

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ s.r.o.



Kvalita produktu cestovního ruchu a její měření

Bakalářská práce

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ s.r.o.

Studijní obor: Gastronomie, hotelnictví a cestovní ruch

Tereza BERGR

KVALITA PRODUKTU CESTOVNÍHO RUCHU A JEJÍ MĚŘENÍ

The quality of the tourism product and its measurement

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

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

Brno, 2018

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Katedra gastronomie

Akademický rok: 2017/2018

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: Tereza Bergr

Osobní číslo: 14632104

Studijní program: Gastronomie, hotelnictví a turismus (B6503)

Studijní obor: Gastronomie, hotelnictví a cestovní ruch (6501R028)

TÉMA PRÁCE:

KVALITA PRODUKTU CESTOVNÍHO RUCHU A JEJÍ MĚŘENÍ

TÉMA PRÁCE V AJ:

THE QUALITY OF THE TOURISM PRODUCT AND ITS MEASUREMENT

Cíl stanovený pro vypracování BP

1

. Teoretická část BP:

- V teoretické části rozeberte a specifikujte, na základě dostupné literatury, produkt cestovního ruchu a možnosti měření jeho kvality.

2

. Praktická část BP:

- Analytická část:

- Analyzujte konkrétní vybrané produkty cestovního ruchu s cílem zjištění kladů a nedostatků při jejich realizaci a způsoby a možnosti jejich měření.

Návrhová část:

- V návrhové části - navrhnete opatření vedoucí ke zkvalitnění analyzovaných produktů a vyčíslete jejich 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:

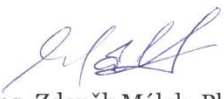
[1] KLAPALOVÁ, A. *Management kvality a ochrana spotřebitele v cestovním ruchu a hotelnictví*. Brno: VŠOH, 2012. ISBN 978-80-87300-26-8.

[2] TOŠENOVSKÝ, J., NENADÁL, J. a kol. *Moderní management jakosti*. Praha: Management Press, 2008. ISBN 978-80-7261-186-7

[3] KANDAMPULLY, J. et al. *ServiceQuality Management in Hospitality, Tourism and Leisure*. Binghampton: HaworthPress, 2001. ISBN0789007266.

Další literatura dle doporučení vedoucí/ho bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce:


 Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.
 Katedra gastronomie


Datum zadání bakalářské práce: 2. května 2017


Termín odevzdání bakalářské práce: 13. dubna 2018

V Brně dne: 15. dubna 2017

L. S.

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


 doc. Ing. Miroslav Fišera, Ph.D.
 vedoucí katedry


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

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně pod vedením Ing. Zdeňka Mála, Ph.D a uvedla v ní všechny použité literární a jiné zdroje v souladu s aktuálně platnými právními předpisy a vnitřními předpisy Vysoké školy obchodní a hotelové.

V Brně dne 9. 4. 2018

Anotace

Záměrem práce bylo shrnutí dosavadních informací o produktu cestovního ruchu a jakými způsoby je možné měřit jeho kvalitu a zejména kvalitu ubytovacích zařízení. Dále pak zevrubný popis úkonů a služeb, které jsou nutné pro změnu klasifikace ze čtyřhvězdičkového hotelu na pětihvězdičkový. V úvodu práce byly vytyčeny čtyři cíle. Prvním cílem bylo popsat a shrnout produkt cestovního ruchu. Za použití domácí a zahraniční literatury byla sepsána fakta pro ucelení pohledu na produkt cestovního ruchu. Druhým cílem bylo popsat a shrnout kvality a možnosti způsobu měření produktu cestovního ruchu. Třetím cílem, uvedeným v praktické části, bylo detailně popsat analyzované ubytovací zařízení, hotel Barceló Brno Palace. Tato část byla vytvořena na základě osobních schůzek s manažery hotelu a absolvované prohlídky hotelového zařízení. Poslední, čtvrtým cílem práce bylo zevrubné popsání a zhodnocení změny v certifikaci analyzovaného hotelu, ke kterému přispěly materiály Asociace hotelů a restaurací České republiky. Z analytické části práce je patrné, že Barceló Brno Palace patří i přes drobné nedostatky mezi vysoce kvalitní hotely. Zvláště pokud uvažíme, že se jedná o jediný pětihvězdičkový hotel v Brně, jehož hodnocení je podle Booking.com „fantastické“ v bodovací škále s hodnotou 9,1 z 10. Na Tripadvisor je jeho hodnocení 4,5 z 5, tedy „vynikající“. I díky revidování příjezdových pokojů a zaměření se na tzv. preparations of stay je možné pocítit „wow efekt“, který je nezbytný pro kvalitní poskytování služeb. Přínosem práce je pochopení důležitosti kvality, která se nesmí opomíjet a je nutné ji nadále v poskytování produktu cestovního ruchu (služeb) zvyšovat.

Klíčová slova

Cestovní ruch, produkt cestovního ruchu, klasifikace, certifikace, Hotelstars Union, Asociace hotelu a restaurací České republiky, Barceló Brno Palace,

Abstract

The intention behind this thesis was to summarize the so far available information on the tourism product and the ways allowing measuring its quality and in particular the quality of accommodation facilities. Furthermore there is a comprehensive description of actions and services necessary in order to change the classification from a five-star hotel to a five-star hotel. In the thesis introduction, four objectives were laid down. The first was to describe and make an overview of the tourism product. Using domestic and foreign literature I drew up the facts in order to make the view of the tourism product more comprehensive. The second objective was to describe and summarize the quality and possibilities of measuring the

tourism product. The third objective referred to in the practical part of the thesis was to detail the analyzed accommodation facility, the Barceló Brno Palace hotel. This part was elaborated also on the basis of personal meetings with the hotel management, but also the undertaken tour. And lastly, the fourth objective of the thesis was to comprehensively describe and evaluate the changes in certification of the analyzed hotel, for which the materials provided by the Czech Association of Hotels and Restaurants proved to be a valuable aid. The analytic part of the thesis clearly indicates that despite minor shortcomings, Barceló Brno Palace belongs among high class hotels. Even more so when we consider that it is the only five-star hotel in Brno, rating of which according to Booking.com is “Wonderful” with a score of 9.1 out of 10. Tripadvisor rates it at 4.5 out of 5, i.e. “excellent”. Also thanks to the overhaul of arrival rooms and focus on the so called preparations of stay, one can feel a certain “wow effect”, which is an essential ingredient in providing first-grade services.

