

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu

Valeriia SHVETSOVA

MĚŘENÍ KVALITY V CESTOVNÍM RUCHU

Measurement of Quality in Tourism

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

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

Katedra cestovního ruchu a odborných předmětů

Brno, 2021

Jméno a příjmení autora: Valeriia Shvetsova
Název bakalářské práce: Měření kvality v cestovním ruchu
Název bakalářské práce v AJ: Measurement of Quality in Tourism
Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního
Vedoucí bakalářské práce: Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.
Rok obhajoby: 2021

Anotace:

Bakalářská práce je zaměřena na hodnocení kvality služeb cestovního ruchu. Cílem práce je analyzovat principy kvality, její měření v cestovním ruchu a standardy používané k jejímu hodnocení. Na příkladu hlavního města Prahy byla provedena analýza hodnocení kvality v cestovním ruchu.

Annotation:

Bachelor thesis is focused on the evaluation of the quality of tourism services. The aim of this work is to analyze the principles of quality, its measurement in tourism and the standards used to evaluate it. An analysis of quality assessment in tourism was performed on the example of the capital city of Prague.

Klíčová slova:

Řízení jakosti, služby cestovního ruchu, ISO normy, EFQM model, Národní systém kvality služeb v cestovním ruchu, certifikace, národní certifikáty kvality v hotelnictví a gastronomii.

Key words:

Quality management, tourism services, ISO standards, EFQM model, National quality system of services in tourism, certification, national quality certificates in hospitality and gastronomy.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci *Měření kvality v cestovním ruchu* vypracovala samostatně pod vedením *Ing. Zdeněka Máleka, Ph.D* a uvedla 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 9. dubna 2021

vlastnoruční podpis autora

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucímu své diplomové práce Ing. Zdeňku Málkovi, Ph.D. za jeho rady, připomínky a velmi hodnotná doporučení, čímž mi napomohl k napsání této práce. Dále bych chtěla poděkovat rodině a v neposlední řadě přátelům za podporu.

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Katedra cestovního ruchu a odborných předmětů

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: Valeriia SHVETSOVA

Osobní číslo: 14632833

Studijní program: Gastronomie, hotelnictví a turismus (B6503) Studijní obor:
Management hotelnictví a cestovního ruchu (6501R027)

TÉMA PRÁCE: MĚŘENÍ KVALITY V CESTOVNÍM RUCHU

TÉMA PRÁCE V AJ: MEASUREMENT OF QUALITY IN TOURISM

Cíl stanovený pro vypracování BP

1. Teoretická část BP:

- V teoretické části pojednejte o problematice kvality a zásadách jejího měření v cestovním ruchu. Uveďte platné normy, které jsou k tomu využívány.

2. Praktická část BP:

- Analytická část:

- Analyzujte vámi vybranou destinaci cestovního ruchu z hlediska měření kvality poskytovaných služeb cestovního ruchu, způsoby měření, výsledky měření.

- Návrhová část:

- navrhnete opatření vedoucí ke zkvalitnění objektivitu měření úrovně kvality cestovního ruchu, jejich implementaci a nákladovost.

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] BENEŠOVÁ, P., VACKOVÁ, P.: Vliv certifikace zařízení na kvalitu služeb v řetězci lázeňských a wellness hotelů Royal Spa. In: Sborník mezinárodní vědecké konference. Hotelnictví, turismus a vzdělávání. Inovace a kvalita služeb. 4. ročník. Praha : Vysoká škola ekonomická, 2012. ISBN 978-80-87411-40-7.

[2] ČESKÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB: Standard Českého systému kvality služeb. Csks.cz [online] 2014. [cit. 2014-04-19]. Dostupný na <https://organizace.csks.cz/cs/o-ceskem-systemu-kvality-sluzeb/struktura-systemu.htm>

[3] JAKUBÍKOVÁ, D.: Marketing v cestovním ruchu: principy, postupy, metody. Praha : Grada Publishing, 2009. Počet stran 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.77

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: 1. června 2020

Termín odevzdání bakalářské práce: 16. dubna 2021

V Brně dne: doplňte 1. června 2020

L. S.

Dr. Ing. Pavel Tvrzník

vedoucí katedry

Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.

prorektor pro vzdělávací činnost

OBSAH

<i>Úvod</i>	8
<i>I. Teoretická část</i>	10
<i>1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÝCH POJMŮ</i>	11
1.1 Definice cestovního ruchu	11
1.2 Definice kvality	13
1.3 Systém řízení kvality	19
1.3.1 Základní principy managementu kvality	20
1.3.2 Management kvality podle norem ISO	23
1.3.3 Koncepte TQM (Total Quality Management).....	25
1.3.4 Model excelence EFQM	26
1.3.5 Systém řízení kvality v ČR	27
1.3.6 Systém klasifikace ubytovacích zařízení Hotel Stars Union	28
<i>II. Praktická část</i>	32
<i>2 ANALYTICKÁ část</i>	33
2.1 Pokyny během COVID 19	34
2.2 Kulturní a gastronomické sektory Prahy	36
<i>3 NAVRHOVÁ ČÁST</i>	54
<i>Závěr</i>	61
<i>Použité zdroje</i>	62

ÚVOD

Problém kvality v moderní společnosti je nejdůležitější pro zlepšení životní úrovně obyvatel a pro ekonomickou, sociální a environmentální bezpečnost. Úroveň ceny a její kvalita je jedním z klíčových ukazatelů na konkurenčním trhu v odvětví cestovního ruchu. Zároveň je kvalita postupně před cenou. Aktivními propagandisty se stávají turisté, kteří jsou spokojeni se službami v hotelích, restauracích, servisních kancelářích, turistických komplexech určitých zemí. Navštěvují tato místa mnohokrát, přispívají ke zvýšení turistických toků a vytvářejí si pověst turistických oblastí, které mají rádi. Kvalita služeb v konečném důsledku přispívá k ekonomické efektivnosti cestovního ruchu.

První známá definice kvality patří starověkému řeckému filozofovi Aristotelovi: *„Kvalita je dobro, které zajišťuje štěstí.“* Moderní vědecká definice kvality je uvedena v mezinárodní normě ISO 8402-86: *„Kvalita je soubor vlastností a vlastností výrobků a služeb, které jim dávají schopnost uspokojovat podmíněné nebo předpokládané potřeby.“*

Donedávna se pojem „kvalita“ uplatňoval výhradně ve výrobním prostředí ve vztahu k hmotnému zboží. Aktivní rozvoj sektoru služeb ovlivnil vývoj zásadně nového směru v oblasti zabezpečování kvality.

Vliv řady faktorů ekonomické, organizační a technické povahy neumožňuje měřit kvalitu služeb v různých druzích turistických aktivit podle stejného indikátoru. Mnohostranný charakter cestovního ruchu předpokládá použití zastřešujícího hodnotícího kritéria, které by kombinovalo obecný, konkrétní a jednotný proces poskytování služeb.

Teoretické studie v oblasti formování systémů managementu kvality v cestovním ruchu jsou v současnosti relevantní a jsou prezentovány v mnoha pracích světových vědců. Například F. Kotler *„Marketing, pohostinství, cestovní ruch“* (2002), Baumgartin L. V. *„Řízení kvality v cestovním ruchu: učebnice pro studenty vysokých škol“* (2010).

Účelem této bakalářské práce je zvážit strategie pro kvalitní služby cestovního ruchu a řízení kvality služeb.

K dosažení tohoto cíle byly stanoveny následující úkoly:

- Analýza vybranou destinací cestovního ruchu z hlediska měření kvality poskytovaných služeb cestovního ruchu.

- Analyza způsobu měření kvality poskytovaných služeb,
- Navrhnout opatření vedoucí ke zkvalitnění objektivitu měření úrovně kvality cestovního ruchu.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÝCH POJMŮ

V teoretické části práce budou rozebrány pojmy cestovní ruch, kvalita a systém řízení kvality.

1.1 Definice cestovního ruchu

Jednou z definic cestovního ruchu je souhrn přechodných pobytů osob (turistů) v cílových oblastech (destinacích) a souhrnných služeb, které cestují a organizují a podporují. (Anonym 1, 2020).

„Cestovní ruch je nezávislá vědní disciplína s vlastním systémem poznání reality.“ (Leiper, 1981).

„Cestovní ruch zahrnuje aktivity osob cestujících do míst či přebývajících v místech, která se nacházejí mimo jejich obvyklé prostředí, a to ne déle než jeden rok, za účelem dovolené, pracovních závazků či z jiných důvodů.“ (Goeldner a Ritchie, 2014).

„Souhrn aktivit osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí a pobývajících v těchto místech po dobu ne delší než jeden rok (resp. 6 měsíců), za účelem trávení volného času, podnikání (výdělečná činnost není založena na trvalém či přechodném pracovním poměru) či jiným účelem“. (UNWTO, 1995).

Z definice UNWTO vyplývá několik skutečností. Aby se cesta stala součástí cestovního ruchu, musí být:

- Dočasná,
- Nepravidelná,
- Účelově zaměřena.

Naopak vylučuje:

- Cesty v rámci bydliště,
- Pravidelné cesty do zahraničí,
- Dočasné přestěhování za prací,
- Dlouhodobou migraci.

Výkladový slovník cestovního ruchu (Zelenka & Pásková, 2012) chápe cestovní ruch jako „komplexní společenský jev, jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity“.

Nosné typy cestovního ruchu v ČR

Nejvýznamnější formy cestovního ruchu, pro které má Česká republika nejlepší předpoklady, jsou:

Městský a kulturní cestovní ruch – tento typ cestovního ruchu zůstává klíčovým prvkem nabídky. V posledních letech se stala zajímavou nejen pro místní cestovatele, ale také pro cizince. Je nedílnou součástí poznávacích forem cestovního ruchu.

Dovolená v přírodě – nejnámější druh rekreace, nejdůležitější v letní a zimní sezóně. Zahrnuje rekreaci na horách, rekreaci u vody, kempování a rekreaci zaměřenou na poznávání jídla regionu. Venkovská turistika a agroturistika si v posledních letech pomalu získávají na popularitě.

Sportovní a aktivní dovolená- Za poslední desetiletí v některých regionech klesla v létě poptávka po horských střediscích. A zároveň existovaly hrozby ze strany zahraničních návrhů proti českým lázním. V mnoha regionech je turistika a cyklistika velmi žádaná, a to jak v létě, tak v zimě.

Lázeňský cestovní ruch- v celkové nabídce hraje lázeňství významnou roli. Je zde lokalizováno asi 8 % celkových kapacit, avšak výkony jsou cca dvojnásobné. Lázeňství jako celek v posledních letech spíše stagnuje.

Kongresový a veletržní cestovní ruch- Praha je hlavním centrem země pro kongresy a má pro to velký potenciál se sály pro velké množství lidí a patří do kategorie mezinárodního významu. Taký mezinárodního významu dosahuje ve veletržním cestovním ruchu pouze výstaviště v Brně. Středisky nadregionálního významu jsou například Brno, Karlovy Vary,

Mariánské Lázně, Olomouc, Ostrava, Plzeň, Hradec Králové a Špindlerův Mlýn. Mezi města s regionálním významem veletržního cestovního ruchu patří České Budějovice, Litoměřice, Olomouc, Lysá nad Labem, Ostrava a Pardubice.

1.2 Definice kvality

Definování kvality není v cestovním ruchu bezproblémové. Kvalita je to, co si přeje klient plus to, co mu navíc může nabídnout destinace ve srovnání s destinacemi konkurenčními. Hodnocení kvality je značně subjektivní.(Anonym 2, 2020).

Kvalitu v cestovním ruchu definuje UNWTO jako „*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*“ (Anonym 4, 2020). Z toho vyplývá, že:

- poskytovaná služba či produkt cestovního ruchu nesmí obsahovat žádná překvapení či negativa pro klienta, tzn. že klient musí dostat to, co mu bylo slíbeno,
- dosažení určité úrovně kvality nesmí být spojeno s nějakými dalšími výlohami, tzn. cena má odrážet kvalitu poskytnuté služby bez nutnosti jejího dodatečného navyšování,
- na druhou stranu není možné, aby kvalita služby či produktu v určité cenové hladině značně převyšovala klientovo očekávání – opět se jedná o vztah ceny a odpovídající kvality,
- kvalitní službu či produkt cestovního ruchu může nabídnout úplně každý subjekt bez ohledu na jeho kategorii, výjimečnost či charakter,
- kvalita v cestovním ruchu je vždy spojená s lidským a přírodním prostředím,
- kvalita v cestovním ruchu podporuje udržitelnost produktů cestovního ruchu,
- kvalita v cestovním ruchu tedy zjednodušeně řečeno vyjadřuje kvalitu života klientů během jejich přechodného pobytu mimo obvyklé prostředí, a její úroveň ovlivňuje celá řada faktorů. (Anonym 5, 2020).

Kvalitu lze dosáhnout nejen k hodnocení kvality se používají různé ukazatele, které jsou charakteristikou jedné (několika) vlastností služby, které určují její schopnost uspokojovat potřeby spotřebitele.

Kvantitativní charakteristiky indikátorů kvality služeb zahrnují dobu trvání a přesnost výkonu služby, charakteristiky zařízení a materiálů, bezpečnostní indikátory atd. Kvalitativními charakteristikami ukazatelů služeb jsou hygienické a ergonomické podmínky zákaznického servisu, profesionální úroveň a kvalifikace personálu, pozornost a zdvořilost ve vztahu ke spotřebitelům, dostupnost personálu. (Kolocheva, 2017).

1.2.1 Faktory tvořící kvalitu v cestovním ruchu

Definovat faktory, které ovlivňují kvalitu je ještě obtížnější než definovat kvalitu samotnou. I tady záleží na úhlu pohledu, takže možností je nepřeberné množství, z nichž některé budou blíže popsány v následujících kapitolách. Při hledání odpovědi na otázku, co vlastně činí kvalitu kvalitou a co ji ovlivňuje, byla vyslovena řada teorií. Pro úplnost přehledu uvádíme základní charakteristiku Kano modelu. Tato teorie vychází z myšlenky, že jakékoli zlepšení služeb nemusí vést nutně k větší spokojenosti zákazníka. Proto požadavky zákazníků rozděluje do 3 skupin:

1. Požadavky, které musí být splněny za každých okolností:

Těmto požadavkům se říká také pasivní kvalita, neboť jejich splnění zákazník očekává automaticky, a proto se o nich také ani nemusí zmínit. Splnění těchto požadavků v zákazníkovi nevyvolá žádné nadšení, jejich nesplnění však naopak automaticky vyvolá nespokojenost.

