. j. ubytovacie, stravovacie a doplnkové služby. Tým, že sa hotel zapojil do systému kvality Kategorizácia ubytovacích zariadení, získal konkurenčnú výhodu v porovnaní s ostatnými hotelmi poskytujúcich lacné ubytovanie na miestnej, ale aj regionálnej úrovni, keďže len málo hotelov takéhoto druhu venuje pozornosť uplatňovaniu systémov kvality. V hoteli neboli zaznamenané žiadne negatíva v súvislosti s uplatňovaním systému kvality.

Manažérka považuje za potrebné zavádzanie systémov kvality v podniku cestovného ruchu. Avšak, informáciu o systémoch kvality, ktoré hotel plánuje zaviesť v budúcnosti, nám nevedela poskytnúť. Hotel plánuje opätovné zavedenie systému kvality Kategorizácia ubytovacích zariadení AA. V podniku neexistujú žiadne bariéry, ktoré by bránili uplatňovaniu systémov kvality.

Vzťah manažérky k systémom kvality pre podniky cestovného ruchu je kladný. Uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu považuje za dôležité a užitočné. V prípade, ak podnik má zavedený systém kvality, zaväzuje sa poskytovať

služby na určitej úrovni počas celej doby platnosti značky, resp. ceny za kvalitu. Vyžaduje to úsilie každého zamestnanca vykonávať svoju prácu na čo najvyššej úrovni. Zároveň sa vyžaduje vzájomná spolupráca medzi členmi tímu, čo sa môže prejavovať v zlepšení súdržnosti celého tímu. Manažérka pokladá za pozitívum aj udeľovanie značiek, resp. cien za kvalitu na dobu určitú, čo je dôvodom na to, aby sa podniky cestovného ruchu neustále snažili o poskytovanie služieb čo najvyššej úrovne, a to nielen pri zavádzaní systémov kvality.

Manažérka hovorí, že uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu môže prispieť k zvyšovaniu konkurencieschopnosti danej krajiny na medzinárodnom trhu cestovného ruchu.

## Zhrnutie

V analytickej časti diplomovej práce sme sa zaoberali uplatňovaním systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku.

V úvode kapitoly sme charakterizovali stav cestovného ruchu v Anglicku z hľadiska uskutočnených domácich a zahraničných príchodov s prenocovaním z celkového počtu uskutočnených domácich a zahraničných príchodov s prenocovaním v Spojenom kráľovstve, hlavných motívov účasti na domacom i aktívnom zahraničnom cestovnom ruchu, prevažujúceho miesta pobytu, preferovaných ubytovacích zariadení, priemerného využitia ubytovacej kapacity na báze lôžok a na báze izieb a preferovaných použitých dopravných prostriedkov.

V druhej podkapitole sme sa zaoberali systémami kvality v cestovnom ruchu v Anglicku. S ohľadom na počet a rôznorodosť systémov kvality sme sa sústredili na systémy kvality s národným rozsahom určené pre hotely. Pri skúmaní systémov kvality sme vychádzali z ich členenia v závislosti od organizácií zodpovedných za realizáciu týchto systémov kvality. Zamerali sme sa na cieľ systémov kvality, ich zameranie, základ, záväznosť, formu a platnosť značiek, resp. cien za kvalitu. Zistovali sme počet zapojených subjektov, skúmali sme postup zavádzania systémov kvality. Z finančných aspektov sme sa zameriavali na náklady súvisiace s realizáciou systémov kvality a zodpovednosť za financovanie.

V tretej podkapitole sme skúmali uplatňovanie systémov kvality v hoteloch Brockencote Hall, The Moat House a Tillington Hall. Každý z troch hotelov v súčasnosti uplatňuje aspoň jeden systém kvality s národným rozsahom, pričom každý z nich je

zapojený do systému kvality Kategorizácia ubytovacích zariadení, za ktorú zodpovedá Automobilová asociácia AA. Najúčinnnejším motivačným faktorom zavedenia systémov kvality bolo získanie značky, resp. ceny za kvalitu, čím sa hotely mohli oficiálne zaradiť medzi tie ubytovacie zariadenia, ktoré poskytujú služby na vysokej úrovni, ďalej získanie nových hostí, zvýšenie spokojnosti hostí, zlepšenie kvality produktu, neustále zlepšovanie a zlepšenie propagácie hotela. Analýza názorov ukázala, že očakávania od uplatňovania systémov kvality sa v hoteloch splnili, t. j. pozitíva, ktoré manažéri v súvislosti s uplatňovaním systémov kvality zaznamenali, boli identické s motivačnými faktormi zavedenia systémov kvality. Negatíva v súvislosti s uplatňovaním systémov kvality žiadny hotel nezaznamenal. Manažéri považujú za potrebné implementáciu systémov kvality v podniku cestovného ruchu. Plánuje sa opätovné zavedenie súčasne uplatňovaných systémov kvality v hoteloch. Väčšina skúmaných hotelov v budúcnosti plánuje implementovať aj ďalšie systémy kvality. Za jediný faktor, ktorý bráni uplatňovaniu systémov kvality hotely považujú administratívnu náročnosť, a to nevyhnutnosť preštudovania materiálov súvisiacich s implementáciou systémov kvality, ktoré sú v mnohých prípadoch náročné na porozumenie. Napriek administratívnej náročnosti prístup manažérov k systémom kvality je kladný a podľa ich slov uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu môže prispieť k zvýšeniu konkurencieschopnosti danej krajiny na medzinárodnom trhu cestovného ruchu.

Na základe nášho prieskumu usudzujeme, že uplatňovaniu systémov kvality sa v podnikoch cestovného ruchu, resp. v hoteloch v Anglicku venuje zvýšená pozornosť.

### **3. ZHODNOTENIE SÚČASNEJ SITUÁCIE UPLATŇOVANIA SYSTÉMOV KVALITY V PODNIKoch CESTOVNÉHO RUCHU V ANGLICKU**

V tretej kapitole diplomovej práce najskôr zhodnotíme súčasnú situáciu uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku, poukážeme na silné a slabé stránky súvisiace s danou problematikou, a následne uvedieme možnosti zdokonalenia uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. V závere tejto kapitoly poukážeme na možnosti využitia skúseností s uplatňovaním systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku na Slovensku.

#### **3.1. Zhodnotenie súčasnej situácie uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku**

V Anglicku existuje veľké množstvo systémov kvality. Systémy kvality sú vytvorené pre všetky druhy podnikov cestovného ruchu. Medzi podniky cestovného ruchu zaraďujeme ubytovacie zariadenia, pohostinské zariadenia, dopravné zariadenia, atraktivity cestovného ruchu, cestovné kancelárie, cestovné agentúry a turistické informačné centrá. Na národnej úrovni je vytvorených 24 systémov kvality, pričom niektoré z nich sú zamerané aj na viac druhov podnikov cestovného ruchu. Vzhľadom na ich náročnosť, boli na miestnej a regionálnej úrovni vytvorené dočasné systémy kvality, ktoré sa považujú za menej náročné a poskytujú pomoc pri implementácii systémov kvality na národnej úrovni. Podniky cestovného ruchu v Anglicku majú možnosť zapojiť sa aj do medzinárodných systémov kvality, medzi ktoré patrí Certifikačná schéma trvalo-udržateľný rozvoj Zelené podniky cestovného ruchu (Green Tourism Business Scheme), Certifikačná schéma Bezpečné pohostinstvo (Hospitality Assured Scheme), Značka kvality michelinovských hviezdíček za najlepšiu kuchyňu (Michelin star award rating for the best cuisine) a Cena Investícia do ľudí (Investors in People Award).

Najčastejšie ide o systémy kvality zakladajúce sa na štandardoch vybavenosti a služieb, najmä vo forme certifikačných schém. Viaceré z nich vychádzajú zo súčasných trendov koncepcie kvality štandardy vybavenosti a služieb, t. j. špecializujú sa na vybrané cieľové skupiny zákazníkov (rodiny s deťmi, cyklistov, peších turistov, hostí s domácimi zvieratami, zdravotne postihnutých, ekologicky uvedomelých). Väčšina systémov kvality má formu značky kvality. Postup zavádzania systémov kvality najčastejšie zahŕňa štyri

kroky, a to podanie žiadosti, samohodnotenie, hodnotiaci audit a udelenie/neudelenie značky kvality.

V Anglicku funguje dôkladne premyslený systém zabezpečovania kvality služieb cestovného ruchu, ktorý má mnohé silné stránky. Medzi silné stránky zaradujeme systematický prístup k riadeniu kvality služieb cestovného ruchu, prepojenosť systémov kvality, nadväznosť systémov kvality, obsah systémov kvality, dostupnosť informácií o systémoch kvality, poskytovanie podpory pri zavádzaní systémov kvality skúsenými a školenými odborníkmi, poskytovanie hodnotiacich materiálov žiadateľovi, doba udelenia značiek, resp. cien za kvalitu a dobrovoľné uplatňovanie systémov kvality.

