

**UNIVERZITA KONŠTANTÍNA FILOZOFA V NITRE**  
**FILOZOFICKÁ FAKULTA**

**ÚROVEŇ A KVALITA POSKYTOVANÝCH SLUŽIEB**  
**UBYTOVACÍCH ZARIADENÍ**  
**(Bakalárska práca)**

Študijný program: kulturológia v špecializácii riadenie kultúry a turizmu

Školiace pracovisko: Katedra manažmentu kultúry a turizmu FF UKF v Nitre

Školiteľ: PhDr. Katarína Kompasová, PhD.

**2011**

**DŘÍZA MARTIN**



### **Čestné vyhlásenie**

Čestne vyhlasujem, že bakalársku prácu som vypracoval samostatne s použitím literatúry, ktorú uvádzam v zozname Literatúra a pramene.

V Nitre dňa 20. 04. 2011

.....  
Martin Dříza

### **Pod'akovanie**

Ďakujem školiteľke PhDr. Katarína Kompasová, PhD. za odbornú pomoc pri zostavovaní bakalárskej práce.

## **ABSTRAKT**

**DŘÍZA, Martin. *Úroveň a kvalita poskytovaných služieb ubytovacích služieb:* bakalárska práca. Nitra : UKF v Nitre, 2011. 56s.**

*Práca sa zaoberá poskytovaním úrovne a kvality služieb v dvoch vybraných zariadeniach v širšom aspekte, keďže sa budú porovnávať zariadenia v Slovenskej a Českej republike. Jej cieľom je poukázať na kvalitatívne riešenie v platnej legislatíve daných štátov, pričom sa bude opierať o normy ISO a následné využitie v praxi v spolupráci s TQM (Total Quality Management). Preskúmať a zhodnotiť dané zariadenia, zistiť ich nedostatky a prijať adekvátne riešenia pre ich nápravu. Vytvorenie nových komplexných balíkov služieb, ktoré by mohli byť prínosom pre cestovný ruch ako aj prispieť k spokojnosti samotných zákazníkov. Vyplýva z toho globálna analýza marketingového prostredia, požiadaviek zákazníkov, vývoj ponúkaných balíkov, kalkulácia až po samotné zaradenie do ponuky služieb pre spotrebu.*

***Kľúčové slová: ubytovacie zariadenia, ISO normy, TQM, cestovný ruch, služby***

## **ABSTRACT**

**DŘÍZA, Martin. Level and quality of services provided accommodation services: thesis. Nitra : UKF in Nitra, 2011. 56s.**

Thesis is concerned with providing the level and quality of services in two selected facilities in the broader aspect, since they will be matched devices in the Slovak and Czech Republic. Its aim is to highlight the quality solution in the current legislation of the States, and will be based on ISO standards and the subsequent practical use in conjunction with TQM (Total Quality Management). Review and evaluate the equipment, identify their deficiencies and take appropriate solutions to remedy them. Creating new comprehensive service packages that could be beneficial for tourism as well as contribute to the satisfaction of the consumers themselves. Results from the analysis of global marketing environment, customer requirements, development packages offered, costing up to add themselves to offer services for consumption.

**Keywords:** accommodations, ISO standards, TQM, tourism, services

# OBSAH

<u>ABSTRAKT.....</u>	<u>5</u>
<u>ABSTRACT.....</u>	<u>6</u>
<u>DŘÍZA, Martin. Level and quality of services provided accommodation services:.....</u>	<u>6</u>
<u>OBSAH.....</u>	<u>7</u>
<u>ÚVOD.....</u>	<u>9</u>
<u>1 CIELE PRÁCE.....</u>	<u>11</u>
<u>2 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA.....</u>	<u>12</u>
<u>3 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA.....</u>	<u>13</u>
<u>A V ZAHRANIČÍ.....</u>	<u>13</u>
<u>4 ÚROVEŇ A KVALITA SLUŽIEB V UBYTOVACÍCH ZARIADENIACH.....</u>	<u>15</u>
<u>Ciele, funkcie a zdroje hotelového manažmentu.....</u>	<u>15</u>
<u>Manažment základných pracovných operácií v hotely.....</u>	<u>16</u>
<u>Organizácia, personálne zabezpečenie a vybavenosť ubytovacieho úseku.....</u>	<u>18</u>
<u>Ponuka ubytovacích služieb v ubytovacích zariadeniach.....</u>	<u>20</u>
<u>4. 5 Charakteristika ubytovacích zariadení podľa 277 / 2008 Z. z. Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky.....</u>	<u>21</u>
<u>6 Oficiálna jednotná klasifikácia ubytovacích zariadení v Českej republike (kategória hotel).....</u>	<u>23</u>
<u>7 Komparácia kategorizácie ubytovacích zariadení v SR a ČR.....</u>	<u>25</u>
<u>8 Konceptie a princípy manažmentu kvality (normy ISO, TQM, podnikové štandardy).....</u>	<u>26</u>
<u>8. 1 Konceptia manažmentu kvality na báze ISO.....</u>	<u>27</u>
<u>8. 2 Konceptia manažmentu kvality na báze TQM.....</u>	<u>29</u>
<u>8. 3 Konceptia manažmentu kvality na báze podnikových štandardov.....</u>	<u>32</u>
<u>5 ANALÝZA ÚROVNE A KVALITY POSKYTOVANÝCH HOTELOVÝCH SLUŽIEB V DVOCH VYBRANÝCH ZARIADENIACH.....</u>	<u>33</u>
<u>1 Charakteristika Buddha - Bar Hotel Prague, Praha, Česká republika.....</u>	<u>34</u>
<u>5. 1. 1 Charakteristika služieb Buddha – Bar Hotel Prague.....</u>	<u>35</u>
<u>5. 1. 2 Ocenenia a medzinárodné úspechy Buddha – Bar Hotel Prague.....</u>	<u>37</u>
<u>5. 2 Charakteristika Grand Hotel Kempinski, Štrbské Pleso, Slovenská republika.....</u>	<u>38</u>
<u>2. 1 Charakteristika služieb Grand Hotel Kempinski.....</u>	<u>39</u>
<u>5. 2. 2 Ocenenia a medzinárodné úspechy Grand Hotel Kempinski.....</u>	<u>42</u>
<u>5. 2. 3 Klasifikačné a fakultatívne znaky Grand Hotel Kempinski podľa 277 / 2008 Z.z. MH SR.....</u>	<u>43</u>
<u>5. 3 Analýza úrovne, kvality a spokojnosti s poskytovanými službami prostredníctvom dotazníkového prieskumu.....</u>	<u>43</u>
<u>5. 3. 1 Analýza úrovne, kvality a spokojnosti s poskytovanými službami v Buddha – Bar Hotel Prague.....</u>	<u>44</u>
<u>5. 3. 2 SWOT analýza Budha – Bar Hotel Prague, Praha, Česká republika.....</u>	<u>51</u>
<u>ZÁVER.....</u>	<u>53</u>
<u>LITERATÚRA A PRAMENE.....</u>	<u>55</u>





## ÚVOD

Problematika úrovne poskytovania a kvality ubytovacích služieb je daná priamočiaro od vekom, kedy vznikli prvé ubytovacie zariadenia na úrovni obchodných ciest. Vtedy vznikli potreby tohto druhu a viedli k rozšíreniu a skvalitňovaniu ako takých. Ubytovacie zariadenia vznikali súbežne s obchodných ciest, rozvojom turizmu. Všetky zmeny ktoré sa udiali, bolo nutné a adekvátne kategorizovať do celkov. Vývoj zmien, kategórii, zaradenia je neustály a preto je potrebné tieto zmeny sledovať a neustále študovať, vyvíjať nové smery, ktoré by mohli byť prínosom pre zefektívnenie fungovania a rozširovania v oblasti cestovného ruchu.

Úroveň a kvalita, je v dnešnej dobe artiklom úspechu. Množstvo hotelierov, erudovaných odborníkov sa zaoberá štúdiom danej témy a snažia sa nové postupy uviesť v praxi. Tajomstvo úspechu neznamena len splniť legislatívne požiadavky, ale vytvoriť odlišné prostredie, ktoré zaujme a bude vyhľadávané. Vedieť ako prilákať zákazníkov (domáca, zahraničná klientela) a vytvoriť im potrebu vrátiť sa späť na dané miesto ich pobytu, do konkrétneho zariadenia. Najlepší zákazník je ten, ktorý sa opätovne vracia a je ochotný zaplatiť kapitál za poskytnuté služby, čo vedie k tvorbe výnosov a v poslednom rade zisku.

Aktuálnosť môžeme hľadať vo viacerých rovinách. Slovenské hotelierstvo je veľmi mladé, napreduje dopredu podľa vízií zahraničného hotelierstva, zabehnutých štúdií v praxi s prispôbením sa aj slovenskej klientele. Druhotne, nie však menej závažne v študovaní potrieb zákazníka, sledovať trendy v modernej gastronómii, modernom hotelierstve, ocenenia, prestíž na svetovom trhu. Vznik skupín, organizácii, ktoré ich zastrešujú pod jeden celok v nezmenenej kvalite, rovnakým duchom a motívom poslania.

Na základe spomenutých skutočností bol môj výber témy bakalárskej práce, úroveň a kvalita poskytovaných ubytovacích služieb jednoznačný. Záujem o hotelierstvo, ktorý je úzko spojený s gastronómiou ma naplňa, nakoľko sa 10 rokov zaoberám štúdiom danej problematiky na pôde školy. Mám za sebou zahraničné stáže, pracovné skúsenosti doma aj v zahraničí. Zvážil som svoje poznatky predpoklady a myslím si, že budú prínosom a obohatia bakalársku prácu nie len po stránke odbornej, ale aj praktickej. Následnej využiteľnosti pre potreby svojho osobnostného rozvoja alebo potreby diplomovej práce. Pri výbere skúmaných zariadení som zvolil ťažšiu cestu a to hotelové komplexy na ktoré som nemal žiadne kontakty, ale v blízkej budúcnosti sa budem uberať práve touto cestou,

úroveň a kvalita poskytovania nadštandardných služieb. Východiskom boli komplexy Buddha-Bar Hotel, Praha, Česká republika a Grand Hotel Kempinski, Štrbské Pleso, Slovenská republika.

# 1 CIELE PRÁCE

Hlavným cieľom bakalárskej práce je analýza úrovne a kvality poskytovaných hotelových služieb v ubytovacích zariadeniach z odborného hľadiska. V analytickej časti sa budeme upriamovať na dve už definované ubytovacie zariadenia a tými sú Buddha-Bar Hotel, Praha, Česká republika a ďalej Grand Hotel Kempinski, Tatranská Lomnica, Slovenská republika.

Hlavný cieľ môžeme vymedziť na nasledovné skutočnosti:

1. teoretické vymedzenie problému
2. charakteristika úrovne a kvality poskytovaných ubytovacích služieb
3. koncepcia normy ISO
4. koncepcia TQM (kompletné manažérstvo kvality)
5. analýza definovaných ubytovacích zariadení

Popri hlavnom ciele budeme apelovať na vyhlášku MH 277 / 2008 Z. z. . S ohľadom na spomínané normy ISO, TQM ale aj ocenenie, ktoré sú udeľované odbornými inštitúciami alebo magazínmi. Ide hlavne o úroveň a kvalitu poskytovaných hotelových služieb, ale nezabudneme ani na služby s tým spojené. Do služieb môžeme zaradiť stravovacie služby, fakultatívne služby a balíky komplexných služieb. V nich sa budeme hlavne zameriavať na servis, vybavenosť, pomer kvalita a cena.

Dovoľujem si vysloviť hypotézu, že úroveň a kvalita poskytovaných ubytovacích služieb v daných zariadeniach je a naďalej bude na vysokej úrovni, keďže o tom svedčia teoretické, praktické východiská skúmania ako aj vízie ubytovacích zariadení..

## 2 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA

Pri tvorbe bakalárskej práce bol aplikovaný metodický postup, ktorý spočíval v zhromažďovaní literárnych prameňov a ďalších zdrojov súvisiacich s danou problematikou. Potrebné informácie boli získané z nasledovných zdrojov:

- z odbornej literatúry a prameňov;
- z odborných časopisov a periodík;
- z médií;
- z internetových stránok;
- od pracovníkov z cieľového zariadenia.

Pred písaním práce som si navrhol predpokladanú štruktúru a vytýčil jasný cieľ. Prvotne bolo potrebné vyselektovať si všetky potrebné informácie k zameraniu sa na teoretickú časť. Po selekcii som navrhol presnú štruktúru, ktorá sa zameriava na primárny cieľ s dodatkami na parciálne ciele.

Využil som aj metódu komparácie, keďže som porovnával úroveň a kvalitu poskytovaných služieb v dvoch ubytovacích zariadeniach.

V práci som použil aj sociologickú metódu, nakoľko som predložil dotazník o spokojnosti s úrovňou a kvalitou poskytovaných ubytovacích a reštauračných služieb v troch cudzích jazykoch. Vyhodnotený bol systematicky podľa poradia kladených otázok, bez rozdiel'a na jazykovú formu dotazníka. Počas terénneho výskumu, som navštívil obe ubytovacie zariadenia s cieľom preveriť úroveň a kvalitu ubytovacích zariadení formou mystery shoppingu.

V závere pobytu som oboznámil moje pôsobenie v daných zariadeniach pre študijné účely a kedy sa mi podarilo uplatniť aj etnologickú metódu voľného rozhovoru s manažérom hotela. Na základe rozhovoru sa mi poskytla spolupráca na vytvorení doplnkového balíčka služieb pre Buddha-Bar Hotel Prague. K záveru práce prikladám SWOT analýzu ubytovacích zariadení.

### **3 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ**

V prvej časti tejto kapitoly sa budeme venovať predovšetkým úrovni a kvalite poskytovaných služieb v ubytovacích zariadeniach doma a v zahraničí. V prvej časti sa budeme zaoberať podstatou hotelového manažmentu, jeho cieľmi a funkciami. Budeme porovnávať situáciu doma a v zahraničí, konkrétne v Českej republike. Za gro tejto problematiky môžeme usúdiť, že je to ubytovací úsek a jeho služby, manažment základných pracovných operácií v hoteli, organizačnou štruktúrou, vybavenosťou po technickej stránke, kontrole a výchove zamestnancov. Dalo by sa to zhrnúť do spojenia, kým hosť príde do daného ubytovacieho zariadenia až po vytvorenie pocitu potreby opätovne vyhľadať konkrétne zariadenie.

V druhej časti sa budeme venovať konkrétne úrovni a kvalite ubytovacím zariadeniam podľa kategorizácie ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky s ohľadom na najvyššiu triedu, tým pádom hotel 5\* a následne kategorizáciu ubytovacích zariadení podľa vyhlášky ministerstva hospodárstva v Českej republike. Budeme sa viac snažiť nájsť rozdiely a porovnať ich a vyvodit' ktorý súčasný stav je viac vyhovujúci pre rozvoj cestovného ruchu, pre samotnú úroveň a kvalitu poskytovaných služieb.

V poslednej časti sa budeme venovať úrovni a kvalite poskytovaných ubytovacích služieb v rámci rôznych aspektov. Prvotne si vysvetlíme a vyvodíme, čo kvalita vôbec znamená, ako ju môžeme implementovať do ubytovacích zariadení. Konkrétne sa budeme sústrediť na kvalitatívne normy, ako je rada normy ISO 9000 ako systém manažérstva kvality. V poslednej dobe sa dostáva viac do popredia a na známosť širšiemu segmentu obyvateľstva, možným spotrebiteľom produktu. K záveru by som pripojil aj TQM ako kompletne manažerstvo kvality a súčasne rôzne formy ocenenia, ktoré sú v poslednej dobe zaužívané a čoraz viac sa dostávajú do popredia v rámci odbornej perspektívy ako aj do povedomia ľudí.

Ubytovací úsek a jeho služby, cieľom tejto kapitoly je vymedziť pojmy spojené s ubytovaním hostí. Spravidla hosť v hotely čerpá viacero služieb. Čerpajú súbor služieb ktoré na seba nadväzujú.