2. Vyslovené požadavky

U těchto požadavků platí, že čím vyšší je míra jejich splnění, tím je vyšší spokojenost zákazníka, ale tím vyšší jsou také náklady spojené s vyšší mírou splnění vyslovených požadavků. Náklady tedy bývají v tomto případě limitujícím faktorem při usilování o vyšší spokojenost zákazníka.

3. Vlastnosti, které vzbuzují nadšení – aktivní kvalita:

U aktivní kvality jde o požadavky, jejichž splnění zákazník neočekává, a tedy vyvolává jeho nadšení. Toho však u zákazníka nedocílíme, pokud nebudou splněny požadavky automaticky očekávané. Nebezpečí v případě aktivní kvality tkívá v tom, že zpočátku nadšený zákazník si na úroveň poskytovaných služeb postupem času zvykne

a jeho nadšení se vytratí. Proto je třeba přicházet neustále s něčím novým, abychom si zákazníka udrželi.

Tyto 3 skupiny požadavků zákazníků a jejich vzájemné vztahy tvoří tzv. Kano Model, který zjednodušeně říká, že splněním očekávaných požadavků nedocílíme u zákazníků nadšení, a tedy nezískáme ani jejich loajalitu. Tu bychom si teoreticky mohli zajistit splněním vyslovených požadavků, ovšem pouze při zachování dlouhodobě přiměřených nákladů. Skutečného nadšení, a tedy loajalitu můžeme u zákazníků dosáhnout pouze cestou aktivní kvality. (Anonym 5, 2020).

1.2.2 Faktory ovlivňující kvalitu

Kvalita v cestovním ruchu a její úroveň závisí na celé řadě různých vlivů, které označujeme jako faktory. Faktory ovlivňující cestovní ruch, a tedy i kvalitu poskytovaných služeb, lze rozdělit na vnější a vnitřní. Jako vnější faktory označujeme ty, které subjekt cestovního ruchu nemůže sám ovlivnit, ale musí s nimi počítat. Patří sem vlivy ekonomické, politické a právní, vlivy vědeckotechnického pokroku, demografické a sociální vlivy.

Mezi vnitřní faktory pak řadíme personál a jeho kvalifikaci, úroveň organizace práce a řízení podniků a destinací, úroveň zařízení a vybavení podniků v cestovním ruchu.

1.2.3 Vnější faktory kvality v cestovním ruchu

Ekonomické vlivy

Cestovní ruch je velmi citlivý na změny v ekonomické oblasti, což je dáno faktory, které charakterizují ekonomické vlivy – hrubý domácí produkt, hrubý domácí produkt na obyvatele, výdaje na spotřebu domácností a jejich struktura, vývoz zboží a služeb, dovoz zboží a služeb, produktivita práce, tržby za služby, zaměstnanost, míra nezaměstnanosti, průměrná reálná mzda, míra inflace, směnný kurz atd.

V souvislosti se změnami v ekonomickém vývoji dochází ke změnám v cestovním ruchu, resp. ke změnám ve spotřebním chování klientů poskytovatelů služeb cestovního ruchu (například při ekonomickém poklesu klesají výdaje na služby a produkty cestovního ruchu, vývoj měnového kurzu má vliv na rozhodování atd.).

Politické a právní vlivy

Do této skupiny vlivů patří politická stabilita (včetně bezpečnostní situace v zemi), podmínky pro investiční činnost, úroveň a dodržování legislativy, harmonizace právních předpisů s legislativou EU (včetně právních norem upravujících podnikání a poskytování služeb v cestovním ruchu, ochranu spotřebitele, daňové zákony apod.). Všechny tyto faktory vytváří legislativní rámec pro cestovní ruch a dané zemi a mají také vliv na kvalitu služeb cestovního ruchu.

Příkladem politických vlivů, které přinesly výrazné změny na mapě světového cestovního ruchu, mohou být například politické změny ve střední a východní Evropě na přelomu 80. a 90. let minulého století, postupné budování jednotného trhu Evropské unie a s ním související sjednocování právních předpisů nebo zavádění bezvízového styku.

Vědeckotechnický pokrok

Vědeckotechnický pokrok zásadním způsobem změnil fungování trhu cestovního ruchu v mnoha směrech. U subjektů poskytujících služby cestovního ruchu došlo například ke změnám v organizaci a řízení, ve způsobu komunikace se zákazníky i obchodními partnery, ve způsobu tvorby a prodeje produktů cestovního ruchu, marketingu a propagaci. U klientů subjektů poskytujících služby cestovního ruchu pak nastaly změny ve způsobu a formě komunikace, ve výběru a nákupu produktů cestovního ruchu, ve výběru destinace. V oblasti kvality služeb cestovního ruchu přinesl vědeckotechnický pokrok lepší péči o zákazníka, vyšší bezpečnost, zlepšení hygieny, zvýšení rychlosti atd.

Důsledkem vlivu vědeckotechnického pokroku je však rovněž rychlý pokles podílu klasických cestovních kanceláří nabízejících předem vytvořený balíček služeb na trhu, což vyvolává potřebu změn v oblasti ochrany spotřebitele, včetně definování standardů kvality.

Demografické a sociální vlivy

Každá sociálně-ekonomická skupina obyvatelstva má odlišné požadavky sortiment, rozsah, úroveň poskytovaných služeb v návaznosti na svou ekonomickou a sociální situaci a na sociální status, což odráží demografický vývoj v dané zemi. Kvalita produktů a služeb cestovního ruchu tedy musí vždy respektovat demografické a sociální vlivy, jako jsou:

- stárnutí populace (neustálé zvyšování průměrného věku obyvatelstva v důsledku lepší zdravotní péče, kvalitnějších potravin, trendů zdravého životního stylu, aktivního trávení volného času atd.),
- zvyšování podílu pracujících žen, a tedy vyšší rodinné příjmy (emancipace a s ní spojená větší možnosti profesního a společenského uplatnění žen vede k jejich vyšší zaměstnanosti, podobně jako uplatňování různých forem částečných pracovních úvazků, pružné pracovní doby a dalších nástrojů sladění rodinného a pracovního života),
- růst vzdělanosti populace (vyšší míra lidského poznání, a tedy i vyšší vzdělání vede ke změně hodnot, a tím ke změně – v převážné míře ke zvyšování - požadavků na kvalitu),
- trend pozdějšího zakládání rodiny (odsunutí založení rodiny vede k prodloužení doby věnované budování kariéry a ekonomického zázemí, kdy lidé disponují větším fondem času, který mohou věnovat sami sobě, svým zájmům, svému vzdělání, a tedy i cestování),
- zvyšování počtu bezdětných manželství (souvisí s předchozím trendem),
- možnost větší migrace obyvatel (lepší ekonomická situace i lepší technické prostředky zvyšují dostupnost služeb a produktů cestovního ruchu společně s vlivem lepší jazykové vybavenosti a vzdělanosti obecně a suvolňováním legislativních omezení cestování),
- zvýšení objemu volného času (současně se zlepšováním ekonomické situace dochází k navyšování fondu volného času a k vyššímu uplatňování zaměstnaneckých benefitů, jako jsou placené dovolené apod.),

- dřívější odchod do důchodu (souvisí se zlepšováním ekonomické situace obyvatelstva a přispívá rovněž ke zvyšování fondu volného času, senioři se stávají stále častěji důležitým tržním segmentem služeb a produktů cestovního ruchu),
- růst životní úrovně obyvatelstva (souvisí se všemi předchozími faktory, které lze vesměs označit za důsledek růstu životní úrovně obyvatelstva).

1.2.4 Vnitřní faktory

Pracovníci ve službách cestovního ruchu

Pracovníci či pracovní síla ve službách cestovního ruchu jsou stále dominantním ekonomickým zdrojem v tomto oboru, který se vyznačuje vysokým podílem živé práce a velkou rozmanitostí kvalifikací, které se v něm uplatňují. Kvalifikaci lze chápat jako souhrn odborných znalostí, praktických dovedností a osobních schopností člověka.

Předpokladem kvality služeb v cestovním ruchu je neustálé a celoživotně doplňování a prohlubování dosaženého stupně kvalifikace tak, aby pracovníci dostáli stále se zvyšujícím požadavkům trhu ať už v oblasti znalostí informačních a komunikačních technologií, využívání nových postupů a metod nebo komunikačních dovedností atd.

V oblasti plánování rozvoje lidských zdrojů cestovní ruch vykazuje určitá specifika, která je nutné při rozvíjení kvality služeb brát v potaz, zejména jde o sezónní charakter a vysokou míru fluktuace zaměstnanců.

Organizace práce a řízení podniků cestovního ruchu

Organizace podniku cestovního ruchu se nijak neliší od jiných odvětví a plní stejné funkce. Jedním z projevů organizace práce podniku je organizační struktura, jejímž účelem je přesné a jednoznačné vymezení pravomocí a odpovědností zaměstnanců tak, aby byla zajištěna dlouhodobá prosperita podniku v souladu s jeho cíli a strategií. Pro samotnou organizační strukturu, resp. její konkrétní podobu, je určující celá řada faktorů, zejména velikost podniku, stanovená kvalita (zařazení do kategorie, třídy apod.), používané technologie a technika. Vhodně nastavená organizační struktura schopná pružně reagovat na změny podmínek na trhu je důležitou podmínkou dosažení vysoké kvality poskytovaných služeb.

V oblasti řízení podniků se v souvislosti s rostoucími nároky na kvalitu poskytovaných služeb postupně prosazují moderní metody řízení.

Vybavení a zařízení podniků cestovního ruchu

Výslednou kvalitu v první řadě ovlivňuje úroveň vybavení a zařízení a technologie používané při poskytování služeb cestovního ruchu. Stejně jako v jiných ekonomických odvětvích i v cestovním ruchu dochází k technickému a technologickému pokroku, na nějž musí podniky reagovat.

1.3 Systém řízení kvality

Dnes je kvalita (vnímaná jako míra schopnosti výrobku či služby uspokojit potřeby či přání zákazníků) a její řízení obecně považovaná za zcela zásadní podmínku konkurenceschopnosti jakékoliv organizace na trhu. Význam kvality ve světovém měřítku stoupl tak dramaticky, že se někdy mluví dokonce o „revoluci kvality“. Kvalita se pro velkou část populace stává životním stylem, a tedy se stává podmínkou konkurenceschopnosti na trhu.

Vývoj v oblasti systémů řízení kvality odráží vývoj ve světové ekonomice, kdy lze pozorovat následující jevy:

- existuje převaha nabídky nad poptávkou (i na trhu cestovního ruchu je nabídka diktovaná poptávkou, nikoli naopak),
- existují nadměrné produkční kapacity v řadě oborů,
- zvyšuje se tlak na snižování objemu jednotlivých dodávek (na trhu cestovního ruchu stále roste význam individuálních služeb),
- zkracují se inovační cykly (je třeba sledovat trendy a přizpůsobovat jim nabídku),
- zvyšuje se rychlost šíření znalostí (platí obecně),

- zvyšují se nároky zákazníků a zlepšuje se jejich informovanost (platí obecně),
- dochází ke globalizaci podnikatelského prostředí (platí obecně, v cestovním ruchu je tento jev zvláště výrazný).

Management kvality musí v praxi tvořit přirozenou a důležitou součást celkového systému řízení jakékoliv organizace, bez ohledu na to, zda jde o organizaci malou nebo velkou, výrobní nebo poskytující služby. Jeho úkolem je přispívat k naplňování určitých specifických funkcí, zejména:

- Garantovat maximální spokojenost a loajalitu zákazníku, resp. dalších zainteresovaných stran,
- Vytvářet prostředí pro neustálé zlepšování a rozvoj v organizaci.

A to vše s co nejmenší spotřebou zdrojů (lidských, materiálových, finančních apod.), jinými slovy při optimálním poměru k nákladům na zajištění uvedených funkcí. (Anonym 5, 2020).

1.3.1 Základní principy managementu kvality

Základní principy managementu kvality definuje norma ČSN ISO EN 9000:2006 následovně:

1. Zaměření na zákazníka:

Organizace jsou závislé na svých zákaznících, a proto musí být schopny rozumět jejich současným a budoucím potřebám, aby mohly plnit jejich požadavky a snažit se předvídat jejich očekávání.

2. Vedení a řízení lidí:

Management a řídicí pracovníci prosazují soulad účelu a zaměření organizace. K tomu v rámci organizace vytváří a udržují takové prostředí, které umožňuje plně zapojení všech pracovníků při dosahování cílů organizace.

3. Zapojení lidí:

Lidé na všech úrovních jsou základem organizace a jejich plné zapojení umožňuje využít jejich schopnosti ve prospěch organizace.

4. Procesní přístup:

Požadovaného výsledku lze dosáhnout mnohem efektivněji, když jsou činnosti a související zdroje řízeny jako proces.

5. Systémový přístup k managementu:

Cílů organizace lze dosáhnout mnohem efektivněji, jsou-li související procesy identifikovány, pochopeny a řízeny jako systém.

6. Neustálé zlepšování:

Neustálé zlepšování celkové výkonnosti organizace je trvalým cílem organizace.

7. Přístup k rozhodování na základě faktů:

Efektivní rozhodnutí jsou založena na analýze údajů a informací.

8. Vzájemně prospěšné dodavatelské vztahy:

Organizace a její dodavatelé jsou na sobě závislí, jejich vzájemně prospěšný vztah zvyšuje jejich schopnost vytvářet hodnotu.

Jen pro úplnost si je na tomto místě v krátkosti připomeňme. Pět zásad péče o kvalitu:

1. Poznání potřeb zákazníka

Poznání potřeb zákazníka je naprosto zásadní pro poskytování kvalitní služby. K tomu je zapotřebí vědět, kdo jsou naši zákazníci, jaká jsou jejich očekávání a jaká je jejich

spokojenost. Rozhodnutí o výběru segmentu našich zákazníků je součástí vize naší organizace.