Ako prvú silnú stránku považujeme systematický prístup k riadeniu kvality služieb cestovného ruchu. V Anglicku sa venuje pozornosť zabezpečovaniu kvality služieb cestovného ruchu na národnej úrovni, za čo sú zodpovedné dve organizácie, a to organizácia VisitEngland a Automobilová asociácia AA. Prvá organizácia sa v oblasti zabezpečovania kvality služieb cestovného ruchu zameriava na všetky druhy podnikov cestovného ruchu, pričom druhá organizácia sa výlučne zameriava na hodnotenie kvality ubytovacích a pohostinských zariadení. Organizácia VisitEngland a Automobilová asociácia AA uplatňujú rovnaké kritériá hodnotenia kvality ubytovacích zariadení hotelov a penziónov. Prejavuje sa to v jednotnom prístupe ku kategorizácii týchto ubytovacích zariadení, pričom platí zásada, že ubytovacie zariadenie musí byť zaradené do rovnakej kategórie a triedy. Uvedené organizácie sú zodpovedné aj za certifikáciu. V prípade systémov kvality spravovaných organizáciou VisitEngland, certifikáciu vykonáva nezávislá hodnotiaca organizácia, Quality in Tourism, čo pokladáme za pozitívum.

Za ďalšie pozitívum pokladáme prepojenosť systémov kvality z hľadiska územnej pôsobnosti, t. j. spoločný základ hodnotenia kvality služieb cestovného ruchu. Za realizáciu systémov kvality v Spojenom kráľovstve v minulosti zodpovedala Národná agentúra pre cestovný ruch, VisitBritain, ktorá vytvorila spoločný základ hodnotenia kvality služieb cestovného ruchu pre všetky členské krajiny Spojeného kráľovstva. V súčasnosti za zabezpečovanie kvality služieb cestovného ruchu v členských krajinách zodpovedajú národné agentúry pre cestovný ruch. Národné agentúry pre cestovný ruch vychádzajú zo spoločného základu hodnotenia kvality, ktorý prispôbili vlastným podmienkam rozvoja cestovného ruchu, ako je to aj v prípade systému kvality Kategorizácia ubytovacích zariadení.

Systémy kvality v cestovnom ruchu v Anglicku charakterizuje určitá nadväznosť. Ide o existenciu nadväzujúcich systémov kvality, ktorých zavedenie je podmienené splnením

požiadaviek na vyššej úrovni, čo motivuje podniky cestovného ruchu k vyšším výkonom a k zlepšovaniu úrovne poskytovaných služieb. Takýmto nadväzujúcim systémom kvality je napríklad Strieborná značka kvality za ubytovacie služby, Zlatá značka kvality za ubytovacie služby alebo Značka kvality červené hviezdičky.

Za ďalšiu silnú stránku považujeme obsah systémov kvality. Obsah systémov kvality, bez ohľadu na koncepciu kvality, na ktorej sa jednotlivé systémy kvality zakladajú, sa orientuje na zákazníka. Zvýšená pozornosť sa venuje správaniu zamestnancov podnikov cestovného ruchu vo vzťahu k zákazníkom a sledovaniu ich želaní a spokojnosti. Indikátorom na meranie splnenia požiadaviek na kvalitu je súbor technických a mäkkých kritérií (pohostinnosť a prívetivosť, komunikácia s hosťom ap.).

K silným stránkam patrí aj dostupnosť informácií v písomnej podobe na internete o uplatňovaní systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu na národnej úrovni. Tieto informácie väčšinou obsahujú aj presne definované podmienky zapojenia sa do systémov kvality. Najviac informácií sa nachádza na troch internetových stránkach, a to na stránke [www.qualityintourism.com](http://www.qualityintourism.com), [www.visitengland.com](http://www.visitengland.com) a [www.theaa.com](http://www.theaa.com).

Ďalším pozitívom je poskytovanie podpory podnikom cestovného ruchu pri implementácii systémov kvality. V prípade systémov kvality spravovaných organizáciou VisitEngland, pomoc poskytujú odborníci zamestnaní v organizácii Quality in Tourism. Využitie tejto možnosti ponúka aj Automobilová asociácia AA. Úloha odborníkov spočíva v poskytovaní cenných rád a odporúčaní podnikom s cieľom získať značky, resp. ceny za kvalitu. Zároveň, za pozitívum pokladáme, že ide o skúsených a školených odborníkov, ktorí sú okrem poskytovania podpory pri zavádzaní systémov kvality zodpovední aj za kontrolu splnenia požiadaviek, čo zaručuje objektívne a zjednotené hodnotenie kvality služieb poskytovaných podnikmi cestovného ruchu.

Medzi silné stránky patrí aj poskytovanie hodnotiacich materiálov v písomnej podobe žiadateľovi. Hodnotiace materiály obsahujú informácie o dosiahnutých výsledkoch v hodnotených oblastiach a užitočné rady na zlepšovanie činností do budúcnosti.

Obmedzenú dobu udelenia značiek, resp. cien za kvalitu pokladáme za ďalšie silné miesto v uplatňovaní systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu. Značky, resp. ceny za kvalitu sa väčšinou udeľujú na obdobie jedného roka, čo motivuje podniky k udržiavaniu úrovne poskytovaných služieb a následne im umožňuje opätovné zapojenie sa do vybraného systému kvality, a to za vopred určený poplatok. Zároveň, všetky systémy kvality fungujú na dobrovoľnej báze, čo dáva podnikom možnosť slobodného rozhodnutia zapojiť sa, resp. nezapojiť sa do nich. Pokladáme to za ďalšie pozitívum.

Na druhej strane, s uplatňovaním systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku sa spájajú aj určité nevýhody, resp. slabé stránky. Ide o nejednotnosť, neprehľadnosť, do určitej miery aj absenciu podávaných informácií o systémoch kvality a administratívnu náročnosť.

Problematika nejednotnosti a neprehľadnosti podávaných informácií o systémoch kvality sa týka najmä internetových stránok [www.visitengland.com](http://www.visitengland.com) a [www.qualityintourism.com](http://www.qualityintourism.com). Občas ide o uvádzanie tých istých informácií na oboch stránkach, avšak z iného uhla pohľadu, čo môže komplikovať ich pochopenie. Ďalej, na stránke [www.visitengland.com](http://www.visitengland.com) absentujú informácie o štyroch certifikačných schémach, t. j. Certifikačné schéma Víťame rodiny, Certifikačné schéma Víťame cyklistov, Certifikačné schéma Víťame peších turistov, Certifikačné schéma Víťame hostí s domácimi zvieratami, ktoré patria pod správu organizácie VisitEngland. Charakteristika týchto systémov kvality sa nachádza na internetovej stránke certifikačnej organizácie Quality in Tourism. Pokladáme za užitočné, aby organizácie VisitEngland a Quality in Tourism venovali väčšiu pozornosť prehľadnému a jednotnému uvádzaniu informácií o systémoch kvality na svojich internetových stránkach. Možnosť riešenia vidíme v tom, aby sa na oboch stránkach nachádzali rovnaké základné informácie o všetkých systémoch kvality. Bližšia charakteristika jednotlivých systémov kvality by mohla byť uvedená na stránke organizácie VisitEngland. Za vhodné pokladáme, aby v prípade uvádzania informácií, ktoré sa týkajú najmä organizácie Quality in Tourism (postup zavádzania systémov kvality, náklady súvisiace so zavedením a uplatňovaním systémov kvality) existovala možnosť presmerovania zo stránky [www.visitengland.com](http://www.visitengland.com) na stránku [www.qualityintourism.com](http://www.qualityintourism.com).

Problematika absencie informácií o systémoch kvality sa týka aj internetovej stránky [www.theaa.com](http://www.theaa.com). V prípade systémov kvality Značka kvality červené hviezdičky a Značka kvality Rozeta za kulinársku výnimočnosť absentujú dôležité informácie, a to náklady súvisiace s realizáciou systémov kvality. S cieľom zabezpečiť komplexný prehľad v systémoch kvality považujeme za potrebné doplniť chýbajúce informácie.

Najviac informácií absentuje v prípade systémov kvality, ktoré patria pod správu ostatných organizácií. V prípade systému kvality Certifikačné schéma Zelený cestovný ruch absentujú také základné informácie, ako je organizácia zodpovedná za realizáciu systému kvality, certifikačná organizácia, platnosť značky ap.. Pokladáme za nevyhnutné doplniť chýbajúce informácie.