Contribution of the thesis is the understanding of the importance of quality, which must not be marginalized and it is necessary to continually increase it when providing tourism products (or services).

Keywords

Tourism, tourism product, clasification, certification, Hotelstars Union, Association of hotels and restaurants of the Czech Republic, Barceló Brno Palace

Tímto bych ráda poděkovala Asociaci hotelů a restaurací České republiky za poskytnuté informace a bývalé manažerce hotelu Barceló Brno Palace Silvii Zámečník za spolupráci. Dále bych chtěla poděkovat vedoucímu práce Ing. Zdeňkovi Málkovi za rady a připomínky během vedení bakalářské práce.

OBSAH

| | |
|--|-----------|
| Obsah | 9 |
| 1. Úvod | 11 |
| 2. Teoretická část | 12 |
| 2.1 Produkt cestovního ruchu..... | 12 |
| 2.1.1 Specifika produktu..... | 12 |
| 2.1.2 Vlastnosti produktu..... | 13 |
| 2.1.3 Formy a druhy produktu cestovního ruchu..... | 13 |
| 2.2. Kategorizace a klasifikace ubytování v České republice..... | 16 |
| 2.2.1. Definice kategorií ubytovacích zařízení..... | 16 |
| 2.2.2. Typy ubytovacích jednotek..... | 18 |
| 2.3. Měření kvality..... | 19 |
| 2.3.1. Úvod do problematiky..... | 19 |
| 2.3.2. Kvalita a její význam..... | 19 |
| 2.3.3. Hodnocení existujících parametrů kvality..... | 20 |
| 2.3.4. Znaky kvality..... | 20 |
| 2.3.5. Faktory ovlivňující kvalitu produktu cestovního ruchu a bytování | 21 |
| 2.3.6. Měření kvality ubytovacích zařízení..... | 22 |
| 2.3.7. SERQUAL..... | 22 |
| 2.3.8. Klasifikace ubytovacích zařízení 2015 - 2020..... | 23 |
| 2.3.9. Subjektivní měření..... | 24 |
| 2.4. Klasifikace v České republice..... | 25 |
| 2.4.1. Popis stávajícího stavu v České republice..... | 25 |
| 3. Praktická část | 27 |
| 3.1. Ubytovací zařízení Barcelo Brno Palace*****..... | 27 |
| 3.1.1. Historie..... | 27 |
| 3.1.2. Struktura..... | 27 |
| 3.1.3. Pokoje..... | 28 |
| 3.1.4. Konferenční prostory..... | 29 |
| 3.1.5. Služby..... | 30 |
| 3.2. Analýza procesu změny klasifikace..... | 31 |

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 3.2.1. | Jak jsou poskytovány služby..... | 32 |
| 3.2.2. | Všeobecné hotelové informace | 33 |
| 3.2.3. | Recepce a služby..... | 34 |
| 3.2.4. | Úklid pokojů/výměna prádla | 35 |
| 3.2.5. | Služby praní a žehlení..... | 35 |
| 3.2.6. | Platby..... | 36 |
| 3.2.7. | Různé | 36 |
| 3.2.8. | Pokoje | 37 |
| 3.2.9. | Vybavení pokoje | 38 |
| 3.2.10. | Uložení cenností, zvuková izolace, zábavní elektronika | 39 |
| 3.2.11. | Telekomunikace | 40 |
| 3.2.12. | Různé | 40 |
| 3.2.13. | Všeobecné informace o koupelně | 41 |
| 3.2.14. | Gastronomie, Nápoje, Bar, Snídaně, Stravování | 43 |
| 3.2.15. | Konferenční zařízení (MICE), Banketová zařízení, Konferenční prostory, Technologie konferenčních místností..... | 44 |
| 3.2.16. | Volnočasové aktivity, sport, spa/wellness, děti | 45 |
| 3.2.17. | Kvalita, Systém řízení kvality, online aktivity | 47 |
| 4. | Závěr | 48 |
| 4.1. | Návrh a doporučení..... | 49 |
| 4.1.1. | Poskytování služeb..... | 49 |
| 4.1.2. | Fitness | 49 |
| 4.1.3. | Masáže..... | 50 |
| 4.1.4. | Personál..... | 50 |
| 4.1.5. | Doporučení..... | 51 |
| 5. | Použité zdroje | 53 |
| 6. | Přílohy | 55 |

1. ÚVOD

V teoretické části práce se stručně seznámíme s obsahem termínu produkt cestovního ruchu a jeho třemi nejběžnějšími druhy, se kterými je možné se v této oblasti setkat. Za nejčastější produkt cestovního ruchu je považováno ubytování, které budeme popisovat v následujících kapitolách. Nedílnou součástí tohoto produktu je i možnost měření jeho kvality, které lze učinit různými metodami, ať už interními, externími, subjektivními nebo objektivními. Měření kvality ubytovacích zařízení není ustáleno a stále existují velké rozdíly mezi Českou republikou a Evropou, resp. zbytkem světa. V další části se zaměříme na problematiku klasifikace a certifikace a jakým způsobem tento proces probíhá.

V praktické části této práce se budeme krátce věnovat srovnání poskytování služeb a kvality v českých a zahraničních hotelech, dále zevrubnému popisu ubytovacího zařízení Barceló Brno Palace, a v analytické části budeme hodnotit původní i aktuální podobu hotelu z pohledu klasifikace a změny ze čtyřhvězdičkového hotelu na pětihvězdičkový.

