

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu

Hanna POHREBNIAK

KVALITA JAKO KONKURENČNÍ NÁSTROJ V  
CESTOVNÍM RUCHU

Quality as a Competitive Tool in Tourism

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.

Brno, 2022

# VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Katedra cestovního ruchu a odborných předmětů

Akademický rok: 2021/2022

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: Hanna Pohrebniak

Osobní číslo: 14633084

Studijní program: Gastronomie, hotelnictví a turismus (B6503)

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu (6501R027)

TÉMA PRÁCE: KVALITA JAKO KONKURENČNÍ NÁSTROJ V CESTOVNÍM RUCHU

TÉMA PRÁCE V AJ: QUALITY AS A COMPETITIVE TOOL IN TOURISM

### **Cíl stanovený pro vypracování BP**

**1. Teoretická část BP:**

- Pojednejte o problematice kvality cestovního ruchu, jejím významu a měření.

**2. Praktická část BP:**

- Analytická část:

- Praktické měření kvality v cestovním ruchu ve vybrané destinaci (destinacích) cestovního ruchu, analýza výsledků a jejich vliv na konkurenční schopnost v rámci cestovního ruchu.

- Návrhová část:

- Na základě výsledků analytické části navrhnete opatření ke zlepšení úrovně kvality v cestovním ruchu (v rámci jednotlivých služeb) a vyčíslete nákladovost navrhovaných opatření.

Při zpracování BP vycházejte z pomůcky vydané VŠOH Brno.

Rozsah bakalářské práce bez příloh: 2 AA

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná i elektronická

Seznam doporučené literatury:

- [1] RAŠOVSKÁ, Ida a Kateřina RÝGLOVÁ. *Management kvality služeb v cestovním ruchu*. Praha: GRADA, 2017. ISBN: 978-80-247-5021-7
- [2] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea Servis, 2010. ISBN 978-80-8597-068-5
- [3] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu – jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha: Grada, 2012. ISBN: 978-80-247-4209-0

Další literatura dle doporučení vedoucí/ho bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.

Katedra cestovního ruchu a odborných předmětů

Datum zadání bakalářské práce: 17. května 2021

Termín odevzdání bakalářské práce: 15. dubna 2022

V Brně dne: 7. května 2021

L. S.

VYSOKÁ ŠKOLA  
OBCHODNÍ A HOTELOVÁ s.r.o.  
Bosonožská 9, 625 00 Brno

Dr. Ing. Pavel Tyrzák  
vedoucí katedry

Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.  
prorektor pro vzdělávací činnost

Jméno a příjmení autora:	Hanna Pohrebniak
Název bakalářské práce:	Kvalita jako konkurenční nástroj v cestovním ruchu
Název bakalářské práce v AJ:	Quality as a Competitive Tool in Tourism
Studijní obor:	Management hotelnictví a cestovního ruchu
Vedoucí bakalářské práce:	Ing. Zdeněk Málek. Ph.D.
Rok obhajoby:	2022

**Anotace:**

Bakalářská práce se zabývá kvalitou jako konkurenčním nástrojem cestovního ruchu. Práce obsahuje dvě části: teoretickou a praktickou. Praktická část se dále dělí na analytickou a návrhovou. Cílem teoretické části je pojednat o problematice kvality cestovního ruchu, její významu a měření. V analytické úkolem je zjistit, jak se měří kvalita v cestovním ruchu v praxi, zanalyzovat výsledky a jejich vliv na konkurenceschopnost v rámci cestovního ruchu. Na základě výsledků analytické části, v návrhové budou předložena opatření ke zlepšení úrovně kvality v cestovním ruchu a budou vyčíslené náklady na zmíněná opatření.

**Annotation:**

The bachelor thesis deals with quality as a competitive tool of tourism. The work contains two parts: theoretical and practical. The practical part is further divided into analytical and design. The aim of the theoretical part is to discuss the issue of tourism quality, its importance and measurement. The analytical task is to find out how the quality of tourism is measured in practice, to analyze the results and their impact on competitiveness in tourism. Based on the results of the analytical part, the proposal part will present measures to improve the level of quality in tourism and quantify the costs of these measures.

Klíčová slova: kvalita, konkurenceschopnost, cestovní ruch, hotel, ubytovací služby, stravovací služby

Key words: quality, competitiveness, tourism, hotel, accommodation service, catering services

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci *Kvalita jako nástroj konkurenceschopnosti v cestovním ruchu* vypracoval samostatně pod vedením *Ing. Zdeňka Mála Ph.D.* a uvedl v ní všechny použité literární a jiné odborné zdroje v souladu s aktuálně platnými právními předpisy a vnitřními předpisy Vysoké školy obchodní a hotelové.

V Brně dne 21.04.2022

vlastnoruční podpis autora

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce panu Ing. Zdeňkovi Málkovi Ph.D. za jeho odborné vedení, trpělivost, čas a cenné připomínky, které mi během psaní bakalářské práce poskytl. Dále bych chtěla poděkovat manažerovi Quality Hotel Brno Exhibition Centre panu Michalu Veselskému a majiteli hotelu Filipov panu Tomášovi Hráčkovi za plodnou spolupráci. V neposlední řadě chci poděkovat své rodině a kamarádům za obrovskou podporu.

# Obsah

Úvod	10
I. Teoretická část	12
1. Vymezení základních pojmů	13
1.1. Kvalita	13
1.2. Konkurenceschopnost	15
1.3. Konkurenční nástroj	16
2. Měření a hodnocení kvality služeb v cestovním ruchu	17
2.1. Kategorizace a klasifikace	18
2.1.1. Klasifikace a kategorizace ubytovacích zařízení	18
2.2.1. Kategorizace stravovacích zařízení	22
2.2. Certifikace	25
3. Proces řízení kvality	26
3.1. Řízení kvality dle norem ISO	27
3.2. Total Quality Management (TQM)	28
II. Praktická část	30
4. Analytická část	31
4.1. Jihomoravský kraj jako destinace cestovního ruchu	31
4.1.1. Analýza ubytovacích služeb Jihomoravského kraje	32
4.2. Okres Brno-město	34
4.1.2. Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v Brně	35
4.3. Okres Hodonín	40
4.1.3. Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v Hodoníně	41
4.4. Quality Hotel Brno Exhibition Centre (Brno)	42
4.5. Hotel Filipov (Javorník, okres Hodonín)	46
5. Návrhová část	49



5.1.	Návrhy pro Quality Hotel Brno Exhibition Centre	49
5.2.	Návrhy pro Hotel Filipov	55
	Závěr	57
	Použité zdroje	58
	Seznam obrázků, grafů a tabulek	61

## ÚVOD

Důvodem pro výběr daného tématu, a konkrétně „Kvalita jako konkurenční nástroj v cestovním ruchu“, je především jeho aktuálnost. Ona spočívá v tom, že v dnešní době je vytváření a zavádění systémů managementu kvality nejen žádoucí, ale v konkurenčním boji naprosto nezbytné. V okamžiku, kdy se trh rozvíjí je to podmínkou přežití, protože na trhu turistických služeb neustále roste míra konkurence mezi podniky cestovního ruchu. Bez zajištění stabilní kvality, která splňuje požadavky spotřebitelů a odpovídá zavedeným normám, není možné zaujmout silnou pozici na trhu.

Cílem teoretické části bakalářské práce bude pojednat o problematice kvality cestovního ruchu, jejím významu a měření. V první řadě budou vymezené základní pojmy, související s tématem práce. Jednotlivé kapitoly teoretické části budou obsahovat informace, vycházející z odborné literatury o měřících kvalitě v cestovním ruchu, jako jsou kategorizace, klasifikace a certifikace. Dále budou charakterizovaný nástroje, pomáhající v procesu řízení kvality, a to normy ISO a koncepce Total Quality Management.

Praktická část se dělí na analytickou a návrhovou. V analytické části bude úkolem ukázat, jak se měří kvalita služeb v cestovním ruchu v praxi ve vybrané destinaci cestovního ruchu; zanalyzovat výsledky a jejich vliv na konkurenceschopnost v rámci turismu. Pro analýzu jako destinace cestovního ruchu byl zvolen Jihomoravský kraj. Podniky, na příkladu kterých bude ukázáno měření kvality služeb, se nacházejí v okrese Brno-město a v okrese Hodonín. Vzhledem k tomu v jednotlivých kapitolách analytické části budou zanalyzovány i zmíněné okresy, jako prostředí, ve kterých se zvolené podniky provozují. V průběhu psaní praktické části se plánuje spolupráce s majitelem hotelu Filipov v Javorníku (okres Hodonín), panem Tomášem Hráčkem a s manažerem hotelu Quality Hotel Brno Exhibition Centre, panem Michalem Veselským.

Návrhová část bude věnovaná opatřením ke zlepšení úrovně kvality v cestovním ruchu v rámci jednotlivých služeb a vyčíslení nákladovosti daných opatření. Návrhy budou zaměřené zejména na zvýšení kvality služeb hotelů, které jsou zvolené pro spolupráci.

Při zpracování bakalářské práce budou použité následující metody: kompilace, měření, řízený rozhovor, analýza, syntéza.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

# 1. VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ

Bakalářská práce se věnuje problematice kvality služeb v cestovním ruchu a její vlivu na konkurenceschopnost podniků, zabývajících se poskytováním těchto služeb. V této kapitole jsou představeny klíčové pojmy, související s tématem bakalářské práce.

## 1.1. Kvalita

Pojem kvalita je mnoha autory chápána různě, například Parasuraman et al. definuje kvalitu jako nulovou chybovost ve výrobě, naproti tomu Crosby chápe kvalitu jako přizpůsobení se požadavkům zákazníka. Z pohledu zákazníka je možné kvalitou rozumět kvalitu vnímanou na základě spotřebitele o celkové excelenci nebo nadřazenosti produktu. [2]

Cestovní ruch zahrnuje širokou škálu služeb, které slouží k uspokojení požadavků a potřeb účastníků cestovního ruchu. Světová organizace cestovního ruchu (World Tourism Organisation – UNWTO) jako zastřešující mezinárodní organizace cestovního ruchu uvedla, že kvalita v cestovním ruchu představuje "uspokojení všech legitimních požadavků a očekávání klienta v rámci akceptované ceny, zahrnující určující kvalitativní faktory, jako je bezpečnost, hygiena, dosažitelnost služeb cestovního ruchu, harmonie s lidským a přírodním prostředím". [1]

Z uvedené definice kvality cestovního ruchu vyplývá následující:

- nesmí obsahovat žádná negativa pro klienta. Jinými slovy – co bylo slíbeno, musí být splněno;
- dosažení určité kvality není spojeno s dalšími výlohami. Dobře stanovená úroveň ceny nemůže kalkulovat s jejím dalším neopodstatněným růstem;
- ačkoliv vysoká úroveň služeb je vítána, služby nebo produkt, který je nabízen v určité dané ceně, nemůže značně převyšovat klientská očekávání;
- kvality může být dosaženo u každého podnikatelského subjektu zabývajících se cestovním ruchem bez zřetele na jeho postavení nebo kategorii, exkluzivnost, úroveň luxusu atd.;
- kvality v cestovním ruchu nemůže být dosaženo izolovaně od lidského a přírodního prostředí;

- kvalita v cestovním ruchu podněcuje opakovaně návštěvníky a turisty zabezpečovat udržitelnost produktů cestovního ruchu. [1]

Kontrola, stejně tak jako kvalita, prochází určitým vývojem a poněkud se mění pohled na její význam, vlastní průběh i používané metody. Pro současné období je charakteristické, že kontrola není již výsadou pouze řídicích pracovníků, ale že se ve stále větší míře klade důraz na sebekontrolu – viz např. TQM. Kontrolu můžeme rozdělit podle mnoha hledisek. Z pohledu ke zkoumanému subjektu (podniku cestovního ruchu) dělíme kontrolu na vnitřní a vnější. [1]

Vnitřní kontrolu provádí majitel, vedoucí provozovny či ubytovacího střediska nebo vlastní zaměstnanci. Vnější kontrola je pak prováděna řadou orgánů, které dohlížejí na dodržování předpisů, nařízení a vyhlášek. Kontroly vnitřní i vnější jsou zaměřeny na:

- ochranu spotřebitele (kontrola zásad poctivosti – míry, váhy, kontrola technologických postupů, kontrola účtování dle jídelních a nápojových lístků, kontrola dodržování hygienických předpisů aj.);
- ochranu majetku (inventarizace, kontrola spotřeby, vyúčtování služeb, pokladní kázně, kvality a úplnosti evidence a protipožárních předpisů).

Vnější kontrola – kompetence jsou rozděleny mezi resortní orgány a jejich výkonné složky:

- Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR – spotřebitelskou politiku, ochranu ekonomických zájmů, nepotravinářské výrobky a reklamu. Represivním orgánem je Česká obchodní odpovědná za celkovou inspekce – ČOI.
- Ministerstvo zemědělství ČR – kontrolními orgány jsou Česká zemědělská a potravinářská inspekce (kontroluje produkty neživočišného původu) a Státní veterinární správa (kontroluje produkty živočišného původu).
- Ministerstvo zdravotnictví ČR – orgány hygienické služby uplatňují dozor nad výstavbou a provozem gastronomických zařízení – viz vyhláška 107/2001.
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR – metodicky řídí služby cestovního ruchu, nemá represivní orgán.