Navyše, informácie na internetových stránkach o tom, že sa na celom území Spojeného kráľovstva uplatňuje jednotný princíp kategorizácie ubytovacích zariadení hotelov a penziónov, zabezpečovaných v Anglicku organizáciou VisitEngland a Automobilovou asociáciou AA, sú spomenuté len okrajovo. Podniky cestovného ruchu môžu tieto informácie považovať za nedostatočné, ktoré by žiadali dôkladnejšie vysvetlenie. S cieľom uľahčiť výber pre podniky cestovného ruchu, odporúčame poukázať na odlišnosti týchto systémov kvality. Za užitočné preto pokladáme zverejniť informácie napríklad o finančných aspektoch, t. j. nákladoch súvisiacich so zavádzaním a uplatňovaním týchto systémoch kvality a výhodách, ktoré tieto systémy kvality prinášajú.

Za slabú stránku uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku pokladáme aj administratívnu náročnosť, pod ktorou rozumieme náročnosť podkladových materiálov na porozumenie. V mnohých prípadoch ide o príliš dlhé, zložito napísané materiály, ktorých text sa občas člení na viaceré podkapitoly a do mnohých odrážok. Môže to skomplikovať pochopenie informácií pre podniky cestovného ruchu. Riešenie administratívnej náročnosti podkladových materiálov vidíme vo výbere jednoduchšieho jazyka pri ich písaní. Treba dbať aj na to, aby namiesto dlhých, komplikovane napísaných viet boli použité výstižné formulácie, čím by sa zároveň mohla skrátiť aj celková dĺžka podkladových materiálov. Za nevyhnutné považujeme aj zlepšenie logiky uvádzaných informácií.

### 3.2. Možnosti využitia skúseností s uplatňovaním systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku na Slovensku

Na Slovensku sa uplatňujú nasledovné systémy kvality v cestovnom ruchu: Kategorizácia ubytovacích zariadení, Certifikačná schéma Vitajte cyklisti, Certifikácia turistických informačných centier AiCES, Kategorizácia lyžiarskych stredísk na Slovensku, Kategorizácia malých ubytovacích zariadení na vidieku v Nitrianskom samosprávnom kraji, Certifikačná schéma znak kvality Regio Danubiana, Certifikačná schéma Zariadenie priateľské k rodinám a deťom a Ceny za kvalitu Hotel roka, Reštaurácia roka a Hotelier roka.

Podnikom cestovného ruchu na Slovensku, v porovnaní s Anglickom, chýba systematický prístup k riadeniu kvality. Súčasný systém zabezpečovania kvality služieb cestovného ruchu na Slovensku nezastrešuje všetky druhy podnikov cestovného ruchu.

Zároveň sa problematike zabezpečovania kvality služieb cestovného ruchu v súčasnosti venuje viac organizácií. Za realizáciu každého jedného systému kvality, s výnimkou systémov kvality Ceny za kvalitu Hotel roka, Reštaurácia roka a Hotelier roka, zodpovedá iná organizácia. Rozdrobenosť vzťahov môžeme pozorovať aj na strane certifikačných orgánov. Certifikačné orgány sú vo väčšine prípadov uplatňovaných systémov kvality totožné s organizáciami zodpovednými za ich realizáciu. Z tohto dôvodu nemôžeme hovoriť o nezávislom hodnotiacom procese dodržiavania kritérií stanovených systémami kvality, ako je to v prípade systémov kvality spravovaných organizáciou VisitEngland v Anglicku. Otázku systematického prístupu k riadeniu kvality by mal vyriešiť Národný systém kvality služieb cestovného ruchu, ktorého predpokladaný termín zavedenia na Slovensku je obdobie 2016 - 2017. Systém kvality bude vytvorený s využitím licencie nemeckého systému kvality služieb Service Qualität Deutschland, ktorý bude prispôbosený podmienkam cestovného ruchu na Slovensku. Inšpiráciou pre Slovensko môže slúžiť úspešne fungujúci systém kvality v Českej republike, ktorý bol taktiež vytvorený na základe nemeckého systému kvality. Cieľom Národného systému kvality služieb cestovného ruchu je zlepšiť kvalitu služieb cestovného ruchu na Slovensku a pomôcť lepšie plniť požiadavky zákazníkov. Predpokladanými cieľovými sektormi pripravujúceho sa systému kvality sú hotelierstvo, gastronómia (catering), sprievodcovia, zimné lyžiarske strediská, turistické informačné centrá a vodná turistika. Systém kvality sa pripravuje zaviesť ako dobrovoľný, viacstupňový, konzistentný, medzinárodne kompatibilný (napríklad na medzinárodný štandard Európska konfederácia národných asociácií hotelov, reštaurácií, kaviarní a podobných zariadení – HOTREC), otvorený (umožnený vstup aj pre ďalšie subjekty), univerzálny a inštitucionálne zabezpečený (organizáciou zodpovednou za realizáciu systému kvality bude Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky).

Rozdiel uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku a na Slovensku môžeme vidieť aj v odlišnom chápaní problematiky zabezpečovania kvality služieb cestovného ruchu. V Anglicku ide o existenciu vyspelých systémov kvality s možnosťou zapojiť sa aj do ďalších systémov kvality na vyšších úrovniach za podmienky splnenia náročnejších požiadaviek. Systémy kvality na Slovensku fungujú na tzv. princípe minimálneho splnenia požiadaviek. Zavedením pripravujúceho systému kvality by sa súčasný systém zabezpečovania kvality služieb cestovného ruchu zmenil na viacstupňový. Viacstupňový systém kvality môže podniky cestovného ruchu motivovať k vyšším

výkonom a k zlepšovaniu úrovne poskytovaných služieb, čo im následne umožňuje zavedenie systému kvality na vyšších úrovniach.

Uplatňovaniu systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu na Slovensku sa venuje pozornosť na národnej a regionálnej úrovni. Žiadny zo súčasných systémov kvality na Slovensku nemá vyšší rozsah ako národný. Aplikáciou nemeckého systému kvality do slovenského prostredia by sa v podnikoch cestovného ruchu na Slovensku mohol uplatňovať systém kvality, ktorý má medzinárodný charakter.

Všetky systémy kvality, ktoré sa uplatňujú v cestovnom ruchu na Slovensku, sa zakladajú na štandardoch vybavenosti a služieb. Absentuje tu koncepcia kvality neustáleho zlepšovania, ktorá by mohla byť základom systémov kvality Ceny za kvalitu Hotel roka, Reštaurácia roka a Hotelier roka. Jedným z princípov Národného systému kvality služieb cestovného ruchu je neustále zlepšovanie sa.

V porovnaní s Anglickom, systémy kvality na Slovensku sa v nedostatočnej miere orientujú na zákazníka (komunikácia so zákazníkom, správanie zamestnancov ap.) a občas nezodpovedajú ani ich očakávaniam. Podniky cestovného ruchu na kvalitu pozerajú skôr z hľadiska jej technických vlastností (požiadavky na produkt alebo služby), pričom sa nedostatočne orientujú na mäkké kritériá, ktoré sú práve tými najdôležitejšími faktormi determinujúcimi výslednú spokojnosť každého zákazníka. Práve z tohto dôvodu odporúčame venovať väčšiu pozornosť spomínaným kritériám, ktoré by mali byť zakomponované do rozsahu požiadaviek, ktoré podniky cestovného ruchu musia splniť s cieľom zapojiť sa do systému kvality.

Ďalším rozdielom medzi Anglickom a Slovenskom je aj obdobie platnosti značiek, resp. cien za kvalitu, ktoré sa udeľujú podnikom cestovného ruchu v súvislosti so zapojením sa do systémov kvality. Na Slovensku vo väčšine prípadov ide o neobmedzenú alebo dlhšiu dobu udelenia značiek, resp. cien za kvalitu. Na dobu neobmedzenú sa udeľuje značka kvality v prípade systémov kvality Kategorizácia ubytovacích zariadení, Certifikačná schéma Vitajte cyklisti, Certifikácia turistických informačných centier AiCES, Certifikačná schéma Zariadenie priateľské k rodinám a deťom. Značky kvality s platnosťou 3 roky sa udeľujú podnikom cestovného ruchu, ktoré získali členstvo v systémoch kvality Kategorizácia lyžiarskych stredísk na Slovensku, Certifikačná schéma znak kvality Regio Danubiana a Kategorizácia malých ubytovacích zariadení na vidieku v Nitrianskom samosprávnom kraji. Iba v prípade systémov kvality Ceny za kvalitu Hotel roka, Reštaurácia roka a Cena za kvalitu Hotelier roka sa ceny za kvalitu udeľujú na jeden rok. Udeľovanie značiek kvality na dobu neobmedzenú

považujeme za neúčinné. Nepodnecuje podniky k vyšším výkonom a k zlepšovaniu úrovne poskytovaných služieb, čo v konečnom dôsledku môže viesť k nekvalite služieb. Odporúčame zvážiť možnosť zavádzania systémov kvality na kratšie obdobia. Za vhodné pokladáme, aby sa značky kvality udeľovali maximálne na trojročné obdobie.