Zaměříme se zejména na poskytované služby, jejich kvalitu a na to, jak se daří tyto služby naplňovat. Pro vypracování analýzy jsem oslovila bývalou obchodní ředitelku hotelu, která měla nemalý vliv na získání páté hvězdy. Dále jsem oslovila Asociaci hotelů a restaurací České republiky, která je nepolitickou organizací a sdružuje majitele a provozovatele hotelů, penzionů, restaurací, odborných škol, ale i partnerů nabízejících produkty pro ubytovací či restaurační provozy. Asociace má na starosti rovněž udělování certifikátů získaných na základě Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky. Asociace poskytla podklady nezbytné pro získání lepšího přehledu a vytvoření důkladné analýzy popisovaného ubytovacího zařízení.

2. TEORETICKÁ ČÁST

2.1 PRODUKT CESTOVNÍHO RUCHU

V dostupné literatuře se můžeme setkat s několika definicemi pojmu produkt cestovního ruchu, avšak žádná z nich není ustálená. Ve Výkladovém slovníku cestovního ruchu (Pásková, Zelenka: 2002, str. 225) je uváděn jako „*souhrn veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu, podnikajícího v CR (zkratka pro cestovní ruch, pozn. aut.) nebo CR koordinujícího*“. Na základě tvrzení autorek (Palatková a Zichová: 2011, str. 51-52) lze o produktu hovořit jako o „*primární nebo sekundární nabídce destinace anebo o službě či kombinaci služeb v destinaci*“. Produkt cestovního ruchu se oproti ostatním spotřebitelským produktům výrazně odlišuje, převážně proto, že je složen z několika dalších statků a služeb od více poskytovatelů. Jako i v jiných odvětvích je produkt cestovního ruchu předmětem směny mezi prodávajícím (ubytovací zařízení) a kupujícím (host). Dochází rovněž ke vzniku konkurence a k boji o zákazníka, ve kterém může být velkou výhodou činnost destinačních společností, které se zabývají marketingem a propagací. Destinační společnost lze využít jako jeden z nástrojů pro zvýšení kvality a atraktivity produktu cestovního ruchu.

2.1.1 Specifika produktu

Zjednodušeně lze produkt cestovního ruchu vnímat jako zboží či služby, které jsou nabízené a prodávané ve formě zájezdu, ozdravného pobytu, kongresu nebo dalších doplňkových služeb. Podmínkami pro atraktivnost jsou cenová a fyzická dostupnost a netradiční služby. Za nejdůležitější podmínku lze však pokládat zážitek, určitou přidanou hodnotu, kterou nám produkt přinese.

Mezi produkty cestovního ruchu můžeme zařadit ubytování, zájezd, kongresovou turistiku, zážitkovou gastronomii, velkokapacitní sportovní akce, kulturní akce. Společnými charakteristickými znaky produktu cestovního ruchu jsou:

- závislost na přítomnosti spotřebitele (musí existovat rentabilní odběr ze strany zákazníka);
- nemožnost skladování (nehmotný produkt není možné skladovat);
- nehmotný charakter;
- nepřesná reprodukce.

Aby byl produkt schopný obstát v konkurenci, musí splňovat určitá kritéria, jimiž jsou:

- atraktivnost;
- dostupnost/přístupnost;
- variabilita – poskytovat možnosti pro uspokojení potřeb zákazníků;
- poměr cena výkon nastavený takovým způsobem, aby byl zákazník ochoten zaplatit stanovenou cenu.

2.1.2 Vlastnosti produktu

Mezi základní vlastnosti produktu cestovní ruchu bývá řazena (Fialová: 2012, str. 11) jeho:

- Nehmatatelnost, neboť jej není možno vidět či slyšet.
- Neskladovatelnost, neboť jej nelze uchovávat.
- Neoddělitelnost, neboť je pevně spojen s místem.
- Heterogenost, tedy jeho různorodost, neboť jej tvoří úsilí velkého počtu lidí.

2.1.3 Formy a druhy produktu cestovního ruchu

Obecně lze produkt tvořit atraktivitou a infrastrukturou, která vytváří „*materiálně-technické zázemí pro uspokojování potřeb zákazníků*“ (Miškovský, Srb, Tomsa: 2002). Produktem cestovního ruchu může být jakákoliv služba či zboží. Jako příklad můžeme uvést kulturní či sportovní událost, zájezd či výlet, jedná se v zásadě o cokoliv, co destinace zvolí pro nalákání turistů a podniká tak příjezdový cestovní ruch. Níže stručně vymezíme tři základní druhy, se kterými se setkáváme nejčastěji:

- a) turistická destinace (ubytování, atrakce);
- b) „*package*“ (komplexní nabídka služeb v jednom balíčku – zájezd);
- c) služba (ubytování, atrakce).

V následujících odstavcích budou stručně shrnuty výše uvedené druhy cestovního ruchu a zaměříme se zejména na ubytování.

Turistická destinace

Pojem „*turistická destinace*“ v širším slova smyslu vnímáme jako zemi, regiony nebo další oblasti, které se vyznačují značnou koncentrací aktivit, rozvinutou škálou služeb, která má za následek dlouhodobou koncentraci návštěvníků. V užším slova smyslu jí můžeme chápat jako cílovou oblast v daném regionu, typickou pro svou nabídku atraktivit a infrastrukturou.

Určení velikosti a charakteru destinace závisí v první řadě na základní (atraktivita) a odvozené nabídce destinace (služby) jako dvou faktorech strany nabídky „*Významnou roli při charakterizování destinace sehrává však i strana poptávky, zejména pak motivace k cestě do destinace a vzdálenost mezi výchozím místem a destinací.*“ (Palatková: 2007, str. 19). Na základě vyjádření AČCKA z dubna loňského roku, které bylo uvedeno na webových stránkách Parlamentních listů, bylo nejoblíbenější destinací českých turistů Chorvatsko, které vystřídal loňské vítězné Slovensko. K nejnavštěvovanějším zahraničním destinacím v dojezdové vzdálenosti patří Slovensko, Chorvatsko, Itálie a Rakousko. Mezi leteckými zájezdy vévodí Řecko a Španělsko.