Kontrolu podnikatelů dále provádějí v rámci své kompetence živnostenské úřady, Ministerstvo práce a sociálních věcí – Úřad práce v ČR, Český úřad bezpečnosti práce,

Ministerstvo financí ČR – finanční úřady, Česká národní banka (ČNB) - kontrola směnárén, požárníci a další. [1]

## 1.2. Konkurenceschopnost

Mnozí z autorů zabývajících se konkurenceschopnosti v České republice (Blažek, 2007; Marinič, 2008; Mikoláš, 2011; Jirásek, 2001 a jiní), ale také i v zahraničí (Cellini a Soci, 2002; Krugman, 1994; Porter, 1990) se shodují na základním členění konkurenceschopnosti dle rozlišovací úrovně, a to konkrétně na *konkurenceschopnost státu*, tedy konkurenceschopnost na makroekonomické úrovni, *konkurenceschopnost odvětví*, tedy konkurenceschopnost na mezoekonomické úrovni, a *konkurenceschopnost podniku*, tedy konkurenceschopnost na mikroekonomické úrovni. Názory na opodstatněnost tohoto členění a význam přikládány jednotlivým rozlišovacím úrovním se mění v závislosti od jednotlivých autorů a také od jejich zaměření. [2]

Nejširší shoda panuje u pojetí *konkurenceschopnost podniku*, tedy konkurenceschopnosti na mikroekonomické úrovni. Konkurenceschopnost podniku je vnímána jako schopnost podniku trvale a udržitelně působit na trhu. Jedná se o posuzování situace mezi jednotlivými podniky, jako subjekty vyskytujícími se na daném trhu, ve smyslu jejich schopnosti trvale na daném trhu působit, tedy udržovat si svůj podíl na trhu, formou procesu konkurování dalším podnikům na tomto trhu, jako subjektům představujícím konkurenci na daném trhu. [2]

Mezi hlavní determinanty, které pak ovlivňují konkurenceschopnost na této úrovni, je možno zařadit zejména charakteristiky produkce, jako je její cena, kvalita a schopnost uspokojovat potřeby zákazníků. [2]

Konkurenceschopnost lze měřit dvěma způsoby, a to konkrétně pomocí finančních ukazatelů a pomocí nefinančních ukazatelů hodnotících úroveň konkurenceschopnosti. [2]

Konkurenceschopnost podniků, tedy konkurenceschopnost na mikroekonomické úrovni, je posuzována prostřednictvím necenových faktorů podniků, které si vzájemně konkurují. Při posuzování konkurenceschopnosti podniku, tedy na mikroekonomické úrovni, autoři uvádějí jako nejvýznamnější a pro posouzení postačující ukazatele *ziskovost, náklady a produktivita podniku společně s tržním podílem podniku*. [2]

Z výše jmenovaných je *ziskovost* považována za klíčový faktor k posuzování konkurenceschopnosti nebo také pro posuzování úspěšnosti podniku, a to pomocí ukazatelů rentabilit nebo přidané hodnoty. [2]

Dalšími možnostmi měření konkurenceschopnosti podniku je hodnocení na základě *nárůstu tržního podílu podniku* nebo pomocí *exportního výkonu podniku* či *cenových relací mezi vstupy a výstupy* či v *konkurenceschopnosti v nákladech* nebo *posuzováním prostřednictvím složitého komplexního modelu hodnotících kritérií a ukazatelů*. [2]

V této souvislosti je měření konkurenceschopnosti podniku spojováno také s identifikací faktorů úspěšnosti podniku. Jednoduše je možno úspěšnost podniků interpretovat jako schopnost naplnění jeho cílů, a tedy konkurenceschopnost podniku jako schopnost podniku využít kritických faktorů úspěchu. [2]

Kvalita v kombinaci s cenou je posuzována na základě očekávání zákazníků. Tedy je srovnávána očekávaná cena produktů, která je determinována vnímanou kvalitou daného produktu zákazníky, kde vnímanou kvalitou produktu lze měřit na základě předem stanovených indikátorů, a tudíž je možno takovou kvalitou produktu i následně měnit a řídit, s aktuální cenou daného produktu na trhu. V případě, že očekávaná cena předčí aktuální cenu na trhu, je daný výrobek, a tudíž i podnik jako producent daného produktu, považován za konkurenceschopný. Pokud nikoli, je daný produkt i podnik považován za nekonkurenceschopný. [2]

### **1.3. Konkurenční nástroj**

Konkurenční výhoda založená na efektivnosti je podmíněna jak nízkými náklady, tak technologiemi, vysokou kvalitou a efektivností. Zdrojem dalšího typu konkurenční výhody jsou inovace. Nejedná se pouze o technologické inovace, ale širší pojetí zahrnuje také produkty a metody řízení, komunikace, nové trhy apod. Inovace jsou považovány za zdroj kvalitativně vyššího typu konkurenční výhody. [7]

Tržní struktura v segmentu hotelnictví se mění. Hotelový management musí tyto změny analyzovat s cílem predikce vlivu diferenciacie podniků na tvorbu cen. V současné době klesá význam cenové konkurence a roste význam konkurence necenové. Mezi nejdůležitější nástroje konkurenčního boje se v době rozvinutých komunikačních sítí stává poskytování



informací o nabídce hotelů. Inovace probíhá také v sociální sféře. V současné době se objevují pojmy jako „společnost volného času“ nebo „společnost zážitků“. V oblasti hotelnictví je nutno brát v úvahu měnící se náročnost poptávky hostů. To by mělo mít vliv na proces rekonstrukce stávajících a výstavby nových hotelů. Vede to také ke zvyšování kvalifikace celého personálu, ředitelem počínaje a úklidovým personálem konče. [8]

## **2. MĚŘENÍ A HODNOCENÍ KVALITY SLUŽEB V CESTOVNÍM RUCHU**

Při hodnocení kvality stravovacích, ubytovacích, dopravních či společensko-zábavních služeb lze prakticky uplatnit buď subjektivní, nebo objektivní hledisko. [1]

Subjektivní hodnocení ze strany zákazníka či provozovatele se opírá o jejich zkušenosti, znalosti a vlastní představu o kvalitě té, které služby. V *gastronomii* se jedná o posuzování organoleptických vlastností výrobku – vzhled, chuť, barvu, teplotu, konzistenci, vůni. Spotřebitel dále hodnotí vzhled provozovny, zdvořilost a rychlost obsluhy, celkovou atmosféru provozovny, uměleckou úroveň zábavních programů apod. V *ubytovacích službách* lze hodnotit dostupnost daného zařízení, čistotu a vybavení pokojů, vstřícnost personálu, doplňkové služby. U *dopravních služeb* klient očekává bezpečnost provozu, rychlost, další služby během cesty – možnost občerstvení, televizní program, informace o průběhu cesty atd. Subjektivní hodnocení kvality ubytovacích zařízení je prováděno spotřebiteli např. na stránkách hotelových rezervačních systémů. Toto subjektivní hodnocení hosty, kteří dané ubytovací zařízení navštívili, jsou velmi často vodítkem pro výběr daného ubytovacího zařízení pro další klienty daného rezervačního systému. Hodnocení ubytovacích zařízení klienty využívají např. rezervační systémy jako [www.expedia.com](http://www.expedia.com), [www.booking.com](http://www.booking.com) nebo [www.hrs.com](http://www.hrs.com). [1]

O objektivním měření a hodnocení kvality hovoříme v případě, že můžeme skutečnost porovnat se stavem deklarovaným v zákoně, vyhlášce, nařízení, na jídelním a nápojovém lístku apod. Může ho provádět kontrolní orgán, podnikatel, zákazník (např. správnost účtování cen, dodržení míry nápojů, vybavení toalet, dodržování provozní doby, dodržování receptur pokrmů). [1]

## 2.1. Kategorizace a klasifikace

Klasifikace (kategorie, třída, zařazení, ohodnocení) se v podstatě týká materiálních znaků zařízení cestovního ruchu. Klasifikace v oblasti ubytovacích služeb je zařazení jednotlivých ubytovacích kategorií podle vybavení, úrovně a rozsahu poskytovaných služeb do tříd. Cílem jakékoliv klasifikace je zachování určitého standardu při výstavbě a zřizování daného zařízení a dodržování příslušné kvality poskytovaných služeb. Zařazení subjektu cestovního ruchu do určité třídy nevede automaticky k dosažení deklarované kvality, neboť ve většině zemí je klasifikace dobrovolná a do příslušné třídy si dané zařízení zařazuje majitel. [1]

Problémem je tedy závaznost těchto klasifikací. Pokud jsou klasifikace administrativně a závazně aplikovány do oblasti služeb cestovního ruchu, jsou často předmětem nesouhlasu profesní sféry. Je proto nutné hledat kompromisní dohody na bázi dobrovolnosti a účasti všech zainteresovaných stran na tvorbě a aplikaci těchto klasifikací (profesní sdružení, národní turistické organizace, státní správa, zástupci spotřebitelské veřejnosti). [1]

### 2.1.1. Klasifikace a kategorizace ubytovacích zařízení

Kategorizace ubytovacích zařízení stanoví zásady pro označování a zařazování ubytovacích zařízení do kategorií podle druhu a podle vybavení, úrovně a poskytovaných služeb do tříd, které se označují určitým počtem hvězdiček 1–5\*. Je zavedena ve mnoha státech. [3]

V souladu s platnou legislativou jsou jednotlivé kategorie ubytovacích zařízení charakterizovány následovně:

- *hotel* je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty vybavená pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených (zejména stravovací). Člení se do pěti tříd. *Hotel garni* má vybavení jen pro omezený rozsah stravování (nejméně snídaně) a člení se do čtyř tříd;
- *motel* je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služby s tím spojené zejména pro motoristy a člení se do čtyř tříd. Zařízení se nachází v blízkosti pozemních komunikací s možností parkování. Recepce a restaurace může být mimo ubytovací část;
- *penzion* je ubytovací zařízení s nejméně 5 a maximálně 20 pokoji pro hosty, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb a člení se do čtyř tříd. Omezené služby stravování spočívají v absenci restaurace. Penzion však musí

disponovat minimálně místností pro stravování, která zároveň může sloužit k dennímu odpočinku hostů;

- *hotel* je ubytovací zařízení umístěné v trvale zakotvené osobní lodi, zařazuje se nejvýše do čtyř hvězdiček. Pokoj v hotelu se označuje pojmem kajuta. [3]

V České republice byl zrušen oborový standard upravující kategorizaci veřejných ubytovacích zařízení a klasifikační znaky pro jejich zařazení do tříd. Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení v ČR se stala součástí mezinárodního středoevropského systému Hotelstars Union. Z hlediska ochrany spotřebitele a rozvoje cestovního ruchu je důležité dodržování zásad kategorizace, které garantují odpovídající kvalitu a úroveň poskytovaných služeb. [3]

Pod patronací HOTREC – konfederace zastřešující asociace hotelů, restaurací a kaváren v Evropě – byla v roce 2009 založena unie Hotelstars Union. Členy této unie jsou Rakousko, Belgie, Česká republika, Dánsko, Estonsko, Německo, Řecko, Maďarsko, Lotyšsko, Lichtenštejnsko, Litva, Lucembursko, Malta, Nizozemsko, Slovinsko, Švédsko a Švýcarsko. Partnerství těchto zemí zajišťuje harmonizovanou klasifikaci hotelů prostřednictvím sdílení společných kritérií a postupů v účastnických zemích. Hotelstars Union zlepšuje renomé a kvalitu hotelového odvětví v účastnických zemích tím, že hostům přináší vyšší transparentnost a bezpečnost, a tím napomáhá k lepšímu marketingu hotelů. [9]

		Pokoj	Služby hotelu
*	Tourist	Minimální velikost jednolůžkového 8 m <sup>2</sup> , dvoulůžkového 12.6 m <sup>2</sup> 100 % pokojů se sprchou (vanou) a WC Denní úklid pokoje Stůl a židle Mýdlo, případně sprchový gel	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Recepční služba</li> <li>● Fax na recepci</li> <li>● Veřejně přístupný telefon pro hosty</li> <li>● Rozšířená snídaně</li> <li>● Možnost zakoupení nápojů v hotelu</li> <li>● Možnost uložení cenností min. v recepci</li> </ul>

**	Standard	<p>Minimální velikost jednolůžkového 8 m<sup>2</sup>, dvoulůžkového 12.6 m<sup>2</sup> 100 % pokojů se sprchou (vanou) a WC Denní úklid pokoje Stůl a židle Osušky Mýdlo, případně sprchový gel Předložka před vanou, krytý odpadkový koš Čtecí světlo u postele</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Recepční služba</li> <li>● Fax na recepci</li> <li>● Veřejně přístupný telefon pro hosty</li> <li>● Snídaně formou bufetu</li> <li>● Možnost zakoupení nápojů v hotelu</li> <li>● Nabídka hygienických produktů</li> <li>● Možnost uložení ceností min. v recepci</li> </ul>
***	Comfort	<p>Minimální velikost jednolůžkového 9 m<sup>2</sup>, dvoulůžkového 13 m<sup>2</sup> 100 % pokojů se sprchou (vanou) a WC Denní úklid pokoje Stůl a židle Osušky Mýdlo, případně sprchový gel Předložka před vanou, krytý odpadkový koš Čtecí světlo u postele Topení v koupelně, fén, čistící ubrousky Odkládací prostor pro zavazadla, velké zrcadlo Telefon Nabídka nápojů</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Recepční služba min. 14 hod denně, na telefonu 24 hod denně.</li> <li>● Recepční personál s více jazyky</li> <li>● Fax na recepci</li> <li>● Veřejně přístupný telefon pro hosty</li> <li>● Veřejně přístupný internet, pokud není na pokoji</li> <li>● Minimálně sedací souprava na recepci</li> <li>● Snídaně formou bufetu</li> <li>● Možnost zakoupení nápojů v hotelu</li> <li>● Nabídka hygienických produktů</li> <li>● Možnost uložení ceností min. v recepci</li> </ul>

****	First class	<p>Minimální velikost jednolůžkového 11,4 m<sup>2</sup>, dvoulůžkového 13,3 m<sup>2</sup>  100 % pokojů se sprchou (vanou) a WC  Denní úklid pokoje  Stůl a čalouněná židle nebo křeslo na každé lůžko  Osušky a župany  Mýdlo, případně sprchový gel  Předložka před vanou, krytý odpadkový koš  Čtecí světlo u postele  Topení v koupelně, fén  Čistící ubrousky a další kosmetické prostředky  Sklo, přípravky na čištění obuvi  Odkládací prostor pro zavazadla, velké zrcadlo  Telefon  Minibar, nápojový servis</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Recepční služba min. 18 hod denně, na telefonu 24 hod denně.</li> <li>● Recepční personál s více jazyky</li> <li>● Fax na recepci</li> <li>● Veřejně přístupný telefon pro hosty</li> <li>● Veřejně přístupný internet, pokud není na pokoji</li> <li>● Lobby a posezení v recepci</li> <li>● Snídaně formou bufetu, nebo snídaňové menu na pokoj</li> <li>● Bar, 24hodinový nápojový servis</li> <li>● Nabídka hygienických produktů</li> <li>● Možnost uložení cenností min. v recepci</li> <li>● „A la carte“ restaurace</li> </ul>
------	-------------	---	---