Podstatný rozdiel medzi Anglickom a Slovenskom môžeme vidieť aj v monitorovaní dodržiavania kritérií stanovených systémami kvality. V Anglicku sa kontrole splnenia požiadaviek venuje zvýšená pozornosť. Kontrolu vykonávajú kvalifikovaní a školení odborníci s dostatkom skúseností v danej oblasti. Na Slovensku sú v mnohých prípadoch touto úlohou poverené osoby, ktoré nedisponujú dostatočným vzdelaním a skúsenosťami v oblasti vykonávania kontroly. Stretávame sa preto s problematikou subjektívneho hodnotenia kvality služieb poskytovaných podnikmi cestovného ruchu. S cieľom zabezpečiť zjednotené a objektívne hodnotenie kvality služieb odporúčame, aby monitorovanie dodržiavania kritérií stanovených systémami kvality vykonávali školení a akreditovaní hodnotitelia. Za ďalší nedostatok považujeme chýbajúcu priebežnú kontrolu dodržiavania certifikačných kritérií počas obdobia platnosti vydaného certifikátu. Ako príklad môžeme uviesť systém kvality Certifikačné schéma Zariadenie priateľské k rodinám a deťom. Monitorovaniu dodržiavania kritérií počas platnosti značky kvality sa pozornosť nevenuje. S cieľom zabezpečenia konštantnej úrovne kvality počas obdobia platnosti certifikátu, považujeme za nevyhnutné, aby sa vykonávali priebežné kontroly v prípade všetkých systémov kvality. Za vhodnú metódu monitorovania kvality služieb považujeme metódu tajného, resp. fiktívneho nákupu (mystery shopping), ktorý by mal byť vykonávaný už spomínanými školenými expertmi. Zvolenú metódu považujeme za správnu voľbu najmä preto, lebo mystery shopper vidí naozaj to, čo zákazník dostáva a počas návštevy vidí aj nedostatky, ktoré sú v rozpore s certifikačnými kritériami v navštívenom podniku cestovného ruchu.

Náklady súvisiace so zavedením a uplatňovaním systémov kvality v Anglicku vo väčšine prípadov pozostávajú z nákladov na odstránenie zistených nezhôd s certifikačnými kritériami, vstupných poplatkov, ročných poplatkov a poplatkov za značky (tabuľa so značkou). Náklady spojené s implementáciou a uplatňovaním systémov kvality na Slovensku v niektorých prípadoch tvoria len náklady na zabezpečenie splnenia požiadaviek. Je to v prípade systému kvality Kategorizácia ubytovacích zariadení a Certifikačné schéma Zariadenia priateľské k rodinám a deťom. Na Slovensku sa stretávame aj s takými systémami kvality, v prípade ktorých sa nevyberajú buď vstupné alebo ročné poplatky. Zakúpenie značiek na Slovensku nie je spoplatnené. Naším

odporúčaním je spoplatnenie členstva v systémoch kvality. Na Slovensku, podobne ako v Anglicku, by sa mali vyberať vstupné aj ročné poplatky. Naše stanovisko zdôvodňujeme tým, že ak by išlo o spoplatnené členstvo, mohlo by sa to prejavovať v serióznejšom prístupe k uplatňovaniu systémov kvality, t. j. podniky cestovného ruchu by sa snažili o to viac, aby sa všetky očakávania vyplývajúce z uplatňovaných systémov kvality splnili a aby systémy kvality priniesli čo najviac výhod pre podniky. Serióznejší prístup by určite pocítili aj zákazníci.

V nasledujúcej tabuľke (tabuľka 26) zhrnieme odporúčania pre uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu na Slovensku.

Tabuľka 26 Odporúčania pre uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu na Slovensku

| Vybraná oblasť                                                               | Odporúčanie                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| - problematika systematickosti                                               | - zavedenie Národného systému kvality služieb cestovného ruchu s využitím licencie nemeckého systému kvality služieb Service Qualität Deutschland                                                                                               |
| - princíp minimálnych štandardov                                             | - zavedenie Národného systému kvality služieb cestovného ruchu ako viacstupňový systém kvality s požiadavkami, ktoré rastú z úrovne na úroveň                                                                                                   |
| - rozšírenie územnej pôsobnosti systémov kvality                             | - zavedenie Národného systému kvality služieb cestovného ruchu na základe systému kvality služieb Service Qualität Deutschland, ktorý má medzinárodný charakter                                                                                 |
| - absencia koncepcie kvality neustáleho zlepšovania                          | - zmena základu systémov kvality Ceny za kvalitu Hotel roka, Reštaurácia roka a Hotelier roka na koncepciu kvality neustáleho zlepšovania<br>- jedným z princípov Národného systému kvality služieb cestovného ruchu je neustále zlepšovanie sa |
| - nedostatočná orientácia systémov kvality na zákazníka                      | - zakomponovanie mäkkých kritérií do požiadaviek systémov kvality (komunikácia so zákazníkom, správanie zamestnancov ap.)                                                                                                                       |
| - modifikácia doby udelenia značiek kvality                                  | - udeľovanie značiek kvality maximálne na trojročné obdobia                                                                                                                                                                                     |
| - monitorovanie dodržiavania kritérií nekompetentnými osobami                | - monitorovanie dodržiavania kritérií školenými a akreditovanými hodnotiteľmi                                                                                                                                                                   |
| - chýbajúca priebežná kontrola dodržiavania certifikačných kritérií          | - zavedenie priebežných kontrol vo forme mystery shopping                                                                                                                                                                                       |
| - minimálne náklady spojené s implementáciou a uplatňovaním systémov kvality | - spoplatnenie členstva v systémoch kvality (vyberanie zápisných a ročných poplatkov)                                                                                                                                                           |

Prameň: Vlastné spracovanie, 2015.

Návrhy majú len odporúčací charakter a sú určené pre kompetentné osoby a organizácie, ktoré zodpovedajú za správu systémov kvality služieb cestovného ruchu na Slovensku.

## ZÁVER

Poskytovanie kvalitných služieb sa v podnikoch cestovného ruchu považuje za jedinu možnosť udržania sa na trhu cestovného ruchu v rastúcej konkurencii. Hlavným kritériom úspechu na trhu je spokojnosť zákazníkov, pretože iba spokojný zákazník šíri dobré meno podniku a príde opätovne. Z toho dôvodu sa stále častejšie zdôrazňuje potreba zvyšovania kvality v podnikoch cestovného ruchu. Podniky môžu prispieť k zvýšeniu kvality implementáciou systémov kvality. Cieľom diplomovej práce bolo preskúmať a kriticky zhodnotiť uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku.

V prvej kapitole sme si objasnili základné pojmy spojené s témou uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu. Definovali a charakterizovali sme podniky cestovného ruchu, pričom sme sa sústredili na ubytovacie zariadenia kategórie hotel. Ďalej sme definovali a charakterizovali systémy kvality v cestovnom ruchu. Prvú kapitolu sme spracovali na základe sekundárnych zdrojov. Čerpali sme z domácej a zahraničnej knižnej i časopiseckej literatúry, informácií z internetových stránok zaoberajúcich sa danou problematikou a relevantných legislatívnych predpisov.

V druhej kapitole sme skúmali uplatňovanie systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. V nadväznosti na prvý čiastkový cieľ diplomovej práce sme poukázali na význam cestovného ruchu v Anglicku. Druhý čiastkový cieľ sme naplnili preskúmaním systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. S ohľadom na počet a rôznorodosť systémov kvality sme sa sústredili na systémy kvality s národným rozsahom určeným pre hotely. Systémy kvality sme analyzovali podľa organizácií zodpovedných za ich realizáciu. Skúmali sme cieľ systémov kvality, ich zameranie, koncepciu kvality, na ktorej sa zakladajú, záväznosť, formu, platnosť, počet zapojených subjektov, postup ich zavádzania, náklady súvisiace s ich realizáciou a zodpovednosť za financovanie. Sekundárne informácie sme získali najmä z internetových stránok zaoberajúcich sa danou problematikou a od Marity Sen, zamestnankyne organizácie VisitEngland. V nadväznosti na tretí čiastkový cieľ práce sme realizovali prieskum prístupu podnikov cestovného ruchu k systémom kvality. Nástrojom zberu údajov bol štruktúrovaný rozhovor. Rozhovor sme viedli s manažérmi troch hotelov - Brockencote Hall, The Moat House a Tillington Hall. Výsledky prieskumu ukázali, že každý z troch hotelov venuje pozornosť uplatňovaniu systémov kvality. Analýza názorov ukázala aj to, že v súvislosti s uplatňovaním systémov kvality boli v hoteloch zaznamenané len pozitíva. Jediným slabým miestom súvisiacim s uplatňovaním systémov kvality bola administratívna náročnosť podkladových

materiálov. Napriek administratívnej náročnosti, manažéri pripisujú veľký význam uplatňovaniu systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu.