Package

Package neboli v praxi zřídka používaný termín balíček je kombinací souvisejících a navzájem se doplňujících služeb v komplexní nabídce za jednotnou cenu. S vytvářením balíčků je úzce spjato programování. Jsou to činnosti nebo programy, které mají za úkol zatraktivnit balíčky a rozšířit spotřebu služeb koncovými zákazníky. Balíčky služeb a programování spolu velmi úzce souvisí, neboť v mnoha případech není možné balíček bez programu sestavit. Součástí balíčku je i kalkulace, a jeho cena by měla být pro zákazníka výhodnější než nákup jednotlivých služeb. „*Packages*“ se využívají např. pro zmírnění dopadů sezónnosti nebo pro prodej samostatně obtížně prodejných služeb (Pásková, Zelenka: 2002, str. 205-206).

Balíčky se klasifikují podle čtyř kritérií, kterými jsou:

- a) součásti balíčků služeb – všezahrnující zájezdy;
- b) cílový trh – kongresové balíčky, rodinné zvýhodněné balíčky;
- c) délka realizace – pravidelné víkendové, sezónní, víkendové;
- d) specifické podmínky – skupinové zájezdy, destinační package.

Aby byla úspěšnost balíčků co nejvyšší, je třeba dbát na určité prvky, které atraktivnost zvyšují. Jsou jimi například:

- a) snížená cena;
- b) kvalita a soulad nabízených služeb;
- c) promyšlené naplánování;
- d) přidaná hodnota pro zákazníka;
- e) zisk pro poskytovatele.

Zájezd

Termín zájezd má svůj zákonem stanovený obsah. Zákon o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu zájezdem rozumí předem sestavenou a za souhrnnou cenu nabízenou kombinaci alespoň dvou z následujících třech typů služeb, pokud přesahuje 24 hodin nebo zahrnuje i ubytování přes noc a pokud jeho nabídka a prodej splňují znaky živnostenského podnikání:

- doprava;
- ubytování;
- jiné služby cestovního ruchu, jež nejsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část zájezdu nebo jejichž cena tvoří alespoň dvacet procent souhrnné ceny zájezdu (například stravování mimo místo ubytování, prodej vstupenek na kulturní a sportovní akce, prodej a organizace fakultativních výletů, výuka jazyků, sportovní kurzy, průvodcovské služby).

Ubytování

Ubytovací zařízení slouží k přechodnému ubytování hostů, které je poskytováno na základě podnikatelské činnosti. Ubytování je poskytováno ve stavbách (budovách) ubytovacího zařízení, tj. budově, nebo její části, určené k ubytování. Stavbou ubytovacího zařízení není bytový a rodinný dům a stavby pro rodinnou rekreaci. Živnostenský zákon dále upravuje podmínky živnostenského podnikání a kontrolu nad jejich dodržováním. Podle živnostenského zákona podnikatel oprávněný k přepravě osob a zboží může vykonávat činnosti související se zajištěním bezpečnosti a pohodlí cestujících, překládat, skladovat a balit zásilky, provozovat úschovu a poskytovat pohostinství v dopravních prostředcích.

2.2. KATEGORIZACE A KLASIFIKACE UBYTOVÁNÍ V ČESKÉ REPUBLICCE

Abychom mohli správně zvolit vhodnou kategorii ubytování, musíme rozlišit její klasifikaci, která je obsažena v „*Oficiální jednotné klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky*“, a jedná se o kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel. Tato klasifikace je vyhlášena pro období mezi lety 2015 – 2020 a byla sestavena na základě usnesení vlády z roku 1999 Asociací hotelů a restaurací České republiky (dále jen „*AHR ČR*“) za podpory Ministerstva pro místní rozvoj. V současné době sjednocuje klasifikační kritéria evropský systém Hotelstars Union (dále jen „*HU*“), jehož součástí je oficiální jednotná klasifikace České republiky. V roce 2010 přijala AHR ČR nabídku na rozšíření národní klasifikace na mezinárodní úroveň. HU nyní sjednocuje klasifikační kritéria nejen v České republice, ale i pro Německo, Rakousko, Maďarsko, Švýcarsko, Švédsko, Nizozemí, Lucembursko, Lotyšsko, Litvu, Řecko a Lichtenštejnsko. Tento systém by měl být zárukou stejných parametrů kvality ubytovacích služeb.

Česká republika zařazuje ubytovací zařízení do příslušných kategorií a tříd podle normy ČSN 76 1110 – Služby cestovního ruchu – Klasifikace ubytování – Kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel. Tato uvedená norma je ve shodě s evropským systémem HU. Kategorizaci můžeme označit za doporučující materiál a slouží pro zařazování ubytovacích zařízení kategorie hotel, hotel garni, penzion, hotel a hotel do příslušných tříd dle stanovených požadavků. Za cíl má zvýšení transparentnosti na trhu, zkvalitnění služeb a zlepšení orientace spotřebitelů (hostů, cestovních agentur aj.). Požadavky pro klasifikaci jsou uváděny jako minimální a klasifikace samotná není obecně závazným právním předpisem (<http://www.hotelstars.cz/metodika-klasifikace>). Je tedy na uvážení samotného provozovatele, zda své ubytovací zařízení podrobí systému klasifikace.

V samostatné kapitole níže se zaměříme na konkrétnější možnosti, jak objektivně i subjektivně měřit kvalitu ubytovacích zařízení.

2.2.1. Definice kategorií ubytovacích zařízení

Zákonná úprava kategorizace a definice jednotlivých ubytovacích zařízení jsou obsaženy ve vyhlášce Ministerstva pro místní rozvoj o obecných požadavcích na využití území.

Ubytovací zařízení rozlišujeme následovně:

1. Hotel je ubytovací zařízení s nejméně deseti pokoji a poskytuje přechodné ubytování a s ním spojené služby. Člení se do pěti tříd. Hotel garni má omezené stravovací služby, zpravidla nabízí pouze snídaně a maximálně drobné občerstvení během celého dne.
2. Motel je ubytovací zařízení s nejméně deseti pokoji, které poskytuje přechodné ubytování a služby zejména motoristům. Člení se do čtyř tříd.
3. Penzionem se rozumí ubytovací zařízení s nejméně pěti pokoji s omezeným rozsahem doplňkových služeb. Ubytovací služby jsou však srovnatelné s hotelem.
4. Ostatními ubytovacími zařízeními rozumíme zejména ubytovny koleje, kempy, chaty nebo bungalovy, určené pro přechodné ubytování hostů.
5. Botel je ubytovací zařízení umístěné v trvale zakotvené osobní lodi. Botel se zařazuje nejvýše do čtyř hvězdiček. Na botel se vztahují všechny požadavky a kritéria jako na hotely příslušné třídy * až **** kromě určených výjimek.