*****	Luxury	<p>Minimální velikost jednolůžkového 15 m<sup>2</sup>, dvoulůžkového 24 m<sup>2</sup>  100 % pokojů se převážně s vanou a WC, v menší míře sprchou a WC  Denní úklid pokoje  Stůl a čalouněná židle nebo křeslo na každé lůžko  Osušky a župany  Mýdlo, sprchový gel  Předložka před vanou, krytý odpadkový koš  Osvětlení nad umyvadlem  Čtecí světlo u postele  Odkládací prostor pro zavazadla, velké zrcadlo  Topení v koupelně, fén  Čistící ubrousky a další kosmetické prostředky  Sklo, přípravky na čištění obuvi, šití  Psací potřeby, obálky, dopisní papíry  Připojení k internetu na pokoji  Trezor  Telefon  Minibar, 24hodinový servis</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Recepční služba 24 hod denně</li> <li>● Recepční personál s více jazyky</li> <li>● Portýr</li> <li>● Parkovací servis</li> <li>● Fax na recepci</li> <li>● Veřejně přístupný telefon pro hosty</li> <li>● Veřejně přístupný internet</li> <li>● Prostorné lobby a posezení v recepci, barový servis</li> <li>● Personalizované přivítání hostů</li> <li>● Živé květiny</li> <li>● Žehlení prádla s navrácením do 1 hod, čištění obuvi</li> <li>● Snídaně formou bufetu, nebo snídaňové menu na pokoj</li> <li>● Bar, 24hodinový nápojový servis</li> <li>● Nabídka hygienických produktů</li> <li>● „A la carte“ restaurace</li> </ul>
-------	--------	---	---

Tabulka č. 1: Požadavky na jednotlivé klasifikace

Zdroj: [poznavej.eu](http://www.poznavej.eu): Kategorie hotelů – *Poznávej EU* [online.] Copyright © 2022 [cit. 2022-04-01]. Dostupné z: <http://www.poznavej.eu/eurovikendy/rezervace-ubytovani/kategorie-hotelu/>

### 2.2.1. Kategorizace stravovacích zařízení

Z důvodu alespoň minimální standardizace služeb hostinských zařízení vypracovalo už v roce 1994 tehdejší Ministerstvo hospodářství ČR ve spolupráci s dalšími zainteresovanými subjekty metodickou pomůcku *Doporučení upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení*. Zpracovaná pomůcka byla reakcí na doporučení Statistické kanceláře Evropské unie (Eurostat) a Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO), která se vztahovala ke sjednocení připravovaných statistických výkazů o

ubytovacích a stravovacích zařízeních. Doporučení se snažilo zároveň akceptovat tradiční zaveden názvy hostinských zařízení užívaných na našem území. [3]

V souladu s doporučením se hostinská zařízení (provozovny) dělí podle druhu do kategorií, zařazení do kategorie respektuje převažující charakter jejich činnosti. Hostinská zařízení restauračního typu se člení na:

- restaurace (pro tuto kategorii hostinských provozoven je dominantní prodej pokrmů s možností zakoupení nápojů a možností různých forem společenské zábavy). Jedná se zejména o tyto druhy provozoven: restaurace; samoobslužné restaurace – jídelny; rychlé občerstvení, ryby, hranolky; železniční jídelní vozy a jiná zařízení pro přepravu cestujících;
- bary (pro tuto kategorii hostinských provozoven je dominantní prodej nápojů s možností různých forem společenské zábavy; je možné prodávat také výrobky studené kuchyně, cukrářské výrobky, podle místních podmínek teplé pokrmy (zejména minutky). Jedná se o provozovny: bary, noční kluby, pivnice, vinárny, kavárny, espressa aj. [3]

Výše uvedená doporučení charakterizují jednotlivé druhy stravovacích zařízení následovně:

- Restaurace – hostinské zařízení zajišťující obslužným způsobem stravovací služby se širokým sortimentem základního stravování.
- Pohostinství – modifikovaný typ restaurace zabezpečující základní a doplňkové stravování.
- Jídelní restaurační vozy a jiná zařízení pro přepravu osob – poskytují základní i doplňkové stravování ve veřejných dopravních prostředcích.
- Motorest – restaurace s dostatečnou kapacitou pro parkování motorových vozidel budovaná při silnicích nebo dálnicích, která poskytuje služby především motoristům.
- Samoobslužná restaurace (kafeterie) - hostinské zařízení zajišťující základní a doplňkové stravování samoobslužným způsobem.
- Bufet – hostinské zařízení zabezpečující občerstvení, případně i stravovací služby samoobslužným způsobem; podle hlavního předmětu prodeje je možná specializace, např. mléčný bufet, rybí bufet aj.

- Bistro – analogická forma bufetu; obdobně jsou charakterizována i hostinská zařízení typu fast food outlets, jako např. McDonald's, Burger King aj., která však podávají pokrmy a nápoje převážně v nevratných obalech.
- Občerstvení, kiosek – hostinské zařízení poskytující občerstvení; zřizuje se obvykle jako sezónní, příležitostné zařízení, často bez vlastní odbytové plochy; občerstvení může být zřízeno jako doplňující část provozovny nebo střediska (prodejní okno), případně jako pochůzkový prodej (např. pomocí prodejních košů).
- Denní bar – hostinské zařízení, jehož dominantním vybavením je barový pult; poskytuje obslužným způsobem občerstvení, případně podle svého zaměření i stravování; podle hlavního předmětu prodeje je možná specializace, např.: gril bar (grilované pokrmy), pizzerie (pizza), snack bar (výrobky studené kuchyně, minutková jídla), aperitiv bar (výrobky studené kuchyně, různě připravované nápoje).
- Lobby bar – je součástí hotelu, nabízí především různě připravované teplé i studené nápoje.
- Noční bar, noční klub, varieté, dancing – noční zábavná hostinská zařízení poskytující obslužným způsobem pokrmy a nápoje; dominantu vybavení tvoří barový pult a taneční parket; podle zaměření a prostorových možností se počítá i se samostatným prostorem pro varietní vystoupení.
- Vinárna – obslužné hostinské zařízení specializované především na podávání vína; dále podává studené, případně i teplé pokrmy.
- Kavárna – obslužné hostinské zařízení se zaměřením hlavně na prodej teplých nápojů, cukrářských výrobků, studené kuchyně a podle místních podmínek i teplých pokrmů; svou funkcí a charakterem slouží k delšímu pobytu hosta; tomu je přizpůsobeno i zařízení a vybavení (křesla, boxy); funkce mohou být i kombinované (kino – kavárna, kavárna – cukrárna).
- Espresso – obslužné hostinské zařízení, které zabezpečuje prodej teplých nápojů, zejména kávy, cukrářských výrobků a výrobků studené kuchyně; dominantu vybavení tvoří přístroj na výrobu kávy typu espresso.
- Hostinec – hostinské zařízení specializované převážně na podávání piva a jídel vhodně doplňujících jeho konzumaci.
- Pivnice – obslužné hostinské zařízení specializované převážně na podávání piva a jídel vhodně doplňujících jeho konzumaci.



- Výčep piva – hostinské zařízení zaměřené na prodej piva a ostatních nápojů, převážně do přinesených nádob („prodej přes ulici“); může být i součástí provozovny jiné kategorie. [3]

U jednotlivých kategorií lze zřizovat podle těchto Doporučení sezónní a příležitostné odbytové části, které jsou součástí provozovny (např. terasy, atria, zahrady, předzahrádky, salónky, sály apod.). Všechny hostinské provozovny s výjimkou kategorií občerstvení a kiosky mají pro hosty toalety, oddělené pro ženy a pro muže.

Hostinské zařízení má být ve smyslu živnostenského zákona na vhodném, viditelném místě u vstupu označeno kategorií, jménem a názvem provozovatele, jeho IČ, adresou, jménem odpovědného vedoucího a provozní dobou. Do kategorie zařazuje hostinské zařízení jeho provozovatel. [3]

## 2.2. Certifikace

Pojmem *certifikace* se označuje proces udělení Certifikátu (osvědčení) a Klasifikačního znaku (formou samolepky) ubytovacímu zařízení žadatele dle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, pension, motel a botel. [3]

Certifikace není obecně závazným předpisem, záleží tedy na každém provozovateli ubytovacího zařízení, zda podstoupí proces certifikace, či nikoliv. Při certifikaci se hodnotí splnění podmínek pro konkrétní třídu a posléze, jak jsme už uvedli, se uděluje dokument Certifikát a Klasifikační znak podle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení. Certifikáty a klasifikační znaky v jednotné grafické úpravě vydávají na stanovené období (podle poslední úpravy na 3 roky) pouze AHR ČR a UNIHOST. Po uplynutí tříletého období certifikace může provozovatel ubytovacího zařízení na základě nové oficiální jednotné klasifikace požádat o revizi (recertifikaci) s možností obnovy udělených certifikátů a klasifikačních znaků, případně může být klasifikační znak, splňuje-li požadavky na vyšší třídu. [3]

Certifikace se dle typů člení na certifikaci systémů, certifikaci služeb, certifikaci produktů a certifikaci personální.

*Certifikace systémů* (např. ISO 9000, ISO 14000, SA 8000, HACCP, Green Globe atd.) představuje proces, jehož konečným výsledkem je „kvalita organizace ve vztahu ke

specifickým kritériím“. Z toho vyplývá, že podstoupení tohoto typu certifikace ještě nemusí nutně garantovat zajištění celkové kvality služby nebo produktu, ale může být užitečné pro nápravu množství obvyklých nedostatků, a tím nepřímo zajistit zlepšení kvality a významně se promítnout do ekonomických úspor. Na podnikové úrovni je aplikace normy ISO 9000 zaměřena zejména na kvalitu řízení, a tím přináší i lepší komunikaci. [1]

Typem certifikace, která je prováděna prostřednictvím třetích stran (certifikačními orgány), je *certifikace služeb*. Tato certifikace se zaměřuje na kvalitu služeb a zahrnuje normy vytvořené jak mezinárodními normalizačními autoritami (ISO, CEN), tak i jednotlivými společnostmi nebo profesními sdruženími. [1]

*Certifikace produktů* se zaměřuje na dosažení kvality produktů, je to další typ certifikace prováděné třetí stranou na základě norem vytvořených společnostmi nebo jejich profesními sdruženími. Poslední dva typy norem, které zahrnují služby nebo parametry navrhovaného produktu, mohou být součástí certifikace dle ISO 9001. [1]

*Personální certifikace* se zaměřuje na hodnocení schopností a kvalifikace pracovníků v cestovním ruchu. Ta může vycházet jednak z evropské normy EN ISO/IEC 17024 (Posuzování shody – Všeobecné požadavky na orgány pro certifikaci osob) nebo z GTAT (General Tourism Achievement Test – Všeobecný test dovedností pro cestovní ruch), který byl vytvořen stejně jako norma TEDQUAL (Tourism Education Quality – Kvalita vzdělávání v cestovním ruchu) Světovou organizací cestovního ruchu OSN (UNWTO). [1]

### **3. PROCES ŘÍZENÍ KVALITY**

Kvalita a její řízení je jedním z rozhodujících faktorů stabilního ekonomického růstu organizací i podnikajících jednotlivců. [10]

Koncepce řízení kvality v organizacích jsou založeny v zásadě buď na normách a standardech (mezinárodních, národních či podnikových), nebo na koncepci TQM (Total Quality Management). Přístupy k řízení kvality se rovněž liší u organizací poskytujících služby a u výrobních organizací. Všechny komplexní metody a standardy řízení kvality pomáhají organizacím nastavit celkový systém řízení tak, aby se zabránilo negativním jevům (nekvalitě, chybám, rizikům, nákladům), které se projeví ve výstupech jejich práce. [10]

### 3.1. Řízení kvality dle norem ISO

Řada norem ISO 9000 definuje systém managementu jakosti. Tyto normy vydává Mezinárodní organizace pro normalizaci. Normy umožňují prokázat daným organizacím schopnost výroby či distribuci produktů v souladu se všemi nezbytnými předpisy a potřebami zákazníka. [11]

Normy ISO 9000 byly poprvé zveřejněny v roce 1987 a vzešly z řady norem BS 5750 (British Standard). Určité úpravy a revize proběhly v roce 1994, ale až v roce 2000 vznikla nová ucelená řada ISO 9000, která sloučila tři standardy (ISO 9001, ISO 9002, ISO 9003). V roce 2008 byl systém doplněn o normu ISO 9004, která pouze rozšiřuje již fungující systémy. [11]

Certifikace systému managementu kvality podle ISO 9001 je vhodná pro všechny organizace, které chtějí:

- prokázat svou schopnost trvale poskytovat výrobky nebo služby, které splňují požadavky zákazníků a aplikovatelné požadavky zákonů a předpisů,
- zvyšovat spokojenost zákazníků,
- zlepšovat svojí výkonnosti a o posilovat konkurenceschopnost,
- systematicky udržovat pořádek v řízení, v dokumentaci a na pracovištích,
- doložit svojí způsobilost v rámci výběrových řízení. [12]

Doporučení pro systém managementu jakosti jsou uvedena v několika normách ISO. Každá z těchto norem má jinou funkci:

*ČSN EN ISO 9000:2009 – Systémy managementu jakosti – základy, zásady a slovník*; jak už vyplývá z názvu, obsahuje jednak výklad základů a zásad managementu kvality, jednak výklad nejdůležitějších pojmů týkajících se jakosti a jejich zabezpečování.

*ČSN EN ISO 9001:2009 – Systémy managementu jakosti – požadavky*. Tuto normu lze považovat za stěžejní. Zpravidla se podle ní provádí zavádění, udržování, a zvláště pak prověřování (auditování) implementovaného systému jakosti. Proto je tato norma označována také jako norma kritériální, tzn. že její požadavky musí organizace splnit, pokud potřebuje prokázat úspěšné fungování QMS.

*ISO 9004:2009 – Systémy managementu jakosti – model řízení organizace pro udržitelný úspěch*. Účelem této normy je poskytnout doporučení, které může organizace dále zavést nad

rámec požadavků uvedených v ISO 9001 v zájmu dalšího rozšíření, zlepšení systému managementu kvality tak, aby zahrnoval spokojenost nejen zákazníků, ale i dalších zainteresovaných stran a směřoval ke zvyšování výkonnosti organizace. Tato norma není určena jako nástroj certifikace. [12]

Podpůrné normy. V průběhu devadesátých let vzniklo několik podpůrných norem rozvíjejících některé prvky systému jakosti a několik norem, které rozvádějí přístup managementu jakosti ve specifických podmínkách. Jsou zařazeny ve skupině norem ISO řady 10 000. Ani tyto normy neslouží jako nástroj certifikace:

- ČSN ISO 10 002:05 – Management jakosti – Spokojenost zákazníka – Směrnice pro vyřizování stížností v organizacích;
- ČSN ISO 10 005:06 – Management jakosti – Směrnice pro plány jakosti;
- ČSN ISO 10 006:04 – Management jakosti – Směrnice pro plány v managementu projektu;
- ČSN ISO 10 007:04 – Management jakosti – Směrnice pro management konfigurace;
- ČSN ISO 10 012:03 – Systémy managementu měření – Požadavky na procesy měření a měřicí vybavení;
- ČSN ISO/TR 10 013:02 – Směrnice pro dokumentaci systému managementu jakosti;
- ČSN ISO 10 015:01 – Management jakosti – Směrnice pro výcvik;
- ČSN ISO/TR 10 017:04 – Návod k aplikaci statistických metod v ISO 9001:2000.