Charakteristiku ubytovacieho úseku môžeme kategorizovať z dvoch hľadísk, podľa vyhlášky MH 277 / 2008 Z.z. SR a podľa živnostenského zákona. Na základe vyhlášky ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky ubytovací úsek pozostáva z dvoch

čiastkových úsekov, ktorými sú úsek príjmu (recepcia, vrátnica) a úsek ubytovania (pobytu hosťa) (hotelové izby, zázemie ubytovacej časti). Podľa živnostenského zákona sa ubytovacie zariadenie rozumie poskytovanie prechodného ubytovania a s ním spojených doplnkových služieb za odplatu. Doplnkovými službami sa rozumie napríklad upratovanie, výmena bielizne, predaj nápojov a jedál a podobne.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Manažment ubytovacích služieb, 2006, s. 13

## **4 ÚROVEŇ A KVALITA SLUŽIEB V UBYTOVACÍCH ZARIADENIACH**

Úroveň a kvalita poskytovaných služieb je spojená s fungovaním hotelového manažmentu. Každá jedná časť ktorá ju tvorí má osobitý vplyv na globálne fungovanie. Jedná sa o ciele, funkcie a zdroje hotelového manažmentu. Pojem hotelový manažment má rozličné významy. Spravidla ide o dynamický systém riadenia pracovných činností v hoteli koordinovaných prostredníctvom funkcií manažmentu v prospech dosahovania vymedzených cieľov pri racionálnom využívaní disponibilných zdrojov. Hotelový manažment možno definovať aj ako teóriu (študijnú disciplínu) založenú na logicky usporiadanom súbore poznatkov o plánovaní, organizovaní, personálnom zabezpečení a kontrole hotela.<sup>2</sup> Hotelový manažment tvorí skupinu ľudí, ktorú by sme mohli kategorizovať do troch skupín:

- vrcholový manažment
- stredný manažment
- nižší manažment

### **Ciele, funkcie a zdroje hotelového manažmentu**

Ciele hotelového manažmentu sú hlavné priority, ktoré určujú aké ma hotel vízie a kam sa chce uberať do budúca. Riadne fungovanie a dosahovanie cieľov je podmienené zvoliť správnu kombináciu funkcií a hospodár využívaním zdrojov hotelového manažmentu. Hotelový manažment sa zameriava na plnenie ekonomických, sociálnych, ekologických a technologických cieľov.

Hlavným cieľom hotelového manažmentu je maximalizácia zisku hotela prostredníctvom uspokojovania potrieb hostí. Ciele sa najčastejšie klasifikujú z časového hľadiska na:

- Strategické (dlhodobé) obdobie 3 – 5 rokov,
- Operatívne (strednodobé) obdobie 2 - 3 rokov,
- Taktické (krátkodobé) obdobie 1 roka.

Ciele hotelového manažmentu sa realizujú prostredníctvom plynulej prevádzky a ide o neustále vzdelávanie zamestnancov. Vytváranie podmienok pre účelné využívanie

---

<sup>2</sup> Gučík. 2004, s. 44 In: Manažment Ubytovacích služieb, 2006 s. 4

voľného času a pozitívne ovplyvňovanie spôsobu života v sociálnom aspekte. Výkon manažérskych funkcií je podmienený na rozhodovaní, prijímaní rozhodnutí v oblasti istoty, rizika, neurčitosti. Zvažovať dôsledky, pravdepodobnosti, alternatívy a zvoliť správne riešenie pre danú modelovú situáciu.

Zdroje hotelového manažmentu tvoria komplexný systém vstupov a výstupov (ubytovacie, stravovacie a doplnkové služby). Prostredníctvom vstupov a výstupov a funkcií hotelového manažmentu umožňujú dosahovať vymedzené ciele. Medzi spomínané zdroje patrí dostupnosť, kvalita, kvantita, štruktúra a ich správna kombinácia.<sup>3</sup>

Základnými službami ubytovacích zariadení sú služby prechodného ubytovania v mieste svojho bydliska alebo mimo, ktoré slúžia na uspokojenie potrieb návštevníkov za úhradu. Kvalita a rozsah služieb, ktoré zariadenia poskytujú je ovplyvnený viacerými faktormi ako napríklad kategória, charakter zariadenia, osobné a vecné predpoklady, klientela, sezónne výkyvy, úroveň využitia lôžkovej časti a podobne. Okrem základných služieb sa účastníkom poskytujú aj doplnkové služby. Doplnkové služby môžeme rozdeliť z ekonomického hľadiska na platené a neplatené. Ich rozsah a úroveň sa môže líšiť podľa kategórie ubytovacieho zariadenia. Pravidlom je, že vo vyššej kategórii je rozsah doplnkových služieb väčší a zvyčajne sa počet služieb za úhradu znižuje. Medzi doplnkové platené služby môžeme zahrnúť pranie, čistenie a žehlenie odevov, požičiavanie dopravných prostriedkov, predaj vybraných druhov tovaru, obstarávanie lístkov na kultúrne vyžitie, tlmočnicke služby, sprievodcovské služby a podobne. Ako neplatené doplnkové služby sú zvyčajne podávanie informácií, odoslanie pošty, sprostredkovanie taxi, budenie hostí, prijímanie a odovzdávanie odkazov, úschova batožiny a podobne. Existujú aj špeciálne služby pre VIP klientov (významných hostí). Medzi doplnkové služby zaradíme aj etážovú službu, darčekový servis, poštové služby, prekladateľské a tlmočnicke služby, hotelový lekár, animačné služby a podobne.<sup>4</sup>

## **Manažment základných pracovných operácií v hotely**

V manažmente základných pracovných operácií v hotely, je možné charakterizovať ako základné pracovné operácie na prijímacom úseku a na ubytovacom úseku hotela. Jedná sa o rezervovanie, príchod host'a, jeho pobytom až po odchod z hotela. Každá jedná problematika spolu súvisí a má nadväznosť. Rezervovanie ubytovania má veľký význam

<sup>3</sup> Manažment ubytovacích služieb, 2006, s. 5 - 10

<sup>4</sup> Manažment ubytovacích služieb, 2006, s. 12 - 13



pre samotné hotelové zariadenie ako aj návštevníka. Rezervuje sa ubytovanie, rozsah a kvalita služieb, termín a cena. V tom prípade je možné lepšie zorganizovať pracovníkov (počet a využitie), spotrebu tovaru. Hotelové zariadenie sa nemusí spoliehať na náhodných hostí. Zlepšuje sa tým celková finančná stránka hotela a jeho ekonomické výsledky. Ubytovanie je možné rezervovať viacerými spôsobmi a to telefonicky, faxom, písomne, elektronicky a osobne. Najbežnejšie je telefonické rezervovanie. V poslednej dobe sa do popredia dostáva elektronické rezervovanie. Zvyčajne sa k nemu viažu balíky cenových výhod prípadne balík neplatených služieb. Z ďalšou jeho výhodou je ekonomické riešenie, žiadne poplatky za sprostredkovanie, aktuálne informácie o dostupnosti. Nevýhody sú hlasový prejav ako aj požiadavky na špeciálne služby spojené s doplnkovými službami. Záleží hlavne na rezervačnom systéme aký dané ubytovacie zariadenie používa. Pre efektívne využitie všetkých dostupných informácií spojených s rezervovaním ubytovania sa používajú hotelové rezervačné systémy (Fidelio, Horec). Ich výstupné zostavy slúžia práve na zefektívnenie ekonomického prostredia hotela a správnej využiteľnosti ubytovacej kapacity.<sup>5</sup>

Príchod host'a je veľmi dôležitý proces počas pobytu v cieľovom mieste. Host' si už v samom úvode vytvára obraz a ubytovacím zariadením, ktorý ho zväčša sprevádza po celej dĺžke pobytu. Príchod host'a môžeme rozdeliť do troch operácií – príjem host'a, registrácia host'a a pridelenie izby host'ovi. Príjem host'a má hlavne ekonomický význam. Vypracovávajú sa podklady pre zúčtovanie pobytu host'a a pre daňové účely a podobne. Taktiež evidencia údajov umožňuje ako ochranu hotela v protiprávnom konaní host'a a taktiež pre informácie pre políciu v prípade hľadanej osoby. Úlohou príjmu host'a je privítať účastníka, v prípade VIP hostí poskytnúť niečo navyše (pohár vína, kvety a podobne). Úlohou príjmu host'a je tiež príslušná evidencia, pridelenie izby, overiť spôsob platby, vydať kľúč, respektíve magnetickú kartu a ukázať mu cestu k izbe. Pridelenie izby znamená výber správneho druhu izby. Host'ovi sa prideliťuje len voľná a pripravená izba. Je nemysliteľné pridelenie nepripravenej izby, prípadne z technických príčin uzavretú izbu. Pobyt host'a nastáva po prijatí a zapísaní potrebných údajov. Vtedy sa ha host' stáva ubytovaným hosťom. Počas pobytu host'a sa mu poskytujú služby zahrnuté v cene ubytovania, prípadne na jeho žiadosť z balíka služieb za úhradu v hotovosti alebo sa pripočítavajú k účtu host'a. Celý pobyt host'a musí byť v rámci hygienických štandardov v súlade s hygienickými predpismi. Odchod host'a sa končí odhlásením host'a a jeho odchodom. Dôležitý je aj posledný dojem. Vytvára pocit spokojnosti prípadne opaku

---

<sup>5</sup> Manažment ubytovacích služieb, 2006, s. 15 - 17

a rozhoduje o tom, či sa daný hosť opäť vráti do daného ubytovacieho zariadenia. Prax ukazuje, že je menej nákladné udržať si stáleho hosťa ako získať nového. Preto je potrebné sa informovať o jeho spokojnosti s pobytom a či pobyt naplnil jeho očakávania. V prípade nespokojnosti, treba hľadať schodné východisko aby sa dané nedostatky už viac neopakovali.<sup>6</sup>

## **Organizácia, personálne zabezpečenie a vybavenosť ubytovacieho úseku**

Organizácia a vhodné personálne zabezpečenie ubytovacieho úseku ako súčasť organizácie má význam pre efektívne fungovanie hotela. Väčší počet zamestnancov na rôznych pracovných pozíciách, ktorí poskytujú rôzne služby, vyžaduje určitý stupeň organizovanosti. Organizácia umožňuje vykonávať služby, ovplyvňuje výšku nákladov a umožňuje dosiahnuť požadovanú kvalitu. Organizácia zabezpečuje aj zmeny týkajúce sa ohľadom na budúcnosť. Organizačná štruktúra je s pravidla rozsiahlejšia pri väčších hoteloch, pri kategóriách s vyššou triedou. V malých hoteloch dochádza ku kumulácii funkcií a preto má menší počet útvarov. Hotely s väčšou kapacitou majú väčší počet útvarov a z toho vyplývajúce vzájomné väzby. Preto je potrebné zvoliť nasledovné:

- stanoviť optimálny počet a štruktúru zamestnancov z hľadiska funkcie a kvalifikácie,
- vymedziť medzi zamestnancami vzťahy nadriadenosti a podriadenosti,
- umožniť kontrolu pracovných operácií,
- zabezpečiť optimálnu nadväznosť pracovných činností z hľadiska času a nákladov,
- vytvoriť podmienky pre odborný a funkčný rast zamestnancov.

Organizačná štruktúra by mala byť čo najprehľadnejšia, najjednoduchšia, vyjadrujúca deľbu práce, rozdelenie zodpovednosti a právomocí. Z hľadiska počtu izieb sa používajú dva typy organizačných štruktúr. Pre malé (10 – 100 izieb) a stredné hotely (101 – 250 izieb) sa používa funkčná organizačná štruktúra a pre veľké hotely (250 izieb a viac) sa používa divizionálna organizačná štruktúra. Funkčná organizačná štruktúra využíva líniovo – štábne útvary a divizionálna organizačná štruktúra vychádza z princípu centralizácie podľa predmetu.<sup>7</sup>

Na ubytovacom úseku hotela nájdeme rozsiahle množstvo skupín zamestnancov. V závislosti od jeho kapacity ubytovacieho úseku a triedy sa ich štruktúra mení, narastá

<sup>6</sup> Manažment ubytovacích služieb, 2006, s. 15 - 22

<sup>7</sup> Manažment ubytovacích služieb, 2006, s. 25 - 26

počet zamestnancov. Zamestnancov môžeme rozdeliť na vedúcich pracovníkov, pracovníkov recepcie, úseku hotelových izieb a práčovne. Čím nižšia je kapacita hotela, tým viac sa pracovné funkcie kumulujú a každý zamestnanec vykonáva viacej profesií. Počet zamestnancov na jednu hotelovú izbu je ukazovateľom pre plánovanie zamestnancov. Ukazovateľ počtu zamestnancov je závislý od triedy hotela a rozsahu poskytovaných služieb. Pohybuje sa v intervale cca 0,2 až po 1,3. Odporúčaný ukazovateľ počtu zamestnancov pre hotel \*\*\*\*\* pri 100 izbách je 0,56 – 0,76 na 1 izbu. Pri 120 izbách je 0,66 – 0,80 na 1 izbu.<sup>8</sup>

Významným kľúčovým faktorom konkurencieschopnosti hotelov je využívanie výpočtovej techniky podporovanej modernými informačnými a komunikačnými technológiami. Hotelierstvo sa čoraz viac stáva závislé od využívania informačných systémov. Výpočtová technika a informačný systém predstavuje technologický systém zameraný na prijímanie, spracúvanie, distribúciu a archivovanie informácií. Jedinou podmienkou v hotelierstve je kvalifikované ľudské a dostatočné finančné zdroje.

Význam využívania výpočtovej techniky v hotely je v tom, že:

- umožňuje jednoduchý, rýchly, a interaktívny prístup k informáciám v reálnom čase,
- zabezpečuje čiastočnú automatizáciu riadenia prevádzkových procesov,
- podporuje rast kvality poskytovaných služieb,
- zjednodušuje a sprehľadňuje administratívne činnosti,
- zefektívňuje plnenie hlavných funkcií manažmentu hotela,
- uľahčuje marketingové aktivity (produkt, cena, distribúcia, komunikácia),
- umožňuje flexibilnejšie prispôsobenie premenlivým podmienkam trhu (globalizácia trhu, rozvoj elektronického obchodovania a podobne),
- zvyšuje produktivitu práce a ekonomickú efektívnosť prevádzkových činností.

V hotelierstve sa najmä používa ako systém rezervovania, centrálny informačný systém a vnútro podnikový informačný systém. V hoteloch na Slovensku sa najčastejšie využívajú hotelové informačné systémy HOREC, FIDELIO, AMADEUS, GALILEO. Centrálny informačný systém má za úlohu zabezpečiť spojenie medzi hotelmi a ostatnými podnikmi cestovného ruchu (cestovné kancelárie, touroperátori, letecké spoločnosti, požičovne áut a podobne) na medzinárodnej, národnej, miestnej i regionálnej úrovni.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Manažment ubytovacích služieb, 2006, s. 28 - 31

<sup>9</sup> Gučík, 2004, s. 16

## Ponuka ubytovacích služieb v ubytovacích zariadeniach

Cieľom ponuky ubytovacích služieb je uspokojovať potreby zákazníkov. Všeobecná (základná) ponuka môže byť ovplyvnená viacerými vonkajšími faktormi (nadmorská výška, , miestne atraktivity, dopravná dostupnosť a podobne), sezónnosťou, bezpečným pohybom osôb a bezproblémovým platobným stykom. Sezónnosť je trvalým znakom hospodárskej činnosti ubytovacích zariadení. Má za následok zmenu ponuky služieb, výkyvy v návštevnosti tým pádom využitie kapacity hotela a tým aj výsledkoch hospodárskej činnosti ubytovacích zariadení. Z vnútorných podmienok to je ekonomika, marketing, manažment organizácie, personálna práca a politika. Medzi vnútornými a vonkajšími podmienkami zohráva hlavnú úlohu manažment hotela, ktorý by mal mať schopnosť analyzovať, predvídať, efektívne komunikovať, organizovať a koordinovať aktivity a efektívne komunikovať s vedúci úseku hotela ako aj s organizáciami cestovného ruchu.