2. Vytvoření a dodržování standardů poskytovaných služeb

Standardizace je velmi důležitá zejména ve službách, neboť kvalita služeb vzniká v průběhu jejich poskytování, často za účasti samotného zákazníka. Kromě toho usnadňuje řízení procesů a využívání kapacit. Má smysl zavádět ji u těch procesů, kde zákazník očekává určitý průběh a výsledek. Standardizace tak může zajistit poskytnout zákazníkovi službu, která odpovídá jeho očekáváním bez ohledu na to, který zaměstnanec ji poskytl.

3. Péče o odbornost a školení lidí

Zaměstnanci, kteří mají vliv na výslednou kvalitu poskytované služby, musí být kompetentní na základě znalostí, vzdělání, výcviku a dovedností.

4. Dobrá komunikace se zákazníky i uvnitř organizace

Organizace musí zajistit, aby komunikace se zákazníky, zaměstnanci, dodavateli, obchodními partnery a dalšími zúčastněnými subjekty podporovala vizi organizace a přispívala k neustálému zvyšování kvality poskytovaných služeb.

5. Aktivní práce se stížnostmi a připomínkami

Stížnosti a připomínky jsou příležitostí pro zlepšení a současně jsou také důležitým zdrojem informací o očekáváním a přáních našich zákazníků a o jejich spokojenosti s našimi službami. V této souvislosti je důležitá rovněž schopnost personálu zvládat krizovou komunikaci se zákazníky, je nezbytné jejich průběžné vzdělávání a školení. Aktivní práce se stížnostmi a připomínkami zahrnuje rovněž hledání cest pro usnadnění vznášení stížností a připomínek ze strany zákazníků, ale také zpracování postupů pro vyřizování stížností a připomínek a jejich pravidelné vyhodnocování.

Ve druhé polovině 20. století se objevily následující přístupy k řízení kvality, kterými se budeme v následujících kapitolách podrobněji zabývat:

- management kvality podle norem ISO,
- koncepce TQM (Total Quality Management),
- oborové a odvětvové standardy. (Anonym 5, 2020).

1.3.2 Management kvality podle norem ISO

ISO – International Organization for Standardization – mezinárodní organizace zabývající se tvorbou norem. Nejznámější normou mezi veřejností je norma ISO 9001 stanovující požadavky na systém řízení kvality, ovšem v dnešní době se v praxi uplatňuje již několik desítek systémových norem. Jsou aplikovatelné pro všechny podniky bez ohledu na jejich velikost.

ISO 9000

Toto nařízení obsahuje normy, které se vztahují na složité nebo méně složité fáze řízení, které se vztahují na různá odvětví cestovního ruchu. Cílem této normy je zlepšit efektivitu řídicích funkcí (kontrola písemných postupů, klíčových dokumentů, vedení záznamů, identifikace a oprava chyb) (Anonym 6, 2020). Příklady problémů a aplikace norem na ně jsou uvedeny v tabulce (Tabulka, 1).

Obvyklé problémy	Aplikace ISO 9000
Zaměstnanci dělají chyby kvůli špatné přípravě	Zajištění adekvátní přípravy zaměstnanců
Každý pracuje svým vlastním způsobem a z toho důvodu i na různé úrovni kvality.	Nejlepší cesta (pracovní postup) je přijata a společně využívána.
Různé útvary podniku navzájem nekomunikují.	Zajištění komunikace a koordinace.
Zaměstnanci necítí odpovědnost za kvalitu.	Ti, kdo dodávají služby nebo produkty, jsou zodpovědní za řízení jakosti.
Když se udělá chyba, je obtížné určit její příčinu a stejné chyby mají tendenci se opakovat.	Je na místě řada kontrol, které mohou pomoci zjistit příčiny a stanovit preventivní opatření.

Tabulka 1: Příklady problémů a aplikace ISO 9000

ISO 9001

Norma stanoví zásadu, že vedení společnosti stanoví své cíle a plány na kvalitu svých produktů pro jejich postupnou implementaci pomocí zavedených procesů. Norma je zaměřena na správu infrastruktury, dokumentace, lidských zdrojů, implementaci procesů interakce se zákazníky, hodnocení dodavatelů, měření efektivity procesů a interní audity za účelem získání zpětné vazby. Jedná se o univerzální standard, jehož použití jak na produkci, tak na služby. (Anonym 7, 2020).

V roce 2015 byl standard upraven pro větší kompatibilitu s ostatními standardy systému managementu, prodloužení období zajištění stability až na 10 let, rychlejší reakci na změny v tržním prostředí atd. (Anonym 8, 2020).

ISO 9002

Norma definuje, jaké požadavky na systém jakosti by měly být použity v případech, kdy je nutné prokázat schopnost dodavatele dodat produkt, který splňuje stanovené požadavky. Norma je primárně zaměřena na uspokojování potřeb zákazníků prostřednictvím prevence nesouladu ve všech fázích od výroby po servis. (Anonym 9, 2020).

ISO 9003

Norma pro zajištění kvality při závěrečné kontrole a zkoušce zahrnoval pouze závěrečnou kontrolu hotového výrobku bez obav o to, jak byl výrobek vyroben. (Anonym 10, 2020). Hlavní rozdíl od normy spočívá v tom, že norma 9002 řídí celý proces a norma 9003 kontroluje požadavky produktu až při výstupní kontrole.

ISO 9004

Poskytuje pokyny pro udržení úspěchu cílů organizace. Zahrnuje plánování, implementaci, analýzu, hodnocení a zlepšování účinného a efektivního systému řízení. Podporuje zapojení

vrcholového vedení k porozumění kontextu organizace a řešení vnějších a vnitřních problémů. Zaměření vrcholového vedení na schopnost organizace plnit potřeby a očekávání zákazníků a dalších příslušných zúčastněných stran poskytuje důvěru v dosažení trvalého úspěchu. (Anonym 11, 2020).

ISO 14001

„Norma ISO 14001 specifikuje požadavky na systém řízení péče o životní prostředí. Aplikováním takového systému managementu musí organizace vhodnými prostředky řídit veškeré své chování k životnímu prostředí prostřednictvím své politiky a cílů. Norma specifikuje požadavky na systém environmentálního managementu tak, aby organizaci umožnila vyvinout a zavést politiku a stanovit cíle, které zahrnou požadavky právních předpisů a jiné požadavky, které se na organizaci vztahují a informace o významných environmentálních aspektech. Týká se těch environmentálních aspektů, které organizace identifikovala a které může řídit a těch, na které může mít vliv. Norma sama o sobě nestanovuje specifická kritéria environmentálního profilu. Norma 14001 obsahuje ty požadavky, které mohou být objektivně prověřovány.“ (Anonym 12, 2016).

HACCP

„*Systém HACCP řídí biologická, chemická nebo fyzikální rizika, která můžou u potravin způsobit jejich znehodnocení, případně změnit potravinu na zdraví škodlivou.*“ (Anonym 13, 2020). Jde o řízení bezpečnosti potravin, konkrétně o systém kritických kontrolních bodů. Toto je jeden ze základních požadavků nařízení o hygieně potravin Evropského parlamentu a Rady Evropy.

Význam HACCP:

H- hazard ; A-Analysis ; C- critical ; C-control ; P-point.

1.3.3 Koncepce TQM (Total Quality Management)

„TQM je manažerský přístup určený pro organizaci, soustředěný na kvalitu, založený na zapojení všech jejích členů a zaměřený na dlouhodobý úspěch dosahovaný prostřednictvím

uspokojení zákazníka a prospěšnosti pro všechny členy organizace i pro společnost.“ (Anonym 14, 2020).

- 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

Modely řízení kvality založené na koncepci TQM se vyznačují svou komplexností a tím, že zohledňují jak předpoklady a požadavky na činnost organizace, tak její výsledky. Tyto modely byly poprvé uplatněny v 50. letech v Japonsku a později též v USA. V Evropě se začaly využívat od počátku 90. let v podobě tzv. Modelu Excellence EFQM (European Foundation for Quality Management). (Anonym 5, 2020).

1.3.4 Model excellence EFQM

Model Excellence EFQM zahrnuje nejen problematiku vnitřního řízení a prostředí organizace a jejích procesů, ale také vztahy organizace navenek, tzn. ke všem zainteresovaným subjektům, které tvoří vnější prostředí organizace. Model EFQM předpokládá, že vynikajících výsledků může být dosaženo pouze tehdy, je-li současně dosaženo maximální spokojenosti zákazníků a zaměstnanců při respektování okolí. Organizace nezlepšuje pouze některé oblasti své činnosti, ale zlepšuje se jako celek. (Anonym 5, 2020).

Aby byly organizace úspěšné, potřebují si bez ohledu na odvětví, velikost, strukturu nebo vyzrálост vytvořit vhodný manažerský rámec. Model excellence EFQM je praktickým, dobrovolným rámcem, který umožňuje organizacím:

- hodnotit, kde se nacházejí na cestě k excelenci - jde o nástroj, který jim pomáhá pochopit klíčové silné stránky a potenciální mezery ve vztahu ke stanovené vizi a poslání;
- připravit společný slovník a způsob uvažování o organizaci usnadňující efektivní sdělování myšlenek jak uvnitř organizace, tak mimo ni;

- sjednotit existující a plánované iniciativy a přitom odstraňovat duplicity a identifikovat mezery;
- připravit základní strukturu pro systém managementu organizace. (Anonym 15, 2020).

Logika modelu spočívá v kontinuálním procesu opakování aktivit, jejichž počáteční písmena tvoří zkratku **RADAR**:

- 1) **r**equired results = určení plánovaných výsledků,
- 2) **a**nd develop **a**pproaches = plánování a rozvoj přístupů,
- 3) **d**eploy approaches = realizace přístupů v podniku,
- 4) **a**ssess and **r**efine approaches and deployment = přezkoumání, zhodnocení a zdokonalení přístupů. (Anonym 16, 2020).

1.3.5 Systém řízení kvality v ČR

Český systém kvality služeb

„Standard ČSKS je nedílnou součástí Českého systému kvality služeb (ČSKS) a tvoří jeho metodickou část. ČSKS je inovativní a dobrovolný nástroj primárně určený pro malé a střední organizace působící v cestovním ruchu, jimž je schopen systematicky pomáhat při zvyšování kvality služeb a získávání odborných znalostí a současně přispívat ke zvyšování konkurenceschopnosti těchto subjektů. Standard ČSKS je manažerským systémem řízení přizpůsobený pro sektor cestovního ruchu.“ (Anonym 5, 2020).

Na tvorbě standardu se dále podílely svými oborovými standardy, které jsou v případě relevantnosti pro subjekt povinnou součástí požadavků standardu, tyto zainteresované strany:

- Asociace hotelů a restaurací ČR,
- Asociace kempů ČR,
- Asociace turistických informačních center ČR,
- Asociace lanové dopravy ČR,
- Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism (Anonym 5, 2020).

Hlavní principy systému:

- zaměření na očekávání a spokojenost zákazníka,
- podpora technických předpokladů kvality služeb cestovního ruchu,
- rozvoj měkkých předpokladů kvality a dalších dovedností,
- respekt vůči specifickým potřebám zapojených organizací,
- zaměření na efektivní komunikaci mezi vedením,
- zaměstnanci, zákazníci,
- organizace a ostatními stranami, jako např. dodavatele,
- rozvoj firemní kultury v organizaci. (Anonym 5, 2020).

V samotném systému existují I. a II. stupeň certifikace. V první fázi je zaregistrován subjekt i odpovědný zaměstnanec odpovědný za implementaci systému. Tento zaměstnanec poté musí absolvovat školení instruktorů kvality úrovně I. Součástí tohoto procesu je rozsáhlá administrativa, kterou musí společnost provádět a podle níž také probíhá vydaná certifikace. Certifikát úrovně II požadují organizace, které již mají certifikát úrovně I. Začátek je stejný jako u stepně I., od školení odpovědného pracovníka a následné správy. Rozdíl je v tom, že mezi zaměstnanci a zákazníky probíhá průběžně dotazník mystery shopper. Udělení certifikátu stepně II. je poté založeno na výsledcích tohoto mystery shoppera. (Anonym 5, 2020).

1.3.6 Systém klasifikace ubytovacích zařízení Hotel Stars Union

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky se stala součástí evropského systému Hotelstars Union, který v současné době sjednocuje klasifikační kritéria v rámci ČR, Německa, Rakouska, Maďarska, Švýcarska, Švédska, Nizozemí, Lucemburska, Litvy, Lotyšska, Estonska, Malty, Belgie, Dánska, Řecka a Lichtenštejnska. Partnerství těchto zemí zajišťuje harmonizovanou klasifikaci hotelů prostřednictvím sdílení společných kritérií a postupů ve všech účastnických zemích. Hodnocení v České republice provádí Asociace hotelů a restaurací ČR. (Anonym 18, 2020).

Klasifikace ubytovacích zařízení – rozdělení do tříd:

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

Ubytovacím zařízením kategorie typu hotel garni, penzion, motel, hotel a depandance mohou být přiděleny maximálně čtyři hvězdičky. Ta ubytovací zařízení, která splňují v rámci jednotlivých tříd klasifikace více než jen povinná kritéria a minimální počet nepovinných kritérií, mohou získat kromě označení „hvězdičkami“ navíc ještě označení „Superior“.

Klasifikace ostatních kategorií ubytovacích zařízení

Klasifikace ostatních kategorií ubytování je stanovena v dokumentu „Doporučení upravující základní ukazatele pro poskytování ubytovacích služeb v rámci ubytování v soukromí, v kempech a chatových osadách a turistických ubytovnách“ s tím, že:

- Svaz podnikatelů ČR ve venkovské turistice a agroturistice ručí za ubytování v soukromí;
- Kempy a chatové osady ČR – Živnostenské společenstvo ručí za kategorii kempy a chatové osady;
- Klub českých turistů ručí za kategorii turistické ubytovny.

Metodika udělování Certifikátů a Klasifikačních znaků

Udělování a obnovování Certifikátů a Klasifikačních znaků provádí pro své členy i ostatní podnikatele Asociace hotelů a restaurací České republiky o.s.

- Certifikát a Klasifikační znaky schvaluje Klasifikační komise a to pouze ubytovacím zařízením, která jsou jako taková řádně zkolaudovaná.
- Klasifikační znaky jsou standardně ve formě samolepek společné a jednotné. Ubytovací zařízení má možnost za úplatu objednat znak v provedení dřevo × plast/kov.