Z výše uvedeného je zřejmé, že významné postavení v požadavcích na zabezpečení jakosti má norma ISO 9001, která uvádí základní požadavky na podobu systému managementu kvality, jejichž důsledná implementace v konkrétních podmínkách je nutná, má-li být firma úspěšně certifikována. [12]

### **3.2. Total Quality Management (TQM)**

Za nejkompexnější přístup k řízení kvality je považován koncept TQM, jehož snahou je neustálé zlepšování všech funkcí v organizaci. TQM pomáhá udržet kvalitu výrobků a procesů prostřednictvím zapojení managementu, pracovníků, dodavatelů a zákazníků s cílem překonat zákaznicka očekávání. Kvalita produktu nebo služby závisí na všech aktivitách v organizačním dodavatelském řetězci a cílem každé fáze řetězce je naplnit požadavky zákazníka. V rámci TQM je uspokojení potřeb zákazníků považováno za část strategie k

dosažení konkurenční výhody. Většina autorů zdůrazňují, že je to především zákazník, kdo rozpoznává kvalitu, a tím pádem kvalita způsobuje zákaznickou spokojenost, což nakonec může vést ke zlepšení konkurenční pozice podniku. [2]

- Total – jde o úplné zapojení všech pracovníků organizace
- Quality – jde o pojetí principů kvality v celé organizaci
- Management – principy se prolínají všemi úrovněmi řízení i všemi manažerskými funkcemi [21].

Zavedení TQM je zpravidla náročnější než implementace norem ISO. I přesto, že existuje několik teorií TQM, mají společných několik základních rysů:

- Zaměření na zákazníka
- Leadership
- Zapojení pracovníků
- Procesní a systémový přístup
- Rozhodování na základě faktů
- Trvalé zlepšování
- Vzájemně výhodné partnerské vztahy [6].

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 4. ANALYTICKÁ ČÁST

Tato část je věnována analýze ubytovacích a stravovacích služeb v Jihomoravském kraji. Vzhledem k tomu, že vybrané pro analýzu podniky se nacházejí v okresech Brno-město a Hodonín, zmíněné okresy jsou v další kapitole popsány podrobněji jako prostředí, ve kterém se podniky provozují.

### 4.1. Jihomoravský kraj jako destinace cestovního ruchu

Jihomoravský kraj leží v jihovýchodní části České republiky a je vymezen okresy Blansko, Brno-město, Brno-venkov, Břeclav, Hodonín, Vyškov a Znojmo. V rámci EU sousedí se Slovenskem a Rakouskem. Kraj má rozlohu přes 15 tisíc km<sup>2</sup> a žije zde přibližně 1,2 milionu obyvatel.

Jižní Morava se dělí na 6 turistických oblastí: Brno a okolí, Podyjí, Slovácko, Moravský kras, Zlínsko, Lednicko-Valtický areál.



Obrázek č. 1: Turistické oblasti Jižní Moravy

Zdroj: jižní-morava.cz: *Jižní-Morava.cz* [online]. Copyright © 2019-2021 [cit. 2022-04-12].

Dostupné z: <https://www.jizni-morava.cz/>

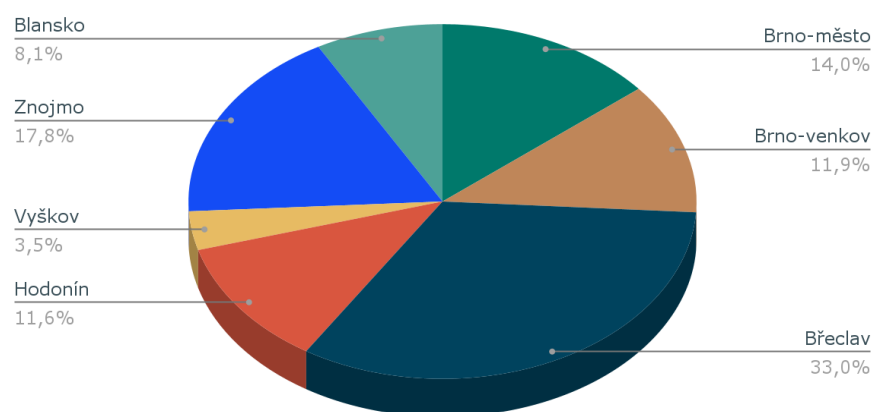
Z pohledu mezinárodního turismu mají na území kraje přední postavení krajinné a kulturně historické areály, a to Lednicko-valtický, Moravský kras a Slavkovské bojiště. Podobné postavení se svými kulturními památkami zaujímá i metropole Brno. Mezi přírodními atraktivitami vyniká Národní park Podyjí. Na území kraje přitahuje návštěvníky celá řada významných kulturních a společenských atraktivit, které jsou velmi přínosné pro rozvoj cestovního ruchu. K přednostem kraje z tohoto hlediska patří vinařská turistika a nezaměnitelný charakter dodávající kraji folklorní tradice a lidová kultura. Kladně v tomto směru působí na jihu Moravy i cykloturistika, a to i v mezinárodním kontextu (Moravsko-slezská dálková cyklotrasa, Greenways, Jantarová stezka, cyklotrasa Brno – Vídeň). Nelze opomenout ani význam Masarykova okruhu, který každoročně přiláká velké množství našich i zahraničních příznivců motoristických závodů. Na území kraje jsou dvě místa, která jsou zapsána do seznamu světového kulturního dědictví UNESCO: brněnská vila Tugendhat a Lednicko-valtický areál. [13]

#### **4.1.1. Analýza ubytovacích služeb Jihomoravského kraje**

K 18.03.2022 podle informací na webu Českého statistického úřadu nabízí v Jihomoravském kraji své služby 1 130 hromadných ubytovacích zařízení. Návštěvníkům bylo k dispozici 45 360 lůžek v 18 233 pokojích. [14]

V celém kraji jsou 2 pětihvězdičkové hotely, 49 čtyřhvězdičkových, 155 tříhvězdičkových, 16 dvouhvězdičkových a 6 jednohvězdičkových. Hosté mají možnost se ubytovat v 11 zařízeních v kategoriích hotel garni, 615 penzionech, a to jak celoročně provozovaných, tak i pracujících jenom v letním období. Na území Jihomoravského kraje se provozují 44 kempy, 31 chatové osady, 73 turistické ubytovny. Zbývající 126 ubytovacích zařízení v JMK nejsou specifikovaná. [14]





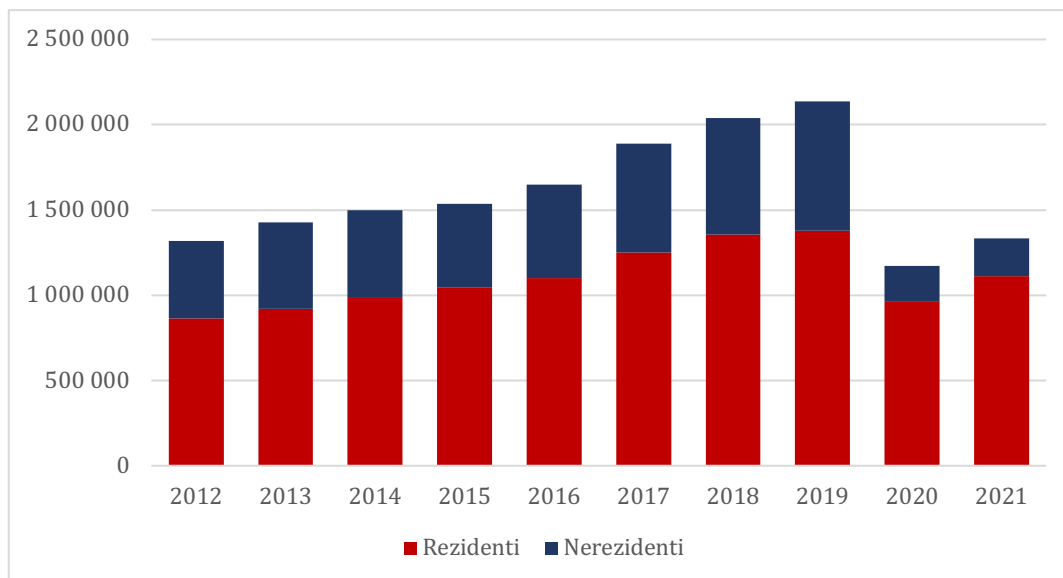
*Diagram č. 1: Počet ubytovacích zařízení v Jihomoravském kraji*

*Zdroj: vdb.czso.cz: Hromadná ubytovací zařízení ČR [online]. Copyright © 2022 [cit. 2022-04-12]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/huz/kraj.jsp?k=CZ064>, vlastní zpracování*

V okrese Brno-město se nachází 159 ubytovacích zařízení, což činí 14,0 % všech UZ v kraji. V okrese Brno-venkov je 135 zařízení (11,9 %). Okres Břeclav má nejvyšší počet - 374 zařízení, to je 33 %. Okres Hodonín počítá 131 zařízení (11,6 %). Okres Vyškov má nejnižší počet zařízení - 40 nebo 3,5 % z celkového počtu. V okrese Znojmo se nachází 201 zařízení (17,6 %) a v okrese Blansko - 92 (8,1 %). [22]

Podle informací z ČSÚ k 17.03.2022 během roku 2021 počet přenocování hostů v Jihomoravském kraji činil celkem 3 064 442. Z nichž je 2 626 050 přenocování rezidentů a 438 392 přenocování nerezidentů. [23]

Návštěvnost v HUZ se od roku 2012 až do roku 2019 zvyšovala. Pak odvětví výrazně ovlivnila pandemie koronaviru a kvůli protipandemickým opatřením počet návštěvníků se snížil. V roce 2019 v Jihomoravském kraji přenocovalo 2 137 259 návštěvníků, z toho přibližně 35 % zahraničních hostů a 65 % místních obyvatel. V roce 2020 v JMK přenocovalo 1 170 773 návštěvníků (pokles o cca 45 %). Významně se zvýšil podíl domácích návštěvníků ve srovnání se zahraničními, kteří v roce 2020 tvořili cca 82 % ze všech návštěvníků. Na prvním místě mezi zahraniční hosty jsou Němci, za nimi, na druhém jsou Slováci. [23]



*Graf č.1: Vývoj návštěvnosti HUZ v Jihomoravském kraji*

*Zdroj: db.czso.cz: Výstupní objekt VDB [online]. Copyright © 2022 [cit. 2022-03-17].*

*Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/>, vlastní zpracování*

V roce 2021 situace se zlepšila, dříve přijatá protiepidemická opatření už tak hodně neovlivňovala provoz hotelů a cestovní ruch celkem.

## 4.2. Okres Brno-město

Okres Brno-město je okres v Jihomoravském kraji s jedinou obcí. Brno leží na jihovýchodě JMK a je jeho sídlem. Město o rozloze 230 18 km<sup>2</sup> je druhé největší v České republice a k roku 2021 má 382 405 obyvatel. Dalších 150 000 přijíždí pracovat, studovat, za poznáním nebo zábavou. Zde protékají řeky Svatka a Svitava, které se v jižní části města slévají.

V Brně se nachází velké množství historických památek. Kromě toho město je kulturním centrem s velkým množstvím galerií, kin, muzeí a divadel. Pro návštěvníky Brna má velký význam Brněnské výstaviště, které nabízí výstavní plochu až 190 000 m<sup>2</sup> a kde se ročně provádí spousta akcí mezinárodního významu jako jsou výstavy, veletrhy, přehlídky, koncerty atd. Za nejnavštěvovanější atraktivity v Brno a okolí se považují Vila Tugendhat, Hrady Špilberk a Veveří, Katedrála sv. Petra a Pavla, Brněnská přehrada, Brněnské podzemí, ZOO a hvězdárna a planetárium Brno.

Město je známé svými galeriemi „Moravská galerie“, „Galerie G99“, „Kulturní centrum Brno“, „Kabinet“, „U Dobrého pastýře“ a samozřejmě unikátními divadelními festivaly. Od června do září se v centru Brna koná velké množství představení a multižánrových koncertů. Hrají se zde Shakespearovy hry, každoročně se konají festivaly symfonické hudby pod širým nebem, pořádají se koncerty Alternativa Brno, které odrážejí moderní hudební trendy.

Turismus zaznamenává v Brně od 90. let 20. století velký rozmach. Město je výchozí turistickou destinací za poznáním přírodních a kulturních zajímavostí Brna a jižní Moravy. Na severovýchodě území Brna začíná chráněná krajinná oblast Moravský kras a na jih se rozprostírají vinice s vinnými sklípky. Město je ze severu, východu i západu obklopeno zachovalými smíšenými lesy, které nabízejí mnoho příležitostí pro turistiku a cykloturistiku, na území města, mezi několika městskými částmi se nalézá obora Holedná. Nejvíce město navštěvují Rusové, Poláci a Italové, v jarním období Němci, Rakušané, Španělé a turisté z Asie a USA. [15]

Takový vysoký zájem ze strany zahraničních návštěvníků kraje je vyvolán významem Brna jako regionální obchodní a kulturní metropole, která vytváří potenciál pro příjezdovou turistiku zaměřenou na veletržní a kongresový CR a také díky jižní Moravě, jako vinařskému kraji s řadou kulturních, historických a přírodních zajímavostí.

Mezi dominující formy cestovního ruchu v Brně patří veletržní a kongresová turistika a kulturně-historickopoznávací cestovní ruch. Jako doprovodné formy cestovního ruchu se v dané destinaci vymezují nákupní cestovní ruch, gastronomický cestovní ruch, golfová turistika, a cykloturistika.