Ponuka služieb v ubytovacích zariadeniach sa musí plánovať a organizovať, zabezpečovať a poskytovať v štandardnom rozsahu, kvalite, v mieste i v čase, s cieľom dosiahnuť spokojnosť hostí. Štandardný rozsah, úroveň a kvalitu poskytovaných služieb ubytovacích zariadení stanovuje a určuje rozsah v našich podmienkach (Slovenskej republike) vyhláška 277/2008 Z. z.<sup>10</sup> Ubytovacie zariadenie chápeme ako priestor alebo plochu, kde sa verejnosti za úhradu poskytuje prechodné ubytovanie a s ním spojené služby. Podľa druhu sa ubytovacie zariadenia členia na kategórie (hotel, motel, hotel, penzión, turistická ubytovňa, apartmánový dom, chatová osada, kemping, táborisko a ubytovanie v súkromí).<sup>11</sup> Podľa kvality a rozsahu služieb sa tieto kategórie zariadení zaraďujú do tried, ktoré sa označujú hviezdikami. Od najnižšej triedy (\*) po najvyššiu triedu (\*\*\*\*\*). Delenie podľa tried vyjadruje minimálne požiadavky na vybavenosť ubytovacích zariadení.<sup>12</sup> Označenie ubytovacieho zariadenia podľa klasifikačných znakov do tried plní identifikačnú funkciu vo vzťahu k verejnosti.<sup>13</sup>

Pre hotely je charakteristická nadväznosť služieb. Každá jedná služba sa vždy spája s nasledujúcou napríklad prvotné informácie, rezervovanie ubytovania, príchod do hotela, zaregistrovanie sa, ubytovanie sa, stravovanie v hotely, pobyt, odhlásenie sa.<sup>14</sup>

<sup>10</sup> Manažment ubytovacích služieb, 2006, s. 46

<sup>11</sup> Porovnaj vo vyhláške MH SR č. 277 / 2008

<sup>12</sup> GŮČIK, M. a i.: Výkladový slovník. Cestovný ruch, hotelierstvo a pohostinstvo. Bratislava 2006, s. 192.

<sup>13</sup> Manažment ubytovacích služieb, 2006, s. 47

<sup>14</sup> Gučík, 2001, 64.

Balíky služieb sa tvoria spojením obsahovo príbuzných služieb. Vytvárajú sa na podporu predaja (podpora dopytu) v nepriaznivom období (mimo sezóny) s orientáciou na vybraný segment cieľovej skupiny.<sup>15</sup> Balíky služieb, ich obsah a cena sa formuluje priamo (vo vlastnej réžii ubytovacieho zariadenia) alebo nepriamo (najmä na základe v spolupráci s cestovnými kancelárkami). Môžu mať charakter príležitostnej alebo stálej ponuky.

Balík služieb musí:

- byť interaktívny a vyvolať ďalší dopyt,
- hosťom poskytovať určitú hodnotu,
- ponúkať trvalú kvalitu a kompatibilitu súčastí balíka,
- musí sa dobre pripraviť, plánovať a koordinovať,
- Host'ovi musí poskytovať preukázateľné výhody,
- Mať transparentnú cenovú a jednoduchú obsahovú štruktúru,
- Musí zabezpečovať zisk.

Balíky služieb môžeme kategorizovať podľa predmetu služieb, cieľového trhu, dĺžky a času realizácie a podľa cieľového miesta alebo programu. Tvorbu balíkov má zväčša na starosti marketingové oddelenie a jeho úlohou je vytvoriť balík služieb ktorý bude vykazovať priaznivé ekonomické výsledky.<sup>16</sup>

#### **4. 5 Charakteristika ubytovacích zariadení podľa 277 / 2008 Z. z.**

##### **Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky**

Vyhláška 277 / 2008 Z. z. bola vydaná 26. júna 2008 na základe Ministerstva hospodárstva a je novelizovanou vyhláškou 419 / 2001 Z. z. ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia. Kategorizácia sa vzťahuje na ubytovacie zariadenia, ktoré prevádzkujú podnikatelia poskytujúci ubytovanie a s ním spojené služby na základe živnostenského oprávnenia.

Podľa tejto vyhlášky je:

- ubytovacím zariadením budova, priestor alebo plocha, v ktorom sa verejnosti celoročne poskytuje za úhradu prechodné ubytovanie a s ním spojené služby. Ubytovacie zariadenie je aj sezónne ubytovacie zariadenie poskytujúce ubytovanie a s ním spojené služby najviac deväť mesiacov v roku,

<sup>15</sup> Cieľová skupina - súhrn všetkých osôb, ktoré sú potenciálnymi zákazníkmi alebo záujemcami o službu, ktorí ju priamo spotrebúvajú alebo z určitých špecifických dôvodov vyjadrujú po nej dopyt.

<sup>16</sup> Manažment ubytovacích služieb, 2006, s. 47 - 48

- kategóriou ubytovacieho zariadenia určenie druhu ubytovacieho zariadenia na základe splnenia kritérií kategorizácie podľa klasifikačných znakov a fakultatívnych znakov ubytovacieho zariadenia (hotel, motel, hotel, penzión, turistická ubytovňa, apartmánový dom, chatová osada, kemping, táborisko a ubytovanie na súkromí),  
- triedou určenie minimálnych požiadaviek na vybavenie ubytovacieho zariadenia podľa jednotlivých kategórií a požiadaviek na úroveň a rozsah poskytovaných služieb spojených s ubytovaním podľa kritérií ustanovených v prílohe. Triedy sa označujú hviezdikami od najnižšej triedy (\*) po najvyššiu triedu (\*\*\*\*\*).<sup>17</sup>

Do najvyššej triedy môžeme zaradiť hotel, kongresový hotel, wellness hotel, boutique hotel a kúpeľný hotel. Ostatné triedy nebudem spomínať, keďže nie sú predmetom skúmania v práci.

Hotel je ubytovacie zariadenie slúžiace na prechodné ubytovanie hostí, ktoré má viac ako desať izieb. Hostom poskytuje okrem ubytovania, stravovania aj doplnkové služby, zábavné a spoločenské služby, služby obchodne cestujúcim a rekreačno-športové služby na aktívne trávenie voľného času.

Kongresový hotel je ubytovacie zariadenie kategórie hotel určené na realizovanie kongresových podujatí, a to najmä kongresov, zjazdov, konferencií alebo seminárov. Kongresový hotel je vybavený rokovacími priestormi, ktoré umožňujú variabilnosť ich použitia a má technické podmienky na poskytovanie s tým súvisiacich služieb. Kongresový hotel z celkového minimálneho počtu bodov vo fakultatívnych znakoch spĺňa minimálny počet bodov stanovených špeciálne pre kongresové služby uvedené v ôsmej časti fakultatívnych znakov. Ako kongresový hotel možno označiť iba hotel, ktorý spĺňa požiadavky najmenej hotela triedy \*\*\*.

Wellness hotel je ubytovacie zariadenie kategórie hotel určené predovšetkým na špecifické prechodné pobyty spojené s odbornou starostlivosťou a rehabilitáciou hostí. Wellness hotel je vybavený funkčnými športovými a rekreačnými zariadeniami, ktoré sú hosťom k dispozícii. Wellness hotel ponúka racionálnu stravu. Wellness hotel hosťom poskytuje rozsah služieb stanovený pre príslušnú triedu hotela. Ako wellness hotel možno označiť iba hotel, ktorý spĺňa požiadavky najmenej hotela triedy \*\*\*. Wellness hotel spĺňa z celkového minimálneho počtu bodov vo fakultatívnych znakoch i minimálny počet bodov stanovený špeciálne pre wellness služby uvedené v siedmej časti fakultatívnych znakov.

---

<sup>17</sup> Porovnaj vo vyhláske MH SR č. 277 / 2008

Kúpeľný hotel je ubytovacie zariadenie kategórie hotel. Nachádza sa v miestach, ktoré majú štatút kúpeľného miesta. ) Host'om poskytuje rozsah služieb stanovený pre príslušnú triedu hotela s ponukou liečebnej starostlivosti. V kúpeľnom hoteli je k dispozícii lekár pre hostí. Ako kúpeľný hotel možno označiť iba hotel, ktorý spĺňa požiadavky najmenej hotela triedy \*\*\*.

Boutique hotel je ubytovacie zariadenie kategórie hotel s nižším počtom izieb, ktoré sa spravidla nachádza v historických budovách, v domoch s architektonickým alebo umeleckým riešením. Zariadenie interiérov je luxusné až exkluzívne. Ako boutique hotel možno označiť iba hotel, ktorý spĺňa požiadavky najmenej hotela triedy \*\*\*\*.

## **6 Oficiálna jednotná klasifikácia ubytovacích zariadení v Českej republike (kategória hotel)**

Vývoj oficiálnej klasifikácie v Českej republike začal v rámci profesijných zväzov HO.RE.KA ČR – Združenie podnikateľov v pohostinstve a cestovnom ruchu a NFHR ČR – Národná federácia hotelov a reštaurácií na základe uznesenia vlády z dňa 17.7.1999 č. 717 a za výraznej podpory Ministerstva pre miestny rozvoj ČR a českej centrály cestovného ruchu zostavili „Oficiálnu jednotnú klasifikáciu ubytovacích zariadení Českej republiky kategórie hotel, hotel garni, penzión a motel“. Bola vydaná na základe živnostenského zákona 455 / 1991 Z. z. respektíve jeho novely 356 / 99 Z. z. a pripravovanej novely zákona 159 / 1999 Z. z. Za cieľ má zlepšiť orientáciu spotrebiteľov (host'ov) a sprostredkovateľov (cestovných kancelárií a agentúr), zvýšenie transparentnosti trhu ubytovania a skvalitnenie služieb poskytovanými ubytovacími zariadeniami . Požiadavky sú uvádzané ako minimálne, tým pádom ponúkaná služba, vybavenie vyššej úrovne ako je uvedené je vyhovujúce pre danú triedu. Klasifikácia nie je všeobecne záväzným právnym predpisom a je na každom subjekte poskytujúceho ubytovacie služby či si zvolí certifikáciu alebo nie.

V súčasnosti asociácia hotelov a reštaurácií v Českej republike spolu so svojou európskou zastrešujúcou organizáciou HOTREC, ktorá niekoľko rokov pracuje na podpore systému oficiálnej jednotnej klasifikácie ubytovacích zariadení v ČR. Zatiaľ funguje na dobrovoľnej báze od roku 2004. Začiatok roku 2010 priniesol nový systém pridelovania hviezdíčiek. Hotelové asociácie 7 zemí EU založili HOTELSTAR UNION, úniu, ktorá si dala za cieľ zjednotiť klasifikáciu hotelových služieb pomocou jednej hromadnej metódy

a využitím spoločného marketingu pri propagácii zariadení. Spoločný systém zavádzajú od roku 2010: česká republika, Nemecko, Rakúsko, Švédsko a od roku 2011 by sa mali pripojiť Švajčiarsko a Holandsko. Predovšetkým sa zameriava na ponuku jednoznačne transparentných služieb a vybavenosti, istote a možnosti sa s kdekoľvek s podmienkami a systémom hviezdíčiek zoznámiť. Presvedčiť sa čo ktorá konkrétna trieda ponúka, garantuje ako spotrebiteľovi. Systém hotelových hviezdíčiek poskytne spoľahlivý nadnárodný prehľad informácií dôležitých pri výbere cieľového hotelu ako pre rodinnú dovolenku, ale taktiež pre služobné cesty. Hotelová klasifikácia ma 270 hodnotiacích kritérií, ktoré vznikli na základe podkladov a prieskumov očakávania hotelových host'ov a potrieb trhu. Systém sa opiera o povinné kritériá a dobrovoľne voliteľné požiadavky. Na český hotelový trh prináša radu novinek , predovšetkým možnosť zaradenia do kategórie SUPERIOR. Superior predstavuje hotely, ktoré ponukou služieb ďaleko predbehli štandard predpísaných služieb pre ich triedu.

Pojem klasifikácia je pre označenie minimálnych požiadaviek do jednotlivých tried ubytovacích zariadení. Pojem štandard a štandardizácia sú chápané ako pojmy označujúce úroveň vyššiu ako sú minimálne požiadavky (ako stanovuje klasifikácia) a môžu byť zavádzané hotelovými reťazcami a podobne. Pojem kategorizácia označuje proces, pri ktorom dochádza k deleniu ubytovacích zariadení do jednotlivých kategórií (hotel, penzión a podobne).<sup>18</sup>

Stavba ubytovacieho zariadenia (ubytovacie zariadenie) sa rozumie ako stavba alebo jej časť, ktorá je poskytovaná verejnosti prechodné ubytovanie a služby s tým spojené. Ubytovacie zariadenie nie je bytový dom, rodinný dom a stavba pre individuálnu rekreáciu. Ubytovacie zariadenia sa zaraďujú podľa druhu do kategórií a podľa požiadaviek na plochu a vybavenia do tried, ktoré sa označujú hviezdíčkami.

Ubytovacia jednotka je jedna izba alebo súbor miestností, ktoré svojim stavebno – technickým usporiadaním spĺňajú požiadavky na prechodné ubytovanie a sú k tomu účelu určené. Pobytová miestnosť je miestnosť alebo priestor, ktorá svojou polohou, veľkosťou a stavebným usporiadaním spĺňa požiadavky k tomu, aby sa v nej zdržovali osoby.<sup>19</sup>

Klasifikácia ubytovacích zariadení do tried podľa medzinárodného členenia:

- \* Tourist
- \*\* Economy
- \*\*\* Standard

<sup>18</sup> Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel 2009 – 2011 s. 1 - 33.

<sup>19</sup> Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, pension a motel, str. 3



\*\*\*\* First Class

\*\*\*\*\* Luxury

Ubytovacím zariadeniam garní hotel, penzión a motel môžu byť pridelené maximálne štyri hviezdičky.<sup>20</sup>

Druhy ubytovacích zariadení:

- jednolôžková izba: izba s lôžkom pre jednu osobu,
- dvojlôžková izba: izba s dvoma lôžkami a to vo forme dvoj lôžka alebo vo forme dvoch lôžok umiestnených pozdĺž seba,
- dvojlôžková izba TWIN: izba s dvoma oddelenými lôžkami,
- Viac lôžková izba: izba s tromi a viac lôžkami,
- Rodinná izba: izba s tromi alebo viacerými lôžkami a z nich aspoň dve sú určené pre dospelých,
- Junior Suite: izba so zvláštnym priestorom určený pre sedenie,
- Prepojené izby: samostatné izby s lôžkami prepojené spojovacími dverami
- Studio: izba s kuchynským kútom
- Duplex: ubytovanie na viacej podlažiach s vyhradeným prepojením jednotlivých podlaží<sup>21</sup>

Hotel je ubytovacie zariadenie s najmenej 10 izbami pre host'ov vybavených pre prechodné ubytovanie a so službami s tým spojené (stravovacie) . Hotely sa členia do piatich tried od jednej hviezdičky až po päť hviezdičiek, ako na Slovensku. V najvyššej triede päť hviezdičiek izba musí mať veľkosť aspoň 12 m<sup>2</sup> pri jednolôžkovej izbe a minimálne 16 m<sup>2</sup> pri dvojlôžkovej.<sup>22</sup> Klasifikačné znaky a vybavenosť izieb najvyššej triedy Luxury uvádzam v prílohách (**príloha č. 2**)

## 7 Komparácia kategorizácie ubytovacích zariadení v SR a ČR

Hlavné rozdiely medzi slovenskou a českou kategorizáciou ubytovacích zariadení spočíva v tom, že vyhláška v Českej republike je benevolentnejšia čo sa týka samotného zaradenia do kategórií. Živnostníci majú väčšiu voľnosť pri výbere kategórie. Zaradenie do tried je jasne stanovené. Musia splňať všetky potrebné náležitosti. V českej republike je

<sup>20</sup> Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garní, pension a motel, str. 6

<sup>21</sup> Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garní, pension a motel, str. 5

<sup>22</sup> COT BUSINESS 12 / 2005, Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garní, pension a motel, str. 3

špecifikum, že živnostníci sa združujú do zväzu HO.RE.CA združenie podnikateľov v pohostinstve a cestovnom ruchu a NFHR ČR – Národná federácia hotelov a reštaurácií. V spolupráci so štátom tak korigujú úroveň a kvalitu poskytovaných ubytovacích služieb a doplnkových služieb s nimi spojených. Rozdiel je v kategorizácií, kým na Slovensku máme presne určené kategórie hotelov (hotel, wellness hotel, boutique hotel, kúpeľný hotel, kongresový hotel) v českej republike majú kategóriu len hotel. Na Slovensku ako v Českej republike môžu mať najvyššiu triedu (5\*) len hotely. V porovnávaní úrovne a kvality najvyššej triedy (5\*) v Slovenskej republike a v Českej republike triedy Luxury (5\*) som usúdil, že úroveň a kvalita poskytovaných služieb sa špecificky nelíši. Podľa môjho úsudku by bola potrebná novelizácia zákona v Českej republike. Na podobnej báze ako prebehla na Slovensku v 2008. Rozšírenie kategorizácie je výhodou pre samotného spotrebiteľa. Podľa označenia hotela je zrejmé o aký typ ubytovacieho zariadenia sa jedná a aké základné a doplnkové služby môže očakávať. Na druhú stranu produktívna práca zväzov zvyšuje úroveň a kvalitu poskytovaných ubytovacích služieb.