Hlavný cieľ práce sme naplnili zhodnotením súčasnej situácie uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku, pričom sme poukázali nielen na silné, ale aj na slabé miesta súvisiace s danou problematikou, a následne sme uviedli možnosti zdokonalenia uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. Riešenie administratívnej náročnosti podkladových materiálov na porozumenie vidíme v zlepšení logiky uvádzaných informácií, vo výbere jednoduchšieho jazyka pri ich písaní a vo využívaní výstižných formulácií namiesto dlhých, komplikovaných viet. Počas spracovania diplomovej práce sme sa stretli s ďalšou slabou stránkou, a to nejednotnosťou, neprehľadnosťou a do určitej miery aj absenciou podávaných informácií o systémoch kvality na internetových stránkach. S cieľom lepšej orientácie v systémoch kvality, za nevyhnutné pokladáme venovať väčšiu pozornosť uvádzaniu zjednotených a komplexných informácií na internetových stránkach zaoberajúcich sa danou problematikou. V závere tretej kapitoly sme poukázali na možnosti využitia skúseností s uplatňovaním systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku na Slovensku. Naše odporúčania sa týkali oblastí ako problematika systematickosti, princíp minimálnych štandardov uplatňovania systémov kvality, rozšírenie územnej pôsobnosti systémov kvality, absencia koncepcie kvality neustáleho zlepšovania, nedostatočná orientácia systémov kvality na zákazníka, modifikácia doby udelenia značiek kvality, monitorovanie dodržiavania kritérií kompetentnými osobami, priebežná kontrola dodržiavania certifikačných kritérií, minimálne náklady spojené s implementáciou a uplatňovaním systémov kvality.

Prínosom diplomovej práce je zosumarizovanie poznatkov o uplatňovaní systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku. Výstupy práce môžu slúžiť ako odporúčania na zlepšenie systému kvality služieb cestovného ruchu na Slovensku a zároveň môžu byť východiskom pre výskum problematiky uplatňovania systémov kvality v podnikoch cestovného ruchu v Anglicku.

## SUMMARY

The providing of quality services in tourism enterprises is a precondition for staying on the market under the conditions of growing competition. The main criterion of success on the market is the satisfaction of customers because only a satisfied customer spreads goodwill of the enterprise and comes again. For this reason, it is necessary to pay attention to enhancing the service quality in tourism enterprises. Enterprises can contribute to enhancing the quality of services by implementing quality systems. The aim of the Diploma thesis was to examine and critically evaluate the application of quality systems in tourism enterprises in England.

In the first chapter we clarified basic concepts related to the topic of application of quality systems in tourism enterprises. We defined and characterized tourism enterprises with the emphasis on accommodation providers of category hotel. Consequently, we defined and characterized quality systems in tourism.

In the second chapter we examined the application of quality systems in tourism enterprises in England. Firstly, we dealt with the importance of tourism industry for England. Then we examined quality systems in tourism enterprises in England. With respect to the number and heterogeneity of quality systems we focused on quality systems with national level aimed at hotels. We analysed quality systems according to organisations responsible for their realization. We examined their aim, specialization, concept of quality they are based on, obligation, their forms, validity, number of certified subjects, implementation process, costs related to realization of quality systems and responsibility for financing. The second chapter was completed by the evaluation of structured interviews. The survey focused on the approach to application of quality systems and it was carried out in three chosen hotels – at Brockencote Hall, The Moat House and Tillington Hall. According to survey results, each of the hotel pays attention to application of quality systems. The hotels experienced only advantages associated with the implementation of quality systems. The only factor which inhibit the implementation of quality systems in hotels is the administrative demandingness of background materials. Despite the administrative demandingness, managers of the chosen hotels attach great importance related to application of quality systems in tourism enterprises. According to them, it can also improve a country's competitiveness on the world tourism market.

Following the aim of the thesis, in the third chapter we evaluated the current situation of application of quality systems in tourism enterprises in England and highlighted the strengths and weaknesses related to the issue of application of quality systems. Consequently, we pointed out some possibilities of improving the application of quality systems in tourism enterprises in England. The problem of administrative demandingness of background materials can be solved by paying more attention to the logic of presented information about quality systems, choosing a simpler language for processing background materials and using less complicated phrases. The lack of transparency, inconsistency and absence of information about quality systems on websites is considered for another problem. For better orientation in quality systems it is necessary to pay a greater attention to making more consistent and complex information on the relevant websites. The chapter also provides information about the possibilities of experience utilization regarding to application of quality systems in tourism enterprises in England into Slovakia.

The contribution of the Diploma thesis lies in summarizing the knowledge of application of quality systems in tourism enterprises in England. The outputs of the work can also serve as recommendations for improving the system of service quality in tourism in Slovakia. The outputs provide the starting-point for examination of the issue of application of quality systems in tourism enterprises in England as well.

## ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV

- [1] *AA-listed five-star hotels* [online]. [cit. 2015-03-04]. Dostupné na internete: <<https://www.thecaterer.com/articles/310563/aa-listed-five-star-hotels>>
- [2] *About Quality in Tourism* [online]. [cit. 2015-02-02]. Dostupné na internete: <<http://www.qualityintourism.com/about-quality-assessment/>>
- [3] *Accommodation Star Ratings* [online]. [cit. 2015-03-04]. Dostupné na internete: <[http://www.theaa.com/travel/accommodation\\_restaurants\\_grading.html#tabview%3Dtab1](http://www.theaa.com/travel/accommodation_restaurants_grading.html#tabview%3Dtab1)>
- [4] *Accredited in Meetings Application* [online]. [cit. 2015-03-13]. Dostupné na internete: <<http://fs10.formsite.com/aimdocs1/form11/index.html>>
- [5] BERÁNEK, J., KOTEK, P. 2007. *Řízení hotelového provozu*. Praha : GRADA, 2007. 240 s. ISBN 978-80-86724-30-0.
- [6] BROWN, K. 2015. The Moat House, Lower Penkridge Road, Acton Trussell. 09.03.2015. Osobná konzultácia.
- [7] CASADESÚS, M., HERAS, I. 2006. La gestión de la calidad como sistema de integración. In: *Ingeniería concurrente. Una metodología integradora*. Barcelona : Universitat politècnica de Catalunya, 2006. ISBN 978-84-8301-899-6, s. 173 – 179.
- [8] *Common Standards for Hotel and Guest Accommodation* [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné na internete: <[http://www.theaa.com/travel/accommodation\\_restaurants\\_grading.html](http://www.theaa.com/travel/accommodation_restaurants_grading.html)>
- [9] *Cyclists Welcome* [online]. [cit. 2015-02-15]. Dostupné na internete: <[http://www.qualityintourism.com/wp-content/uploads/2013/04/Additional-Schemes-Leaflet-AW\\_Cyclists-Welcome.pdf](http://www.qualityintourism.com/wp-content/uploads/2013/04/Additional-Schemes-Leaflet-AW_Cyclists-Welcome.pdf)>
- [10] *Design Restaurants* [online]. [cit. 2015-03-04]. Dostupné na internete: <<https://designrestaurants.wordpress.com/2014/10/22/full-list-of-2015-aa-rosette-awarded-restaurants-in-the-uk/>>
- [11] ĎURIAN, J. 2014. *Model výnimočnosti EFQM v systéme personálneho kontroľingu* [online]. [cit. 2014-11-28]. Dostupné na internete: <<http://www.mktraining.sk/model-vynimocnosti-efqm-v-systeme-personalneho-kontroľingu>>
- [12] *Families Welcome* [online]. [cit. 2015-02-15]. Dostupné na internete: <[http://www.qualityintourism.com/wp-content/uploads/2013/04/Additional-Schemes-Leaflet-AW\\_Families-Welcome.pdf](http://www.qualityintourism.com/wp-content/uploads/2013/04/Additional-Schemes-Leaflet-AW_Families-Welcome.pdf)>