#### **4.1.2. Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v Brně**

Podle informací z ČSÚ k 01.03.2022 počet hromadných ubytovacích zařízení v okrese Brno – město je celkem 157. Ve městě se nachází jenom 1 hotel spadající pod kategorii pětihvězdičkových, a to je Barceló Brno Palace. 21 hotel má čtyři hvězdy, mezi které patří Quality Hotel Brno Exhibition Centre. 34 hotelů jsou v kategorii tříhvězdičkových. Jenom 2 hotely jsou dvouhvězdičkové, a to Hostel VŠ koleje Purkyňova a Hotel Pyramida7 ubytovacích zařízení jsou označovány jako Hotel garni. Penzionu se v okrese Brno-město

počítá 52. V letním období své služby také nabízí 2 kempy: Autocamping Obora a Camping Radka. V Brně je jenom jedna chatová osada – Chaty č.221,222,629,630. Návštěvníci města mohou přenocovat také v turistických ubytovnách, kterých v okrese je celkem 8. Nejsou specifikovaná 29 ubytovacích zařízení. [24]

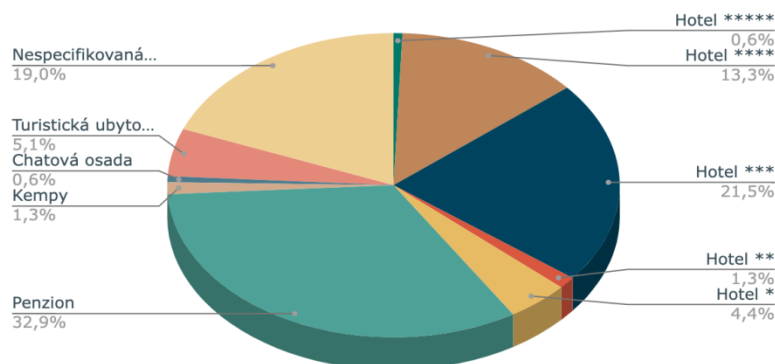
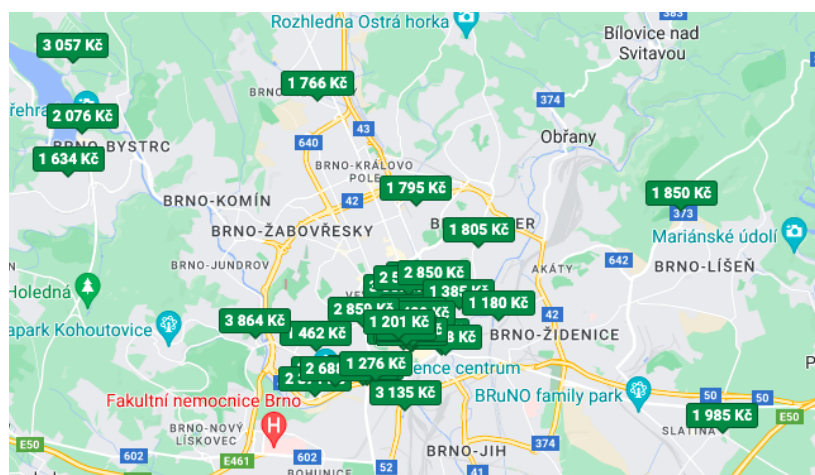


Diagram č. 2: Ubytovací zařízení v okrese Brno-město

Zdroj: vdb.czso.cz: Hromadná ubytovací zařízení ČR [online]. Copyright © 2022 [cit. 2022-03-01]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/huz/okhuz.jsp?k=CZ0642>, vlastní zpracování



Obrázek č. 2 Ceny ubytování v Brně

Zdroj: cs.hotels.com: Hotels.com - hotely ve městě Brno, Jihomoravský kraj, Česká republika [online]. Copyright © 2022 [cit. 2022-03-01]. Dostupné z: <https://www.booking.com/searchresults.cs.html>

Na obrázku č. 2 je vidět, že cenové rozpětí je docela široké. Například přenocování v pětihvězdičkovém hotelu průměrně stojí cca 2 600 Kč. Všechny pokoje v těchto hotelech jsou vybavené luxusními koupelnami, klimatizací, TV, Wi-Fi, trezory. K dispozici pro hosty jsou taky sady na hygienické potřeby. Největší počet ubytovacích zařízení v Brně jsou v kategorii penzion. Pobyť v penzionu může stát od cca 1 100 Kč za noc do 3 100 Kč za noc.

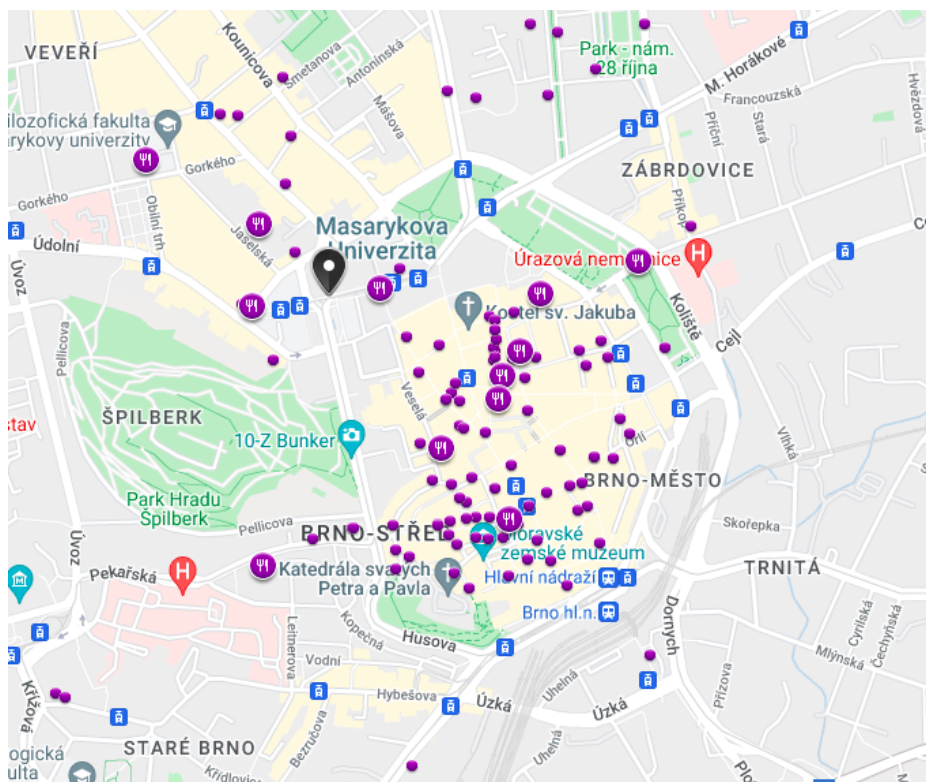
Konkurence mezi ubytovacími zařízeními je vysoká kvůli jejich velkému počtu a rozmanitosti. Většina hotelů se nachází v centru města a je zaměřena a na zákazníky s příjmy vyššími než průměrné. Právě tyto hotely jsou mezi návštěvníky více poptávané z důvodů blízkosti památek a kulturních akcí.

Vysokou úroveň konkurence lze dohledat i mezi gastronomickými podniky. Ta je způsobená velkou koncentrací restaurací, kaváren, vináren, barů atd., zejména v centru města. Nabídka stravovacích služeb v Brně je docela široká. Místním obyvatelům a hostům se nabízí mnoho restaurací domácí a zahraniční kuchyní, občerstvení, barů, vináren s moravským vínem, hospod a kaváren. V roce 2019 podle ČSÚ se nacházelo ve městě asi okolo 1 400 takových míst, kde se může člověk občerstvit.

Zařízení podávají jídla od snídaní, brunchů, obědů, svačin, až po večeře. Každý člověk se svými individuálními preferencemi zde najde něco pro sebe. Důvodem pro to je vysoká a poměrně stabilní poptávka v celé České republice, tedy i v Brně. Zejména jde o poptávku po obědech a večeřích. Většina restaurací nabízí obědová menu.

Stravovací zařízení v Brně bývají otevřena dlouho až do noci, kuchyně však většinou zavírá dříve než restaurace. Bary jsou otevřeny déle a některé dokonce 24 hodin denně. Na jaře a v létě stravovací zařízení zpravidla zřizují a provozují zahrádky v blízkosti svých restaurací – na ulici nebo ve dvoře domu. V brněnských ulicích se i o půlnoci dá užít skvělou atmosférou plnou zábavy a radosti, na rozdíl od Prahy, kde jsou vzhledem k aktuálnímu nařízení o nočním klidu jsou otevřené zahrádky jenom do 22:00.

Zřejmé je, že úroveň konkurence v Brně v odvětví gastronomie je vysoká. To je dáno především velkou koncentrací podniků, působících v daném odvětví.



Obrázek č. 3: Restaurace v Brně

Zdroj: tripadvisor.com: *THE 10 BEST Restaurants in Brno – Updated April 2022 –*

*Tripadvisor* [online]. Copyright © 2022 [cit. 2022-04-01]. Dostupné z:

<https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g274714->

[Brno\\_South\\_Moravian\\_Region\\_Moravia.html#MAPVIEW](https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g274714-Brno_South_Moravian_Region_Moravia.html#MAPVIEW)

Na webu GO TO BRNO “Ochutnejte Brno” turisté a místní obyvatelé najdou seznam všech populárních a zajímavých stravovacích zařízení, kde si každý dokáže vybrat místo, kde se občerstvit podle svých preferencí. Buď to fine dining, restaurace, bistra, cukrárny, kavárny, vinárny, pivnice nebo bary.

Nejpopulárnější stravovací zařízení v kategorii kaváren jsou SKØG, Kafec, Punkt., Café Mitte, Café Placzek, Kavárna Era a Spolek. Tam návštěvníky mají možnost ochutnat tu nejkvalitnější kávu v příjemném prostředí se zdvořilým personálem. Průměrná cena espressa v Brně je 43 Kč (ceny se pohybují od 35 do 49 korun). Latte macchiato může stát od 44 do 62 Kč, v průměru vychází 56 Kč.

Brňáky a hosté města rádi navštěvují cukrářství Bukovský, Martinák, cukrárnu SORRY – pečeme jinak a Kolbaba.

Brno má pestrou nabídku míst, kde obyvatelé a hosté města mohou pěkně strávit čas za sklenicí piva. Za nejnavštěvovanější pivnice se v Brně považují Výčep Na stojáka, Zelená Kočka Pivárium, Ochutnávková pivnice a Pivovarská Starobrnno, Lucky Bastard Beerhouse, Hostinec u Bláhovky a Pegas. Dlouhou tradice má známý podnik Stopkova plzeňská pivnice z konce 19. století. Ceny za pivo se v Brně pohybují od 27 do 56 korun s tím, že průměrná cena za výčepní pivo je 40 korun a za ležák 47 Kč.

Ve městě se taky provozuje hodně vináren. Mezi ostatní se vyznačují Garage Wine, Petit Cru wine bar & shop, Kohout na víně, Don Pintxos, U Tří knížat, Jedna báseň a Baroko.

Říká se, že Brno je městem studentů. Milovníky nočního života mají dost barů na výběr. Nejoblíbenějšími mezi místní obyvatelé jsou Bar, který neexistuje, Super Panda Circus, už zmíněná kavárna SKØG, která se v noci promění na bar. Další pozoruhodné jsou Rotor bar, Cubana, Spirit bar a Two Faces cocktail bar.

Docela používaný mezi cestovatelé je internetový server TripAdvisor. Zde uživatelé mohou hodnotit úroveň kvality poskytovaných služeb, poměr ceny a kvality, stravování samotné a obsluhu. Databáze počítá 1064 restaurací v lokalitě Brno pro hodnocení. Podle tohoto serveru jsou k 01.04.2022 nejlépe hodnocené další restaurace: Naše Vaše Bistro, Ateliér Bar & Bistro, FAIRCAFE Restaurant, Jídelna LUKE. [25]

Název	\$-\$\$\$\$	Cenové rozmezí	Jídlo	Servis	Poměr cena/kvalita	Typ kuchyně
Naše Vaše Bistro	\$	100 Kč - 180 Kč	5	5	5	Mezinárodní
Ateliér Bar & Bistro	\$\$\$\$	49 Kč - 441 Kč	5	5	4,5	Evropská, je vhodná pro vegany
FAIRCAFE Restaurant	\$\$-\$\$\$	95 Kč - 345 Kč	5	5	4,5	Evropská, je vhodná pro vegany
Jidelna LUKE	\$	25 Kč - 105 Kč	4,5	5	4,5	Česká, evropská

*Tabulka č. 2: Hodnocení restaurace v Brně, TripAdvisor*

*Zdroj: tripadvisor.com: THE 10 BEST Restaurants in Brno – Updated April 2022 -*

*Tripadvisor [online]. Copyright © 2022 [cit. 2022-04-01]. Dostupné z:*

*[https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g274714-Brno\\_South\\_Moravian\\_Region](https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g274714-Brno_South_Moravian_Region), vlastní  
zpracování*

### **4.3. Okres Hodonín**

Okres Hodonín leží v jihovýchodní části Jihomoravského kraje. Rozloha okresu je cca 1 099 km<sup>2</sup>. Hodonínsko má 158 717 obyvatel. V okrese je 82 obcí, z toho 8 měst.

Počet návštěvníků v okrese v roce 2020 stanovil 77 680 osob, z nich 69 893 rezidentů a 7 787 nerezidentů [26]. Turisty lákají především kulturní památky, udržování lidových tradic, turistické cesty v Chříbech a v Bílých Karpatech. Ještě jedním důvodem pro návštěvu okresu jsou symbolické pro něj vinice, vinné sklepy a vinařské cyklistické stezky.

Sídlem okresu je stejnojmenné město Hodonín. Leží na pravém břehu řeky Moravy, asi 50 km jihovýchodně od Brna. Město má přibližně 26 tisíc obyvatel. Hodonín proslul kvalitním vínem, folklórem, tradicemi i malebným okolím.



Mezi významné budovy města patří radnice ve stylu norimberské secese, renesanční zámek z 16. století přestavěn do barokní podoby. Ze sakrálních staveb je nejnavštěvovanější farní kostel sv. Vavřince a kaple sv. Kříže. V Hodonínu se nachází Masarykovo muzeum s expozicí věnovanou životu prvního československého prezidenta, rodáka z Hodonína, Tomáše Garrigua Masaryka. Další zajímavosti pro návštěvníky města je Hodonínská Galerie výtvarného umění ve stylu secese, která spravuje sbírku českého umění 20. století. K významným turistickým atrakcím se dá zařadit i Zoologickou zahradu.