## **8 Koncepcie a princípy manažmentu kvality (normy ISO, TQM, podnikové štandardy)**

Vývoj manažmentu kvality je neustály. Mohlo by sa zdať, že vývoj a rozvoj kvality by sa mohol datovať približne desať rokov dozadu. Avšak táto predstava je klamlivá. Vývoj manažmentu kvality sa datuje približne okolo roku 1900 kedy sa začali zavádzať štruktúrované pozície, (funkcie kontrolórov) do výrobného odvetvia. Boli zodpovední za kvalitu. Rozmach nastal po druhej svetovej vojne a to hlavne v Japonsku, kde sa zrodil základ skutočných moderných systémov kvality. Označovaný ako CWQC (Company Quality Control). V ďalšom prepracovaní tohto prístupu prišlo k prvým pokusom k TQM (Total Quality Management), ktorý i v dnešnej dobe predstavuje dynamicky sa vyvíjajúcu koncepciu. V roku 1987 vstúpili na scénu kvalitatívne normy ISO radu 9000. Normy ISO ako rozsiahla dokumentácia všetkých podnikových procesov. Veľa odborníkov predpokladá, že vývoj manažmentu kvality povedie k fúzií riadenia kvality a starostlivosť o životné prostredie a bezpečnosť na báze GQM – (Global Quality Management), respektíve ako integrovaného manažmentu. V súčasnej dobe sa vykryštalizovali tri základné koncepcie manažmentu kvality:

- koncepcia podnikových štandardov,

- koncepcia ISO,
- koncepcia TQM.<sup>23</sup>

## 8.1 Koncepcia manažmentu kvality na báze ISO

V roku 1987 Medzinárodná organizácia pre normy ISO prvý krát zverejnila sadu nových noriem, ktoré sa nezaoberali technickými požiadavkami na výrobky a procesy, ale výhradne požiadavkami na systém – systém manažérstva kvality. Pôvodne išlo o päťicu noriem, najčastejšie označovaných ako normy ISO radu 9000. V roku 1994 bol prvý krát inovovaný ich obsah, druhý krát bol ich obsah inovovaný v decembri roku 2000. Podľa týchto noriem si môžu rôzne organizácie vytvárať svoje systémy kvality. Nové normy ISO 9000:2000 používajú názov systém manažmentu kvality.<sup>24</sup>

Prvý z princípov manažérstva kvality, ktoré sú definované v medzinárodnej norme kvality ISO 9000:2000 hovorí o základnom princípe manažmentu, ktorým je ustavičné uspokojovanie potrieb zákazníka. Samotná „spokojnosť“ je psychologickým fenoménom. Norma STN EN ISO 9000:2000 Systémy manažérstva kvality – Základy a slovník, vysvetľuje význam tohto pojmu takto: „Spokojnosť zákazníka vyjadruje zákazníkom vnímanú úroveň, do akej sa splnili požiadavky.“<sup>25</sup>

ISO norma má svoje určité charakteristické koncepcie. Uvediem aspoň niektoré charakteristické rysy tejto koncepcie.

Normy ISO 9000 majú univerzálny charakter. To znamená, že nie sú závislé ani na charaktere výrobkov, ani na povahe produktov. Sú aplikovateľné ako vo výrobných organizáciách, tak aj v podnikoch služieb, bez ohľadu na ich veľkosť. Táto vlastnosť sa ale negatívne prejavuje v praxi tým, že začínajúce organizácie si nevedia s aplikáciou požiadaviek noriem do vlastnej praxe poradiť, nakoľko formulácie v normách sú príliš všeobecné a neurčité.

Normy ISO radu 9000 nie sú záväzné, ale len doporučujúce. Až v okamžiku, keď sa dodávateľ v obchodnej zmluve zaviazal odberateľovi, že aplikuje u seba systém manažérstva kvality podľa normy ISO radu 9000 stáva sa táto norma pre daného producenta záväzným predpisom. Nakoľko odberatelia od svojich dodávateľov dnes už úplne bežne vyžadujú systémy kvality konformné s požiadavkami noriem ISO radu 9000,

<sup>23</sup> Moderní systémy řízení jakosti, s. 20 – 22.

<sup>24</sup> Moderní systémy řízení jakosti s. 22 – 23.

<sup>25</sup> BOROVSKEÝ, J. – SMOLKOVÁ, E. – NIŇAJOVÁ, I.: Cestovný ruch. Trendy a perspektívy. Bratislava 2008, s. 137-139.

je možné konštatovať, že tieto štandardy tvoria veľmi závažnú súčasť legislatívy v obchodnom styku.

Normy ISO radu 9000 sú len súborom minimálnych požiadaviek, ktoré by mali byť vo firmách implementované. Je preto veľmi nebezpečné, ak si pracovníci myslia, že sú vrcholom dosiahnuteľného.

Skúsenosti ukazujú, že ani striktné uplatňovanie požiadaviek noriem ISO nedokáže garantovať základný cieľ účinného systému manažérstva kvality. TO znamená plnú spokojnosť a lojalitu zákazníkov ako i dobré ekonomické výsledky. Naopak sú známe prípady, kedy organizácie s certifikovaným systémom kvality podľa noriem ISO 9000 hospodársky skolabovali. Celá koncepcia ISO tak musí byť chápaná ako len začiatok cesty k špičkovej kvalite.<sup>26</sup>

ISO normy sú založené na ôsmych zásadách:

#### *1. Zameranie na zákazníka*

Organizácie sú závislé na svojich zákazníkoch a preto je potrebné porozumieť ich terajším a budúcim potrebám, prianiam a snažiť sa predvídať potreby,

#### *2. Vedenie a riadenie pracovníkov*

Vedúci pracovníci presadzujú súlad účelov a zameranie organizácie a vytvárajú tak prostredie, v ktorom môžu byť pracovníci zapojení do plnenia cieľov organizácie. Vedenie organizácie musí plne podporovať zvyšovanie vedomostí a znalostí pracovníkov,

#### *3. Zapojenie pracovníkov*

Pracovníci na všetkých úrovniach sú podstatou organizácie a ich plné zapojenie umožňuje využiť ich predpoklady v prospech spoločnosti,

#### *4. Procesný prístup*

Proces je akákoľvek činnosť ktorá mení vstupy na výstupy. Procesy musia byť identifikované a efektívne riadené,

#### *5. Systémový prístup k manažmentu*

Identifikovanie, porozumenie, a vzájomné riadenie súvisejúcich procesov ako systému vedie k efektívnosti a účinnosti pri dosahovaní cieľov organizácie,

#### *6. Neustále zlepšovanie*

Trvalým cieľom organizácie by malo byť neustále zlepšovanie celkovej výkonnosti a to pružná reakcia, skvalitňovanie činností a vylepšovanie organizačnej štruktúry,

#### *7. Rozhodovanie na základe faktov*

---

<sup>26</sup> Moderní systém řízení jakosti s. 23 - 27

System manažmentu kvality umožňuje zavádzanie metód k hodnoteniu a meraniu efektívnosti a účinnosti každého procesu,

#### 8. *Vzájomné výhodné dodávateľské vzťahy*

Je potrebné aby vzťahy medzi dodávateľom a odberateľom boli obojstranne vyvážené a prospešné postavené na dôvere obchodných partnerov.<sup>27</sup>

Veľká väčšina noriem ISO sa úzko špecializuje na určitý produkt, materiál alebo proces. Norma ISO 9000 je však známa ako generická norma systému riadenia. Generický znamená, že rovnaké normy možno aplikovať na ktorúkoľvek organizáciu, veľkú či malú, ktorúkoľvek jej produkt v ktoromkoľvek sektore činnosti a bez ohľadu na to, či ide o podnik alebo štátnu správu. ISO 9000 sa v prvom rade zameriava na riadenie kvality, to čo robí organizácia preto, aby zabezpečila, že jej výrobky vyhovujú požiadavkám zákazníka. ISO 9000 nie je značka kvality produktu, ani jej záruka. Keď má organizácia certifikovaný systém riadenia podľa normy ISO 9000, znamená to, že nezávislý audítor skontroloval, či proces ovplyvňujúci kvalitu vyhovuje požiadavkám príslušnej normy.<sup>28</sup>

### **8. 2 Konceptia manažmentu kvality na báze TQM**

Pojem „Total Quality Management“ (komplexné manažérstvo kvality) sa začal používať už v sedemdesiatich rokoch pre systémy celopodnikového riadenia kvality v japonských firmách. Postupne sa táto koncepcia rozpracovávala aj v americkom prostredí a mnohými odborníkmi je dnes považovaná skôr za filozofiu manažmentu. Koncepcia TQM nie je nijako zviazaná s normami a predpismi ako napr. koncepcia ISO, ale je otvoreným systémom absorbujúcim všetko pozitívne, čo môže byť využité pre rozvoj podniku. Za jednu z najvýstižnejších definícií TQM môžeme považovať Corigenovu, ktorý hovorí, že je to „filozofia manažmentu, formujúca zákazníkom riadený a učiaci sa podnik k tomu, aby sa dosiahla plná spokojnosť zákazníkov vďaka neustálemu zlepšovaniu účinnosti podnikových procesov“.<sup>29</sup>

TQM je evolučne vyšším systémom noriem ISO radu 9000. Svojimi vlastnosťami je otvorenejším a všeobecnejším systémom so silnou orientáciou na zákazníka. Kládne sa v ňom veľký dôraz na spokojnosť zamestnancov a širšej spoločnosti predovšetkým

<sup>27</sup> PETŘÍKOVÁ – PLURA – TOŠENOVSKÝ: Moderní systémy řízení jakosti Quality Management, ISBN 80- 7261-071-6, s. 53 – 54.

<sup>28</sup> ISO9000. 2005. Manažerske systémy. Uverejnené na internete: <http://www.iso9000.sk/index.php?id=3> (2009-04-13)

<sup>29</sup> NENADÁL – NOSKIEVIČOVÁ - PETŘÍKOVÁ – PLURA – TOŠENOVSKÝ: Moderní systémy řízení jakosti Quality Management, ISBN 80- 7261-071-6, s. 28.

v cieľových miestach. Každý zúčastnený v systéme je zahrnutý do trvalého zlepšovania, preto je typická tímová práca.<sup>30</sup>

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. Nie je len súčasťou podnikateľského plánu riadenia, ale dokonca dominuje vo všetkých manažérskych činnostiach. Kvalita sa tu stáva najdôležitejším faktorom úspechu v organizácii, ktorého by sa mal držať každý zamestnanec. Pri TQM sa nejedná len o koncept kvality, ale o celé podnikanie vrátane filozofie kultúry kvality.<sup>31</sup>

Podľa materiálov Európskej nadácie pre manažment kvality (EFQM) sú pre TQM – komplexné manažerstvo kvality charakteristické tieto princípy:

### *1. Princíp orientácie na zákazníka*

Filozofiou TQM je zákazníkom chápaný každý, komu odovzdávame výsledky vlastnej práce. To tiež znamená, že finálny spotrebiteľia predstavujú len jednu zo skupín, skupinu tzv. externých zákazníkov. Aplikácia tohto princípu tak v praxi vyžaduje, aby boli systematicky skúmané súčasné a predovšetkým budúce požiadavky všetkých skupín zákazníkov, pružne a efektívne plnené a aby bolo následne monitorované, či je zákazník s našimi dodávkami spokojný.

### *2. Princíp vedenia ľudí a tímovej práce*

Preferovaný je prístup konsenzuálneho vedenia podriadených zamestnancov a podpora a motivácia k metódam práce v tímoch, najmä pri aplikácii najrôznejších metód a manažérskych nástrojov. Riadiaci pracovníci majú vytvárať v organizácii takú atmosféru, ktorá umožní presadzovanie iných princíпов TQM, najmä princípu orientácie na zákazníka a princípu neustáleho zlepšovania.

### *3. Princíp partnerstva s dodávateľmi*

Vytváranie vzájomne výhodných vzťahov dôvery s dodávateľmi je predpokladom pre požadovanú kvalitu samotných dodávok. Vzťah dôvery možno budovať len na báze opakovanej preukázanej spôsobilosti dodávateľov plniť požiadavky odberateľov. Výrazne môžu k naviazaniu dôveryhodných vzťahov prispieť i také aktivity, ako je poskytovanie technickej pomoci dodávateľom, spoločné plánovanie kvality, motivovanie dodávateľov, ich oceňovanie a pod.

<sup>30</sup> HROMKOVÁ, B. – ZEMKOVÁ, J. 2007. Základné koncepcie manažerstva kvality. Uverejnené na internete: <http://www.ef.umb.sk/upload/predmet/674/Z%C3%A1kladn%C3%A9%20koncepcie%20mana%C5%BE%C3%A9rstva%20kvality%20na%20web.ppt>. (2011-04-14)

<sup>31</sup> MATEIDES, A. – ĎAĎO, J.: Služby. Bratislava 2002, s. 484-489

#### *4. Princíp rozvoja a angažovanosti ľudí*

Za najcennejší kapitál organizácie sú považovaní spôsobilí a vzdelaní zamestnanci. Rozvoj osobností jednotlivých profesijných skupín, neustále vzdelávanie a výcvik najmä s využitím modelu učiaceho sa podniku sú základom naplňovania tohto princípu. Pozitívne angažovanie ľudí je tak dosahované prostredníctvom modelu riadenia, v ktorom je zamestnancom dávaná príležitosť preukázať a využiť svoje schopnosti v prospech organizácie, v ktorej pracujú.

#### *5. Princíp orientácie na procesy*

Podľa tohto princípu je možné dosahovať vynikajúcej kvality výstupov (výrobkov, služieb a pod.) len za predpokladu dokonale zvládnutého riadenia procesov. Procesom je pritom daný súbor čiastkových aktivít, ktoré transformujú hmotné alebo informačné vstupy na hmotné a informačné výstupy. Každý proces prebieha za spotreby určitých zdrojov (pracovná sila, stroje, energie a pod.) a v regulovaných podmienkach – regulátory sú napr. normy, prírodné prostredie. Každý proces musí mať svojho „vlastníka“, ktorý nesie zodpovednosť za kvalitu výstupu z procesu. Platí, že výstupy z jedného procesu môžu byť vstupom pre nasledujúce procesy.

#### *6. Princíp neustáleho zlepšovania a inovácií*

Za motor všetkých pozitívnych zmien v organizáciách sú považované procesy neustáleho zlepšovania, t.j. dosahované nové, doposiaľ nedosiahnuté úrovne. V dnešnej dobe sú zákazníkmi vyžadované projekty orientované na:

- radikálne znižovanie rozsahu nezhôd v dodávkach,
- rozširovanie spektra funkcií výrobkov a služieb,
- znižovanie objemu vnútornej neefektívnosti v technických i organizačných systémoch.

#### *7. Princíp merateľných výsledkov*

Výstupy procesov organizácie musia byť spoľahlivo merané a dáta následne vyhodnocované, pretože len to je zárukou objektívneho rozhodovania na všetkých úrovniach riadenia. Každý vlastník procesu tak má mať vyvinutú vhodnú metriku pre meranie výsledkov. V koncepciách TQM je jednou z dominujúcich metodík meranie výkonnosti a výsledkov procesu.

#### *8. Princíp zodpovednosti voči okoliu*

Organizácia musí niesť primeranú zodpovednosť za svoje väzby na okolí, t.j. región, životné prostredie a pod. Firmy aplikujúce tento princíp sa tak vo svojich aktivitách majú zamerať i na podporu regionálneho zdravotníctva, školstva, kultúry a športu,

charitatívne programy, racionálne využívanie neobnoviteľných zdrojov či ochrana prostredia.