Existují však i další ubytovací zařízení, která též disponují jistými specifiky, ale řídí se již jinou zákonnou úpravou a nařízeními. I ty lze klasifikovat počty hvězd a mezi ně jsou řazeny (Beránek: 2013, str. 23-24) následující kategorie:

- a) Lázeňský spa hotel, což je hotel, nacházející se ve městě s lázeňským statutem. Splňuje požadavky kategorie hotel a zajišťuje lázeňskou péči.
- b) Lázeňský hotel garni, což je hotel v místě s lázeňským statutem, splňující požadavky pro kategorii hotel garni a též zajišťuje lázeňskou péči dle zákona.
- c) Resort/Golf resort, který musí být kromě výše uvedených kritérií disponovat také devíti jamkovým normovaným hřištěm dle parametrů České golfové federace.
- d) Depandance, což je vedlejší budova ubytovacího zařízení, která nemá vlastní recepci a není vzdálena více než 500 metrů. Nemůže mít vyšší kategorii, než budova hlavní.
- e) Apartmánový hotel, který poskytuje ubytování, kde je oddělena místnost pro spaní a místnost se sedací soupravou nebo a kuchyňským koutem.
- f) Boarding house, který je umístěn v městském prostředí, pro delší časové období.
- g) Ekohotel, který musí být certifikován jako „*ekologicky šetrná služba*“, kterou uděluje Ministerstvo životního prostředí. Musí splňovat např.: omezení spotřeby vody, energií a dbát na šetrnost k životnímu prostředí.

2.2.2. Typy ubytovacích jednotek

Na základě terminologie z ČSN ISO 18513 Služby cestovního ruchu – Hotely a ostatní kategorie turistického ubytování, rozlišujeme dvanáct rozdílných typů ubytovacích jednotek.

Jsou jimi:

- jednolůžkový pokoj: pokoj s lůžkem pro jednu osobu;
- dvoulůžkový pokoj: pokoj se dvěma lůžky, a to ve formě dvoulůžka nebo ve formě dvou lůžek umístěných vedle sebe;
- dvoulůžkový pokoj – twin: pokoj se dvěma oddělenými lůžky;
- vícelůžkový pokoj: pokoj se třemi nebo více lůžky;
- rodinný pokoj: pokoj se třemi nebo více lůžky, z nichž alespoň dvě jsou vhodná pro dospělé osoby;
- společná ložnice: vícelůžkový pokoj nabízející lůžka pro osoby, které mohou nebo nemusí patřit k určité skupině;
- junior suite: ubytování se zvláštním místem pro sezení v jednom pokoji;
- suite: ubytování poskytované ve vzájemně oddělených propojených místnostech s lůžkem (ložnice) a sedací soupravou (obývací pokoj);
- apartmá/apartment: ubytování poskytující oddělenou místnost pro spaní a místnost se sedací soupravou a kuchyňským koutem;
- studio: ubytování v jednom pokoji s kuchyňským koutem spojené pokoje: samostatné pokoje s lůžky propojené spojovacími dveřmi;
- duplex: ubytování na více podlažích s vyhrazeným propojením jednotlivých podlaží.

2.3. MĚŘENÍ KVALITY

2.3.1. Úvod do problematiky

V prvních odstavcích této části práce se zaměříme na kvalitu produktu jako takového. Poté blíže pojednáme o kvalitě v ubytovacích zařízeních, respektive zaměříme se pouze na hvězdami klasifikované hotely. A to z toho důvodu, že se v praktické části budeme zabývat brněnským hotelem Barceló Brno Palace a jeho změnou ze čtyřhvězdičkového hotelu na pětihvězdičkový.

Kvalita produktu cestovního ruchu se v každé zemi liší, a to na základě norem, které daná země používá. Odlišnosti začaly být vnímány jako problém zejména v době, kdy se cestovní ruch rozvíjí a cestování, ať už za odpočinkem nebo za prací, je stále častější a pro dostupnější pro stále více lidí. Obzvláště zákazníci, kteří pocházejí ze zemí s přísnějšími normami a kvalitnějšími službami, nejsou spokojeni s produkty cestovního ruchu při svých cestách do zahraničí, kde jsou normy a standardy méně přísné. Kvalita a nabízené služby jsou při tom pro většinu spotřebitelů rozhodující při výběru destinace. Poskytovatelé kvalitních služeb a produktů jsou nežádoucím způsobem ovlivňováni poskytovateli s méně kvalitními službami. *„Standardizace přináší všeobecné zlepšení produktů cestovního ruchu a služeb. Obava, že standardizace povede k uniformitě v oblasti cestovního ruchu, je neopodstatněná, protože tento typ norem neovlivňuje charakter produktu cestovního ruchu nebo jej ovlivňuje jen velmi okrajově.“* (Houška a kolektiv: 2007, str. 13). Standardizování nabídek je transparentní, a tedy výhodné pro koncového spotřebitele. Má tak možnost porovnání a výběru podle svých preferencí. Větší transparentnost také znamená větší konkurenční boj mezi dodavateli produktů, a právě to je jeden z aspektů ovlivňující jejich kvalitu. Je tím také ovlivněn poměr mezi cenou a výkonem, což má za důsledek přijatelnější cenovou hladinu pro spotřebitele.

2.3.2. Kvalita a její význam

Kvalita jako obecný pojem je velmi subjektivní. V České republice se stal známější termín jakost, a to až do doby, než se zrevidovala norma ISO 9001. Mezi českými autory panuje názor, že se jedná o synonyma. Ovšem někteří vnímají pojem kvalita jako slovo širšího významu a zmiňují jakost jako hodnocení úrovně kvality.