V blízkosti městského centra pramení minerální vody s velkým množstvím jódu, kterými jsou pacienti léčeny v Lázních Hodonín. Zdejší jodobromové vody patří mezi nejkvalitnější vody svého druhu v Evropě. V okolí města je množství atraktivních turistických cílů, síť cyklotras a vodní cesta Bařův kanál. [19]

Hodonínsko celkem má vysoký potenciál k rozvoji cestovního ruchu. Nachází se zde dostatečné množství kulturně-historických památek a atraktivit, lákajících turisty. Rychle se rozvíjí i infrastruktura – budují se nové ubytovací zařízení různých typů, kulturní a sportovní zařízení. Kromě toho území má dobrou dopravní dostupnost. Je to velkou výhodou pro turisty z Rakouska a Slovenska, se kterými okres má společné hranice. Hodonínsko má velký potenciál i v nových formách cestovního ruchu, zejména v oblasti agroturistiky.

Slabou stránkou okresu Hodonín je slabá propagace mikroregionů, nízká informovanost potenciálních návštěvníků. V zimním období počet turistů výrazně klesá oproti letnímu.

#### **4.1.3. Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v Hodoníně**

Během roku 2020 podle webu Českého statistického úřadu okres Hodonín nabízel 114 ubytovacích zařízení, 5 701 lůžko v 2 198 pokojích. Míst pro stany a karavany bylo 489. [27] V okresu nejsou pětihvězdičkové hotely, ani čtyřhvězdičkové, ale 13 hotelů vlastní 3 hvězdy, 2 hvězdy mají 2 hotely a 3 hotely mají 1 hvězdu. Největší počet ubytovacích zařízení v Hodonínsku je v kategorii penzion - 67. V okresu jsou 4 kempy, 1 chatová osada, 16 turistických ubytoven, 1 hotel garni a 11 neklasifikovaných ubytovacích zařízení. [28]

#### **4.4. Quality Hotel Brno Exhibition Centre (Brno)**

Quality Hotel Brno Exhibition Centre je čtyřhvězdičkový hotel, skládající se ze dvou propojených budov – hotelu a kongresové haly. V přízemí hotelu hosté si můžou užívat v prostorném lobby s recepcí nebo v restauraci s terasou. Právě tam se nachází i konferenční místnosti. Hotel počítá 200 komfortních pokojů. V nejvyšším patře hotelu je fitness a wellness místnost s možností masáže, saunou nebo letní vířivkou. Kongresová hala disponuje sálem, který může pojmout 350 osob, vedlejšími salonky pro separátní jednání a foyer s vlastním barem a šatnou. V areálu hotelu je možné zaparkovat až 110 osobních vozů na soukromém monitorovaném parkovišti.

Hotel leží na vzdálenosti 2 km od centra města Brna, v dobré dopravní dostupnosti od dálnice D1 i od MHD zastávek. Quality Hotel Brno Exhibition Centre je ideálním místem pobytu pro účastníky všech událostí regionálního, národního i mezinárodního charakteru, provádějících se v areálu Brněnského výstaviště, protože se nacházejí v sousedství. V blízkosti hotelu se nachází venkovní koupaliště, zábavné vědecké centrum a lanový park vhodný pro rodinný odpočinek.

V Quality Hotel Brno Exhibition Centre jsou 3 typy pokojů: Standard (86 pokojů), Executive (106 pokojů) a Suite (8 pokojů). Všechny typy pokojů jsou vybaveny kvalitním nábytkem, klimatizací, konvicí s kávovým/čajovým setem, IPTV/SAT, Wi-Fi připojením a bezpečnostním sejfem. Pokoje Executive nabízí hostům minibar, Nespresso kávovar, žehlicí set a vyšší řadu kosmetiky. Jednací apartmány Suite se skládají z místnosti na odpočinek a místnosti k práci nebo jednání. V koupelnách všech pokojů je vana se sprchou.

<b>Druh pokoje</b>	<b>Cena za noc</b>
Standardní dvoulůžkový pokoj (Standard)	od 1 540,- Kč
Exekutivní dvoulůžkový pokoj (Executive)	od 2 100,- Kč
Apartmá (Suite)	od 2 980,- Kč

*Tabulka č. 3: Ceník ubytování v Quality Hotel Brno Exhibition Centre*

*Zdroj: qualityhotelbrnoexhibitioncentre.com: Pokoje | Quality Hotel Brno Exhibition Centre, Brno [online]. Copyright © 2022 [cit. 2022-03-01]. Dostupné z:*

*<https://www.qualityhotelbrnoexhibitioncentre.com/cs/pokoje/>, vlastní zpracování*

Hotel nabízí komfortní ubytování pro všechny typy hostů. Má bohaté jednací a konferenční kapacity vybavené moderní technikou a potřebným zázemím pro účastníky i organizátory akcí všech typu. Prostorná restaurace s letní terasou je schopna pojmout několik set hostů najednou. Nabízené pokrmy a nápoje jsou sestaveny dle aktuálních trendů s důrazem na kombinaci tradičních a moderních postupů a pravidelně obměňovány nebo sezónně doplňovány. Mezi další služby patří: praní a žehlení, směnárna, parkování, relaxační služby – sauna, Whirlpool, fitness, massage, sekretářské služby, concierge a certifikovaný catering.

[16]

Rozhovor s manažerem hotelu Quality Hotel Brno Exhibition Centre panem Michalem Veselským:

*1. Kolik osob zaměstnává hotel? Jaký má typ organizační struktury?*

Hotel počítá 30-40 zaměstnanců. Před covidovou krizí v Quality Hotel Brno Exhibition Centre pracovalo kolem 100 lidí. Nejvyšší pozici v hotelu je regionální ředitel, který má na starosti hotely v Olomouci a Brně. Quality Hotel Brno Exhibition Centre má provozního ředitele, pod vedením kterého je obchodní oddělení. K obchodnímu oddělení patří úsek, který má na starosti jednání s klientelou, rezervační, korporátní klientelu. Samostatně jsou ekonomický úsek (účetní), recepce, provoz restaurace a provoz kuchyně. HR manažer, jako účetní spadá pod ředitele. Nově se zřizuje v hotelu banketní oddělení, které bude fungovat

separovaně od restauračního provozu. Číšníci toho úseku budou mít na starosti zvlášť salonky a sály na konferenční akce.

## 2. *Má hotel manažera kvality?*

Manažera kvality v Quality Hotel Brno Exhibition Centre nemají. V rámci celé firmy se řídí standardy postupu, které vytváří centrála společnosti a ty umožňují jednotlivé úseky, např. úsek recepce, obchodní apod. řídit. Takže manuál k řízení kvality hotel má. Dokumentaci pro řízení kvality v jednotlivých oblastech, které vytváří centrála managementu hotelů se nazývají SOP.

*SOP – Standard Operating Procedure*, překládá se z angličtiny jako standardní pracovní postupy. To jsou detailně popsané instrukce a postup provádění úkonů a činností s cílem dosáhnout správného a stejného výsledku. [17]

## 3. *Součástí kterých asociací je Quality Hotel Brno Exhibition Centre? Jaké certifikace má?*

Hotel je součástí Asociace hotelů a restaurací, to je “*občanské sdružení, profesní a nepolitická organizace, která vznikla sloučením profesních sdružení HO.RE.KA a Národní federace hotelů v roce 2006. Cílem asociace je podpora podnikatelů v oboru hotelnictví a gastronomie. Pracuje v oblastech legislativy a lobbyingu, prosazuje úpravy, které mohou přispět k lepšímu podnikatelskému prostředí, zajišťuje informační servis a poradenství.*” [20]

Quality Hotel Brno Exhibition Centre patří do HotelStars Union, má certifikace čtyř hvězd. Patří pod CPI Hotels, značka Quality, což je jedna ze značek americké hotelové sítě Choice. CPI Hotels a.s. je jednou z největších hotelových skupin v České republice. Pod společnost spadají hotely ze 6 evropských zemí a 16 destinací. V portfoliu CPI Hotels jsou hotely značek Clarion, Quality, Comfort, Mamaison, Courtyard by Marriott, Holiday Inn, Buddha-Bar, Spa & Kur atd.

## 4. *Jakým způsobem je posuzovaná kvalita v rámci hotelu? Jak do úrovně kvality zasahují hosté?*

Na recepci v hotelu jsou SmartBonus kartičky, něco jako dotazník, vyplněním kterého host může sdělit své dojmy ohledně poskytnuté služby a ohodnotit kvalitu obsluhy. Využívají se

recenze od zákazníků na různých portálech, např. na Booking.com. Kromě toho se dává pozor na recenze na Facebookové stránce hotelu, na Instagramu atd. V Quality Hotel Brno Exhibition Centre se koná hodně různých konferenčních akcí – semináře, meetingy, jednání atd. Po každé akci se manažeři hotelu zeptají organizátory na zpětnou vazbu, vezmou si připomínky na vědomí a případně opraví chyby.

#### *5. S čím se úroveň kvality v hotelu srovnává?*

Quality Hotel Brno Exhibition Centre patří do HotelStars Union, má 4 hvězdy. Vzhledem k tomu musí splňovat kritéria podle protokolu. Každý rok chodí kontroly z Asociaci hotelů a restaurací, které zjišťují, odpovídá-li podnik určitým bodům a kritériím. Pokud se něco nespĺňuje, vždy to hotel musí napravit.

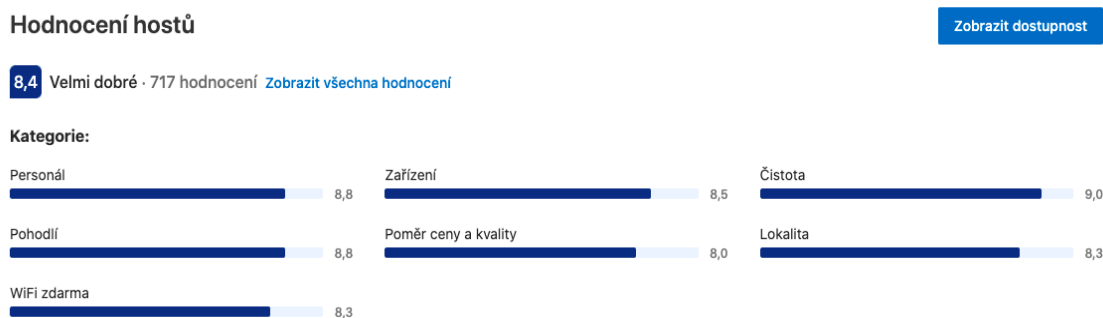
#### *Kritéria pro čtyřhvězdičkový hotel podle HotelStars Union:*

- Recepce je obsazena personálem 16 hodin denně, prostředky digitální komunikace či telefonicky je fyzicky dostupná 24 hodin denně
- Hotelová hala s místy k sezení a nápojovým servisem, hotelový bar nebo prostor k posezení
- Snídaňový bufet s obsluhou nebo ekvivalentní snídaňový jídelní lístek
- Minibar či maxibar nebo nápoje k dispozici 16 hodin denně prostřednictvím pokojové služby "Room Service"
- Pohodlné sezení (čalouněné křeslo/pohovka) s odkládacím stolem/policí
- Župan a pantofle na vyžádání
- Kosmetické produkty (např. sprchovací čepice, pilníček na nehty, bavlněné tampony), kosmetické zrcátko, velká odkládací plocha v koupelně
- Mezinárodní TV kanály [18]

#### *6. Jak v hotelu probíhá proces přebírání nových trendů a jejich zavádění v rámci kvality?*

Kvůli tomu, že se kromě Quality Hotel Brno Exhibition Centre pod značkou Quality nachází 30 dalších, hotel samostatně nic nepřibírá. Ten proces je řízen centrálou firmy, nové trendy procházejí přes standardy stanovené jí a hotelovou sítí Choice, pod kterou také hotel spadá.

Jedním z nástrojů konkurenceschopnosti hotelů je kvalita poskytovaných služeb a jejich škála. Podle koncepci TQM jedním z nejdůležitějších bodů při řízení kvality je uspokojení potřeb zákazníka. Při provozu hotelu by vedení mělo vnímat reakci zákazníků ať už kladnou nebo zápornou a reagovat na případné stížnosti nebo návrhy.



Obrázek č. 4: Hodnocení Quality Hotel Brno Exhibition Centre

Zdroj: booking.com: *Booking.com: Hotely Brno. Rezervujte hotel hned!* [online]. Copyright © 1996–2022 [cit. 2022-03-01]. Dostupné z: <https://www.booking.com/hotel/cz/holiday-inn-brno.cs.html>

Na webu agentury pro on-line rezervaci ubytování Booking.com Quality Hotel Brno Exhibition Centre má průměrné hodnocení 8,4 bodů z 10. Z nichž čistota - 9, pohodlí - 8,8, lokalita - 8,3, zařízení - 8,5, personál - 8,8, poměr ceny a kvality - 8, Wi-Fi zdarma - 8,2 bodů.

Ačkoliv má hotel docela vysoké hodnocení, dostává na Booking.com i negativní recenze. Hosté se stěžují většinou na špatnou zvukovou izolaci, drahé parkování, absence lednicí na pokojích, staré vybavení, zejména klimatizace, nedostatek personálu. Na všechny recenzi, buď negativní nebo pozitivní hotel rychle reaguje a případné problémy řeší.

#### 4.5. Hotel Filipov (Javorník, okres Hodonín)

Wellness hotel Filipov se nachází na jižní Moravě na úpatí Velké Javořiny na okraji chráněné krajinné oblasti Bílé Karpaty, poblíž obce Javorník u Velké nad Veličkou. Okolní krajina je velmi vhodná pro zájemce o turistiku a cykloturistiku. V zimním období se nabízí vyžití milovníkům zimních sportů na přilehlém areálu SKI FILIPOV, který je od hotelu vzdálen cca 500 metrů. V blízkém okolí se nachází mnoho zajímavých historických a kulturních památek.

Klidné prostředí hotelu Filipov nabízí pořádání rodinných rekreací, oslav, školení, škol v přírodě a sportovních soustředění.

Hotel Filipov se skládá ze dvou částí, a to hotelová část a zrekonstruovaný v roce 2019 bezbariérový penzion. V hotelové části jsou k dispozici 5 dvoulůžkových pokojů; 1 dvoulůžkový pokoj s přistýlkou; 9 dvoulůžkových pokojů se dvěma přistýlkami; 2 apartmány se dvěma ložnicemi, pro 5 až 7 osob; 1 rodinný pokoj se dvěma ložnicemi, pro 7 osob. Tato část má společenskou místnost s krbem, gaučovým sezením a společenskými hrami.