Je zaujímavé, že väčšinu týchto diskutovaných princípov prevzali i normy súboru ISO 9000:2000. V praxi sa tieto princípy zavádzajú s pomocou vhodných modelov. V Európe je najuznávanejším modelom TQM tzv. EFQM Model Excellence, ktorý v roku 1999 nadviazal na predchádzajúci Európsky model TQM.<sup>32</sup>

### **8.3 Konceptia manažmentu kvality na báze podnikových štandardov**

Veľa amerických spoločností v sedemdesiatich rokoch pociťovali potrebu vytvárať systém kvality. Požiadavky na tieto systémy zaznamenali do noriem, ktoré mali platnosť v rámci jednotlivých firiem, respektíve vo výrobných odvetviach. Museli sa nimi riadiť i všetci dodávatelia týchto firiem. Ako príklad tejto koncepcie z nedávnej minulosti môže slúžiť Fordov štandard Q 101, známi aj v niektorých našich firmách. Dnes sa uplatňujú ASME kódy, API štandardy, AQAP smernice, QS 9000. I keď sa tieto štandardy vyznačujú rôznymi prístupmi, majú jeden spoločný znak. Sú náročnejšie ako požiadavky definované normami ISO 9000. Nie sú východiskom pre malé podniky a organizácie poskytujúce služby.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> NENADÁL – NOSKIEVIČOVÁ - PETŘÍKOVÁ – PLURA – TOŠENOVSKÝ: Moderní systémy řízení jakosti, Koncepce a principy managementu jakosti, s. 28 – 30.

<sup>33</sup> NENADÁL – NOSKIEVIČOVÁ - PETŘÍKOVÁ – PLURA – TOŠENOVSKÝ: Moderní systémy řízení jakosti, Koncepce a principy managementu jakosti, s. 22.



## **5 ANALÝZA ÚROVNE A KVALITY POSKYTOVANÝCH HOTELOVÝCH SLUŽIEB V DVOCH VYBRANÝCH ZARIADENIACH**

V nasledujúcej kapitole sa budeme venovať praktickej časti našej bakalárskej práce. Budeme charakterizovať dve vybrané ubytovacie zariadenia. Každé z nich sa nachádza v inom štáte a preto sa zameriame aj na rozdiely spojené v legislatíve a ako pôsobí na dané zariadenia. Najskôr charakterizujeme ubytovacie zariadenie Buddha Bar – Hotel Prague v Prahe v Českej republike a Grand Hotel Kempinski, Štrbské Pleso v Slovenskej republike. Budeme hlavne klásť dôraz na poskytované ubytovacie a doplnkové služby. Uvedieme prehľad komplexných balíkov služieb a prehľad fakultatívnych znakov zariadení **v tabuľke 1, na s. 29**. Prejdeme k vyhodnocovaniu dotazníkového prieskumu spokojnosti zákazníkov formou grafického znázornenia a záver je venovaný SWOT analýze.

## **1 Charakteristika Buddha - Bar Hotel Prague, Praha, Česká republika**

Po veľkom úspechu v Paríži, Bejrúte, Dubaji, Káhire, Sao Paulu, a Jakarte otvorila svetoznáma parížska reštaurácia svoje brány taktiež v Prahe. Päťhviezdičkový butikový hotel, ktorý poskytuje ubytovanie v 36 luxusných izbách a 3 apartmánoch nachádzajúcich sa v srdci Prahy pár krokov od Staromestského námestia.

Buddha – Bar Hotel Prague je vôbec prvým z novovzniknutého reťazca Buddha – Bar Hotels & Resorts inšpirovaný legendárnou značkou Buddha – Bar. Táto jedinečná hotelová koncepcia ide za hranice očakávania predovšetkým vďaka podmanivej atmosfére, vlastnému značkovému dizajnu, vysoko osobnému prístupu, špičkovej technológii a originálnej fúzii kulinárskych chutí v dvoch „atmosphere“ reštauráciách Buddha – Bar a Siddharta Café.

Hotel Buddha – Bar Hotel (obrázok 1) sa nachádza v historickom jadre českej metropoly približne 400m od historického centra čo vyzdvihlo neobyčajnú atmosféru hotela. Je situovaný na Jakubské ulici 649 / 8 V Prahe, Českej republike. Okolie charakteristické historickými budovami a pamätihodnosťami, ktoré sú vyhľadávane ako monumenty v celosvetovom aspekte.

Obrázok 1 **Buddha – Bar Hotel Prague**



Zdroj: Buddha – Bar Hotel Prague. 2011. Uverejnené na internete:

<http://www.a-prague.com/sl/hotel-buddha-bar> (2011-04-18)

### **5. 1. 1 Charakteristika služieb Buddha – Bar Hotel Prague**

Hotel bol zrekonštruovaný podľa svojich predchodcov v svetových metropolách. Budova ako taká prešla samotnou rekonštrukciou. Keďže sa nachádza v historickom centre, tak si ponechala svoju pôvodnú architektúru. Pridali sa luxusné prvky, ktoré nepôsobia vyzývavo, ale pridávajú na dôstojnosti a dotvárajú celkovú jedinečnú koncepciu zladenia historických črtou a luxusu. V hotely sa nachádza 36 luxusných izieb a 3 apartmány. Luxus sa nevyznačuje len vybavením izieb, ale i priestorom. Host' má na výber päť možností výberu na základe veľkosti (35m<sup>2</sup>, 40m<sup>2</sup>, 58m<sup>2</sup>, 61m<sup>2</sup>, 78m<sup>2</sup> ) Hotel má 4 poschodia. Z výškou budovy stúpa aj úroveň izieb. Na najvyššom poschodí sa nachádzajú rozsiahle apartmány. Na základe úrovne a druhu izieb sa cena rozdielne líši v rozpätí od 488 € / noc až do 1888 € / noc. Na prízemí sa nachádzajú dve reštaurácie Buddha – Bar a Siddharta Café.

Ako uviedla riaditeľka hotela Veronika Fajčíková, cieľovou skupinou ich hotela sú ľudia všetkých vekových kategórií. Milovníci romantiky a čerstvo zosobášené páry ale taktiež ľudia ktorí milujú štýl, originalitu a kvalitu z celého sveta. Hotel je väčšinou plne vyťažený, služby si objednávajú veľké spoločnosti v prípade konferencií, odborných rokovaní alebo služobných ciest. Nie je výnimkou, keď hotel navštívia významné osobnosti z dôvodu ich súkromných osláv, banketov a podobne. I napriek všetkému sa darí zabezpečiť intimitu, ktorú hostia vyžadujú. Fakultatívne znaky a klasifikáciu ubytovacích zariadení kategórie hotel 5\* uvádzam v prílohe číslo 1.

Siddharta Café predstavuje nový koncept inšpirovaný štýlom Buddha – Baru (obrázok 2). Reštaurácia lounge, navrhnutý v štýle pop artu s kapacitou až 100 hostí. Majú na výber z celodennej ponuky jedál, cocktailov a kvalitných vín z vínoteky. Ich poslanstvom je, že môžete začať deň s výdatnými raňajkami alebo si dopriať špeciálne obedové menu. Siddharta Café je ideálnym miestom pre súkromné návštevy, obchodné stretnutie alebo spoločenský event. Reštaurácia disponuje parkoviskom a samozrejmosťou je bezplatné Wifi pripojenie.

Obrázok 2 Siddharta Café



Zdroj: Siddharta Café. 2011. Uverejnené na internete:

<http://www.buddha-bar-hotel.cz/cs/siddharta-cafe-2/fotogalerie/7.jpg> (17.04.2011)

Buddha – Bar (obrázok 3) ponúka mystický dvojpodlažný priestor s monumentálnou sochou Buddha, ktorá v kombinácii s hrou svetiel a podmanivým tónom

hudby dodáva reštaurácii neobyčajné kúzlo. Buddha – Bar reštaurácia ponúka mimoriadny zážitok zážitkovej gastronómie na veľkolepej úrovni čo sa týka kvality a servisu služieb. Buddha – Bar sa zameriava aj na školenia za poplatok pre širšiu verejnosť, ktoré postupne obmieňa. V dnešnej dobe prebiehajú kurzy na prípravu sushi.

Obrázok 3 Buddha – Bar



Zdroj: Buddha – Bar. 2011. Uverejnené na internete:

<http://www.buddha-bar-hotel.cz/cs/buddha-bar-praha/11.jpg> (17.04.2011)

### 5. 1. 2 Ocenenia a medzinárodné úspechy Buddha – Bar Hotel Prague

Motto Buddha – Bar Hotel Prague znie: Not just another hotel, it's a lifestyle (Nie je to len ďalší hotel, ale životný štýl). Osobne si myslím, že ich motto je úplne výstižné. O čom svedčia medzinárodné úspechy a ocenenia:

- The Sunday Times – jeden z najžhavesších novo otvorených hotelov v Európe v ankete „Europes Hottelst New Hotels“ podľa novin Sunday Times,
- The Conde Nast Traveler – jeden z top hotelov v ankete „Hot List Hotels 2009“ podľa časopisu The Conde Nast Traveler,

- The Luxury Travel Magazine – jeden z najlepších hotelov na svete v ankete „Worlds Best Hotels“ podľa časopisu The Luxury Travel Magazine,
- The Holidays For Couples – jeden z dvaciatich najlepších novomanželských destinácií v ankete „The 2009 Honeymoon Hot List“ podľa časopisu The Holiday For Couples,
- ShermansTravel – jeden z dvaciatich najlepších party hotelov podľa Sheratonmans Travel,
- Tripadvisor – jeden z najlepších hotelov v Európe v rámci ankety „Europs sexiest hotels“ podľa Tripadvisor.

## 5. 2 Charakteristika Grand Hotel Kempinski, Štrbské Pleso, Slovenská republika

Grand Hotel Kempinski (obrázok 3) je situovaný v príjemnom prostredí Vysokých Tatier priamo v lokalite Štrbského plesa na Kúpeľnej ulici. Jeho samotné prostredie ho predurčuje k aktívnemu odpočinku, relaxu a wellness pobytom. Hotel bol rekonštruovaný v roku 2009. Je veľmi dobre udržovaný a uvoľnená atmosféra sa šíri celým hotelom, nie je potrebné žiadne špeciálne oblečenie.

Obrázok 3 Grand Hotel Kempinski



Zdroj: Grand Hotel Kempinski. 2011. Uverejnené na internete:  
<http://www.fuu.sk/wp-content/uploads/68377.jpg> (17.04.2011)

Hotel sa nachádza priamo pri štrbskom plese. Využitelnosť služieb v okolí je celoročné (turistika, lyžovanie). Pri vstupe do hotela Vás uvíta manažér hotela a tak isto aj pri odchode. Ostatný personál bol milý s jazykovými znalosťami na úrovni. Úroveň služieb je na vysokej úrovni, ale v niektorých momentoch pobytu to tak nebolo. Ako príklad uvádzam izbovú službu, ktorá nestihla počas dňa upratať izbu do nahláseného návratu na hotel.

## 2.1 Charakteristika služieb Grand Hotel Kempinski

Hotel poskytuje raňajky, ktoré poskytujú formou bufetových švédskych stolov. Výber jedál a nápojov bol dostatočný. Na výber boli aj čerstvé ovocné šťavy. K Grand Hotel Kempinski patrí reštaurácia a 3 bary. Grand Restaurant je zrekonštruovaná tak aby sa hosť cítil ako keby cestoval späť v čase. V ponuke na obed si hosť môže vybrať z à la carte menu pripraveného medzinárodnými kuchármi. Hotelová reštaurácia poskytuje široký výber jedál medzinárodnej kuchyne so špecializáciou na delikátne mäso a ryby. Reštaurácia má kapacitu 124 osôb. K dobrému jedlu patrí aj delikátne víno, ktoré majú taktiež v ponuke vínateky. V reštaurácii sú príjemné aj spoločenské večere, podujatia alebo príjemné romantické večere pri sviečkach. V Grand Hotely Kempinski sa nachádzajú tri bary. Slúžia k voľno časovému odpočinku. Sú rozdelené do troch kategórií (Spa Bar, Hráčsky salónik, Lobby and Lounge Bar). Grand Hotel Kempinski sa zameriava aj na konferencie, podujatia, súkromné oslavy, svadby, firemné akcie a podobne.

Grandhotel Kempinski ponúka ubytovanie v 98 izbách. Prostredie a vybavenie izieb (obrázok 4) je veľmi príjemné čo umocňuje prírodný potenciál lokality.

Izby kategorizujú na:

- 8 štandardných izieb,
- 66 DeLuxe izieb,
- 2 izby pre znevýhodnených hostí,
- 16 junior suít,
- 4 Deluxe suít,
- 1 Novomanželský apartmán,
- 1 Prezidentský apartmán.

Izba mala veľkosť 32m<sup>2</sup> a nachádza sa v nej:

- Priestor s pracovným stolom
- Bezdrôtový internet zdarma

- Mramorová kúpeľňa s vyhrievanou podlahou, oddeleným sprchovacím kútom, vaňou pre dve osoby a toaletou
- Tri telefóny s odkazovou službou
- Večerná odostielka
- Interaktívne TV s plochou obrazovkou
- Priestranný šatník
- Minibar na izbe
- Luxusná kozmetika
- Sedacia oddychová časť
- Minerálna voda zdarma na izbe
- 24-hodinová hotelová stravovacia služba

Obrázok 4 Grand Hotel Kempinski



Zdroj: Grand Hotel Kempinski. 2011. Uverejnené na internete:

<http://www.travelslovakia.sk/images/accommodation/kempinski-tatras/big/bathroom3.jpg> (17.04.2011)

Grandhotel Kempinski ponúka rozličné nadštandardné služby: boutique, hotelová služba, autopožičovňa, požičovňa horských bicyklov, požičovňa lyžiarskeho vybavenia, limuzína, pracovnícke a žehliarenske služby, WiFi pripojenie v celom hoteli, parkovanie v podzemnej garáži.

Ďalšie služby: pestúnka, viacjazyčný personál, hotelový doktor, kolieskové kreslo, detský klub, business centrum, zmenáreň, požičovňa DVD.

Hotel taktiež ponúka business služby, najmodernejšie konferenčné vybavenie vo svojich kongresových a spoločenských miestnostiach.



Samostatnou časťou by som nazval ich Wellness centrum (obrázok 5), ktoré spĺňa najnáročnejšie požiadavky hosťov. Sú prístupné za poplatok aj verejnosti. ZION SPA prináša nielen unikátne spojenie krásy a zdravia, ale predovšetkým absolútne súkromie a ničím nerušené momenty božského pokoja.

Obrázok 5 ZION SPA Grand Hotel Kempinski



Zdroj: ZION SPA Grand Hotel Kempinski. 2011. Uverejnené na internete:  
<http://www.hotelblog.sk/data/image/kempinski%20spa.jpg> (17.04.2011)

Vybavenie ZION SPA centra:

- Vnútorň relaxačný bazén s hydromasážou
- Vnútorňá vírivka
- Fínska (suchá) sauna
- Parná soľná sauna
- Parná aromatická sauna
- Ochladzovací bazén
- Vyhrievané ležadlá
- Tematické sprchy
- Kneippova cesta

- Ľadový dážď
- Relaxačná miestnosť
- Fitnes centrum
- 4 procedurálne miestnosti
- Thajská miestnosť
- Procedurálna miestnosť pre dvoch
- VIP Spa apartmán
- Spa bar

### 5. 2. 2 Ocenenia a medzinárodné úspechy Grand Hotel Kempinski

V prestížnom výbere stovky najlepších európskych hotelov, ktorý prináša každoročne nemecký cestovateľský magazín Geo Saison, sa po prvýkrát ocitol aj slovenský hotel. Zostavovatelia rebríčka vysoko ohodnotili Grand Hotel Kempinski High Tatras na Štrbskom Plese. Umiestnil sa medzi desiatkou konkurentov z kategórie hotelov uprostred prírody. Podľa Geo Saison ponúka Grand Hotel Kempinski všetko, čo si dokáže zaželať najnáročnejší hosť horského hotela. Magazín vysoko oceňuje lokalitu, ktorú tvorí kombinácia panorámy hôr a jazera, aj klimatických kúpeľov. Nemenej dôležitá je aj vybavenosť hotela a luxus, ktorý ponúka. “Priestranné izby majú balkón, alebo zimnú záhradu, mramorové kúpeľne a v mladomanželskom apartmáne je open air whirlpool. Budova dáva o dôvod viac, prečo sa oplatí objavovať malebnú horskú krajinu,” píše sa v hodnotení magazínu Geo Saison, ktorý tvrdí, že v Grand Hoteli Kempinski našli recept na úspech.