Definici kvality můžeme dělit na kvalitativní vnímání kvality a na kvantitativní pojetí. Pro naše účely je vhodná spíše druhá zmiňovaná definice, neboť se jedná o *„možnost vyjadřovat určitou úroveň kvality v měřitelných jednotkách, což je důležité zejména pro zlepšování*

kvality“ (Klapalová: 2012, str. 17). V cestovním ruchu je tak kvantifikovatelnost kvality dosahována měřením míry spokojenosti, počtem chyb v procesech nebo počtem reklamací.

Pro další rozvoj služeb cestovního ruchu je kvalita nedílnou součástí. Investování do kvality je sice důležité, avšak ne vždy je spojeno s automatickým nárůstem návštěvníků (spotřebitelů).

Kvalita služeb cestovního ruchu bývá vymezována (Orieška: 2010, str. 21) jako souhrn jejich užitečných vlastností, tedy znaků se schopností uspokojování potřeb a očekávání zákazníků. Můžeme se však domnívat, že toto vymezení a z toho plynoucí body lze implementovat nejen na služby obecně, ale zejména na služby ubytovacích zařízení, resp. hvězdičkových hotelů.

- Vše, co bylo hostovi slíbeno, musí být splněno. Nesmí dojít k negativům (zejména při prvním dojmu), který bývá často rozhodující. Negativa mohou spustit řetězovou reakci, kterou musí následně management hotelu, často zbytečně, řešit.
- Dosažení požadované kvality s sebou nese další výdaje, tzn., cena musí být správně zkalkulována.
- Kvality může dosáhnout jakýkoliv subjekt cestovního ruchu nehlédě na kategorii, exkluzivitu apod.
- Kvalita produktů cestovního ruchu (v tomto případě ubytování) vede k opakovaným návštěvám a zajišťuje jejich udržitelnost.
- Kvality není možné dosáhnout při oddělení přírodního a lidského prostředí.

2.3.3. Hodnocení existujících parametrů kvality

Hodnocení užitečnosti nebo vlastností kvality nebývá snadné. Každý zákazník či spotřebitel má jiné požadavky a pohled na kvalitu. Aby sedalo mluvit o objektivitě, je zapotřebí stanovit normy, zákony a předpisy. I zavedené a známé požadavky jsou prvky pro srovnávání úrovně. Aby hodnocení kvality bylo proveditelné, je nutné vymezit potřebné prvky a počet znaků.

2.3.4. Znaky kvality

Na znaky kvality lze pohlížet z hlediska nabídky a poptávky.

Z hlediska nabídky se jedná o:

- poskytování informací;
- pracovní postupy při poskytování služeb (způsob jejich poskytování, bezpečnost aj.);

- pracovníci (zdvořilost, přesnost, ochota, odbornost a empatie);
- technická vybavenost;
- marketing (průzkumy a analýzy očekávání a potřeb zákazníků, průzkumy konkurence).

Z hlediska poptávky můžeme hovořit o:

- dojmu (estetika prostředí, vzhled a upravenost pracovníků);
- serióznosti (schopnost vytvářet důvěryhodnost);
- spolehlivost (poskytnout to, co bylo zákazníkům slíbeno);
- orientace na zákazníka (kvalita a kvantita v poskytování pozornosti zákazníkům).

2.3.5. Faktory ovlivňující kvalitu produktu cestovního ruchu a bytování

Faktory, které ovlivňují kvalitu ať už produktu cestovního ruchu obecně nebo ubytování, lze rozdělit na vnitřní a vnější. Vnější faktory nemůže poskytovatel sám ovlivnit, oproti tomu vnitřní faktory jsou poskytovatelem ovlivnitelné.

Mezi vnější faktory řadíme:

- ekonomické vlivy – spojené s makroekonomií státu, HDP, mírou nezaměstnanosti a jiné;
- demografické a sociální vlivy – stárnutí obyvatel, růst vzdělanosti, pozdější zakládání rodin;
- politicko-právní vlivy – stabilita země, dodržování norem a legislativy;
- vědecko-technický pokrok – vliv na zvýšení rychlosti, bezpečnosti, hygieny,

Do vnitřních faktorů můžeme zahrnout následující:

- pracovníci a jejich kvalifikace – bez loajálních, spolehlivých a důvěryhodných zaměstnanců nemůže být podnik dlouhodobě úspěšný;
- vybavení a zařízení podniků;
- organizace práce a její řízení – jsou podmínkou pro spěšné fungování podniku.

Kvalitu služeb včetně těch hotelových vytvářejí zejména lidé. Bez kvalitního personálu se provozovatel neobejde. Příkladem můžeme uvést například recepci, se kterou přijde host do styku jako první. Hotelová recepce může být sama o sobě velmi reprezentativní, pokud v ní však nebude vstřícný a milý personál, je reprezentativnost recepce zcela zbytečná.

2.3.6. Měření kvality ubytovacích zařízení

Kvalitu ubytovacích zařízení lze hodnotit dvěma možnými způsoby, a to objektivně a subjektivně. Objektivní pohled na problematiku měření kvality mohou přinést různé standardy, normy a certifikace, které jsou implementovány pro udržení konkurenceschopnosti a za účelem udržení kvality služeb. Pro tyto účely využívají hotely různých variant systému pro řízení kvality. Mezi ně můžeme jmenovat interní propracované standardy velkých národních a nadnárodních řetězců, normy ISO, system total quality management a další. Objektivně lze hotel hodnotit rovněž dle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky, která začleňuje jednotlivé druhy ubytovacích zařízení do kategorií, a například za pomoci *mystery guesta* v rámci *mystery shopping*. *Mystery shopping* je kvalitativní metoda výzkumu trhu, prováděná *mystery guestem*, tedy nezaujatým externím pozorovatelem, kterého si vedení hotelů najímá pro hodnocení kvality poskytovaných služeb. *Mystery guest* se chová jako běžný host a průběžně eviduje připomínky a stížnosti při svém pobytu v hotelu. Každý úsek hotelu je pečlivě zkoumán a zpětná vazba je poznamenávána do již připraveného dotazníku. Hotel zpětnou vazbu od tohoto fiktivního hosta vyhodnotí a přijme určitá opatření pro případné nápravy. Mezi sofistikovanější metody pro měření kvality slouží SERQUAL, IPA a jiné. Tyto metody jsou interní a sledují kvalitu nabízených služeb a spokojenost hosta tak, aby se staly lépe měřitelnými.