<b>Druh pokoje</b>	<b>Cena</b>
Jednolůžkový pokoj	600,- Kč/noc
Dvoulůžkový pokoj	1300,- Kč/noc
Třilůžkový pokoj	1800,- Kč/noc
Čtyřlůžkový pokoj	2200,- Kč/noc

*Tabulka č. 4: Ceník ubytování hotel Filipov*

*Zdroj: hotel-filipov.com: Hotel Filipov – Ceník ubytování [online]. Copyright © 2018 [cit. 2022-03-03]. Dostupné z: <http://www.hotel-filipov.com/index.php/hotelove-sluzby/cenik-ubytovani>*

Penzion Filipov lze pronajmout i jako celek pro minimálně 20 osob. Obsahuje 2 dvoulůžkové pokoje se dvěma přistýlkami, 4 apartmány se dvěma ložnicemi, pro 4 až 6 osob. V penzionu se nachází společenská místnost s televizí, židlemi a společenskými hrami, tento prostor se využívá i jako zasedací místnost s kapacitou 35 osob. Hostům v penzionu je k dispozici také společná kuchyňka s elektrickým sporákem, mikrovlnnou troubou rychlovarnou konvicí, lednicí s mrazákem a myčkou nádobí.

Každá ubytovací jednotka (pokoj, apartmán, rodinný pokoj) je kromě lůžek vybavena i TV a má také vlastní koupelnu se sprchovým koutem a WC. V hotelových apartmánech jsou také kuchyně, se sporákem, mikrovlnnou troubou, lednicí a rychlovarnou konvicí. Na požádání

hostů lze do kteréhokoliv pokoje přidat dětskou postýlku. V obou budovách je dostupné bezplatné Wi-Fi připojení na internet.

Součástí hotelu je restaurace s terasou, wellness zóna s vnitřním bazénem, finskou saunou a vířivkou, fitness centrum a venkovní hřiště. Hosté si k pobytu mohou doobjednat snídaně nebo polopenzi a také vyzkoušet wellness procedury, masáže, manikúru a pedikúru. Hosté hotelu mohou odpočinout u rybníku, v altánu s kapacitou 30 osob nebo na tzv. grillplatze, kde jsou k dispozici gril a výčep. Hotel zajišťuje parkování pro 20 aut, které je hlídáno kamerovým systémem.

Rozhovor s vlastníkem hotelu Filipov panem Tomášem Hráčkem:

*1. Kolik osob zaměstnává hotel? Jaký má typ organizační struktury?*

V aktuální době má hotel 2 stále zaměstnance na hlavní pracovní poměr, 5 osob zaměstnaných na dohodu o provedení práce, kteří se volají dle potřeby. Všechny organizační záležitosti řeší jednatelka firmy vlastníci hotel Marie Hráčková. Ta rozděluje práci a dohlíží na chod obecně.

*2. Má hotel manažera kvality?*

Hotel nemá manažera kvality. Kvalita odvedené práce závisí na každém ze zaměstnanců. Plánuje se, že v budoucnu bude za kvalitu zodpovídat jeden člověk, zvolený v každé provozní oblasti (kuchyně, úklid, číšník, údržba), a její kvalitu vymáhat po ostatních lidech, svěřených mu ke koordinaci. Hlavní pracovníci se budou zodpovídat vedoucímu hotelu. Na zavedení zmíněného systému se v aktuální době pracuje.

*3. Součástí kterých asociací je hotel? Jaké certifikace má?*

Hotel je hodnocen certifikátem Českého systému kvality služeb, má 3 hvězdičky.

*4. Jakým způsobem je posuzovaná kvalita v rámci hotelu? Jak do úrovně kvality zasahují hosté?*

Výsledná kvalita je posuzována především vedoucím hotelu a hosty. Oni jsou vždy informováni, aby jakýkoliv problém ihned hlásili, aby mohlo být provedeno jeho odstranění.



Hostům se v průběhu pobytu nebo návštěvy restaurace obsluha klade dotazy ohledně spokojenosti. Kromě toho hosté dávají odezvu až po odjezdu prostřednictvím recenzí na facebookové stránce hotelu, ať už kladných nebo záporných.

#### *5. S čím se úroveň kvality v hotelu srovnává?*

Úroveň kvality se částečně srovnává s konkurencí v okolí. Především je posuzována pouze v rámci hotelu.

#### *6. Jak v hotelu probíhá proces přebírání nových trendů a jejich zavádění v rámci kvality?*

Provoz posuzovaného hotelu se dle trendů neřídí. A to se týče jak ubytování, tak i stravování. Jedná se o problematiku, která se bude řešit v následujících obdobích. V aktuální době probíhá modernizace a údržba kompletně celého objektu a provozu.

Hotel Filipov se nepodařilo dohledat na Booking.com, ale na webu Recenze.cz bylo nalezeno 20 recenze. Většina z nich jsou negativní, hosté popisují pobyt slovem “katastrofa”. Stěžuje se na nezdvořilost personálu, plísň v koupelnách, nepříjemný zápach v pokojích a na čistotu celkově. Z pozitivních stran se vyznačují klidné prostředí a wellness služby. Průměrné hodnocení hotelu je 2,8 bodů z 5. Ubytování v Hotel Filipov doporučuje 9 z 20 recenzentů.

## **5. NÁVRHOVÁ ČÁST**

V této části bakalářské práce budou navrženy způsoby zvýšení kvality poskytovaných služeb hotely, které byly zanalyzované v analytické části, a to Quality Hotel Brno Exhibition Centre v Brně a hotelu Filipov v Javorníku (okres Hodonín). Návrhy budou vytvořeny na základě stížností a negativních recenzí hostů na Booking.com a Recenze.cz.

### **5.1. Návrhy pro Quality Hotel Brno Exhibition Centre**

Během analýzy služeb poskytovaných hotelem Quality Hotel Brno Exhibition Centre byly zjištěny další problémy: drahé parkování, absence lednicí na pokojích, zastaralá klimatizace a vybavení, nedostatek personálu, špatná zvuková izolace.

## 1. Drahé parkování

Quality Hotel Brno Exhibition Centre nabízí bezpečné parkování pro hosty v areálu s více než 110 míst za 420 Kč/noc. Cena byla zjištěna z recenzí, na oficiální stránce hotelu tato informace není uvedena. Na základě toho se dá připustit, že pro hosty s autem při check-inu cena parkování je překvapením.

### *Řešení:*

Zprvč hosté Quality Hotel Brno Exhibition Centre by měli být předem informováni o ceně parkování. Třeba z webu hotelu, z Booking.com, nebo při rezervaci, nikoliv po check-inu.

Tím, že hotel stanoví tak vysokou cenu na parkování – snižuje svou konkurenceschopnost. Čtyřhvězdičkové hotely-konkurenty, například Cosmopolitan Bobycentrum, OREA Congress Hotel Brno, SONO Hotel Brno mají stanovenou cenu 250 Kč/noc. Vedení hotelu by mělo přiblížit ceny k tržním.

Dalším možným řešením je kompenzace. Pro hosty, které využívají parkovací služby by hotel mohl nabídnout 30% slevu na snídani v restauraci hotelu nebo na wellness služby.

## 2. Špatná zvuková izolace

Na Booking.com bylo nalezeno hodně recenzí ve kterých se hosté stěžují na hluk zvenku, z chodby a jiných pokojů. Je pochopitelné, že na dovolené nebo během služební cesty se hosté chtějí ve svém pokoji cítit klidně a bezpečně jako doma. Pokud není tomu tak, pravděpodobně vyvolá to u zákazníka nepohodlí a podráždění. Nespokojenost hostů vede ke snížení hodnocení hotelu a poklesu jeho oblíbenosti u zákazníků, a tím poškozují pověst. Aby k takové situaci nedocházelo, je nutné provést rekonstrukce, identifikovat „slabá místa“ a řešit otázky zvukové izolace a akustiky, zejména:

- provést zvukovou izolaci mezi místnostmi (odhlučnit dveře a stěny místností, které jsou společné s chodbou)
- provést zvukovou izolaci mezi pokoje a veřejnými místy v souladu se stanovenými limity pro venkovní hluk

**Základní limity pro venkovní hluk (např. u obytných domů) jsou následující:**

venkovní hluk	den (6:00-22:00)	noc (22:00-6:00)
základní limit – pro hluk jiný, než z dopravy	50 dB	40 dB
pro hluk ze silniční dopravy	55 dB	45 dB
pro hluk z železniční dopravy	55 dB	50 dB
pro hluk z hlavních silnic	60 dB	50 dB
pro hluk v ochranných pásmech drah	60 dB	55 dB
pro starou hlukovou zátěž	70 dB	60 dB
pro starou hlukovou zátěž u železničních drah	70 dB	65 dB

**Základní limity pro vnitřní hluk (uvnitř obytných místností) jsou následující:**

vnitřní hluk	den (6:00-22:00)	noc (22:00-6:00)
základní limit	40 dB	30 dB
pro hluk ze silniční dopravy (neplatí pro stavby dokončené po 1.6.2006, u nich se použije základní limit)	45 dB	35 dB
pro hluk z hudby, zpěvu a řeči	35 dB	25 dB

*Obrázek č. 5: Hygienické limity hluku*

Zdroj: akusticka-pena.cz: *Hygienické limity hluku – znáte je?* | akusticka-pena.cz [online].

Copyright © 2009–2022 [cit. 2022-03-03]. Dostupné z: <https://www.akusticka-pena.cz/novinky/hygienicke-limity-hluku/>

- provést zvukovou a vibrační izolaci mezipodlažních stropů
- snížit hladinu hluku z výtahů, inženýrských systémů (dodávky tepla, vody, větrání a klimatizace), technických místností umístěných uvnitř budovy
- odstínit hluk z venkovních inženýrských systémů
- vytvořit příjemné akustické prostředí ve veřejných prostorech – konferenčních místnostech, lobby, sálech, restauracích.

Mnohem obtížnější a nákladnější je vyřešit takové problémy po dokončení opravy a někdy je to prostě nemožné bez významných modifikací.

Taková varianta řešení daného problému by dnes byla pro Quality Hotel Brno Exhibition Centre moc nákladovou, protože jedná se o rekonstrukci celé budovy. V budoucnu vedení hotelu by se mohlo zaměřit na tento cíl jako dlouhodobý.

Alternativní variantou, realizovatelnou v krátkodobém časovém horizontu by mohlo být odhlučnění oken a dveří v pokojích. Plastová okna mohou snížit hluk průměrně až o 35 dB.

#### *Nákladovost opatření:*

Vzhledem k tomu, že ceny oken jsou velmi odlišné, dá se spočítat pouze orientační náklady podle konstrukčního provedení. Dvoukřídlé otevíravé okno 1300 x 1400 může stát cca 6500–7500 Kč. Kromě ceny samotného produktu se do kalkulace vstupují také i pracovní náklady: demontáž starých oken, dodávka včetně montáže nových, zednické začištění, likvidace starých oken. Ty se mohou pohybovat v průměru mezi 3 000 až 10 000 Kč. Přibližně se počítá s 4000–5000 Kč/m<sup>2</sup> plochy okna. Jedná se však pouze o hrubý výpočet. Přesnější výpočet ceny zajišťují dodavatelé oken.

V hotelu Quality Hotel Brno Exhibition Centre je potřeba vyměnit 208 oken v pokojích. V e-shopu “Skladová okna” dvoukřídlé otevíravé okno šířkou 1,45 m a výškou 1,3 m stojí 7 604 Kč za kus včetně DPH. Aby vypočítat pracovní náklady je nutné vědět plochu okna. Ta je 1,88 m<sup>2</sup>. Průměrné pracovní náklady činí 8 505 Kč za kus.

<b>Položka</b>	<b>Cena za 1 kus</b>	<b>Cena za 208 kusů</b>
Okno	7 604,- Kč	1 581 632,- Kč
Pracovní náklady	8 505,- Kč	1 769 040,- Kč
<b>Celkem</b>	<b>16 108,- Kč</b>	<b>3 350 672,- Kč</b>

*Tabulka č. 5: Náklady na výměnu oken v Quality Hotel Brno Exhibition Centre*

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Hotel disponuje 200 pokoji. V každém je potřeba podle návrhu vyměnit dveře na protihlukové. Společnost ERKADO nabízí protihlukové dveře se zvukovou neprůzvučností

32, 35, 37, nebo 38 dB vybavené vložkou pro zvýšení neprůzvučnosti za cca 7 340 Kč včetně DPH. Pracovní náklady, které zahrnují montáž dveří a obložkové zárubně činí 1 900 Kč.

<b>Položka</b>	<b>1 kus</b>	<b>200 kusů</b>
Dveře	7 340,- Kč	1 468 000,- Kč
Pracovní náklady	1 900,- Kč	380 000,- Kč
<b>Celkem</b>	<b>9 240,- Kč</b>	<b>1 848 000,- Kč</b>

*Tabulka č. 6: Náklady na výměnu dveří v Quality Hotel Brno Exhibition Centre*

*Zdroj: Vlastní zpracování*

### 3. Nedostatek personálu

Nedostatek personálu je jedním z problémů většiny hotelů, vyvolaných pandemií koronaviru. Toho si všímá jak vedení, tak i hosté ubytovacích zařízení. Kvůli tomu hotel musel omezit některé své služby.

*Řešení:*

- zmírnění podmínek výběrového řízení;
- umístění inzerátů o hledání zaměstnanců na webech pro hledání práce (Prace.cz, Jobs.cz, Fajn brigády), využití šeptandy a doporučení mezi známé;
- přilákání potenciálních zaměstnanců pracovními podmínkami, benefity, atmosférou v týmu, firemní kulturou.

*Nákladovost:*

Hotel bude muset vynaložit náklady jenom na 2. opatření – umístění inzerátů o hledání zaměstnanců na webech pro hledání práce (Prace.cz, Jobs.cz).

Na Jobs.cz se obvykle hledají experty, specialisty, manažery atd.. Web zkoumá 130 uchazečů denně. Za rok 2,5 milionů lidí reagují na nabídky. Prace.cz je více vhodný pro hledání řemeslníků, asistenty, pomocníky atd. Podle statistiky portálem prochází 50 000 uchazečů denně a reaguje na nabídky kolem 1,8 milionů lidí. Je možné zakoupit kombinovaný balíček,

který pomůže uspořit až 49 %, a inzerovat zároveň na Jobs.cz, Prace.cz a na Práce za Rohem. Nabízí se 3 druhy balíčku s různými podmínkami a respektive i ceny. Nejvhodnějším pro Quality Hotel Brno Exhibition Centre by byl “Kombi 5”. Ten zahrnuje 5 inzerátů na Jobs.cz nebo 10 na Prace.cz, nebo 10 na Práce za Rohem během roku. Případně se dá zvolit libovolnou kombinaci. Inzerát jednou týdně se přesune na začátek výpisu. Stojí takový balíček 32 500 Kč.