- [13] FOSKETT, D., PASKINS, P. 2011. *The Theory of Hospitality and Catering*. 12. vyd. Abingdon : HODDER, 2011. 448 s. ISBN 978-14-4412-376-0.
- [14] GÚČIK, M. 2000. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2000. 152 s. ISBN 80-8055-355-6.
- [15] GÚČIK, M. 2010. *Cestovný ruch. Úvod do štúdia*. Banská Bystrica : DALI-BB, 2010. 307 s. ISBN 978-80-89090-80-8.
- [16] GÚČIK, M. 2011. Jednotná klasifikácia hotelov v Európe. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 44, 2011, č. 1. ISSN 0139-8660, s. 44 - 46.
- [17] GÚČIK, M. a kol. 2004. *Krátky slovník cestovného ruchu*. Banská Bystrica : DALI-BB, 2004. 174 s. ISBN 80-88945-73-9.
- [18] GÚČIK, M., ŠÍPKOVÁ, I. 2007. Prístup k systémom manažérstva kvality v cestovnom ruchu na Slovensku. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 40, 2007, č. 3. ISSN 0134-8660, 2007, roč. 40, č. 3, s. 131 - 147.
- [19] *Guide to AA ratings and Awards* [online]. [cit. 2015-02-02]. Dostupné na internete: <[http://www.theaa.com/travel/accommodation\\_restaurants\\_grading.html](http://www.theaa.com/travel/accommodation_restaurants_grading.html)>
- [20] HORNER, S., SWARBROOKE, J. 2003. *Cestovní ruch, ubytování stravování, využití volného času*. Praha : Garda, 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [21] *Hotel* [online]. [cit. 2014-11-14]. Dostupné na internete: <<http://www.qualityintourism.com/quality-schemes/hotels/>>
- [22] *Hotel Recognition Scheme Fees* [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné na internete: <[http://www.theaa.com/resources/Documents/pdf/business/hotel\\_services/hotel-fees-april-offer-2015.pdf](http://www.theaa.com/resources/Documents/pdf/business/hotel_services/hotel-fees-april-offer-2015.pdf)>
- [23] *Hotel Scores Required* [online]. [cit. 2015-02-05]. Dostupné na internete: <<http://www.qualityintourism.com/wp-content/uploads/2014/09/New-Hotel-and-GA-Scorecard-2014.pdf>>
- [24] *Hotel Quality Standards* [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné na internete: <[http://www.theaa.com/resources/Documents/pdf/business/hotel\\_services/aa\\_hotel\\_quality\\_standards.pdf](http://www.theaa.com/resources/Documents/pdf/business/hotel_services/aa_hotel_quality_standards.pdf)>
- [25] INDROVÁ, J., HOUŠKA, P., PETRŮ, Z. 2011. *Kvalita ve službách cestovního ruchu*. Praha : Oeconomica, 2011. 170 s. ISBN 978-80-245-1766-7.
- [26] JANIČKOVÁ, J., MAKOVNÍK, T., ŠEBOVÁ, Ľ. 2006. *Manažment ubytovacích služieb*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2006. 154 s. ISBN 80-8083-188-2.

- [27] KASPAR, C. 1995. *Úvod do manažmentu cestovného ruchu*. 1. vyd. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 1995. 104 s. ISBN 80-901166-3-9.
- [28] KUČEROVÁ, J., STRAŠÍK, A., ŠEBOVÁ, Ľ. 2010. *Ekonomika podniku cestovného ruchu*. 2. vyd. Banská Bystrica : DALI-BB, 2010. 140 s. ISBN 978-80-89090-75-4.
- [29] KUNZ, B. 1986. *Die Kosten des Hotels*. 3. vyd. Stuttgart : Haupt, 1986. ISBN 3-258-03565-2.
- [30] LAWRENCE, N. 2015. Brockencote Hall Hotel, Chaddesley Corbett. 06.03.2015. Osobná konzultácia.
- [31] MATEIDES, A. a kol. 2006. *Manažérstvo kvality: história, koncepty, metódy*. Bratislava : EPOS, 2006. 751 s. ISBN 80-8057-656-4.
- [32] MATEIDES, A., STRAŠÍK, A. 2004. *Manažérstvo kvality*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2004. 254 s. ISBN 80-8055-906-6.
- [33] *Model výnimočnosti EFQM* [online]. [cit. 2014-11-28]. Dostupné na internete: <<http://www.ssk.sk/aktivita/model-vynimocnosti-efqm/>>
- [34] *National Accessible Scheme Participation Fees* [online]. [cit. 2015-02-22]. Dostupné na internete: <<http://www.qualityintourism.com/wp-content/uploads/2014/09/NAS-Leaflet.pdf>>
- [35] *National Accessible Scheme Standards Booklet* [online]. [cit. 2015-02-20]. Dostupné na internete: <<http://www.qualityintourism.com/wp-content/uploads/2014/09/NAS-Serviced-Standards.pdf>>
- [36] NENADÁL, J., NOSKIEVIČOVÁ, D., PETŘÍKOVÁ, R. a kol. 2005. *Moderní systémy řízení jakosti: Quality Management*. 2. doplnené vyd. Praha : Management Press, 2005. 283 s. ISBN 80-7261-0716.
- [37] NICHOLLS, L. 2013. *AA Hospitality Awards 2013-14: Hotel and restaurant winners' reactions* [online]. [cit. 2015-03-04]. Dostupné na internete: <<http://www.bighospitality.co.uk/Events-Awards/AA-Hospitality-Awards-2013-14-Hotel-restaurant-winners-reactions>>
- [38] NORMA ISO 9004 : 2001. *Systémy manažerstva kvality. Návod na zlepšovanie výkonnosti*.
- [39] NORMA ISO 9001 : 2008. *Systémy manažerstva kvality. Požiadavky*.
- [40] NORMA ISO 9000 : 2005. *Systémy manažerstva kvality. Základy a slovník*.

- [41] NOVACKÁ, Ľ. 1994. *Hotelierstvo. Ubytovacie zariadenia a ich služby*. 10. vyd. Bratislava : SOFA, 1994. 116 s. ISBN 80-85752-09-3.
- [42] ORIEŠKA, J. 2011a. *Služby v cestovnom ruchu*. 1. časť. Banská Bystrica : DALI-BB, 2011. 140 s. ISBN 978-80-89090-93-8.
- [43] PATÚŠ, P., GÚČIK, M. 2004. *Manažment ubytovacej prevádzky hotela*. Banská Bystrica : DALI-BB, 2005. 126 s. ISBN 80-88945-81-X.
- [44] PAULOVÁ, I., HEKELOVÁ, E., ŠATANOVÁ, A. a kol. 2008. *Metódy zlepšovania efektívnosti a účinnosti TQM*. 1. Bratislava : Slovenská technická univerzita, 2008. 306 s. ISBN 978-80-227-2857-7.
- [45] *Pets Welcome* [online]. [cit. 2015-02-15]. Dostupné na internete: <<http://www.qualityintourism.com/wp-content/uploads/2013/04/Welcome-Pets1.pdf>>
- [46] *Quality Assessment and Star Ratings* [online]. [cit. 2015-02-02]. Dostupné na internete: <<https://www.visitengland.com/plan-your-visit/quality-assessment-and-star-ratings>>
- [47] *Quality Schemes* [online]. [cit. 2014-11-14]. Dostupné na internete: <<http://www.qualityintourism.com/quality-schemes/>>
- [48] RAPACZ, A. 1995. Kvalita služieb v súčasnom hotelierstve. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 28, 1995, č. 4. ISSN 0139-8660, s. 167 - 173.
- [49] *Rosette Awards for Restaurants* [online]. [cit. 2015-03-04]. Dostupné na internete: <[http://www.theaa.com/travel/accommodation\\_restaurants\\_grading.html#tabview%3Dtab3](http://www.theaa.com/travel/accommodation_restaurants_grading.html#tabview%3Dtab3)>
- [50] SEN, M. 2015. VisitEngland Head Office, 20 Great Smith Street, London. 19.03.2015. Konzultácia e-mailom.
- [51] SLÁDEK, G. a kol. 2001. *Podnikanie a štandardy v pohostinstve a hoteliérstve*. 9. vyd. Bratislava : Epos, 2001. 576 s. ISBN 80-8057-327-1.
- [52] SLÁDEK, G. 2003. *Podnikanie v pohostinstve a hotelierstve*. 1. časť. Bratislava : EPOS, 2003. 558 s. ISBN 80-8057-523-1.
- [53] SLÁDEK, G. 2007. *Manažment v pohostinstve a hotelierstve*. Bratislava : EPOS, 2007. 718 s. ISBN 978-80-8057-718-6.
- [54] STN EN ISO 9000 : 2006. *Systémy manažérstva kvality. Základy a slovník*. SÚTN, 2006.
- [55] STYK, O., MATEIDES, A., KUČERA, M. 1998. *Od kontroly cez ISO 9000 k TQM*. Bratislava : EPOS, 1998. 319 s. ISBN 80-8057-094-9.