2.3.7. SERQUAL

SERQUAL je významnou a mezinárodně uznávanou metodou pro interní hodnocení kvality. „*Vychází z předpokladu, že spokojenost zákazníka je odrazem rozdílu mezi jeho očekáváním a vnímáním úrovně získané služby. V případě pozitivního rozporu mluvíme o spokojeném zákazníkovi, tedy zákazníkova očekávání byla naplněna*“ (Vajčnerová, Ryglová 2017, str. 62). Pokud však nebudou zákazníkova očekávání naplněna, vzniká negativní rozpor (gap), kdy host může nabýt dojmu, že za své vynaložené náklady nezískal očekávanou kvalitu služby. Metodou SERQUAL můžeme posoudit kvalitu na základě spokojenosti zákazníka v pěti základních bodech kvality služby:

- empatie – schopnost vcítit se do přání hostů, citlivý a diskrétní přístup;
- hmatatelnost – vliv prostředí, zhmotnění služby;
- spolehlivost – schopnost poskytovat služby přesně;
- jistota – znalosti, kvalifikovanost zaměstnanců;

- odpovědný přístup – ochotné a citlivé poskytování služeb.

K měření slouží dotazník s uvedenými znaky kvality formulovány do otázek ve formě Likertovy škály souhlasu s tvrzením (Vajčnerová, Ryglová: 2017, str. 63). Lickertova škála je (dle wikipedie) zjednodušeně řečeno „složením výroků, na které respondent může odpovědět na škále, reprezentující míru souhlasu. Příkladem může být škála „souhlasím“, „spíše souhlasím“, „tak napůl“, „spíše nesouhlasím“, „nesouhlasím“.

2.3.8. Klasifikace ubytovacích zařízení 2015 - 2020

Za externí nezávislou metodu pro měření kvality je rovněž považována Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení. Ubytovací zařízení se řadí do pěti hvězdičkových tříd kategorie hotel. Tento systém se stal mezinárodně uznávaným. Občas je možné setkat se s tvrzením, že například Hotel Burj Al Arab disponuje sedmi hvězdami. Toto tvrzení je mylné, neboť ani v zahraničí neexistují žádné vyšší třídy či kategorie. Pokud se tedy setkáme s označením například ***** De Luxe, jedná se o marketingový tah daného řetězce či hotelu.

Zařízením kategorie hotel garni, penzion, motel, hotel a dependance mohou být uděleny pouze čtyři hvězdy, nikdy více. V praxi se také můžeme setkat s označením „*Superior*“; označujeme takto ubytovací zařízení, která splňují více než povinná kritéria. Aby hotel dosáhl tohoto hodnocení, musí disponovat zvláště vysokou nabídkou služeb. Jak uvádí server hotelstars: „*Pocitově a kvalitou vybavení a služeb musí odpovídat vyšší třídě.*“ (hotelstars.cz/často-kladene-otazky).

Udělování certifikátů a klasifikačních znaků provádí Asociace hotelů a restaurací České republiky. Klasifikační znaky a certifikát se udělují na základě rozhodnutí klasifikační komise, a to pouze těm ubytovacím zařízením, která jsou řádně zkolaudovaná. Zmíněné znaky nesou podobu samolepek a jsou jednotné. (Za úplaty si lze objednat provedení ze dřeva nebo kovu a plastu.)

Zajímavým faktem je, že ani certifikát ani klasifikační znaky nejsou majetkem žadatele, ale jsou mu pronajaty jen po dobu platnosti. Platnost se uděluje na období pěti let a poté ji ubytovací zařízení automaticky pozbývá. Důvodem pro odejmutí certifikátu i klasifikačních znaků je rovněž nesplnění podmínek standardů. Jedná-li se o mírnější prohřešek, ponechá komise hotelu lhůtu pro nápravu. V opačném případě a v závažných případech je zařízení také nahlášeno České obchodní inspekci pro klamání zákazníka.

2.3.9. Subjektivní měření

Oproti objektivnímu pojetí měření kvality odráží subjektivní metody měření preference hostů. Každý ubytovaný host má vlastní pohled a požadavky na úroveň kvality ubytovacích zařízení. Subjektivní externí měření nebo spíše hodnocení kvality lze provést přes různé rezervační a informační online systémy, mezi které patří například Booking.com.

Booking.com je webová stránka pro vyhledávání hotelů dle vlastních kritérií, následnou rezervaci, pronájem aut a dalších služeb. Firma byla založena v Amsterdamu a dle svých webových stránek nabízí „1 742 801 ubytování, mezi která patří 1 328 814 jedinečných možností jako je ubytování v soukromí, apartmány nebo vily se nachází v 130 478 destinacích v 227 zemích a teritoriích a na mezinárodní úrovni jsou podporována 198 pobočkami v 70 zemích.“ (www.booking.com). Veškerá spolupráce mezi Booking.com a ubytovacími zařízeními probíhá na bázi dojednaných smluvních podmínek a provizí. Jedná se o nejrozšířenější a nejvyužívanější webové stránky pro vyhledávání ubytování.

Hosté, jež využili hotelů rezervovaných přes tyto stránky, na nich zanechávají hodnocení zmíněných ubytovacích zařízení. Provádí se formou bodování, přičemž deset je hodnocením nejvyšším. Proto můžeme tyto stránky označit za externí subjektivní metodu. Booking.com nabízí svým uživatelům hodnocení následujících položek:

- Čistota
- Místo
- Personál
- Pohodlí
- Poměr ceny a kvality
- Zařízení
- WiFi zdarma.

Pod hodnocením daného ubytovacího zařízení můžeme najít i psané komentáře od uživatelů stránek nebo piktogramy nabízených služeb a různých doporučení. Booking.com své uživatele v psaní recenzí aktivně vybízí prostřednictvím e-mailů. Pro ubytovací zařízení je tedy z marketingového hlediska velmi výhodné sbírat kladná hodnocení, díky nimž si hosté jednotlivé hotely rezervují.