- Klasifikační znak a Certifikát se uděluje na tříleté období počínaje rokem certifikace.
- Certifikát i Klasifikační znak se nestává majetkem žadatele, ale je pronajat žadateli po dobu platnosti jeho udělení. Certifikát ani Klasifikační znak není přenosný na jiného provozovatele. V případě, že dojde k ukončení provozování certifikovaného ubytovacího zařízení, automaticky pozbývá platnost udělený Certifikát i Klasifikační znak.

V případě nesplnění podmínek standardů uvedených v Klasifikaci může být Certifikát a Klasifikační znak vydávajícím profesním svazem odejmut, jeho případné užívání v rozporu s rozhodnutím Klasifikační komise bude oznámeno České obchodní inspekci k šetření ve smyslu klamání zákazníka. (Anonym 19, 2020).

Klasa

Značka KLASA je udělována ministrem zemědělství již od roku 2003. Zaslouží si ji jen ty nejkvalitnější potravinářské a zemědělské výrobky. Logo KLASA umístěné na obalech výrobků pomáhá zákazníkům v orientaci při jejich nákupu. Díky pečlivému předvýběru tak mají zákazníci jistotu, že vybrali správně. Pro výrobce znamená značka KLASA propagaci jejich výrobků.

Značka je propůjčována na tři roky a to na základě pravidel pro její udělování. Po uplynutí této lhůty lze držení značky prodloužit. Pokud dojde ke zhoršení kvality výrobku či k porušení podmínek pro získání značky, může být značka kvality odebrána. (Anonym 17, 2020).

Česká kvalita

Mezi neznámější značky kvality v českém prostředí bezesporu patří Česká kvalita. Česká kvalita je program podpory prodeje kvalitních výrobků a poskytování kvalitních služeb podporovaný vládou České republiky. Program je součástí Národní politiky kvality.

Aktuálně je v programu 20 značek kvality, včetně značky CZECH MADE, která je od roku 2005 udělována i pro oblast služeb. Hlavním cílem programu je vytvořit jednotný systém, který umožní zviditelnit důvěryhodné a nezávislé značky kvality, které jsou založené na objektivním ověřování kvality výrobků nebo služeb třetí stranou a vyloučit značky bez vypovídací schopnosti, které jsou jako informace pro spotřebitele zavádějící.

Základním principem Programu Česká kvalita je skutečnost, že neexistuje jediná podporovaná značka kvality, ale že je vytvořen program, který umožňuje zařazení libovolného množství značek kvality různých cechů, společenstev, sdružení apod. za podmínky, že základní kvalitativní ukazatele ověřuje třetí, nezávislá strana. (Anonym 17, 2020).

II. PRAKTICKÁ ČÁST

2 ANALYTICKÁ ČÁST

Mapa terénního prostředí v Praze – srovnání služeb nabízených v cestovním ruchu s důrazem na objem a kvalitu (hráči na trhu, zákazníci, konkurence, jídlo atd.).

"Toto kouzelné město je Praha!" Žádné město ve mě nezanechalo tak živou vzpomínku. Ani jedno město se na návštěvníka nedívá tak nádherným, člověkem inteligentníma očima. "

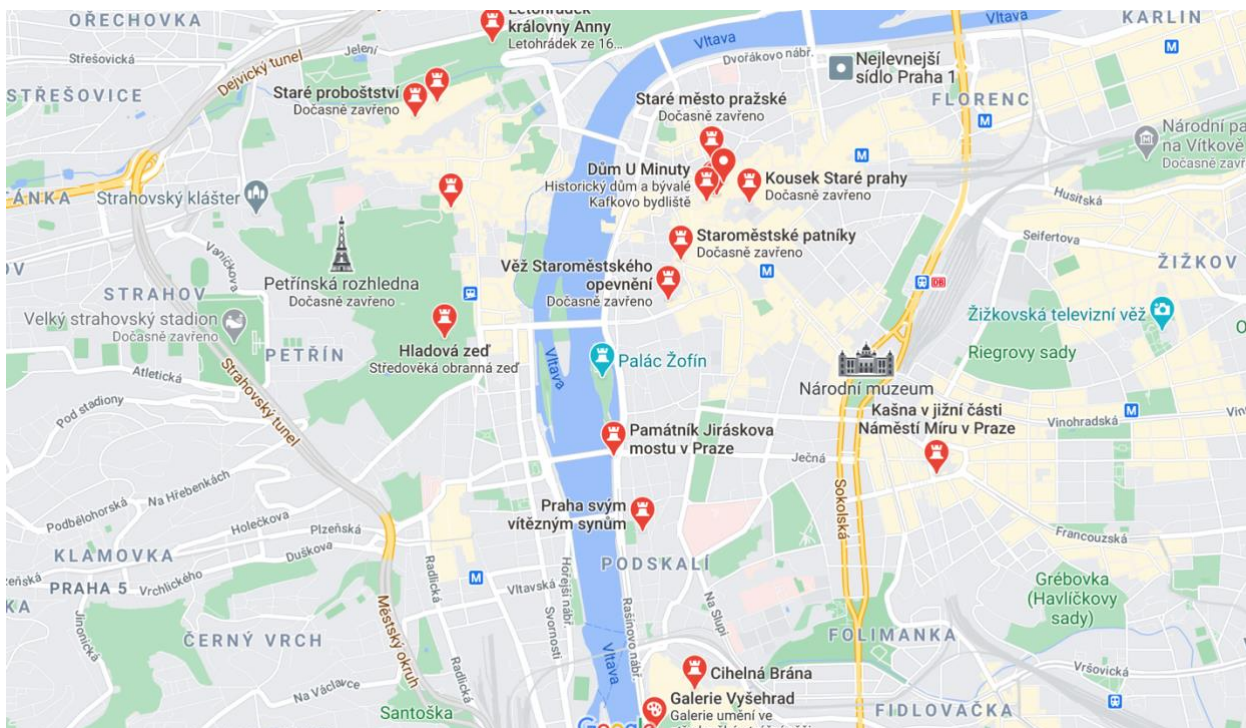
(spisovatel Fjodor Ivanovič Tyutchev)

Praha je hlavním městem České republiky a zároveň nejvýznamnější českou památkovou rezervací a dalšími turistickými architektonickými stavbami. Díky své architektuře a historickému a kulturnímu významu je Praha od roku 1992 zařazena na seznam světových kulturních a přírodních zdrojů UNESCO.

Geografická poloha ve středu Evropy určila význam Prahy v minulosti i v současnosti z hlediska obchodu, výroby a cestovního ruchu. Mnoho krásných památek, malebných zákoutí, údolí, kopců, říčních teras, přírodních krás a řeky Vltavy dává Praze zvláštní kouzlo a činí z ní jedno z nejkouzelnějších, nejkouzelnějších a nejnavštěvovanějších míst na světě.

Praha láká návštěvníky svými atrakcemi i zábavou, relaxací a rekreací. Praha je také často nazývána Město stovek věží, Zlatá, Kamenná, Perlové město, Severní Řím, Srdce Evropy, Praga caput regni (pražská hlava království) a mnoho dalších jmen.

Počet kulturních atrakcí v tomto městě je prostě obrovský (Obrázek 1). K důkladnému prozkoumání všeho a pocitu atmosféry bude turista potřebovat minimálně týden, nebo dokonce více času, a to pouze pro první seznámení s Prahou. Mimochodem, příjemným bonusem je, že většina vyhlídkových plošin a vstup do mnoha turistických míst v Praze jsou zdarma.



Obrázek 1: Památky Prahy

Zdroj: Google Maps

Z hlediska zajímavých, neobvyklých a málo známých míst se turistům doporučuje navštívit Karlovský hydraulický areál Metronome Letná nebo jednoduše jet na pražské letiště, kde se můžete zúčastnit fantastické prohlídky letiště.

Bohužel v současné době infekce koronaviry ještě neustoupila, proto je každá turistická atrakce doprovázena celým seznamem povinných podmínek pro návštěvu, jejichž nedodržení je trestné. Pokud se tedy turista chystá v blízké budoucnosti navštívit jedno z nejkrásnějších měst na světě – Prahu, měl by se určitě seznámit se vstupními pravidly, která existují v době odjezdu a podmínkami neomezeného pobytu u turistu infrastruktura.

2.1 Pokyny během COVID 19

Podmínky pro návštěvu atrakcí v době šíření COVID 19, v současné době v Praze.

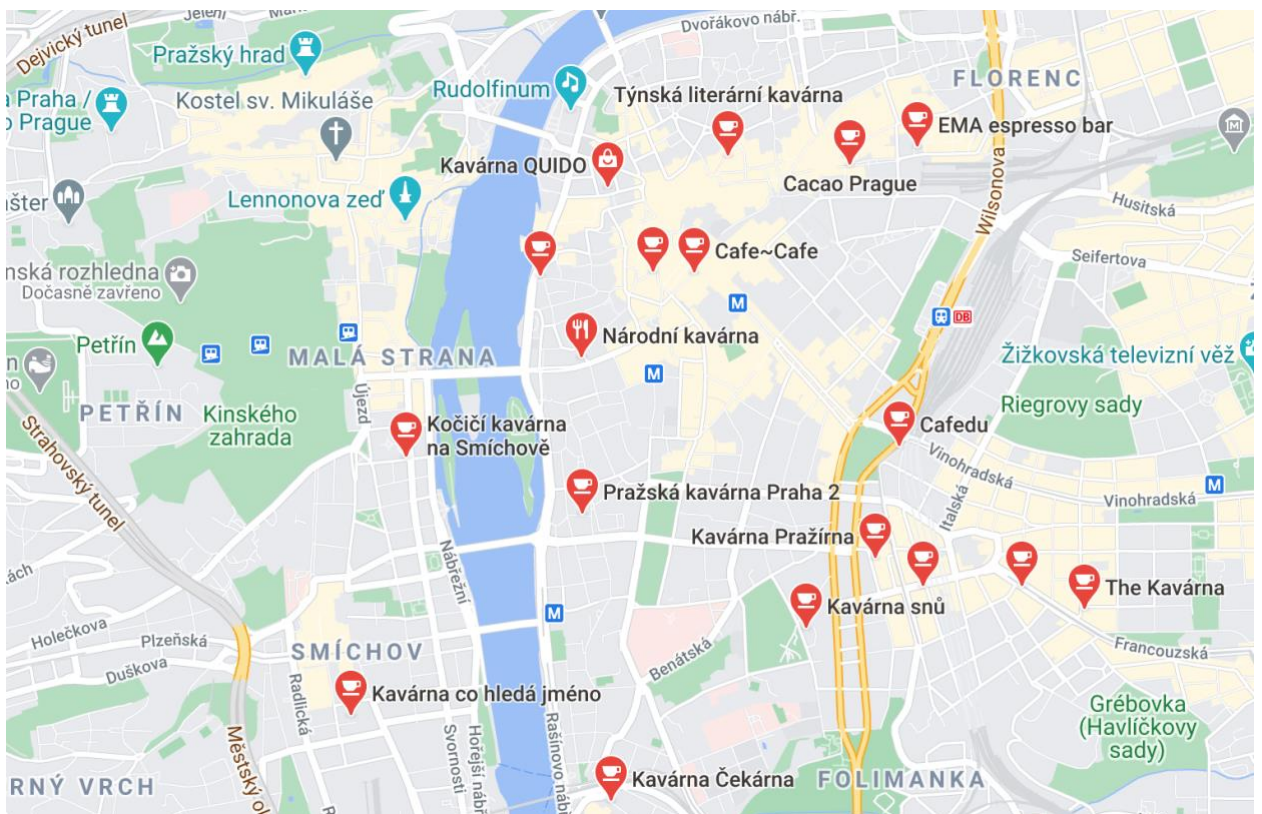
V souvislosti s opatřeními k boji proti šíření koronaviru se na návštěvníky vztahují další přísnější pravidla, která jdou nad rámec obecně přijímaných pravidel návštěv. Při nedodržení pokynů nebude návštěvníkovi umožněn vstup do turistického komplexu nebo mu může být odepřen vstup bez náhrady, i kdyby zaplatil za vstupenku.

- Je zakázán vstup do areálu památek, včetně parků a zahrad, osob v karanténě nebo osob se zdravotními problémy souvisejícími s virovou infekcí (horečka, kašel, dušnost, bolesti svalů atd.).
- Návštěvník je povinen vstupovat na území výhradně uzavřenými dýchacími cestami (obvaz, respirátor, šátek, maska atd.), které musí zůstat během svého pobytu na území pomníku kryté (zahrada, park, hrad, hrad atd.) v souladu s opatřeními vlády v boji proti šíření koronaviru.
- Návštěvník, který nemá zavedenou ochranu dýchacích cest, nebude na prohlídku povolen, i když má platnou vstupenku. V takovém případě nemá návštěvník nárok na vrácení peněz.
- Návštěvník je povinen udržovat vzdálenost nejvýše 2 m, s výjimkou osob žijících ve stejném domě.
- Je zakázáno shromažďovat lidi ve skupinách, a to jak v parcích a zahradách, na nádvořích, tak v jiných otevřených a uzavřených prostorách, zejména na místech před toaletami, v pokladnách, před bufety a na prodejních suvenýrů. Návštěvníci musí dodržovat vzdálenost nejméně 2 m. Spotřeba nealkoholických nápojů je možná ve vzdálenosti nejméně 10 m od výdejního okénka.
- Návštěvník je povinen používat dezinfekci rukou před vstupem do maloobchodních prodejen (pokladny, návštěvnická centra atd.), jakož i na toaletách.
- Preferovány jsou bezhotovostní prodeje (prodej přes internet nebo platba prostřednictvím platebního terminálu).
- Návštěvník je povinen řídit se dalšími pokyny zaměstnanců turistické infrastruktury, jinak může být z areálu administrativy vykázán.