Ako jediný slovenský hotel získal aj cenu prestížneho lifestyleového magazínu Wallpaper, ktorý sa zameriava na hodnotenie najluxusnejších hotelov na celom svete. V minulosti získal hotel Cenu verejnosti v súťaži Stavba roka 2009 a umiestnil sa aj v Hot liste 2010 magazínu Conde Nast Traveler.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Uverejnené na internete: <http://restauracie.etrend.sk/udalosti/grand-hotel-kempinski-high-tatras-v-top-100-najlepsich-europskych-hotelov.html> (17.04.2011)

### **5. 2. 3 Klasifikačné a fakultatívne znaky Grand Hotel Kempinski podľa 277 / 2008 Z.z. MH SR**

Kategóriami sú druhy ubytovacích zariadení – napríklad kategória hotel s ďalším delením na garní hotel, horský hotel alebo kongresový či kúpeľný hotel. Vo vyhláske 277/2008 sa prvý raz objavila nová kategória – apartmánový hotel, čím tvorca rešpektoval nové druhy ubytovacích zariadení na trhu cestovného ruchu. Ďalšími kategóriami ubytovacích zariadení sú tiež hotel, penzión, apartmánový dom, chatová osada, turistická ubytovňa, kemping, táborisko, ubytovanie v súkromí, ako aj viaceré ďalšie kategórie. Každá kategória sa zaraďuje do jednotlivých tried. Naša klasifikácia používa zaraďovanie ubytovacích zariadení do piatich tried, čo sa znázorňuje počtom hviezdíčiek.

Hotel\*\*\*\*\* – pre tento typ hotela sa predpisuje aj klimatizácia a v skrini osem vešiakov. Škála doplnkov v sociálnom zariadení je opäť širšia. Každý hosť má k dispozícii jednorazové papuče a froté plášť. Uteráky, osušky aj posteľná bielizeň sa menia každý deň. Okrem splnenia záväzných klasifikačných znakov musia ubytovacie zariadenia poskytnúť hosťovi ďalšie vybavenie a služby, ktoré sú uvedené v zozname fakultatívnych znakov. Napríklad pre kategóriu hotel sa vo vyhláske predpisuje minimálny počet bodov za fakultatívne znaky, a to v najvyššej triede \*\*\*\*\* 390 bodov.<sup>35</sup>

Na základe porovnávania vyhlásky 277 / 2008 Z.z. MH SR prílohy 9 s Grand Hotelom Kempinski súčet fakultatívnych znakov je 492 bodov. Kompletný prehľad klasifikačných a fakultatívnych znakov (príloha 1 a 2).

### **5. 3 Analýza úrovne, kvality a spokojnosti s poskytovanými službami prostredníctvom dotazníkového prieskumu**

Úroveň a kvalita spokojnosti s ubytovacími službami je merateľná prostredníctvom dotazníkového prieskumu, hlasovania v medzinárodných anketách alebo prostredníctvom koncepcie noriem ISO, TQM. Manažment hotelov používa systém na sledovanie spokojnosti overenú formu ktorou je dotazník. Každý jeden hosť si ho nájde na izbe pri príchode a má možnosť ho odovzdať pri odhlasovaní sa. Napriek tomu manažér hotela je stále v kontakte s hosťami a zisťuje ich požiadavky, pripomienky a návrhy k zlepšeniu ich úrovne a kvality poskytovaných ubytovacích služieb.

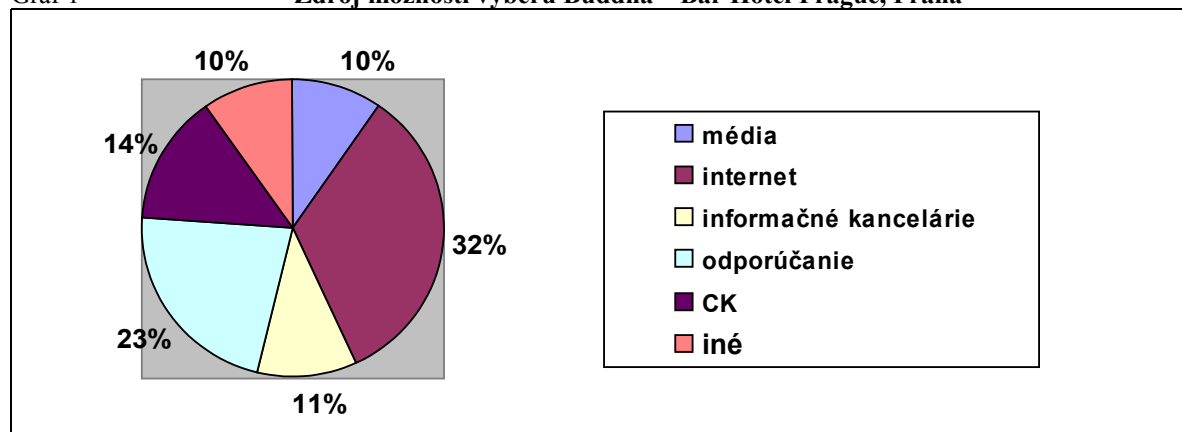
<sup>35</sup> Uverejnené na internete: <http://www.asb.sk/analyzy/cestovny-ruch/kategorizacia-a-klasifikacia-ubytovacich-zariadeni-3760.html> (17.04.2011)

Pre potreby bakalárskej práce sme sa rozhodli zrealizovať vlastný dotazníkový prieskum (príloha 4) napriek tomu, že používajú svoj vlastný. Do Buddha - Bar Hotel Prague sme poslali 200 dotazníkov v tlačenej podobe. Vyplnených bolo 90 percent. Čo by som uznal ako pozoruhodný výsledok, z ktorého je možné oprávnene realizovať opatrenia k zvýšeniu úrovne, kvality a samotnej spokojnosti s ubytovacími službami. o ktorý by nám aspoň čiastočne ozrejmil spokojnosť klientov so službami hotela. Realizovalo sa to formou priloženia dotazníku k ich pôvodnému hotelovému. Možnosť vyplnenia bola ozrejmená pri ubytovaní sa na recepcii hotela. Keďže cieľovou skupinou sú osoby prevažne zo zahraničia, vytvorili sme dotazník vo viacerých jazykových variantoch (v slovenskom, českom, anglickom, nemeckom a ruskom jazyku). Z celkového počtu 400 dotazníkov sa vrátilo 90 percent čo predstavuje počet 360 kusov. Dotazníkové prieskumu sa zúčastnilo 210 mužov a 150 žien. Konkrétne rozboru sa budeme venovať v dvoch nasledujúcich podkapitolách.

### 5.3.1 Analýza úrovne, kvality a spokojnosti s poskytovanými službami v Buddha – Bar Hotel Prague

Ponúkame vyhodnotenie dotazníka prostredníctvom grafického zobrazenia. V prvej otázke sme sa pýtali ako sa návštevníci dozvedeli o o Buddha – Bar Hotel Prague.

Graf 1 Zdroj možnosti výberu Buddha – Bar Hotel Prague, Praha

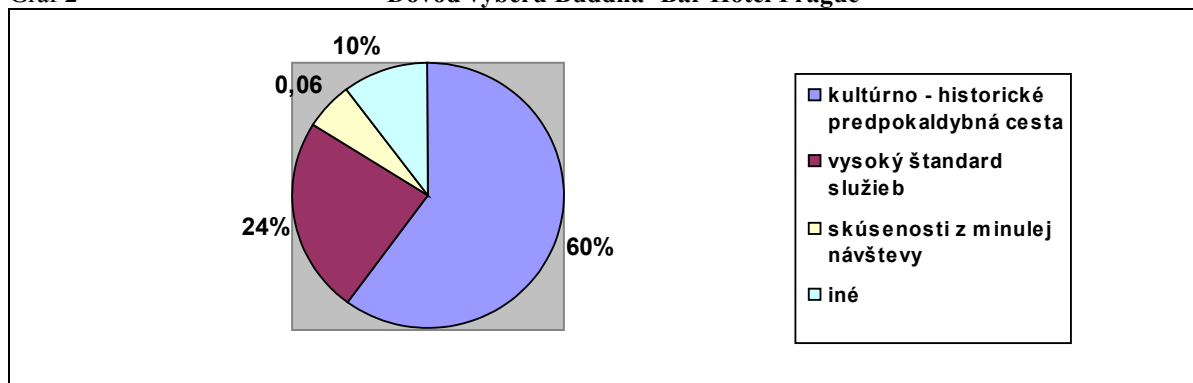


Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

Druhou v poradí bola otázka na zistenie dôvodu výberu zariadenia. Grafický prehľad ponúkame v grafe 2.

Graf 2

**Dôvod výberu Buddha -Bar Hotel Prague**

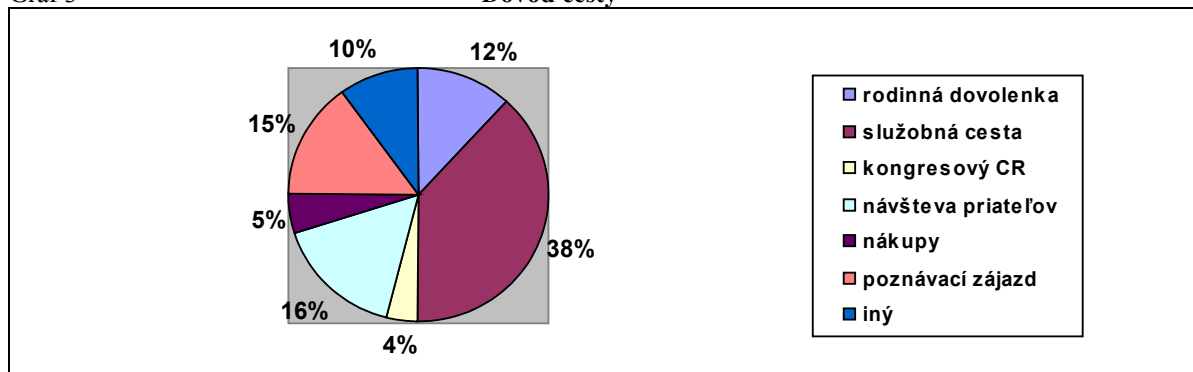


Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V nasledujúcej otázke sme sa pýtali na dôvod ich cesty.

Graf 3

**Dôvod cesty**



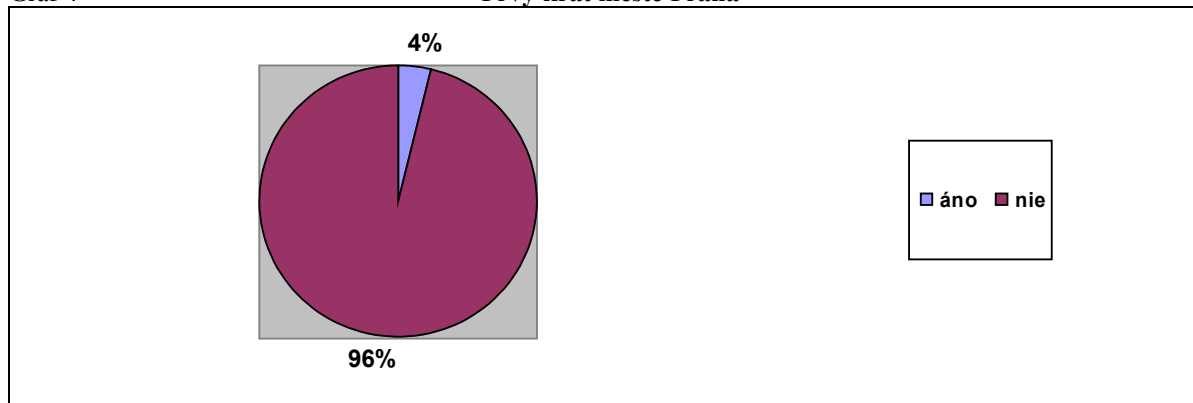
Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V nasledujúcej otázke sme sa pýtali na počet návštev hlavného mesta. Keďže sme otázku rozdelili na 2 dve časti, ponúkame aj rovnaký počet grafov.

V grafe 4 vidíme, či návšteva v Prahe je prvá alebo nie.

Graf 4

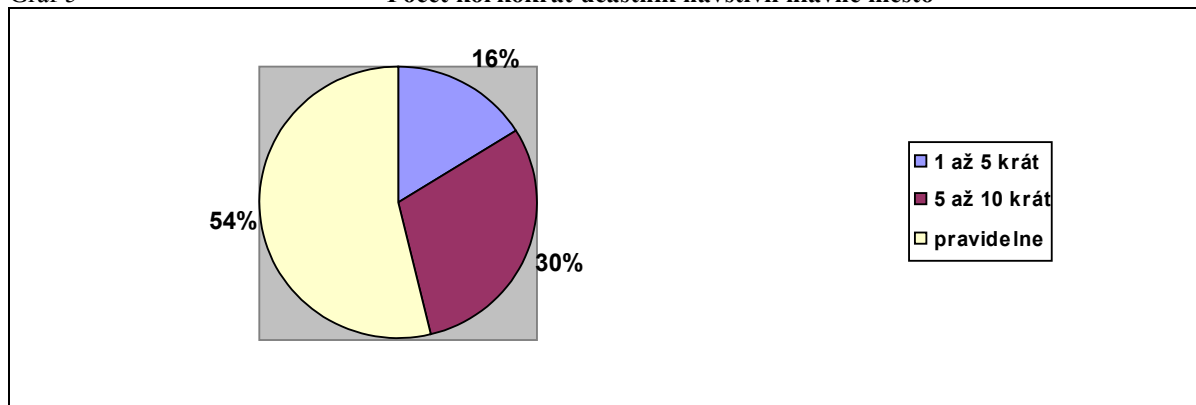
**Prvý krát meste Praha**



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V grafe 5 vidíme, že len dve percentá respondentov neboli spokojní s cenami ubytovacích služieb s dôrazom na ich kvalitu a veľká väčšina bola spokojná aspoň čiastočne.

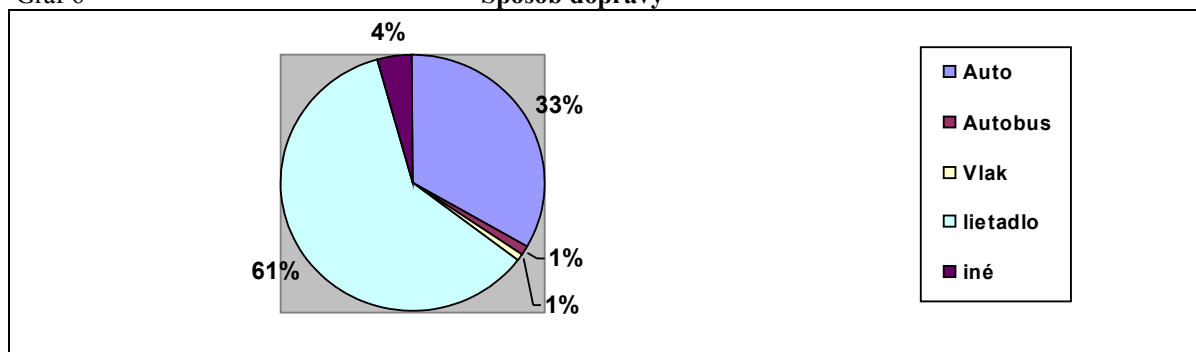
Graf 5 Počet koľkokrát účastník navštívil hlavne mesto



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V piatej otázke sme sa dotazovali na spôsob pricestovania.