- [56] *Sustainable Tourism Certification* [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné na internete: <<http://www.better-tourism.org/page/434/default.aspx>>
- [57] ŠALGOVIČOVÁ, J. 2006. *Terminológia kvality*. Bratislava : STU, 2006. 157 s. ISBN 80-227-2370-3.
- [58] ŠATANOVÁ, A., HEKELOVÁ, E., ZÁVADSKÝ, J. a kol. 2014. *Trendy v manažérstve kvality*. Zvolen : Technická univerzita, Drevárska fakulta, 2014. 184 s. ISBN 978-80-228-2641-9.
- [59] ŠÍPKOVÁ, I. 2004. Systémy kvality v cestovnom ruchu v Európe a ich komparácia. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 37, 2004, č. 2. ISSN 0139-8660, s. 98 - 110.
- [60] ŠPINDEROVÁ, L. 2012. Spokojnosť zákazníka ako predpoklad ekonomickej prosperity hotela. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 45, 2012, č. 2. ISSN 0139-8660, s. 90 - 102.
- [61] *The UK Standard for Accredited Venues* [online]. [cit. 2015-03-13]. Dostupné na internete: <<http://www.aimaccredited.co.uk/>>
- [62] *The Value of Tourism in England* [online]. [cit. 2015-02-02]. Dostupné na internete: <<http://www.visitengland.com/biz/tourism-england/value-tourism-england>>
- [63] *VisitEngland Awards* [online]. [cit. 2015-03-02]. Dostupné na internete: <<http://www.visitenglandawards.org/about-home>>
- [64] *VisitEngland Awards Who Can Apply* [online]. [cit. 2015-03-02]. Dostupné na internete: <<http://www.visitenglandawards.org/about-home/who-can-apply>>
- [65] *VisitEngland Breakfast Award* [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné na internete: <<http://www.qualityintourism.com/quality-schemes/awards/>>
- [66] *VisitEngland Hotel Accommodation Quality Standard* [online]. [cit. 2015-02-05]. Dostupné na internete: <<http://www.qualityintourism.com/wp-content/uploads/2013/04/Hotel-Standard-INT13.pdf>>
- [67] *VisitEngland Unique Gold and Silver Awards* [online]. [cit. 2015-02-05]. Dostupné na internete: <<http://www.qualityintourism.com/quality-schemes/awards/>>
- [68] Vyhláška Ministerstva hospodárstva SR č. 277/2008 Z. z., ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia pri ich zaradovaní do kategórií a tried.
- [69] *Walkers Welcome* [online]. [cit. 2015-02-15]. Dostupné na internete: <[http://www.qualityintourism.com/wp-content/uploads/2013/04/Additional-Schemes-Leaflet-AW\\_Walkers-Welcome.pdf](http://www.qualityintourism.com/wp-content/uploads/2013/04/Additional-Schemes-Leaflet-AW_Walkers-Welcome.pdf)>
- [70] *Welcome Schemes* [online]. [cit. 2015-02-10]. Dostupné na internete:

<<http://www.qualityintourism.com/quality-schemes/welcome-schemes/>>

- [71] *Welcome to the AA Hospitality Awards* [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné na internete: <<http://www.aahospitalityawards.com/awards/hospitality-awards>>
- [72] WOODS, J. 2015. Tillington Hall Hotel, Eccleshall Road, Stafford. 11.03.2015. Osobná konzultácia.
- [73] ZEGG, R. 1987. *Arbeitsplatzs Hotellerie*. Stuttgart : Haupt, 1987. ISBN 3-258-04032-X.

## **ZOZNAM PRÍLOH**

Príloha 1 Dotazník pre štruktúrovaný rozhovor

Príloha 2 Systémy kvality spravované organizáciou VisitEngland

Príloha 3 Systémy kvality spravované Automobilovou asociáciou AA

Príloha 4 Systémy kvality spravované ostatnými organizáciami

## Príloha 1 Dotazník pre štruktúrovaný rozhovor

Dear respondent,

My name is Ildikó Kuczmanová and I am in the fifth year of my Master's degree study at the University of Matej Bel in Banská Bystrica in Slovakia. I attend the Department of Tourism and Hospitality and I am carrying out a Diploma thesis with the title "Application of quality systems in tourism enterprises in England". The aim of the thesis is to examine and critically assess the application of quality systems in tourism enterprises in England. Your experience and opinion are highly valuable and I would be very grateful if you could spare a couple of minutes to complete the questionnaire below.

Thank you for your time and willingness to cooperate.

### IDENTIFICATION DATA

Name of the hotel: .....

Location of the hotel (town/village, county, region): .....  
.....

Category of the hotel:

- |                                              |                                       |                                           |
|----------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Country House Hotel | <input type="checkbox"/> Small Hotel  | <input type="checkbox"/> Town House Hotel |
| <input type="checkbox"/> Metro Hotel         | <input type="checkbox"/> Budget Hotel |                                           |

Number of permanent staff:

- |                                |                                  |                                   |                                       |
|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0 – 9 | <input type="checkbox"/> 10 – 49 | <input type="checkbox"/> 50 – 249 | <input type="checkbox"/> 250 and more |
|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|

Capacity of the hotel (number of bedrooms): .....

Customer structure:

- ☐ domestic    ☐ foreign (*please specify the country of origin*): .....

Job position of the respondent: .....

## APPROACH TO APPLICATION OF QUALITY SYSTEMS

1. Are any quality systems implemented in the hotel?

☐ yes (*please specify them*):

- ☐ National Quality Assessment Scheme (number of stars): .....
  - ☐ VisitEngland's Silver Award
  - ☐ VisitEngland's Gold Award
  - ☐ VisitEngland's Breakfast Award
- ☐ Welcome schemes
  - ☐ Families Welcome ☐ Cyclists Welcome ☐ Walkers Welcome
  - ☐ Pets Welcome
- ☐ National Accessible Scheme
  - ☐ M1 Older and less mobile guests      ☐ M2 Part-time wheelchair users
  - ☐ M3I Independent wheelchair users      ☐ M3A Assisted wheelchair users
  - ☐ Access Exceptional      ☐ V1 Visually impaired guests
  - ☐ V2 Visually impaired guests      ☐ H1 Hearing impaired guests
  - ☐ H2 Hearing impaired guests
- ☐ Excellence in England Award
  - ☐ Category: .....  
(*please specify whether you have obtained a highly commended, a bronze, a silver or a gold award*): .....
- ☐ The AA rating (number of stars): .....
  - ☐ The AA Red Star Inspector's Choice Award (number of red stars): .....
- ☐ The AA Rosette Award for Culinary Excellence (number of rosettes): .....
- ☐ The AA Hospitality Award
  - ☐ Category: .....
- ☐ Green Accreditation Scheme
- ☐ Accredited in Meetings (*please specify whether you have obtained an entry, a silver or a gold level standard*): .....
- ☐ Other (*please specify*): .....

(*please continue with question number 2*)

☐ no (*please continue with question number 6*)

2. What was the motivation to implement quality systems in the hotel? *(possibility of choosing more options)*

|                                                                          |                                                                                                       |                                                                                                       |                                                                                                       |                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div> <div>Implemented quality system</div> <div>Motivation</div> </div> | <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> | <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> | <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> | <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> |
| inform customers – make their choice easier                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |
| obtain a quality mark/an award                                           | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |
| develop product quality                                                  | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |
| promote great cooking                                                    | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |
| constant improvement                                                     | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |
| develop the access of employees towards customers                        | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |
| orientation to specific groups of customers and their needs              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |
| orientation to environment and sustainable tourism development           | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |
| increase customer satisfaction                                           | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |
| obtain new customers                                                     | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |
| improve the promotion of the hotel                                       | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |
| improve the image of the hotel                                           | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |
| increase the competitiveness of the hotel                                | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |
| possibility to implement further quality systems                         | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |
| reduce costs                                                             | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |
| other <i>(please specify)</i> :<br>.....<br>.....                        | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |
| other <i>(please specify)</i> :<br>.....<br>.....                        | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              | <input type="checkbox"/>                                                                              |

3. Did the implementation of quality systems meet the expectations of the hotel?

☐ yes
☐ rather yes
☐ I can not judge
☐ rather no
☐ no

4. What are the advantages you experienced regarding the quality systems implemented in the hotel? *(possibility of choosing more options)*

|                                                                          |                                                                                      |                                                                                      |                                                                                      |                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <div> <div>Implemented quality system</div> <div>Advantages</div> </div> | <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> | <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> | <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> | <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> |
| customer awareness – making their choice easier                          | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |
| obtaining a quality mark/an award                                        | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |
| developing product quality                                               | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |
| promotion of great cooking                                               | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |
| constant improvement                                                     | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |
| developing the access of employees towards customers                     | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |
| satisfying the needs of specific groups of customers                     | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |
| contributing to environment protection and enhancement                   | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |
| increasing customer satisfaction                                         | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |
| obtaining new customers                                                  | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |
| improving the promotion of the hotel                                     | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |
| improving the image of the hotel                                         | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |
| increasing the competitiveness of the hotel                              | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |
| possibility of implementing further quality systems                      | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |
| reducing costs                                                           | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |
| other <i>(please specify)</i> :<br>.....<br>.....                        | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |
| other <i>(please specify)</i> :<br>.....<br>.....                        | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             | <input type="checkbox"/>                                                             |