2.2 Kulturní a gastronomické sektory Prahy

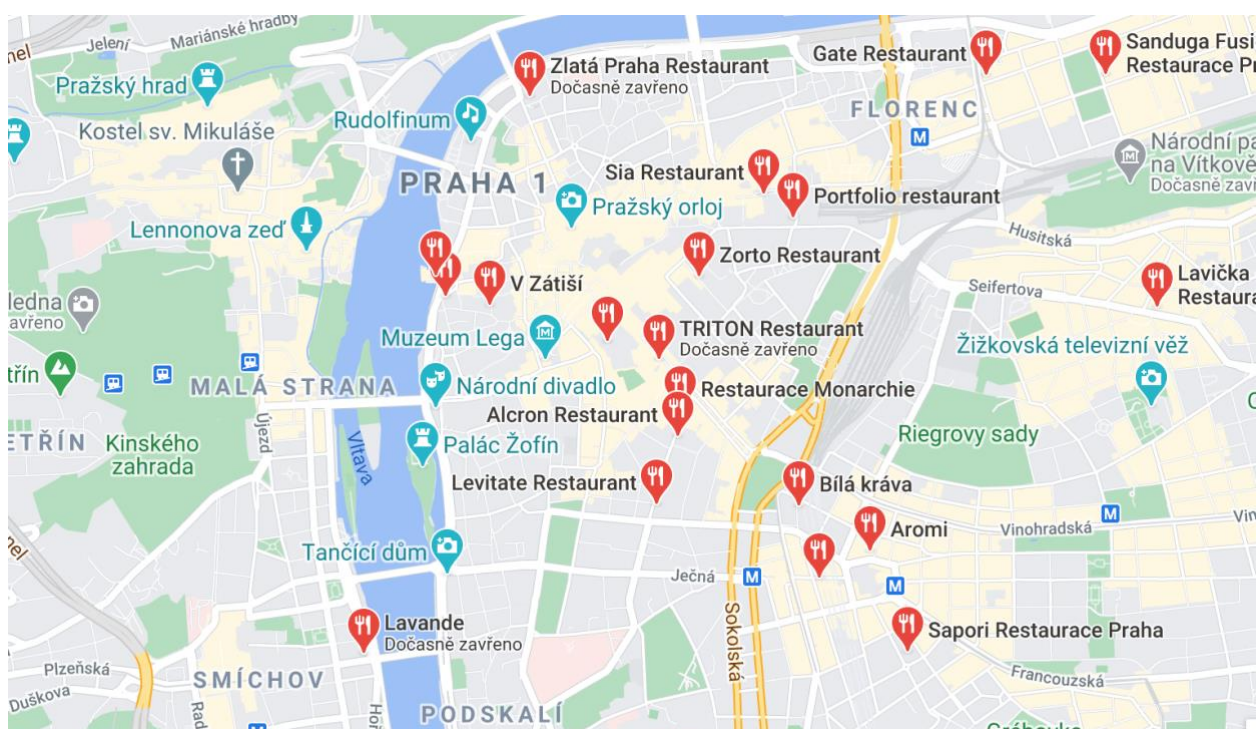
Kromě krásné architektury je Praha také známá svou lahodnou, tradiční pro Českou republiku a současně pestrou kuchyní. Ve městě je více než sto doporučených potravinářských podniků a hotelů s kvalitními službami v restauracích s jejich vlastním charismatem.

Hlavní město České republiky nabízí mnoho kvalitních restaurací (Obrázek 3), proslulých mezi návštěvníky města a se skvělými recenzemi, které podávají širokou škálu kuchyní ze světa, od tradiční české až po exotickou asijskou kuchyni. Pokud se chce turista dobře najíst, ale nemá náladu navštívit luxusní restauraci nebo nemá finance, může se rozhodnout pro malé místní kavárny (Obrázek 2), které nabízejí kvalitní jídlo, přátelskou atmosféru a ceny, které neničí rozpočet i nezkušeného labužníka. Na mapě pražských kaváren a restaurací můžete vidět, že jejich počet, včetně těch, které si dosud nezískaly celosvětovou slávu, je více než dostatečný.



Obrázek 2: Kavárny Prahy

Zdroj: Google Maps



Obrázek 3: Restaurace Prahy

Zdroj: Google Maps

Tradiční česká kuchyně může opravdu potěšit a příjemně překvapit zahraničního turistu, který to poprvé vyzkoušel, zejména v chladných dnech, protože většina podávaných jídel je celkem výživná a výživná.

Zvláštnosti české kuchyně nepochybně ovlivnily kuchyně sousedních zemí, zejména rakouské a německé, ale je třeba si uvědomit, že naopak mnoho pokrmů střední Evropy pochází z českých zemí. Zvláštní dietní jídlo zde nedostanete, protože jedním ze pilířů české „stravy“ je v mnoha ohledech maso, nejčastěji vepřové, které je pevně zastoupeno v tak světoznámých českých klasikách jako „knedlíky-vepřové maso“. Kromě vepřového, hovězího a kuřecího masa jsou velmi oblíbené husí, kachní a králičí maso.

Ryby se na tradičním místním menu často nevyskytují, s výjimkou tradičních českých vánočních kaprů z jihočeských rybníků.

Všechny tradiční české restaurace v Praze podávají oblíbené přílohy – knedlíky, brambory a kvásek, nejlépe k jedné z vašich oblíbených omáček nebo masových džusů. Mnoho českých hospod nabízí klasické evropské občerstvení, jako je grilovaný sýr, ghí, marinovaný hermelín nebo bramboráky.

Tradiční pražské dezerty jsou koláče a rohlíky, stejně jako lahodné ovocné knedlíky plněné švestkami, jahodami nebo jiným ovocem a posypané směsí strouhaného tvarohu a cukru.

Kromě světově proslulého piva jsou oblíbenými nápoji i švestková brandy (alkoholický nápoj ze švestkové šťávy s úžasnou vůní, s tóny bohaté švestkové chuti), fernet a becherovka (bylinné likéry), stejně jako česká a moravská vína.

Málokdo ví, že kulinářské rozdíly mezi západní a střední Evropou rychle mizí a že výjimečná sofistikovanost, elegance a tradice, které v kulinářských kruzích charakterizují Západ, ustupují v české kuchyni orientální orientaci na silnou, kořeněnou chuť. Nikde to není viditelnější než v Praze, která dnes může nabídnout místním i návštěvníkům širokou škálu dosud neviděných kulinářských stylů zaměřených na kořenitost, stejně jako regionální a etnické kuchyně, které přitahují pozornost a postupně se dostávají do žaludky a srdce mnoha turistů.

Jejich implementace bohužel ne vždy splňuje očekávání a cestující mohou být čas od času zklamáni. Zejména v centru Prahy je několik restaurací, které lze bezpečně nazvat turistickou pastí, kde bude turistovi podávána „vynikající“ verze tradiční kuchyně, jen ochucená upřímně nadměrným množstvím koření, ale již několikanásobně dražší.

Turisté by se proto měli více soustředit na místní obyvatele instituce, a ne na okázalý pátos dekorace a designu zvenčí i zevnitř. Princip je velmi jednoduchý: pokud je v instituci mnoho místních obyvatel, je to velmi dobré, pak je tam jídlo chutné a není drahé. Ale pokud upoutá pozornost honosný luxus výzdoby, poloprázdné haly, ve kterých sedí pouze turisté, je lepší hledat jiné místo k obědu.

Vzhledem k tématu ceny za oběd a velikosti porce chápeme, že každá restaurace si sama vybere, na čem je cena založena, protože modely s předraženými cenami, ale labužnická kuchyně a nestandardní sada jídel mohou být velmi kreativní, a dokonce se stát součástí instituce. Ale ve většině pražských restaurací a kaváren jsou porce jídla podle evropských standardů průměrné, ale mají vyšší příjem kalorií. Po analýze recenzí turistů o populárních potravinářských zařízeních v Praze zveřejněných na veřejně dostupných službách na internetu můžeme dojít k závěru, že se průměrné porce turistům někdy zdají velké, protože obsah kalorií v kuchyni je vysoký. Současně je tohoto dojmu dosaženo výhradně zvýšením obsahu tuku v potravinách, ale v žádném případě zvýšením jeho množství na talíři.

Ve srovnání s ostatními regiony České republiky jsou restaurace v Praze nejdražší, ale pokud vezmeme v úvahu jiná evropská města, je pražská kuchyně spíše levná než drahá. V průměru stojí oběd na turistu v místní kavárně, zejména ne na otevřených prostranstvích, kde jsou ceny o něco vyšší, zhruba 5 eur, za což v sousedních zemích nebudete moci vypít ani kávu se žemlí.

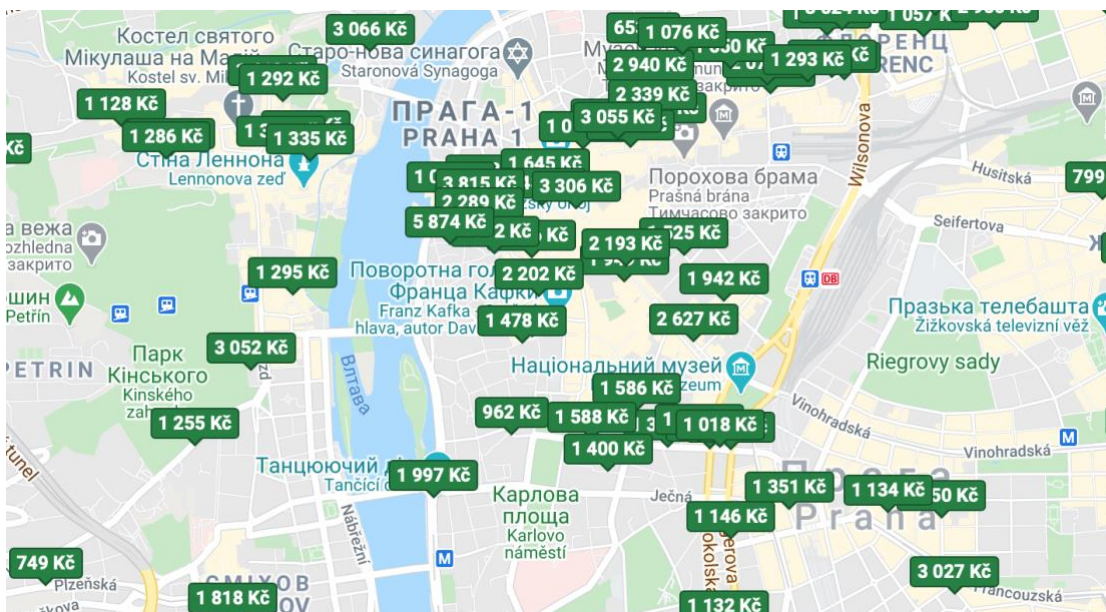
V současné době však kvůli vládním opatřením v boji proti šíření nemoci Covid-19 nejsou některé památky, kulturní zařízení a sportoviště otevřené na čerstvém vzduchu – jsou uzavřeny.

Některé restaurační prostory mohou být také uzavřeny, ale zákazníci jsou obsluhováni přes vyzvedávací okno.

Konkurence mezi pražskými stravovacími zařízeními je samozřejmě významná, a to i při omezení koronavirů každý bojuje za turisty, ale je vidět, že v hotelovém prostředí existuje ještě větší konkurence. Při pohledu na mapu pochopíte, že hotely v Praze jsou prostě všude. Praha je někdy dokonce označována jednoduše jako „velký hotel“. To samozřejmě není dobré pro majitele hotelových firem, ale skvělé pro návštěvu turistů. Čím více míst na nocleh, tím lépe a levněji.

Při pohledu na mapu (Obrázek 4) si můžete být jisti, že ceny ubytování pro turisty nejsou vysoké. V centru Prahy snadno najdete levný, ale dostatečně slušný hostel. Některé z nich stojí 5 až 10 eur za noc, včetně DPH a všech daní. Základní vybavení pokojů hostelu zahrnuje vše, co cestovatel potřebuje: postele, skříň, stůl, židle a lednička. Každý hostel má společnou kuchyň a koupelnu. V blízkosti hostelu najdete veškerou potřebnou infrastrukturu: restaurace, obchody a veřejnou dopravu. Pro dlouhodobé pronájmy jsou turistům vždy nabízeny zajímavé slevy, s jejichž pomocí můžete příležitostně získat místo v hostelu za pouhých 100 eur na celý měsíc. Cena zahrnuje úklid, spotřebu vody a elektřiny, používání společné kuchyně, parkování a Wi-Fi. Není to ráj pro turisty s rozpočtem? Která další evropská hlavní města se mohou pochlubit takovými demokratickými nabídkami pro jakoukoli peněženku? Praha je bezpochyby jedním z nejdostupnějších měst v Evropě pro cestovatele, kteří cestují poprvé.

Ceny standardních hotelů v Praze, i v ekvivalentu hřivny, jsou však také docela demokratické.



Obrázek 4: Ceny na hotely v Praze

Zdroj: *ua.hotels.com*

Hotel v Praze může být konkurenční alternativou obvyklého hostelu. Průměrná cena za noc v drahém 5hvězdičkovém hotelu bude někde kolem 75 eur. Pokoje v těchto hotelech jsou stylové a moderní a všechny jsou vybaveny klimatizací a luxusními koupelnami. Ve všech pokojích je zdarma k dispozici vysokorychlostní kabelové připojení k internetu. K dispozici je vždy satelitní TV s plochou obrazovkou, pracovní stůl a minibar. Bezplatné Wi-Fi je poskytováno na území téměř všech pražských hotelů, na rozdíl od mnoha hotelů v Německu, Španělsku a zejména ve Francii.

Pokud jde o hotely se 3 a 4 hvězdičkami, jejich cena za noc se může pohybovat od 30 do 65 eur. Kvalita služeb v těchto hotelech není v žádném případě horší než drahé a luxusní 5 hvězdičky. V Praze je úroveň služeb na stejně vysoké úrovni jako v Německu nebo Rakousku.

Můžeme s jistotou říct, že Praha nikdy nezažila nedostatek turistů.