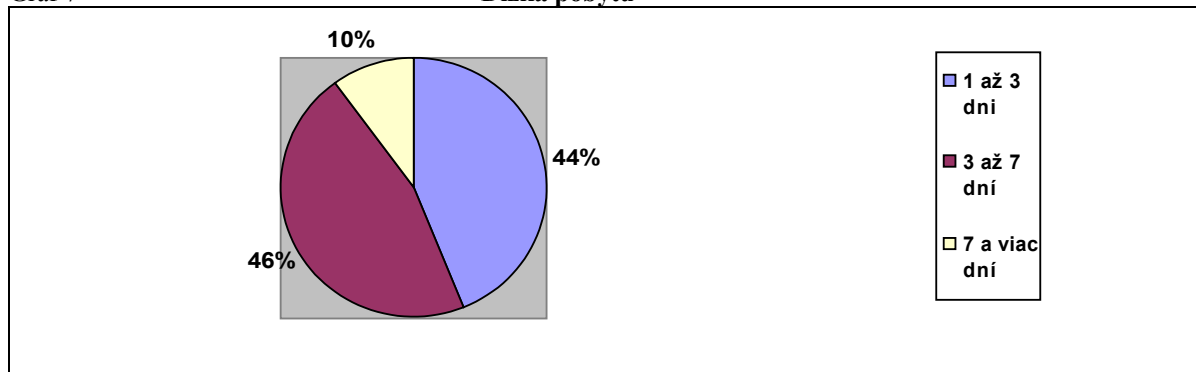
Graf 6 Spôsob dopravy



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V grafe 7 sme sa zamerali na dĺžku pobytu účastníkov v cieľovom mieste.

Graf 7 Dĺžka pobytu

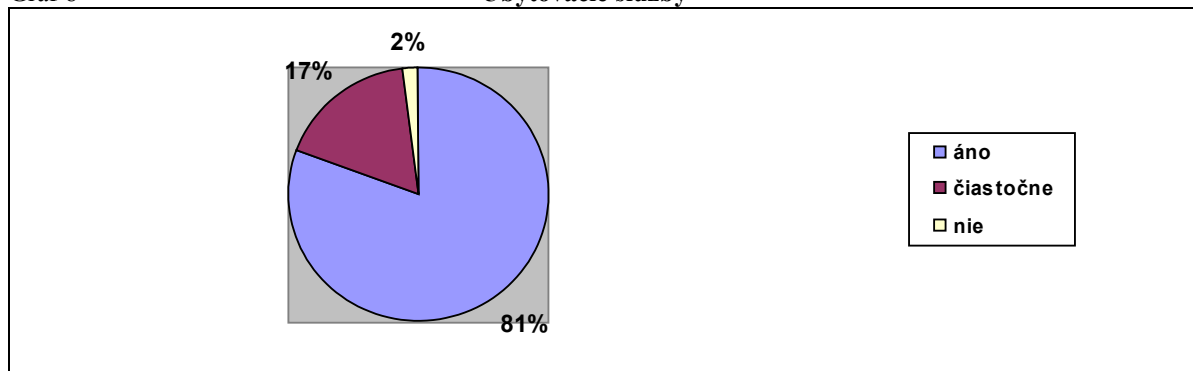


Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V nasledujúcej otázke sme sa pýtali na fakt či ceny zodpovedali kvalite služieb vo vybranom ubytovacom zariadení. Otázku sme rozdelili na dve časti, preto ponúkame aj dva grafy.

Graf 8

**Ubytovacie služby**

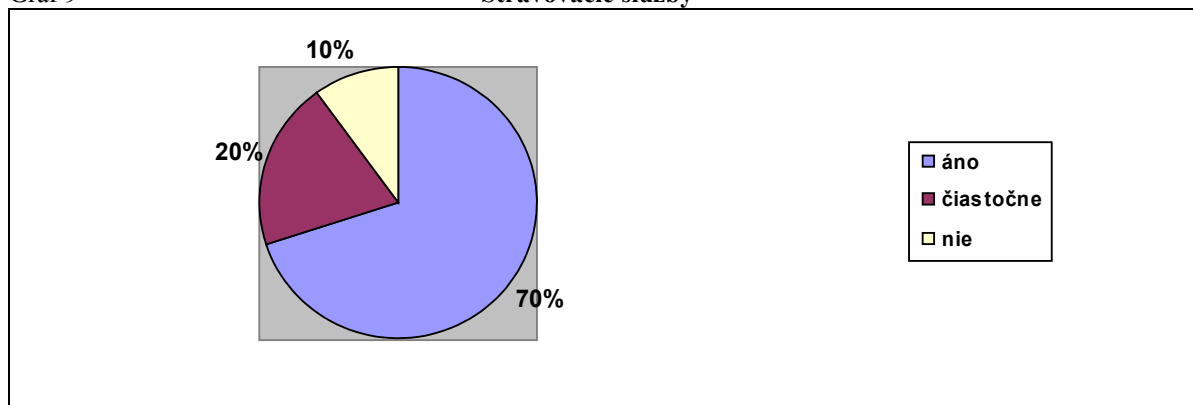


Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V grafe 9 vidíme, že 10 percent je vysoká nespokojnosť so stravovacími službami.

Graf 9

**Stravovacie služby**

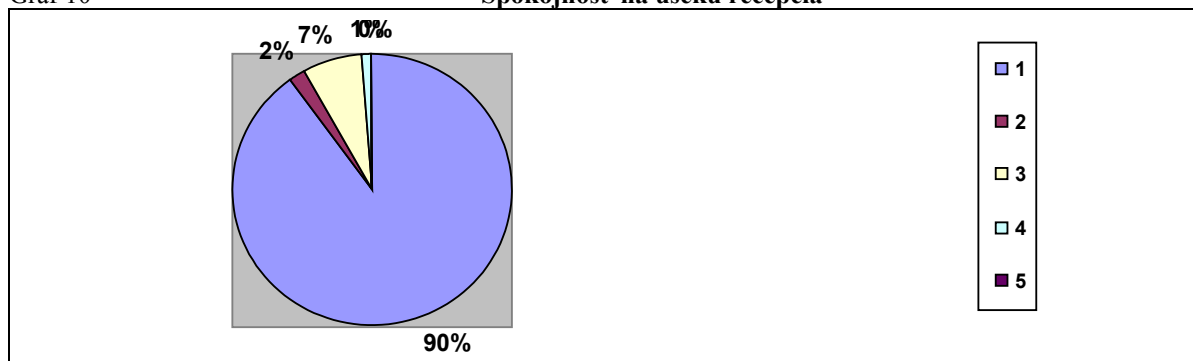


Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V nasledujúcej otázke sme sa zaujímali o spokojnosť s personálom na jednotlivých úsekoch hotela, kde 1 (výborne) a 5 (nedostatočne). Rozdelenie nájdete v nasledujúcich grafoch.

Graf 10

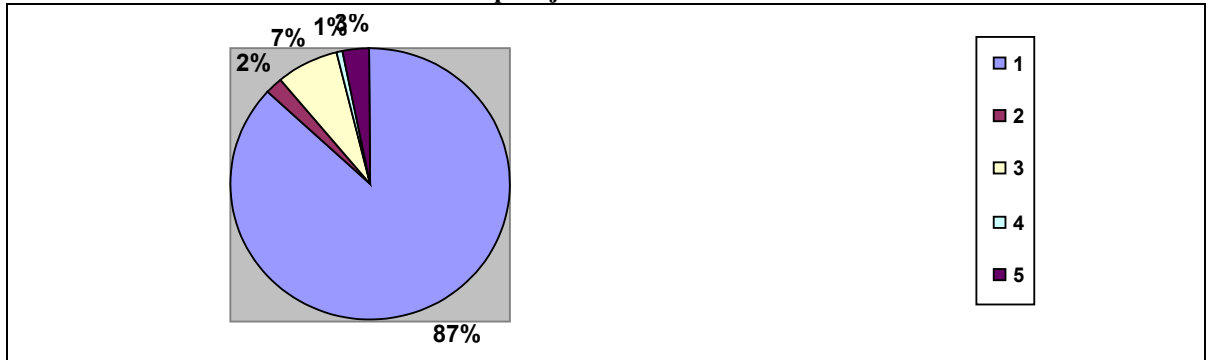
**Spokojnosť na úseku recepcia**



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

Graf 11

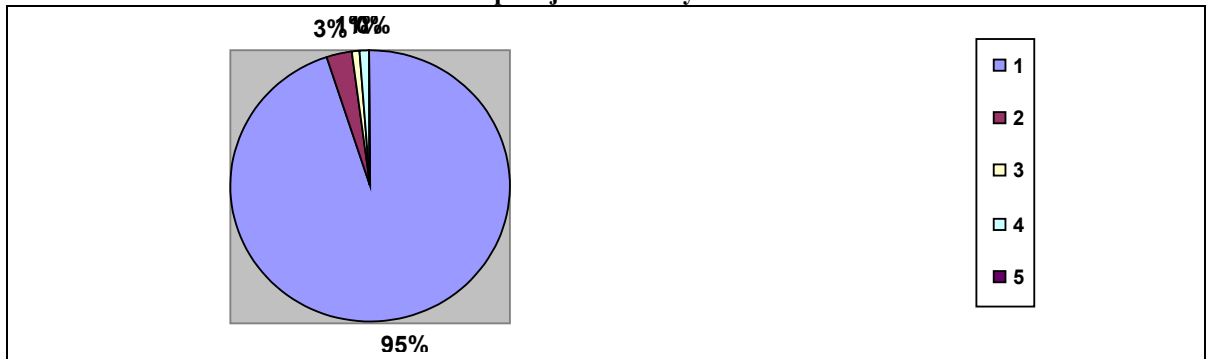
## Spokojnosť na stravovacom úseku



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

Graf 12

## Spokojnosť na ubytovacom úseku

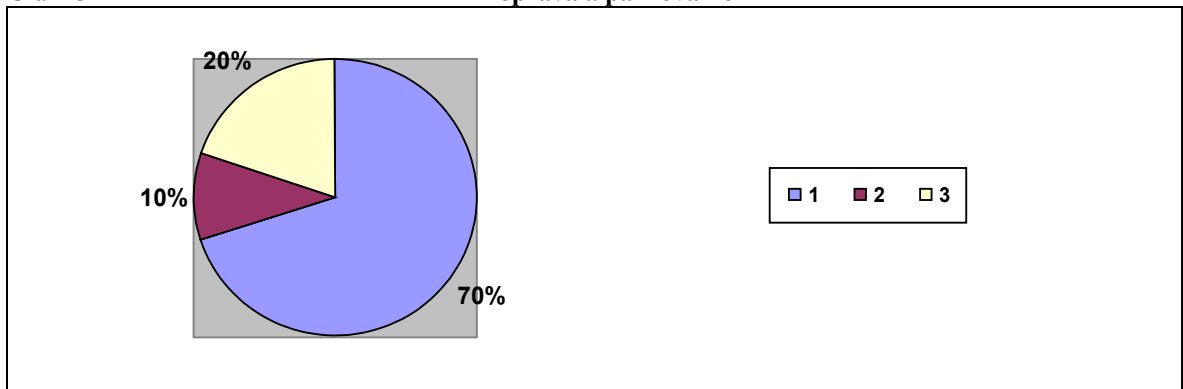


Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V poradí trinástej otázky sme sa pýtali na kvalitu tých služieb ktoré počas pobytu využili podľa nasledovného kľúča 1 – spokojný/á, 2- nespokojný/á, 3 – nevyžila. Rozdelili sme do grafov ich podľa dotazovanej otázky.