<b>Položka</b>	<b>Cena/rok</b>
Balíček Kombi 5	32 500,- Kč

*Tabulka č. 7: Náklady na inzerce na webech pro hledání práce*

*Zdroj: Vlastní zpracování*

#### 4. Absence lednicí

Podle požadavků na čtyřhvězdičkové hotely všechny pokoje by měly být vybavený lednicí. Po přečtení recenzí hostů bylo zjištěno, že v Quality Hotel Brno Exhibition Centre lednice jsou pouze v pokojích typu Executive tj. v 106 z 200 pokojů.

#### *Řešení:*

Vybavit všechny pokoje lednicemi, jak to je podle podmínek pro čtyřhvězdičkové hotely. Po zkoumání internet-obchodů, nabízejících elektroniku, dá se říct, že nejlepší variantou z pohledu poměru ceny a kvality je mini lednice Candy CFO 050 E. Ta má hodnocení 4,5 z 5 bodů, je vhodná pro užívání v hotelech a jiných ubytovacích zařízeních. Uživatelé doporučují právě tento model díky tichému provozu, poměrně nízké spotřebě elektřiny a efektivnímu chlazení. Stojí taková lednice cca 3 000 Kč. Pro vybavení všech pokojů lednicemi by hotel měl zakoupit ještě 94 kusy.

<b>Položka</b>	<b>Cena za 1 kus</b>	<b>Cena za 94 kusy</b>
Lednice	2 599,- Kč	244 306,- Kč
Prodloužení záruky o 3 roky (5 let)	457,- Kč	42 958,- Kč
<b>Celkem</b>	<b>3 056,- Kč</b>	<b>287 264,- Kč</b>

*Tabulka č. 8: Náklady na vybavení pokojů typu Standard a Suite v Quality Hotel lednicemi  
Zdroj: Vlastní zpracování*

Alternativní variantou může být minibar. Liší se od mini lednic tím, že má za účel spíš uchovávání nápojů, ne potravin. U minibaru výhodou je nižší spotřeba díky tomu, že nejsou vybaveny mrazákem. Cena také bývá nižší, aspoň srovnatelná. Většina modelů zaručuje tichý provoz. Mezi nejoblíbenější značky minibarů se řadí Klarstein, Guzzanti a Concept. Většina zařízení se nachází v cenovém rozmezí 3 až 7 tisíc korun.

## **5.2. Návrhy pro Hotel Filipov**

Během analýzy hotelu Filipov bylo zjištěno, že kvalitu vlastních služeb posuzují v první řadě v rámci hotelu a na základě recenzí od hostů. Každá připomínka zákazníka stává pomůckou při zlepšení služeb hotelu a napravení chyb. Podle hostů hotelu Filipov největší problém spočívá v nedodržení čistoty z čehož vyplývá nepříjemný zápach v pokojích a plísně v koupelnách.

### *Řešení:*

V hotelu Filipov je potřeba se celkově zaměřit na služby housekeepingu. Příčinami nedostatečně kvalitních služeb tohoto úseku mohou být slabá motivace nebo nízká kvalifikace personálu.

Při vedení lidí v housekeepingu neposlední roli hraje komunikace s týmem, pořádání tréninků, motivování, důvěra ze strany nadřízeného. Uvědomělé, spokojené a motivované zaměstnanci se chovají zodpovědněji. Samozřejmě vedení úseku nebo celého hotelu musí čas od času prověřovat kvalitu vykonané práce.

Motivace nemusí být vždy materiální, není to jenom o penězích. Zaměstnanec musí cítit, že je součástí procesu. Uznání práce a úcta ze strany kolegů a nadřízeného také může stát hnací silou. Motivací může být i přátelská atmosféra v kolektivu, aby zaměstnanci chodili do práce v klidu, s radostí a zodpovědně plnili své úlohy.



## ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo pojednat o kvalitě cestovního ruchu, jejím významu a měření. V teoretické části byly vymezené základní pojmy, týkající se tématu práce. Kromě toho byly uvedeny způsoby měření a hodnocení kvality služeb v cestovním ruchu a nástroje pro řízení kvality. I když se do turistických služeb řadí informační, dopravní, lázeňské, animační atd., větší důraz byl kladen na ubytovací a stravovací služby.

Praktická část byla rozdělena do dvou částí, a to analytické a návrhové. První část se věnuje praktickému měření kvality v okrese Brno-město, okrese Hodonín a v Jihomoravském kraji celkem. Volba zmíněných destinací je motivována tím, že se tam provozují podniky, kvalita služeb kterých se hodnotí v dalších kapitolách.

Po analýze došlo k závěru, že Jihomoravský kraj je docela lákavý pro turisty, především díky velkému počtu historických a kulturních památek. Zřejmé je, že konkurence mezi podniky v Brně je větší než v Hodonínu. Což je dané v první řadě velikostí a návštěvností města. V Brně je velká rozmanitost provozoven. Většina z nich je soustředěna v centru města. Aby podniky byli pro zákazníky prioritou, musí se výrazně odlišovat od ostatních a neustále se zlepšovat.

Pro analýzu kvality služeb byli zvoleny čtyřhvězdičkový hotel Quality Hotel Exhibition Centre v Brně a tříhvězdičkový hotel Filipov v Javorníku. Hotely se od sebe velmi liší – od prostředí a podmínek, ve kterých se provozují až po metody řízení kvality. Společným znakem je vnímání zákazníků a jejich zpětné vazby. V rámci analytické části byly zkoumány recenze hostů na Booking.com a na Recenze.cz. Podle je byly identifikovány silné stránky hotelů a jejich nedostatky.

Na základě nedostatku v návrhové části práce byla navržena opatření ke zvýšení kvality služeb daných hotelů.

Cíl bakalářské práce byl splněn. Práce je především využitelná pro Quality Hotel Exhibition Centre a pro hotel Filipov.

## POUŽITÉ ZDROJE

- [1] INDROVÁ, Jarmila, Petr HOUŠKA a Zdenka PETRŮ. *Kvalita ve službách cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica, 2011. ISBN 978-80-245-1766-7.
- [2] SUCHÁNEK, Petr. *Vliv kvality na výkonnost a konkurenceschopnost podniku*. Brno: Masarykova univerzita, 2013. ISBN 978-80-210-6627-4.
- [3] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea Servis, 2010. ISBN 978-80-8597-068-5.
- [4] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu – jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha: Grada, 2012. ISBN: 978-80-247-4209-0.
- [5] GOELDNER, CH. R. & RITCHIE, J. R. B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, 2009.
- [6] VEBER, Jaromír. *Management: základy, prosperita, globalizace*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2000. 700 s. ISBN 80-7261-029-5.
- [7] PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky. 2., aktualiz. a rozš. vyd.* Praha: Grada, 2014, 262 s. ISBN 978-80-247-3643-3.
- [8] HÁN, Jan, Martina BERÁNEK, Stanislava BELEŠOVÁ, Dan MRKOS, et al. *Vybrané kapitoly z hotelnictví a gastronomie. Vydání první*. Praha: Wolters Kluwer, 2016, 351 s. ISBN 978-80-7552-253-5.
- [9] hotelstars.eu: *Popis* [online]. Copyright © 2021 [cit. 2021-11-13]. Dostupné z: <https://www.hotelstars.eu/cs/system/popis>.
- [10] managementmania.com: *Management kvality* [online]. Copyright © 2011-2016 [cit. 2021-11-13]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/rizeni-kvality>.
- [11] tuv.sud.cz: *ISO 9001 Certifikace systému managementu jakosti* [online]. Copyright © 2020 [cit. 2021-11-13]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/ISO\\_9000](https://cs.wikipedia.org/wiki/ISO_9000).
- [12] publi.cz: *Management kvality*. [online]. Copyright © 2015 [cit. 2021-11-16]. Dostupné z: <https://publi.cz/books/276/03.html>.

- [13] businessinfo.cz: *Charakteristika Jihomoravského kraje* | *BussinesInfo.cz* [online]. Copyright © 1997-2022 [cit. 2022-01-25]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/charakteristika-jihomoravskeho-kraje>
- [14] vdb.czso.cz: *Hromadná ubytovací zařízení ČR* [online]. Copyright © 2022 [cit. 2021-11-13]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/huz/krhuz.jsp?k=CZ064>
- [15] www2.brno.cz: *Brněnský deník* | *Kolik zubu má brněnský drak? Ptají se cizinci* [online]. Copyright © 2007 [cit. 2022-01-27]. Dostupné z: <http://www.brno.cz/index.php?nav01=70&nav02=4006&nav03=1007&nav04=2875&nav05=2597&nav06=5235&nav07=5254&nav08=9107>
- [16] hotelawards.cz: *Quality Hotel Brno Exhibition Centre\*\*\*\* - Czech Hotel Awards* [online]. Copyright © 2022 [cit. 2022-01-28]. Dostupné z: [https://www.hotelawards.cz/portfolio-item/quality\\_hotel\\_brno\\_exhibition\\_centre/](https://www.hotelawards.cz/portfolio-item/quality_hotel_brno_exhibition_centre/)
- [17] managementmania.com: *SOP (Standart Operating Procedure) Standardní pracovní postup* [online]. Copyright © 2011-2016 [cit. 2021-01-28]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/sop-standard-operating-procedure-standardni-pracovni-postup>
- [18] hotelstars.eu: *Kritéria* [online]. Copyright © 2021 [cit. 2021-01-29]. Dostupné z: [Kritéria v Hotelstars Union](#)
- [19] kudyznudy.cz: *Kudy z nudy – Lázeňské město Hodonín a jeho zajímavosti* [online]. Copyright © 2022 [cit. 2021-02-17]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/lazenske-mesto-hodonin-a-jeho-zajimavosti>
- [20] ahrer.cz: *O asociaci :: Asociace hotelů a restaurací České republiky* [online]. Copyright © 2021 [cit. 2021-02-20]. Dostupné z: <https://www.ahrer.cz/o-asociaci/>
- [21] managementmania.com: *Total Quality Management (TQM)* [online]. Copyright © 2011–2016 [cit. 2022-02-21]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/total-quality-management>
- [22] vdb.czso.cz: *Hromadná ubytovací zařízení ČR* [online]. Copyright © 2022 [cit. 2022-04-12]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/huz/kraj.jsp?k=CZ064>

- [23] vdb.czso.cz: *Výstupní objekt VDB* [online]. Copyright © 2022 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/>
- [24] vdb.czso.cz: *Hromadná ubytovací zařízení ČR* [online]. Copyright © 2022 [cit. 2022-03-01]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/huz/okhuz.jsp?k=CZ0642>
- [25] tripadvisor.com: *THE 10 BEST Restaurants in Brno - Updated April 2022 – Tripadvisor* [online]. Copyright © 2022 [cit. 2022-04-01]. Dostupné z: [https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g274714\\_Brno\\_South\\_Moravian\\_Region\\_Moravia.html](https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g274714_Brno_South_Moravian_Region_Moravia.html)
- [26] vdb.czso.cz: *Výstupní objekt VDB* [online]. Copyright © 2022 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU03a&z=T&f=TABULKA&skupId=1330&filtr=G%7EF\\_M%7EF\\_Z%7EF\\_R%7EF\\_P%7E\\_S%7E\\_U%7E301\\_null\\_&katalog=31743&pvo=CRU03a&str=v288&u=v288\\_VUZEMI\\_101\\_40746](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU03a&z=T&f=TABULKA&skupId=1330&filtr=G%7EF_M%7EF_Z%7EF_R%7EF_P%7E_S%7E_U%7E301_null_&katalog=31743&pvo=CRU03a&str=v288&u=v288_VUZEMI_101_40746)
- [27] vdb.czso.cz: *Výstupní objekt VDB* [online]. Copyright © 2022 [cit. 2022-04-12]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU02&z=T&f=TABULKA&filtr=G%7EF\\_M%7EF\\_Z%7EF\\_R%7EF\\_P%7E\\_S%7E\\_U%7E301\\_null\\_&katalog=31742&str=v1297&v=v1339\\_KAT\\_154\\_1&u=v1297\\_VUZEMI\\_101\\_40746](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU02&z=T&f=TABULKA&filtr=G%7EF_M%7EF_Z%7EF_R%7EF_P%7E_S%7E_U%7E301_null_&katalog=31742&str=v1297&v=v1339_KAT_154_1&u=v1297_VUZEMI_101_40746)
- [28] vdb.czso.cz: *Výstupní objekt VDB* [online]. Copyright © 2022 [cit. 2022-04-12]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&filtr=G%7EF\\_M%7EF\\_Z%7EF\\_R%7EF\\_P%7E\\_S%7E\\_U%7E301\\_null\\_&katalog=31742&str=v115&c=v3~8\\_RP2020&u=v115\\_VUZE MI\\_101\\_40746](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&filtr=G%7EF_M%7EF_Z%7EF_R%7EF_P%7E_S%7E_U%7E301_null_&katalog=31742&str=v115&c=v3~8_RP2020&u=v115_VUZE MI_101_40746)

## **SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK**

Obrázek č. 1: Turistické oblasti Jižní Moravy (s.31)

Obrázek č. 2: Ceny ubytování v Brně (s.36)

Obrázek č. 3: Restaurace v Brně (s.38)

Obrázek č. 4: Hodnocení Quality Hotel Brno Exhibition Centre (s.46)

Graf č. 1: Vývoj návštěvnosti HUZ v Jihomoravském kraji (s.34)

Diagram č. 1: Počet ubytovacích zařízení v Jihomoravském kraji (s.33)

Diagram č. 2: Ubytovací zařízení v okrese Brno-město (s.36)

Tabulka č. 1: Požadavky na jednotlivé klasifikace (s.20)

Tabulka č. 2: Hodnocení restaurace v Brně, TripAdvisor (s.40)

Tabulka č. 3: Ceník ubytování v Quality Hotel Brno Exhibition Centre (s.43)

Tabulka č. 4: Ceník ubytování hotel Filipov (s.47)

Tabulka č. 5: Náklady na výměnu oken v Quality Hotel Brno Exhibition Centre (s.52)

Tabulka č.6: Náklady na výměnu dveří v Quality Hotel Brno Exhibition Centre (s.53)

Tabulka č. 7: Náklady na inzerce na webech pro hledání práce (s.54)

Tabulka č. 8: Náklady na vybavení pokojů typu Standard a Suite v Quality Hotel lednicemi (s.55)