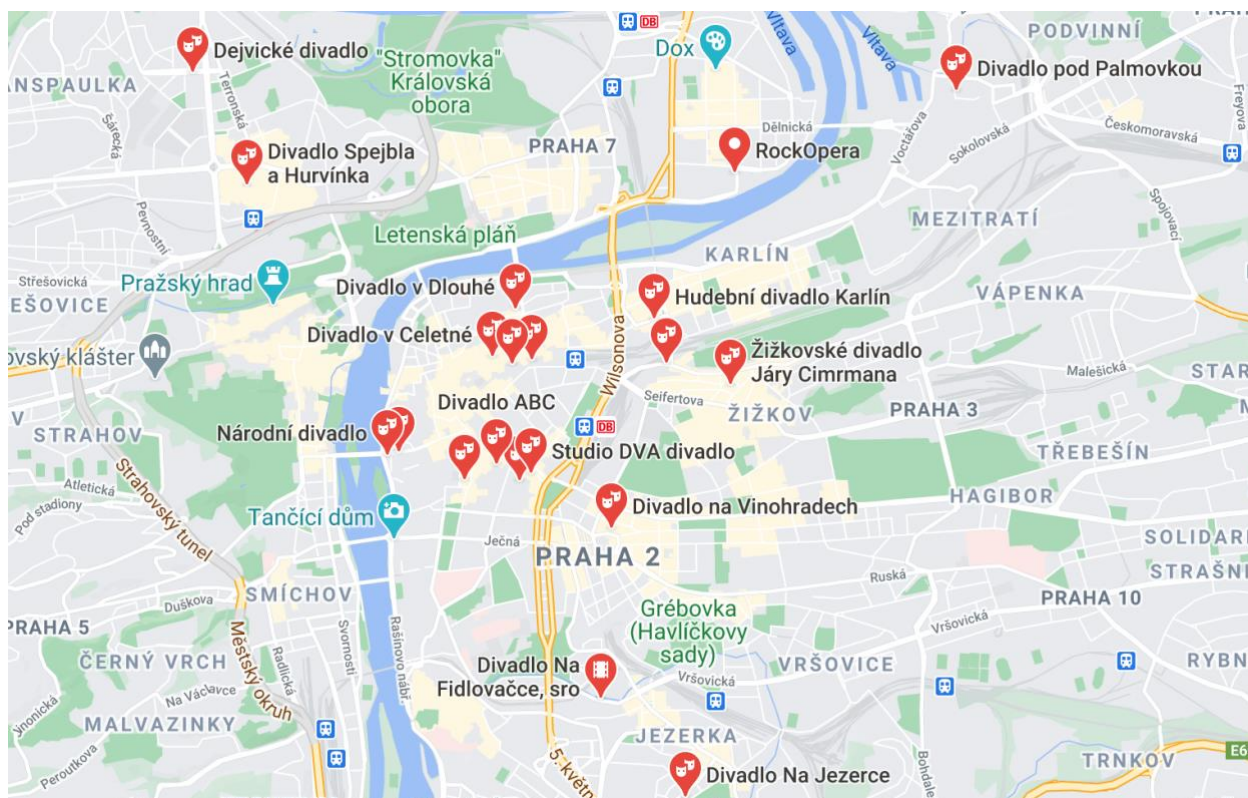
Složení návštěvníků starobylé Prahy se za posledních několik desetiletí prakticky nezměnilo. Nejprve se Němci přijdou podívat na historickou architekturu, pak Slováci, Rakušané a Poláci. Jedním slovem sousedé. Kvůli pandemii se však složení turistů mírně změnilo: neexistují prakticky žádné organizované turistické skupiny, většina turistů dává přednost individuálním procházkám se samostatně najatým místním průvodcem.

V demografickém profilu pražských turistů však stále dominuje skupina starších lidí, kteří mají čas, příležitosti a peníze. Zajímavé je, že se to týká nejen návštěvníků turistů, ale i domácího cestovního ruchu v Praze je skvěle rozvinutý. Český důchodce jako turista je v Praze běžným jevem.

Turisty láká také skutečnost, že Praha je považována za bezpečné místo, tedy za město s velmi nízkou kriminální činností. Neexistují žádné negativní zprávy o ní, zprávy o teroristických útocích, loupežích, krádežích a skandálech. A taková aura bezpečí a klidu určitě hraje pro cestovatele docela důležitou roli. Bezpečnost je také důležitá pro návštěvníky z okolních vesnic a vesnic, protože podle oficiálních statistik se právě oni stávají nejčastěji oběťmi nepoctivých podnikatelů, kteří v některých evropských městech čistí kapsy právě takovým nezkušeným turistům a nehanebně zvedají obvyklé ceny zboží a služeb.

A jednou z nejdůležitějších výhod, o kterých mluví téměř všichni turisté, kteří Prahu navštívili, bez ohledu na to, jak to zní divně, je levný alkohol. Nikde jinde na světě není tak levné pivo a liberální přístup k alkoholu. V Praze můžete pít alkohol téměř na každém kroku. Mentalita místního obyvatelstva je zároveň taková, že turista, který je v mírné fázi intoxikace alkoholem, nezpůsobí žádné odsouzení. Dokonce i místní policie, když se setkala s výtržníkem, který se kvůli nezkušenosti utřídil, by ho raději odvedla do hotelového pokoje, než aby ho pokutovala. Praha je jedinečným rájem pro ty, kteří rádi pijí silnější nápoj. Na rozdíl od Mnichova s Oktobrfestem proudí v Praze po celý rok pivní řeky a levné kvalitní pivo je dalším z těch nejsilnějších magnetů, které do Prahy přitahují nekonečný proud turistů.

Praha však není jen o hotelech, restauracích a hospodách. Pražská muzea a divadla vždy byla a zůstávají oblíbená u turistů z celého světa.



Obrázek 5: Divadla ve městě Praha

Zdroj: Google Maps

Když turisty už unavuje sledování filmu a chtějí zažít něco bohatšího, aby byli blíže hercům a české kultuře, jdou do divadla. Hlavní město je zdaleka nejbohatším městem v České republice s živými scénami. Pokud jde o divadelní program, pak Praha samozřejmě nabízí nejširší repertoár v zemi.

Divadla v Praze jsou rozdělena do několika oblastí (Obrázek 5). K dispozici je drama, moderna, hudební divadla, opera, balet, stínová divadla a loutková divadla jsou také populární mezi turisty. Ti, kdo cestují s rodinami, často hledají dětské divadlo. Toto je zdaleka

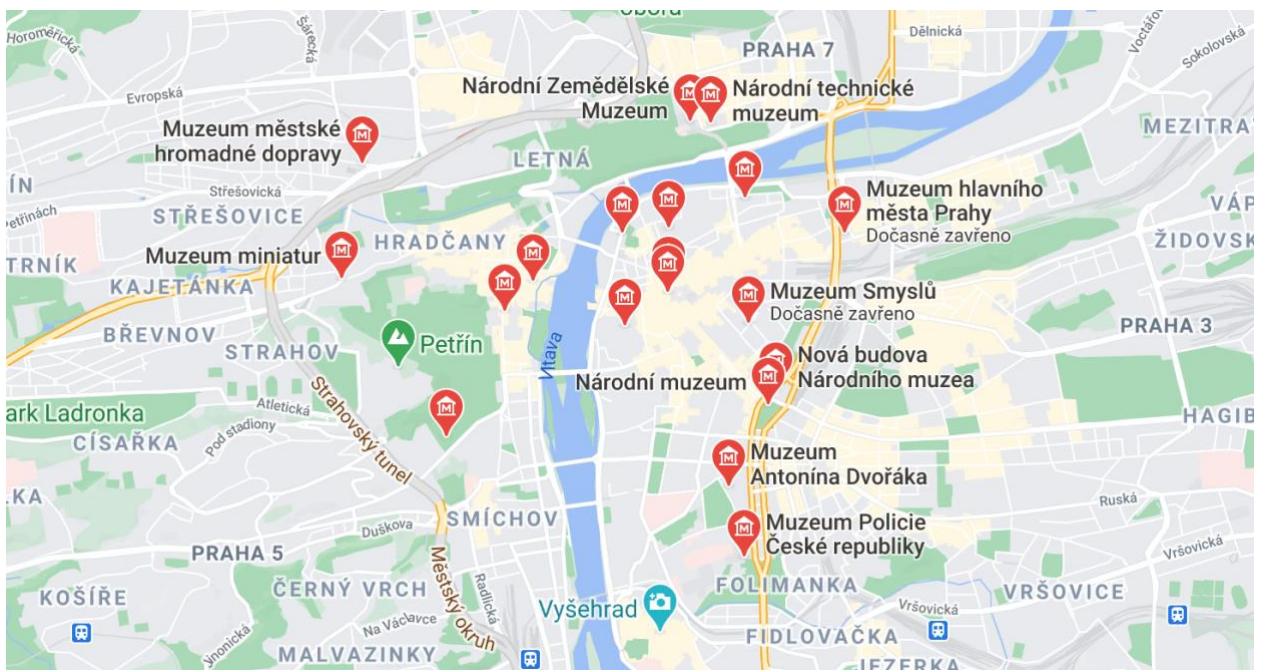
nejpozoruhodnější divadlo ve Speable a Hurvinku, které by měl každý navštívit v raném věku – trvalá vzpomínka, která vydrží na celý život.

Top pět divadel v Praze:

1. Obecní Dům
2. Národní Divadlo
3. Stavovské Divadlo
4. Rudolfinum
5. WOW Black Light Theater (Anonym 20, 2021).

Pokud jde o popularitu pražské zábavy, muzea nejsou horší než divadla.

Kam do muzea v Praze? (Obrázek 6) Nebo kam dnes jít do muzea? Tuto otázku přesně položil téměř každý Pražan a každý turista při plánování cesty pro rodinu, děti, přátele nebo dokonce pro skupinu školáků na dovolené. Praha, jako každé dobré hlavní město, má z čeho vybírat. Stačí se podívat na mapě, jaké množství muzeí v Praze.



Obrázek 6: Muzea ve městě Praha

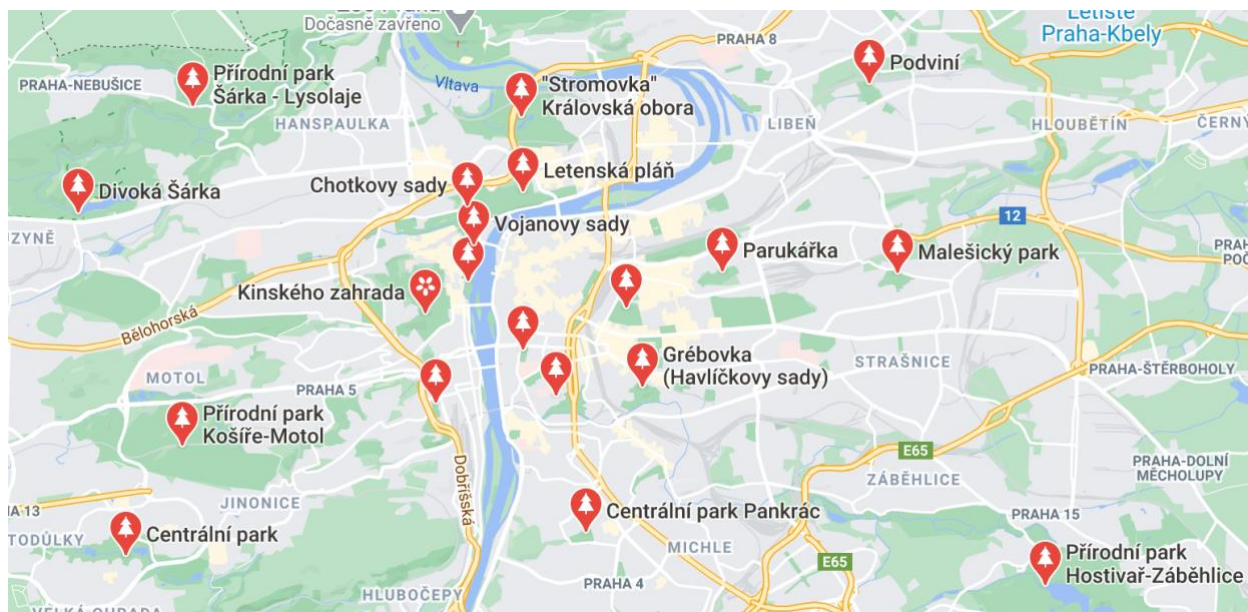
Zdroj: Google Maps

Top pět muzea v Praze:

1. Galerie Ocelových Figurín
2. Lobkowiczký Palác
3. Museum of Senses
4. Národní památník hrdinů Heydrichiády
5. Národní Technické Muzeum (Anonym 21, 2021).

V Praze je také mnoho zahrad a parků. Některé z nich jsou nejen dekorativní, ale také skutečné botanické zahrady. Zbytek jsou jen oázy klidu a pohody, tak nezbytné ve stále se zrychlujícím rytmu moderního života. Je velmi důležité čas od času opustit ruch města a dostat se do zahrady nebo parku a uvědomit si, jak krásná je příroda.

Turisté se mohou těšit na dlouhé procházky nádhernými náměstími, zahradami, parky, obdivovat nádherné výhledy a věnovat se prohlídce starého města, podniknout krásnou procházku a užívat si jemných paprsků slunce a snové romantiky uprostřed krásné Prahy. Zahrady jsou navíc velmi klidné, zde nepotkáte tolik turistů jako na rušných místech Starého Města, které vaší cestě do staré Prahy dodají jedinečnou atmosféru dávných dob.



Obrázek 7: Parky ve městě Praha

Zdroj: Google Maps

Na této mapě (Obrázek 7) můžete vidět, že většina zahrad a parků v Praze se nachází vedle sebe. Proto nemusíte trávit mnoho času na cestách, abyste navštívili co nejvíce různých přírodních zajímavostí.

Top pět parků v Praze:

1. Zoo Praha
2. Letná Park
3. Vadštejnské Zahrady
4. Park na Vyšehradě
5. Vrtbovská Zahrada (Anonym 22, 2021).

Průměrná cena návštěvníků různých parků, divadel a muzeí je přibližně 6 eur na osobu. Pro děti do 18 let je vstup do většiny muzeí a divadel zdarma. Nezapomeňte však zkontrolovat cenu u pokladny. Nyní v Praze je z důvodu ochrany před infekcemi a viry populárnější platit kartou než hotovostí. Na některých místech bylo jednoduše nemožné platit v hotovosti.

Praha je nádherné město. Plný možností a krásy, skutečný magnet pro turisty.

Po analýze a srovnání nabídky služeb pro turisty v Praze a zaměření na objem a kvalitu poskytovaných služeb lze z ekonomického plánu vyvodit jeden zajímavý závěr.

Cestovní ruch v Praze je jedním z hlavních zdrojů příjmů hlavního města. Praha je 20. nejnavštěvovanější město na světě – po Londýně, Paříži, Istanbulu a Římě páté nejnavštěvovanější město v Evropě. Přibližně 85 % turistů, kteří navštíví Českou republiku, navštíví Prahu.

A ačkoli cestovní ruch tvoří velkou část příjmů hlavního města České republiky, přináší s sebou také řadu problémů, jako je narušení nočního ticha, vandalství, hluk, přeplnění v centru města, ničení památek a nedostatek kvalitních bytů pro domorodé obyvatele.