5. What are the disadvantages you experienced regarding the quality systems implemented in the hotel? (*possibility of choosing more options*)

|                                                                                                                                                                                                                                                                        |                          |                          |                          |                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Disadvantages</div> <div style="text-align: center;">             Implemented<br/>quality system           </div> </div> | .....                    | .....                    | .....                    | .....                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                        | .....                    | .....                    | .....                    | .....                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                        | .....                    | .....                    | .....                    | .....                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                        | .....                    | .....                    | .....                    | .....                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                        | .....                    | .....                    | .....                    | .....                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                        | .....                    | .....                    | .....                    | .....                    |
| costs of eliminating identified disagreements which contradict implementing a quality system                                                                                                                                                                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| costs of maintaining the requirements of a quality system                                                                                                                                                                                                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| costs of awarding and using a quality mark/an award                                                                                                                                                                                                                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| training costs of employees                                                                                                                                                                                                                                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| administrative demandingness                                                                                                                                                                                                                                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| time demandingness                                                                                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| lack of identification with a quality system on the side of employees                                                                                                                                                                                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| disagreement of quality system's requirements compared to customers' requirements                                                                                                                                                                                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| other ( <i>please specify</i> ):<br>.....<br>.....<br>....                                                                                                                                                                                                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| other ( <i>please specify</i> ):<br>.....<br>.....<br>....                                                                                                                                                                                                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

6. Do you consider necessary to implement quality systems in a tourism enterprise?

☐ yes
 ☐ no
 ☐ I can not judge

7. Do you intend to implement other quality systems/any quality system in the hotel?

☐ yes (*please continue with question number 8*)  
☐ no (*please continue with question number 9*)  
☐ do not know yet (*please continue with question number 9*)

8. What are those quality systems you intend to implement in the hotel? *(please provide a reason of your answer as well)*

.....  
.....  
.....

9. What are those factors which inhibit the implementation of quality systems in the hotel? *(possibility of choosing more options)*

- ☐ failure to meet expectations related to those quality systems which are (were) implemented in the hotel
- ☐ disagreement of quality system's requirements compared to customers' requirements
- ☐ the hotel equipment and facilities do not correspond to the quality systems' requirements
- ☐ inappropriate orientation of quality systems
- ☐ insufficient information about quality systems
- ☐ lack of the owners' interest
- ☐ insufficient amount of employees
- ☐ inappropriate structure of employees
- ☐ unwillingness of employees to cooperate
- ☐ lack of financial resources
- ☐ lack of time
- ☐ administrative demandingness
- ☐ other *(please specify)*: .....
- ☐ other *(please specify)*: .....
- ☐ there are not any factors which inhibit the implementation of quality systems in the hotel

10. Please provide your opinion about the system of quality assurance in England

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

11. Do you think that the existence of quality systems in hotels of certain countries can improve the countries' competitiveness on the world tourism market?

- ☐ yes ☐ no ☐ I can not judge

## Príloha 2 Systémy kvality spravované organizáciou VisitEngland

| Systémy kvality spravované organizáciou VisitEngland                                                         | Vybrané kritériá hodnotenia systémov kvality |                |                                                                                                                      |            |         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------|
|                                                                                                              | Základ                                       | Forma          | Zameranie                                                                                                            | Záväznosť  | Rozsah  |
| Kategorizácia ubytovacích zariadení                                                                          | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality | ubytovacie služby                                                                                                    | dobrovoľný | národný |
| Strieborná značka kvality za ubytovacie služby                                                               | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality | ubytovacie služby (hotely, penzióny)                                                                                 | dobrovoľný | národný |
| Zlatá značka kvality za ubytovacie služby                                                                    | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality | ubytovacie služby (hotely, penzióny, ubytovacie zariadenia s vlastnou prípravou jedál, apartmány, prázdninové parky) | dobrovoľný | národný |
| Značka kvality ruža                                                                                          | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality | ubytovacie služby (karavany, prázdninové parky)                                                                      | dobrovoľný | národný |
| Značka kvality za raňajky                                                                                    | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality | stravovacie služby (poskytované hotelmi, penziónmi)                                                                  | dobrovoľný | národný |
| Certifikačná schéma Víťame rodiny                                                                            | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality | ubytovacie služby                                                                                                    | dobrovoľný | národný |
| Certifikačná schéma Víťame cyklistov                                                                         | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality | ubytovacie služby                                                                                                    | dobrovoľný | národný |
| Certifikačná schéma Víťame peších turistov                                                                   | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality | ubytovacie služby                                                                                                    | dobrovoľný | národný |
| Certifikačná schéma Víťame hostí s domácimi zvieratami                                                       | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality | ubytovacie služby                                                                                                    | dobrovoľný | národný |
| Certifikačná schéma Ubytovacie zariadenia dostupné pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality | ubytovacie služby                                                                                                    | dobrovoľný | národný |

| Systémy kvality spravované organizáciou VisitEngland | Vybrané kritériá hodnotenia systémov kvality |                                                                     |                                                                           |            |         |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------|---------|
|                                                      | Základ                                       | Forma                                                               | Zameranie                                                                 | Závaznosť  | Rozsah  |
| Cena za výnimočnosť                                  | komplexné manažérstvo kvality                | cena za kvalitu (úrovne vysoko uznaná, bronzová, strieborná, zlatá) | ubytovacie služby, stravovacie služby, dopravné služby, informačné služby | dobrovoľný | národný |
| Štandard kvality diaľnic v Anglicku                  | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality                                                      | dopravné služby (cestná doprava)                                          | dobrovoľný | národný |
| Štandard kvality atraktivít cestovného ruchu         | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality                                                      | doplňkové služby (poskytované atraktivitami cestovného ruchu)             | dobrovoľný | národný |
| Štandard kvality pamätihodností                      | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality                                                      | doplňkové služby (poskytované menšími atraktivitami cestovného ruchu)     | dobrovoľný | národný |
| Štandard kvality turistických informačných centier   | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality                                                      | informačné služby                                                         | dobrovoľný | národný |

Prameň: Spracované podľa [www.visitengland.com](http://www.visitengland.com), 2015.

### Príloha 3 Systémy kvality spravované Automobilovou asociáciou AA

| Systémy kvality spravované Automobilovou asociáciou AA | Vybrané kritériá hodnotenia systémov kvality |                 |                                                                                                                 |            |         |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------|
|                                                        | Základ                                       | Forma           | Zameranie                                                                                                       | Záväznosť  | Rozsah  |
| Kategorizácia ubytovacích zariadení                    | štandardy vybavenosti a služieb              | Značka kvality  | ubytovacie služby (hotely, penzióny, ubytovacie zariadenia s vlastnou prípravou jedál, karavan a kemping parky) | dobrovoľný | národný |
| Značka kvality červené hviezdičky                      | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality  | ubytovacie služby (hotely)                                                                                      | dobrovoľný | národný |
| Značka kvality za raňajky                              | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality  | stravovacie služby (poskytované penziónmi)                                                                      | dobrovoľný | národný |
| Značka kvality za večere                               | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality  | stravovacie služby (poskytované penziónmi)                                                                      | dobrovoľný | národný |
| Značka kvality Rozeta za kulinársku výnimočnosť        | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality  | stravovacie služby (poskytované reštauráciami, hotelovými reštauráciami)                                        | dobrovoľný | národný |
| Cena za pohostinnosť                                   | komplexné manažérstvo kvality                | cena za kvalitu | ubytovacie služby, stravovacie služby                                                                           | dobrovoľný | národný |

Prameň: Spracované podľa [www.theaa.com](http://www.theaa.com), 2015.

#### Príloha 4 Systémy kvality spravované ostatnými organizáciami

| Systémy kvality spravované ostatnými organizáciami | Vybrané kritériá hodnotenia systémov kvality |                                                                    |                                                                                  |            |         |                                                    |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|------------|---------|----------------------------------------------------|
|                                                    | Základ                                       | Forma                                                              | Zameranie                                                                        | Záväznosť  | Rozsah  | Organizácia zodpovedná za realizáciu               |
| Certifikačné schéma Zelený cestovný ruch           | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality                                                     | ubytovacie služby, doplnkové služby (poskytované atraktivitami cestovného ruchu) | dobrovoľný | národný | .                                                  |
| Značka kvality za kongresové služby                | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality (úrovne začiatočná, strieborná, zlatá)              | doplnkové služby - kongresové služby (poskytované ubytovacími zariadeniami)      | dobrovoľný | národný | Asociácia kongresového cestovného ruchu            |
| Značka kvality za ochranu prírody                  | štandardy vybavenosti a služieb              | značka kvality (úrovne vysoko uznaná, bronzová, strieborná, zlatá) | ubytovacie služby (karavany, prázdninové parky)                                  | dobrovoľný | národný | Asociácia britských karavan a prázdninových parkov |

Prameň: Spracované podľa [www.better-tourism.org](http://www.better-tourism.org), 2015; [www.aimaccredited.co.uk](http://www.aimaccredited.co.uk), 2015; [www.bellamyparks.co.uk](http://www.bellamyparks.co.uk), 2015.