Graf 13

## Doprava a parkovanie

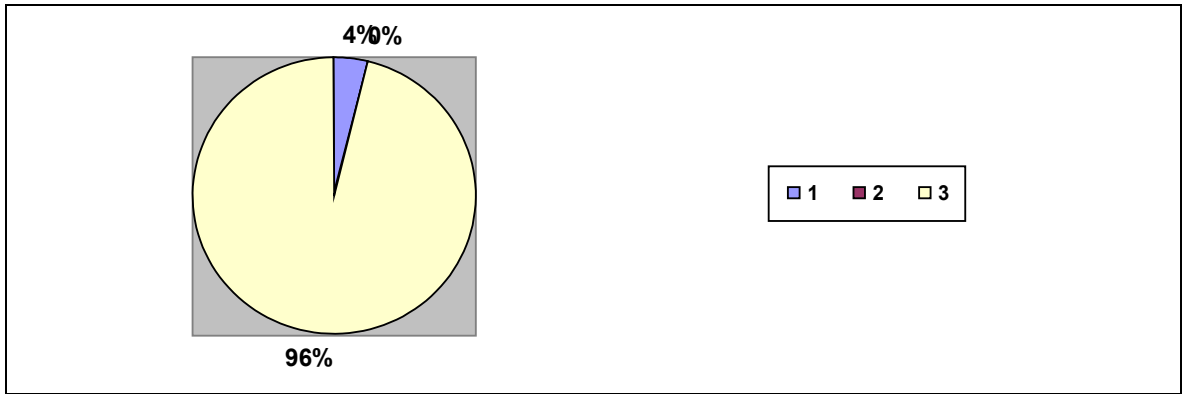


Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

Graf 14

## Kongresové služby

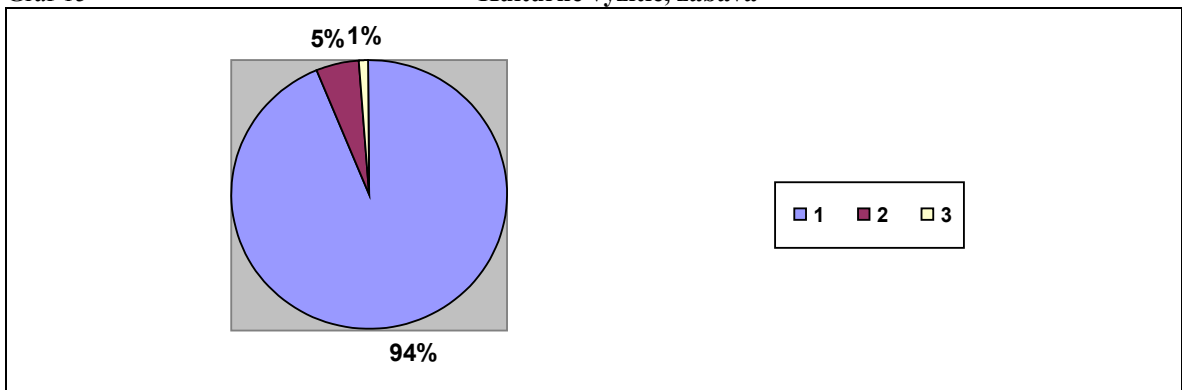




Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

Graf 15

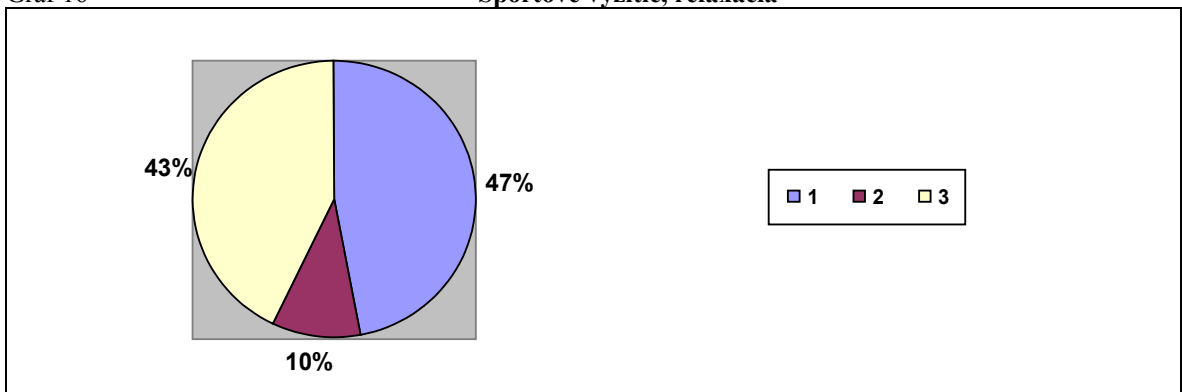
**Kultúrne vyžitie, zábava**



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

Graf 16

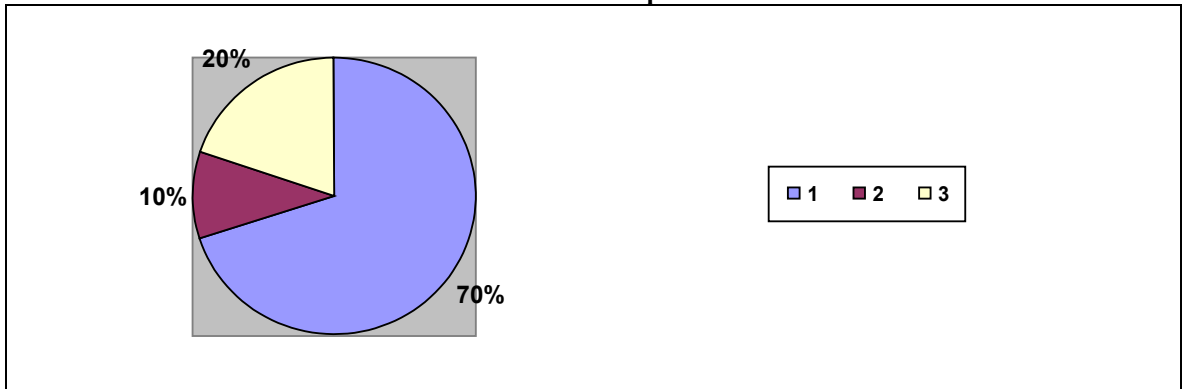
**Športové vyžitie, relaxácia**



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

Graf 17

**Možnosti nákupu**

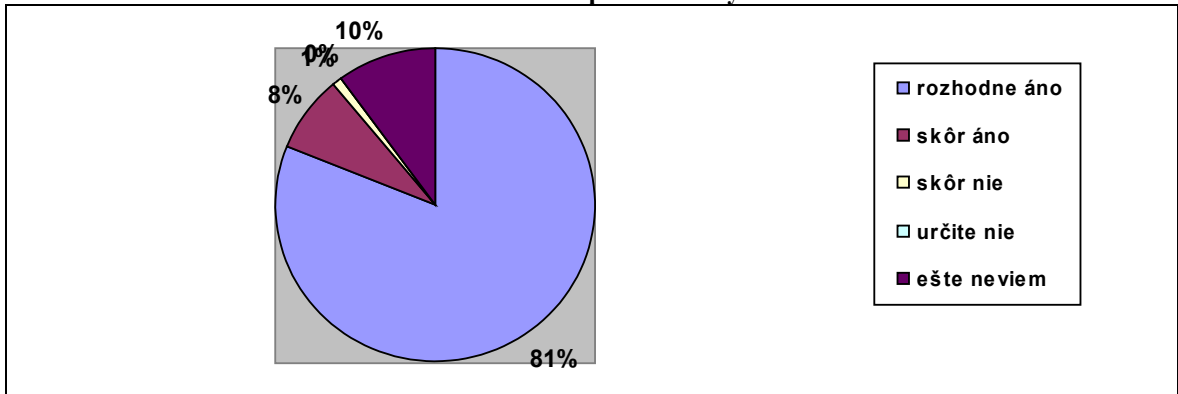


Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V zmysle očakávaní a splnenia potrieb nasledujúca otázka smerovala k zisteniu potreby opätovne navštíviť Prahu. Odpovede boli rozdelené do piatich celkov

Graf 18

Potreba opätovného vycestovania

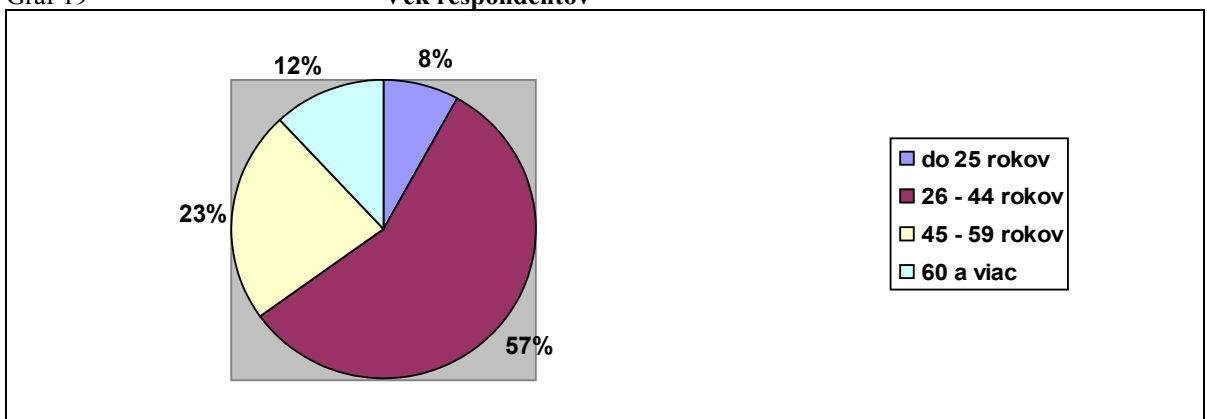


Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V predposlednej otázke sme sa dotazovali na vek respondentov. Rozdelenie bolo usmernené do štyroch skupín.

Graf 19

Vek respondentov

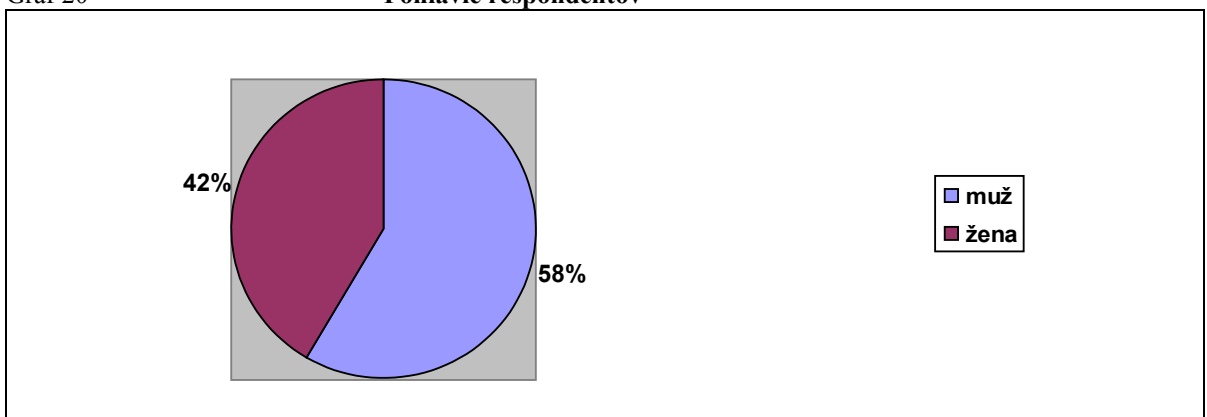


Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V poslednej otázke sme zisťovali pohlavie respondentov.

Graf 20

Pohlavie respondentov



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

### 5.3.2 SWOT analýza Budha – Bar Hotel Prague, Praha, Česká republika

Analýza SWOT kompletizuje a zoraďuje vnútorné silné a slabé stránky podniku, jeho vonkajšie príležitosti a hrozby podľa dôležitosti. Je to ľahko použiteľný nástroj na rýchle spracovanie prehľadu o strategickej situácii podniku. Je východiskom pre formulovanie stratégie, ktorá vznikne ako súlad medzi internými schopnosťami podniku a jeho vonkajším prostredím.

Ak podnik nedisponuje silami na tvorbu atraktívnej stratégie, tak jeho vedenie musí rýchlo budovať požadované schopnosti. Súčasne dobrá stratégia vyžaduje sústrediť sa na zvrátenie tých slabostí, ktoré robia podnik zraniteľným, alebo ho obmedzujú pri sledovaní atraktívnej príležitosti.

Skratka SWOT znamená

S-strengths - silné stránky (podniku, odvetvia, prostredia...)

W- weaknesses - slabé stránky

O-opportunities - príležitosti

T-threats - hrozby

Analýza SWOT sa vypracúva len pre jeden konkurenčný priestor, pre jedno odvetvie (tabuľka 1). Syntéza výsledkov analýzy spočíva v porovnávaní vonkajších hrozieb a príležitostí s vnútornými silnými a slabými stránkami podniku. Ich kombináciou a prienikom vzniká stratégia ako vyvažujúci faktor, ktorý uvádza podnik do súladu s jeho okolím.

Takto chápaná a formulovaná stratégia dovoľí podniku orientovať sa len na také príležitosti, ktoré zodpovedajú jeho schopnostiam a umožní vyhnúť sa hrozbám, proti ktorým sa nedokáže brániť. Výsledná stratégia vznikne ako súčet 2 vektorov. Takto získaná stratégia predstavuje základné odporúčanie pre strategickú orientáciu podniku a rešpektuje požiadavku tesného súladu medzi internými schopnosťami podniku a jeho vonkajším prostredím.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Uverejnené na internete: <http://www.euroekonom.sk/manazment/strategicka-diagnostika/swot-analyza/> (18.04.2011)

Tabuľka 1

## SWOT analýza

<b>Silné stránky</b>	<b>Slabé stránky</b>
-umiestnenie v historickej zóne	- cena služieb
-blízkosť k centru mesta	
- absencia konkurencie vo svojej triede	
- jazyková úroveň	
- vlastné parkovisko	
- kvalitné ubytovacie a stravovacie služby	
<b>Príležitosti</b>	<b>Ohrozenia</b>
- kultúrno historický potenciál	- hospodárska kríza (znižovanie nákladov)
- široká škála doplnkových služieb	
- rozvoj kongresového turizmu	
- ZION SPA	
- medzinárodný projekt hotela	

Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

Dovolím si vysloviť hypotézu, že v danej lokalite sa síce nachádza mnoho ubytovacích zariadení ale nie v danej triede. Buddha – Bar Hotel Prague je špecifickým boutique hotelov a spĺňa všetky potrebné kritéria, ktoré ho predurčujú si obhájiť prvenstvo v poskytovaní ubytovacích a doplnkových služieb o čom svedčia medzinárodné úspechy a ocenenia.

## ZÁVER

Úroveň a kvalita ubytovacích služieb je jedným z kľúčových faktorov zo základných podmienok rozvoja turizmu. Na Slovensku ale i v Českej republike sa v poslednej dobe zvyšuje pozornosť na poskytovanie kvalitných služieb. K zvýšeniu úrovne a kvality služieb je potrebná nadčasová príprava podkladov, dokumentácia, skúmanie odvetvia cestovného ruchu. Na základe pozornosti štátnych orgánov, zväzov a združení sa sformulovali potrebné zákonné úpravy, novelizácie, vyhlášky na národnej úrovni. Predpokladom do budúcnosti je zjednotiť klasifikáciu ubytovacích zariadení v jeden celok v rámci Európy. Čo by malo za následok sprehľadnenie úrovne a kvality poskytovaných ubytovacích a doplnkových služieb v povedomí účastníkov cestovného ruchu.

Úroveň a kvalita nie je jednoduchý proces. Vyvíja sa od vzniku priemyslu a prešla si mnoho zmenami. Úroveň a kvalita v ubytovacích zariadeniach je neodmysliteľným faktorom pre rozvoj podnikania, turizmu a tým pádom vedie k zisku na nadnárodnej, národnej alebo lokálnej úrovni. Úroveň a kvalita sa súmerne zvyšuje s dopytom po službách. Vývoj v 21. storočí je sprevádzaný s vyššími požiadavkami na štruktúru a kvalitu služieb, odbornosť a jazykovú znalosť personálu. Na Slovensku a v Českej republike narástol počet ubytovacích zariadení, čo má za následok snahu o udržanie schopnosť na trhu cestovného ruchu. Hotelieri si čoraz viac uvedomujú, že špecifikácia ich zariadení (odlúčenie sa od typického) je čoraz viac lukratívnejšie a viac konkurencie schopnejšie. Kvalita musí skúmať predovšetkým potreby hostí, následne na ich potreby vytvárať komplexné balíky služieb vedúce k uspokojeniu potrieb a zvyšovaniu úrovne poskytovaných služieb.

Štúdie od rôznych autorov z celého sveta ukazujú, že úroveň a kvalita je kľúčom k úspechu k pretrvávajúcemu dlhodobému úspechu podnikania a tvorbe zisku. V Českej republike existuje samotné naviazanie vyhlášok priamo na živnostenský zákon. Štúdie ukazujú, že ak sa zvyšuje dopyt po službách, tak sa zvyšuje súmerne aj ponuka čo má za následok množstvo variabilných produktov z ktorých si zákazník vyberá. Možnosť výberu a nájdenia vhodného pomeru cena / kvalita. V tejto bakalárskej práci sme sa upriamili na formy štandardov poskytovaných v ubytovacích zariadeniach v troch aspektoch. Prvý pohľad sa zameriava na úroveň a kvalitu v národnom povedomí osobitne Slovenska a Českej republiky a k tomu nadväzujúcu komparáciu pohľadov. Veríme, že v súčasnom hotelierstve nastane stav kedy budú všetky ubytovacie zariadenia v danej kategórii a triede

jednotne a tým sa prispeje k samotnej prehľadnosti pri výbere poskytovaných ubytovacích služieb.

## LITERATÚRA A PRAMENE

Buddha – Bar Hotel Prague. 2011. Uverejnené na internete:

<http://www.a-prague.com/sl/hotel-buddha-bar/2.jpg> (2011-04-18)

Buddha – Bar. 2011. Uverejnené na internete:

<http://www.buddha-bar-hotel.cz/cs/buddha-bar-praha/11.jpg> (17.04.2011)

COT BUSINESS 12 / 2005, Oficiálni jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garní, pension a motel.

BERÁNEK, J., KOTEK, P. 1998. Řízení hotelového provozu. Praha : Grada Publishing, 1998. ISBN 80-7169-726-5.

Kategorizácia a klasifikácia. 2011. Uverejnené na internete:

<http://www.asb.sk/analyzy/cestovny-ruch/kategorizacia-a-klasifikacia-ubytovacich-zariadeni-3760.html> (17.04.2011)

Grand Hotel Kempinski. 2011. Uverejnené na internete:

<http://www.fuu.sk/wp-content/uploads/68377.jpg> (17.04.2011)

Grand Hotel Kempinski. 2011. Uverejnené na internete:

<http://www.travelslovakia.sk/images/accommodation/kempinski-tatras/big/bathroom3.jpg> (17.04.2011)

Grand Hotel Kempinski. 2011. Uverejnené na internete:

<http://restauracie.etrend.sk/udalosti/grand-hotel-kempinski-high-tatras-v-top-100-najlepsich-europskych-hotelov.html> (17.04.2011)

GÚČIK, M. a i.: Výkladový slovník. Cestovný ruch, hotelierstvo a pohostinstvo. Bratislava 2006.

HROMKOVÁ, B. – ZEMKOVÁ, J. 2007. Základné koncepcie manažérstva kvality.

Uverejnené na internete: <http://www.ef.umb.sk/upload/predmet/674/Z%C3%A1kladn%C3%A9%20koncepcie%20mana%C5%BE%C3%A9rstva%20kvality%20na%20web.ppt>. (2011-04-14)

ISO9000. 2005. Manažérske systémy. Uverejnené na internete:

<http://www.iso9000.sk/index.php?id=3> (2009-04-13)

JANIČKOVÁ, J., MAKOVNÍK, T., ŠEBOVÁ, E. 2006. Manažment ubytovacích služieb.

Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, OZ Ekónómia, 2006.

ISBN 80-8083-188-2.

MATEIDES, A., ĎAĎO, J. 2000. Spokojnosť zákazníka a metódy jej merania, 2. diel – metódy, EPOS, Bratislava, 2000, 250 strán. ISBN 80-8057-224-0.

MATEIDES, A., ĎAĎO, J. 2002. Služby (teória, marketing, kvalita, hodnotenie spokojnosti zákazníka), Epos, Bratislava, 2002, 740 strán. ISBN 80-8057-452-9.

MATEIDES, A. STRAŠÍK, A. 2004. Manažérstvo kvality. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 2004. 254 s. ISBN 80-855-906-6.

NENADÁL, J.A KOL: Moderní systémy řízení jakosti; 2. Vydání. Praha, Management. Press 2002. ISBN 80-7261-071-6.

Nenadal J. a kol. : Moderní systém řízení jakosti, Praha : Management Press 2002. ISBN 80-7261-071-6.

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel 2009 – 2011. 33 s.

Zdroj: Siddharta Café. 2011. Uveřejněné na internete: <http://www.buddha-bar-hotel.cz/cs/siddharta-cafe-2/fotogalerie/7.jpg> (17.04.2011)

Vybrané články z časopisu ERCR, Food service, HORECA a i.

Vyhláška MH SR č. 277/2008 Z. z., ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia pri ich zaraďovaní do kategórií a tried.

ZION SPA Grand Hotel Kempinski. 2011. Uveřejněné na internete: <http://www.hotelblog.sk/data/image/kempinski%20spa.jpg> (17.04.2011)