Díky svému kulturnímu, geografickému a historickému pozadí je Praha dlouhodobě nejnavštěvovanějším městem v zemi, a to nejen v oblasti domácího cestovního ruchu, ale i mezi zahraničními turisty.

Ani Praha se nevyhla fenoménu tzv. „Overtourism“, který znepokojuje další významná turistická místa v Evropě i ve světě. Město se snaží hlouběji a hlouběji zaměřovat na motivaci návštěvníků, aby zůstali mimo centrální okruh nebo znovu navštívili oblíbené destinace v mimosezónních turistických sezónách, nasměrovali návštěvníky na místa mimo historické centrum a mimo hlavní turistickou sezónu a podporovali domácí cestovní ruch.

V duchu nové koncepce město podporuje důležité události, které zvyšují prestiž města na globální úrovni, a také akce, které se konají v blízkosti historického centra a mimo hlavní turistickou sezónu.

Město úzce spolupracuje a vytváří nejpříznivější zacházení pro ty cestovní společnosti, které kromě marketingových aktivit v Praze v oblasti příchozího cestovního ruchu poskytují také informace o městě obyvatelům i návštěvníkům, popularizují Prahu jako centrum kulturního dědictví. Praha v současné době čelí spadu z pandemie koronavirů, která způsobila katastrofu v cestovním ruchu.

V důsledku nepříznivého vývoje pandemie se cestovní ruch v roce 2020 také meziročně snížil o 93 procent.

"Situace s koronaviry a protiepidemickými opatřeními udrží cestovní ruch po určité době ve stavu nuceného hibernace. Jakmile to situace dovolí, vynaložíme veškeré úsilí, aby město co nejdříve oživilo cestovní ruch", - uvedla poradkyně Hana Tržestíková („Praha pro sebe“).

Pro analýzu bylo vybráno pět pětihvězdičkových hotelů v Praze (Tabulka 2), které mají vysoké hodnocení a pozitivní recenze na platformách pro rezervaci ubytování.

Na základě analýzy je vidět, že podle vybraných hodnotících kritérií má téměř všech pět hotelů nad 9 bodů. Ale kritérium Cena / Kvalita ve třech hotelech má asi 8 bodů, což znamená předraženou cenu hotelové služby. Například hotel č.4 umožňuje zdarma umístit přistýlku na pokoj pro děti do 16 let. Hotel č.3 zároveň nabízí tuto službu za příplatek 99 EUR za noc.

Tyto dva hotely mají také odlišné požadavky na ubytování domácích mazlíčků. Hotel č.4 nabízí domácí zvířata povolená na vyžádání a zdarma, zatímco hotely č.2, č.3 a č.5 nabízejí stejnou službu za příplatek. Přes své první místo v žebříčku hotel č.1 kategoricky neumožňuje hostům pohybovat se zvířaty.

Název Hotelu/ Hodnocení: (max.10)	Kritéria:	Personál	Zařízení	Čistota	Pohodlí	Poměr ceny a kvality	Lokalita
1. Alcron Hotel / 9,4		9,7	9,3	9,6	9,5	9,0	9,6
2. The Grand Mark / 9,3		9,4	9,4	9,6	9,6	9,0	9,6
3.Mandarin Oriental / 9,2		9,4	9,0	9,6	9,4	8,4	9,4
4. Four Seasons / 9,1		9,3	9,2	9,5	9,4	8,2	9,7
5. Hotel Paris / 9		9,1	8,8	9,2	9,1	8,5	9,7

Tabulka 2. Hodnocení hotelu v Praze

Zdroje: Booking.com

Všechny hotely, s výjimkou hotelu č.3, nabízejí bezdrátové připojení k internetu zdarma. Hotel číslo 3 nabízí tuto službu za 20 eur na 24 hodin.

Ceny za parkování v hotelích začínají od 19 eur za den do 55 eur. Nejnižší cenu nabízí hotel č.2–19 eur, dále stoupá na hotel č.1–33 eur, hotely č.3 a č.5–40 eur a nejvyšší cena za parkování za den v hotelu č.4–55 eur.

Poloha všech pěti hotelů je hodnocena nad 9,4 bodů. Všechny vybrané hotely mají vynikající polohu v dosahu turistických atrakcí města.

Směnárna, která je mezi hotelovými hosty obvykle žádaná, je k dispozici ve všech vybraných hotelech kromě č.1.

Pro zábavu hostů nabízejí hotely č.2, č.4 a č.5 živou hudbu nebo představení.

Název Restaurace/ Hodnocení: (max.5)	Kritéria:	Potraviny	Pohodlí	Poměr ceny a kvality	Cenový rozsah	Speciální diety
1. Sangam		5	5	4,5	390- 1 301 Kč	Vhodná pro vegetariány, Pro vegany, Nabídka bezlepkových jidel
2. Black Bettie's Grill		5	5	5	78-260 Kč	Pro vegany
3. MeatEater steak & wine		5	5	5	780-2 601 Kč	-
4. Wine O'Clock Shop		5	5	4,5	156-260 Kč	Vhodná pro vegetariány, Nabídka bezlepkových jidel
5. Johnny Pizza a Johnny Pizza bar		5	5	5	145-350 Kč	Vhodná pro vegetariány, Pro vegany

Tabulka 3. Hodnocení restaurace v Praze

Zdroje: Tripadvisor.cz

Pro analýzu pražských restaurací bylo z platformy pro hodnocení kvality a služeb vybráno 5 míst. (Tabulka 3).

Výsledkem analýzy bylo zjištěno, že vysoká cena a vysoká kvalita ne vždy dostanou maximální hodnocení. Podle tabulky 3 je možné vidět, že restaurace č.2, která má cenovou kategorii nižší než konkurenční restaurace č.3, nekonkuruje v kvalitě služeb a produktů a zaujímá vyšší pozici.

Restaurace 2 ve srovnání s ostatními nemá speciální menu pro alergiky, vegetariány a vegany.

Název Kavárny/ Hodnocení: (max.5)	Kritéria:	Potraviny	Pohodlí	Poměr ceny a kvality	Cenový rozsah	Speciální diety
1.Donuterie		5	5	5	35-55 Kč	Vhodná pro vegetariány
2.Rainbows End Cafe		4,5	4,5	4,5	25-100 Kč	Vhodná pro vegetariány, Pro vegany
3.Café No.3		4,5	5	4,5	109-437 Kč	Vhodná pro vegetariány
4.Tricafe		4,5	4,5	4,5	312-520 Kč	Vhodná pro vegetariány, Pro vegany, Nabídka bezlepkových jidel
5.Designum Café		4,5	4,5	4,5	55-175 Kč	Vhodná pro vegetariány, Pro vegany, Nabídka bezlepkových jidel

Tabulka 4. Hodnocení kaváren v Praze

Zdroje: Tripadvisor.cz

Pro analýzu pražských kaváren bylo z platformy pro hodnocení kvality služeb a produktů vybráno 5 míst. (Tabulka 4).

První místo s maximálním bodem 5 je kavárna č.1 která má nejmenší cenový rozsah.

Na základě výše uvedené analýzy srovnání kvality hotelových služeb v Praze vycházejí následující výhody:

- dobrá poloha hotelů, která vám umožní dostat se do centra města a k hlavním atrakcím pěšky,
- služba concierge k dispozici 24/7,
- přítomnost uzavřené garáže,
- některé hotely nabízejí aktivity zdarma (jóga a kola pro procházky po městě),
- krásný výhled z hotelových pokojů,
- stylový design hotelů,
- čisté pokoje,
- čisté ložní prádlo,
- prvotřídně bary s kvalitním alkoholem a příjemnou atmosférou.

S pomocí analýzy srovnání také zjištěny následující nevýhody:

- malé koupelny,
- placené parkování,
- vzdálená poloha parkoviště od hotelů vzhledem k jejich poloze v centru města,
- zaměstnanci, kteří nemluví česky,
- vysoká cena za snídani s malým výběrem,
- složitost připojení k bezdrátovému internetu, některé hotely poskytují službu za poplatek,
- komplikovaný přístup do lázeňských center (registrace předem)
- předražené ceny vína v hotelových restauracích a barech,
- existence pouze jedné koupelny v rodinných pokojích,
- špinavé balkony v pokojích,

- zvýšené ceny minibaru,
- dlouhý přísun teplé vody do koupelen.

Hotely nabízejí také služby jako:

- čištění oděvů,
- business centrum,
- salón krásy,
- transfer na letiště,
- transfer z letiště,
- lístky na veřejnou dopravu,
- pronájem aut,
- televizní programy pro děti,
- služby pro děti.

3 NAVRHOVÁ ČÁST

Složitá povaha turistických aktivit ztěžuje stanovení jediného ukazatele pro hodnocení kvality služeb. Kromě toho vliv řady faktorů ekonomických, organizačních, technických atd. příroda pro stejný ukazatel neumožňuje měřit kvalitu služeb v různých druzích turistických aktivit. Pojmy „kvalita služby“ a „kvalita služby“ spolu úzce souvisí, protože obě závisí na produkčních schopnostech turistických zařízení, ať už jde o hotel, penzion nebo sanatorium.

V této oblasti však stále existuje velké množství špatně prostudovaných problémů. Zejména problémy spojené s hodnocením kvality a efektivit cestovních služeb a formováním na tomto základě účinných systémů řízení pro cestovní společnost. Špatně jsou studovány také problémy spojené s faktory vnějšího prostředí podniku, které přímo i nepřímo souvisejí s kvalitou poskytovaných služeb. Hlavní charakteristikou vnějšího prostředí je jeho složitost, dynamika a nejistota. Vnější faktory v podmínkách tržních vztahů přispívají ke formování kvality služeb. Patří sem především: požadavky trhu, tj. kupující; soutěž: regulační dokumenty v oblasti kvality výrobků; potřeba získat důstojné místo na domácím i zahraničním trhu; zajištění image společnosti mezi kupujícími, obchodníky atd.

Kvalita služeb závisí na řadě faktorů. Faktory kvality jsou kvalitativní nebo kvantitativní charakteristiky jedné nebo více vlastností služby.

Klasifikace faktorů kvality služeb je poměrně rozsáhlá:

- ukazatele funkčního účelu;
- ukazatele sociálního účelu;
- ergonomické ukazatele;
- estetické ukazatele;
- bezpečnostní ukazatele;
- environmentální ukazatele;
- patentové a právní ukazatele;
- ukazatele standardizace.

Kromě toho stále existují určité faktory specifické pro odvětví cestovního ruchu, které do značné míry ovlivňují tvorbu kvalitního produktu cestovního ruchu.

1) diskretnost (kontinuita) produkce turistických služeb a integrita jejich spotřeby. Odborníci na cestování často říkají: „Pohostinství je umění malých věcí.“ Při zajišťování kvality turistického produktu musí všechny služby fungovat stejně jasně a efektivně. Pro vysoce kvalitní produkci cestovních služeb je to stejně důležité jako práce technické služby odpovědné za výtahy, provozuschopnost telefonů, zámků, nábytku nebo vodovodní instalace.

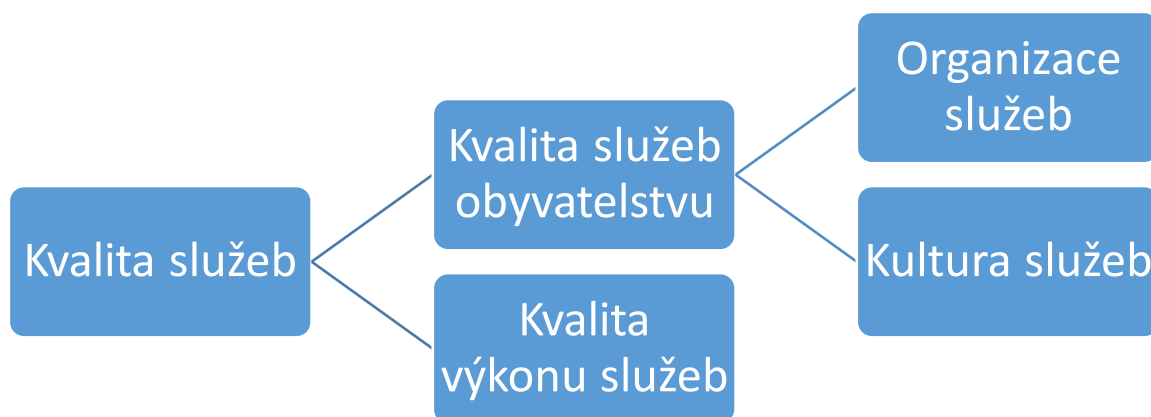
2) možnost re-produkce cestovních služeb na stejné vysoké úrovni nebo trvání kvality. Řešení tohoto problému pro mnoho výrobců turistických produktů se ukazuje jako nesnesitelný úkol, který se zase často stává důvodem prudkého poklesu konkurenceschopnosti celého podniku.

3) sférou cestovního ruchu se rozumí činnost, při níž je vyrobený produkt, který je nehmotný, spotřebován současně s jeho výrobou. Zaměstnanci podniku nemají šanci opravit vadu a vrátit hosta. To je velmi důležitý bod, protože kvalita práce zaměstnanců významně ovlivňuje kvalitativní charakteristiky samotného produktu cestovního ruchu.

V praxi je kvalita služby určena:

- 1) efektivita práce při výběru a organizaci zájezdů na žádost klientů – rychlost služby v komplexu určuje míru spokojenosti každého klienta;
- 2) načasování získání referenčních informací;
- 3) s laskavým svolením služby, která je vyjádřena v pohostinnosti zaměstnanců cestovní kanceláře, jejich pozornosti vůči žádostem každého klienta, trpělivosti při projednávání trasy;
- 4) korespondence navrhovaného zájezdu se skutečným obsahem;
- 5) dostupnost koordinace všech složek komplexní služby.

Kvalita služeb má specifické schopnosti a skládá se z následujících komponent: (Tabulka 5).



Tabulka 5. Kvalita služeb, jejich provádění a údržba.

Zdroje: Vlastní zpracování

Kvalita výkonu služby je míra, do jaké spotřebitelské vlastnosti služby odpovídají konkrétní sociální potřebě, která splňuje jak požadavky aktuální regulační a technické dokumentace, tak přání konkrétního spotřebitele služby, dohodnuté při přijetí řádu s optimálními socioekonomickými výsledky jejího provedení.

Kvalita služby obyvatelstvu je míra shody spotřebitelských vlastností procesů zajišťujících veřejné potřeby, charakterizovaná souborem podmínek, metod a prostředků, které poskytují konkrétnímu spotřebiteli příležitost získat službu s minimální spotřebou času a vysoká kultura služby s optimálními socioekonomickými výsledky služby.

Nezbytným požadavkem na zlepšení kvality služeb v podnicích cestovního ruchu je dodržování následujících zásad:

Prvním z nich je dodržování základních a nejdůležitějších zásad moderní služby pro odvětví cestovního ruchu:

- 1) maximální soulad poskytovaných služeb s požadavky spotřebitelů a povahou spotřeby;
- 2) neoddělitelné spojení mezi službou a marketingem, jeho základní principy a cíle;

3) flexibilita služby, její zaměření na zohlednění měnících se požadavků trhu, preference spotřebitelů cestovních služeb.

Druhým je vytvoření nezbytných podmínek pro personál, jejichž cílem je poskytovat kvalitní služby. Tyto zahrnují:

- 1) ergonomie pracovišť;
- 2) jasná formulace pravidel, která musí každý zaměstnanec dodržovat;
- 3) jasný systém pro hodnocení kvality práce každého zaměstnance, který umožňuje objektivně kvantitativně a kvalitativně měřit účinnost služby, zejména takové špatně účetní prvky, jako je benevolence a zdvořilost;
- 4) motivace zaměstnanců, jejich upřímný zájem o prosperitu celého podniku, touha a schopnost dělat veškerou práci co nejefektivněji, nálada k sebezdokonalování;
- 5) systém školení zaměstnanců.

Třetím je optimalizace organizační struktury řízení společnosti poskytující cestovní služby. Nejlepší je taková organizační struktura řízení, kde je počet prvků extrémně malý (ale aniž by byla ohrožena kvalita služby), to znamená, čím delší je průběh objednávky, tím větší je pravděpodobnost chyby.

Nutnou podmínkou pro zajištění kontinuity technologického procesu se stejnou úrovní kvality služeb je také efektivní interakce všech prvků struktury, která umožňuje okamžitě napravit vzniklé chyby a vyloučit možnost jejich opakování.

Za čtvrté – komplexní, úplná, objektivní a nepřetržitá kontrola kvality služeb, z čehož vyplývá:

- 1) účast hosta na hodnocení a kontrole kvality;
- 2) vytvoření metod a kritérií pro korelaci požadavků norem se skutečným stavem věcí;
- 3) vytvoření systémů personální sebeovládání;

- 4) neustálá práce se skupinami kvality;
- 5) uplatňování jasně formulovaných kvantitativních kritérií pro hodnocení kvality poskytovaných služeb;
- 6) účast zaměstnanců na tvorbě systémů a kritérií kvality;
- 7) používání technických prostředků kontroly kvality;
- 8) vytvoření kontrolních služeb, které by zahrnovaly zástupce různých služeb: ředitelství, finanční oddělení, bezpečnostní oddělení, personální služby, manažeři nebo zaměstnanci všech funkčních služeb.

Nedílnou součástí dosažení vysoce kvalitních služeb je přítomnost kontrolního systému. Při vytváření řídicího systému je třeba dodržovat zásadu kontinuity. Systém řízení kvality služeb by měl doslova zajišťovat každou sekundu řízení ve všech fázích technologického cyklu a ve všech parametrech. Kromě toho by řídicí funkce, která je návratová, měla přímo poskytovat flexibilitu a přizpůsobení všech ostatních akcí, aby byla zajištěna kvalita služby.

Lze tedy rozlišit dvě hlavní kritéria systému kvality: musí zajišťovat vysokou úroveň kvality služeb, jeho soulad se standardy a potřebami turisty a také sloužit jako nástroj pro vytváření speciálních technologií pro racionální řízení podniku.

Můžete například zavést následující pokyny ke zlepšení úrovně služeb a poskytování služeb:

- 1) zvyšující se požadavky na personál během najímání;
- 2) profesní rozvoj personálu:
 - základní školení v souladu s cíli podniku a specifiky práce;
 - školení k překlenutí rozdílu mezi pracovními požadavky a osobními kvalitami;
 - školení ke zvýšení obecné kvalifikace;
 - školení pro zvládnutí nových technik a metod provádění pracovních operací;
- 3) zavádění nových technologií ve službách turistům;
- 4) použití metody nulové vady;

- 5) snížení případů porušení pracovní kázně v důsledku práce s personálem;
- 6) snížení počtu nákladů spojených s výkonem práce související s personálními službami;
- 7) provádění opatření pro vědeckou organizaci práce: umístění pracovníků v souladu s kvalifikací, vzděláním, věkem, povahou atd.

Pro zlepšení kvality služeb v Praze se navrhuje vytvořit jednotný online dotazník pro hotelové návštěvníky. Tento dotazník tedy vytvoří interní hodnocení pražských hotelů z hlediska kvality služeb. Bude to pomocná jednotka jak pro turisty, kteří hledají nejlepší nabídku z hlediska kvality a ceny služeb, tak pro hotely, které mohou pomocí tohoto dotazníku zlepšit kvalitu svých služeb. Výsledkem je, že hotely budou v tuto chvíli schopny zjistit své hodnocení, aniž by musely navštěvovat jiné weby, budou moci své hodnocení propagovat a zvyšovat, což je nutné k nápravě všech chyb, které hotel uvedl návštěvníků dotazováním respondentů.

System fungování online dotazníku bude sestávat z nezávislé webové stránky, kde návštěvníci hotelů v Praze potvrdí svůj pobyt v hotelu pomocí rezervačního čísla hotelu a délky pobytu.

Vzorec dotazníku:

1. Líbilo se vám, jak vás v hotelu přivítali?
2. Jak dlouho trvalo přihlášení?
3. Byla vám poskytována služba recepčního?
4. Jak byste ohodnotili pokojovou službu?
5. Poskytli jste osobní vybavení na pokoji?
6. Jak rychle splnil hotelový personál vaše přání?
7. Ohodnoťte kvalitu denního úklidu v místnosti.
8. Ohodnoťte kvalitu úklidu společných prostor v hotelu.
9. Jaká je podle vás kvalita produktů a kvalita služeb v restauracích a barech hotelu?
10. Jaký je podle vás poměr cena / kvalita v našem hotelu?

11. Využili jste nějaké další hotelové služby (lázeňské centrum, prádelna, parkování)

12. Byl ve vašem pokoji minibar?

13. Líbilo se vám plnění mini baru?

14. Jaký byl váš postup při odhlášení?

15. Využili jste hotelový transfer? Pokud ano, ohodnoťte kvalitu služby.

16. Napište svá přání ke zlepšení kvality hotelových služeb.

Rozpočet na vytvoření webové stránky s dotazníkem je 80 000 Kč:

- vývoj architektury webových stránek - 20 000 Kč,
- přizpůsobování hlavních stránek, umístění akcentů - 7 500 Kč,
- vývoj náčrtu webových stránek - 15 000 Kč,
- zavedení náčrtu do vybraného systému pro správu obsahu - 15 000 Kč,
- školení v práci s řídicím systémem - 3 500 Kč,
- připojení nástrojů pro webovou analýzu - 8 500 Kč,
- registrace zdroje ve vyhledávačích - 6 500 Kč,
- podpora a poradenství po zahájení projektu - 4 000 Kč.

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo analyzovat město Praha z hlediska měření kvality poskytovaných služeb cestovního ruchu se zaměřením na hotely, restaurace, kavárny, divadla, muzea, parky. Analýza srovnání byla použita k porovnání kvality služeb ve výše uvedených kategoriích v cestovním ruchu. Podařilo se mu tedy zjistit, že hotely, restaurace a kavárny, které jsou mezi zákazníky velmi oblíbené, splňují kritéria kvality služeb.

Pro zlepšení kvality služeb v Praze byl navržen jednotný online dotazník pro hotelové návštěvníky. Tento dotazník vytvořil předpoklady interního hodnocení pražských hotelů z hlediska kvality služeb.

Důležitým úkolem pro podniky cestovního ruchu je vytvořit si reputaci vysoce kvalitních služeb pro hosty, což je zajištěno kolektivním úsilím zaměstnanců všech služeb podniku, neustálou a účinnou kontrolou ze strany managementu, prací na zlepšování forem, služby, studií a implementací pokročilých a nových zkušeností s cílem rozšiřování a zlepšování kvality poskytovaných služeb.

Poskytované cestovní služby musí splňovat očekávání a fyzické požadavky spotřebitelů, jimž je služba určena, a také požadavky, které spotřebitelům poskytují další pohodlí, atraktivitu a prestiž služeb. Mezi doporučené požadavky na turistické služby a servisní podmínky patří: dodržování účelu; přesnost a včasnost provedení; složitost; etika servisního personálu; pohodlí; estetika; ergonomie. Je nezbytné, aby poskytování turistických služeb poskytovalo příležitosti k získání nejen základních, ale i doplňkových služeb (domácnost, komunikace, obchod), které vytvářejí běžné životní podmínky pro spotřebitele.

Aby organizace včas reagovala na pokles spokojenosti zákazníků s poskytovanými službami, neměla by zanedbávat hodnocení tak důležitého ukazatele, jakým je kvalita poskytovaných služeb.

POUŽITÉ ZDROJE

ANONYM 1. Anonym. CZCO [online]. Copyright © [cit. 12.11.2020]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20557193/921108m.pdf/b6571837-6a2e-4138-912c-59da6de43de4?version=1.0>

ANONYM 2. Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014-2020. Copyright © [cit. 12.11.2020]. Dostupné z: [https://mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/koncepce-strategie/koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-cr-\(1\)](https://mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/koncepce-strategie/koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-cr-(1))

ANONYM 3. PALATKOVÁ, Monika. Metodika a odpovědnost za aktualizaci dat v destinačním management. Vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007, 123 s.. Tato skripta byla vytvořena pro projekt „Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu“ CZ.04.1.03/4.2.00.1/0008. Operační program Rozvoj lidských zdrojů (OP RLZ), Opatření 4.2., Specifické vzdělávání.

ANONYM 4. Analýza kvality služeb pro sektor wellness (resumé). [online] 2009. [cit. 13.11.2020]. Dostupné z: Mmr.cz

ANONYM 5. Anonym. Český systém kvality služeb [online]. Copyright © [cit. 12.11.2020]. Dostupné z: <https://www.csks.cz/filemanager/files/13266.pdf>

ANONYM 6 .ISO normy [online]. Copyright © [cit. 12.11.2020]. Dostupné z: <http://www.iso-normy.cz>

ANONYM 7. ISO 9001 [online]. Copyright © [cit. 12.11.2020]. Dostupné z: http://www.iso.cz/?page_id=38

ANONYM 8. ISO 9001:2015 [online]. Copyright © [cit. 12.11.2020]. Dostupné z: <http://www.iso.cz/iso-90012015>

ANONYM 9. ISO 9002 [online]. Copyright © [cit. 12.11.2020]. Dostupné z: http://www.technicke-normy-csn.cz/010322-csn-en-iso-9002_4_18763.html

ANONYM 10. ISO 9003 [online]. Copyright © [cit. 12.11.2020]. Dostupné z: <https://the9000store.com/what-are-iso-9000-standards/what-is-iso-9003/>

ANONYM 11. ISO 9004 [online]. Copyright © [cit. 12.11.2020]. Dostupné z:

<https://the9000store.com/what-are-iso-9000-standards/what-is-iso-9004/>

ANONYM 12. Příručka EMS podle ISO 14 001, 2016 [online]. Copyright © [cit. 14.11.2020]. Dostupné z: <https://www.envigroup.cz/prirucka-ems-podle-iso-14001.html>

ANONYM 13. HACCP [online]. Copyright © [cit. 12.11.2020]. Dostupné z: <https://www.iso.cz/haccp>

ANONYM 14. Total Quality Management (TQM) [online]. Copyright © [cit. 12.11.2020]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/total-quality-management>

ANONYM 15. Model excelence EFQM [online]. Copyright © [cit. 12.11.2020]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20160709023827/http://www.csq.cz/model-excelence-efqm/>

ANONYM 16. The EFQM Excellence Model. EFQM [online]. Copyright © [cit.14.11.2020]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20160314223704/http://www.efqm.org/the-efqm-excellence-model>

ANONYM 17. O Českém systému kvality služeb [online]. Copyright © [cit. 14.11.2020]. Dostupné z: <https://www.csks.cz/cs/o-ceskem-systemu-kvality-sluzeb/>

ANONYM 18. Hotel Stars Union [online]. Copyright © [cit. 14.11.2020]. Dostupné z: https://www.hotelstars.eu/cs/czech_republic/

ANONYM 19. Anonym. Oficiální jednotka klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2015-2020 metodika [online]. Copyright © [cit. 14.11.2020]. Dostupné z: <https://www.hotelstars.cz/ke-stazeni>

ANONYM 20. Divadla-Praha [online]. Copyright © [cit. 11.04.2021]. Dostupné z: https://www.tripadvisor.cz/Attractions-g274707-Activities-c58-t116-Prague_Bohemia.html

ANONYM 21. Muzea-Praha [online]. Copyright © [cit. 11.04.2021]. Dostupné z: https://www.tripadvisor.cz/Attractions-g274707-Activities-c49-a_allAttractions.true-Prague_Bohemia.html

ANONYM 22. Parky a přírodní atrakce-Praha [online]. Copyright © [cit. 11.04.2021]. Dostupné z: https://www.tripadvisor.cz/Attractions-g274707-Activities-c57-Prague_Bohemia.html

BENEŠOVÁ, P., VACKOVÁ, P.: Vliv certifikace zařízení na kvalitu služeb v řetězci lázeňských a wellness hotelů Royal Spa. In: Sborník mezinárodní vědecké konference. Hotelnictví, turismus a vzdělávání. Inovace a kvalita služeb. 4. ročník. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2012. ISBN 978-80-87411-40-7.

GOELDER, Charles R a John Raymond Brent RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-251-2595-3.

JAKUBÍKOVÁ, D. Marketing v cestovním ruchu. 1. vyd. Praha: Grada Publ., 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.

KOLOCHEVA V.V.: Zvláštnosti hodnocení kvality turistických služeb. Moskva: Russian Journal of Entrepreneurship, 2017. ISBN 987-5-4312-0287-2.

ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M.: Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.