2.4. KLASIFIKACE V ČESKÉ REPUBLICE

2.4.1. Popis stávajícího stavu v České republice

V České republice se kategorizace a klasifikace ubytovacích zařízení řídí danými podmínkami a metodikou. Zákonná úprava přesně definuje pojmy, jako jsou hotel, motel, hotel, penzion a další ubytovací zařízení. Nutno podotknout, že tento proces je dobrovolný a nepovinný. Řada provozovatelů, zejména těch nesolidních, uvede v rámci marketingu atraktivní počet hvězd, na které by v rámci oficiální certifikace neměli nárok. Doufají v příliv klientů, avšak nadále se nezajímají o kvalitu služeb. Jde pouze o „*ulovení*“ hosta a jeho (většinou jednorázové) platby. V případě, že hotel není oficiálně certifikován, je čistě na uvážení hostů, zda se obrátí na Českou obchodní inspekci pro klamání zákazníků. Pokud se nedostatků a pochybení dopustí oficiálně klasifikovaný hotel, řeší tyto prohřešky Asociace hotelu a restaurací České republiky, která na základě šetření certifikát odebere nebo sníží počet hvězd.

Je všeobecně známo, že ačkoli si hosté vybírají své ubytování různými postupy a dle svých preferencí, počet hvězd pro ně bývá stěžejní a důležitý. Proto lze pokládat za zásadní chybu, že tato problematika nemá oporu v zákoně. Minimálně stejné parametry kvality ubytovacích služeb zaručuje Hotelstars Union, která zaštiťuje Metodiku oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky, a který v současné době sjednocuje klasifikační kritéria pro ČR, Německo, Rakousko, Maďarsko, Švýcarsko, Švédsko, Nizozemí, Lucembursko, Litvu, Lotyšsko, Estonsko, Maltu, Belgie, Dánsko, Řecko a Lichtenštjensko. Evropská konfederace HOTREC, jíž je AHR ČR od roku 1993 členem, zastřešuje hotely a restaurace na úrovni EU.

Na základě rozhodnutí Ministerstva pro místní rozvoj je Oficiální jednotná klasifikace v pravomoci a odpovědnosti profesního svazu AHR ČR. Před udělením klasifikace musí každý hotel absolvovat nezávislou kontrolu, a musí tak splnit deklarované požadavky pro danou třídu. Původně se klasifikace udělovala na 3 roky, od roku 2015 se doba platnosti prodloužila na 5 let. Členy Klasifikační komise volí a odvolává rada AHR ČR, která je jedenáctičlenná. Její složení je následující:

- dva zástupci sekretariátu AHR ČR
- tři zástupci AHR ČR
- jeden člen AHR ČR a zástupce 5* hotelů
- jeden zástupce Sdružení českých spotřebitelů

- jeden zástupce Czech Tourism
- jeden zástupce Ministerstva pro místní rozvoj
- jeden zástupce Úřadu pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví – jako zřizovatele technických standardů v ČR.

Funkční období členů komise je tříleté a rada se schází zpravidla jednou za dva měsíce.

V případě, že si host stěžuje nebo rozporuje kvalitu hotelu, musí se hotel k této stížnosti vyjádřit. V mnoha případech projde i opětovnou kontrolou. Zapojením se do jednotné klasifikace lze získat řadu výhod; odlišení se od konkurence, transparentnost, přilákání požadovaných cílových skupin, navázání spolupráce s cestovními agenturami a kanceláři, nebo jinými institucemi, které se cestovním ruchem a poskytováním ubytování zabývají.

Klasifikační systémy tak směřují postupně k harmonizaci a sjednocení. Ovšem i přesto, že se projevují tyto snahy, rozdíly v kvalitě ubytovacích zařízení a jejich službách zůstávají jedním ze zásadních problémů cestovního ruchu v České republice. Kvalita služeb v České republice ve srovnání například se Španělskem bohužel pořád bojuje s průměrností, služba to se rovná performance. Každý ze zaměstnanců má v rámci hotelu danou roli, kterou „*diriguje*“ pan ředitel a jakákoliv role pro splnění cílů, kterým je „*uspokojit klienta*“, je nepostradatelná. A na to se mnohokrát zapomíná.

3. PRAKTICKÁ ČÁST

3.1. UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ BARCELO BRNO PALACE*****

3.1.1. Historie

Hotel Barceló Brno Palace*****, otevřený roku 2012, se nachází v budově tzv. Městského dvora, kterou v roce 1855 nechalo postavit město na Šilingrově náměstí. Mezi lety 1935 až 1939 zde sídlilo městské muzeum, které prostory opustilo v roce 1960. V domě také působil okresní soud, stomatologická klinika, policie či stavební úřad.

Proměna pavlačového domu v pětihvězdičkový hotel Barceló byla velice komplikovaná. Po roce 1990 byla budova nabídnuta k odkupu brněnskému magistrátu, který měl tzv. předkupní právo, ale nevyužil ho. V roce 2005 se město domluvilo na prodeji domu se španělskou developerskou společností Comsa, která zde zahájila rozsáhlou rekonstrukci a přestavbu na hotel. Původně byl určen pro další španělskou společnost, pro společnost Barceló. Společnost se však dostala do finančních sporů a hotel byl otevřen pod značkou Comsa pouhé dva týdny před plánovaným předáním společnosti Barceló. (viz wikipedie/historie). Do sporu se vložil španělský soud v Palma de Mallorca, který rozhodl, že má Barceló dokončit platbu stavební firmě Comsa ve výši 22,7 milionů euro. Comsa podala trestní oznámení na Barceló kvůli nezaplacení částky stanovené smlouvou poté, co ji řetězec obvinil z neplnění smlouvy a požadoval její zrušení. Následně došlo k vyrovnání mezi těmito dvěma společnostmi a Barceló nakonec otevřel svůj hotel pod názvem Barceló Brno Palace.

3.1.2. Struktura

Díky svému umístění v samém centru Brna spadá hotel pod označení „*městský hotel*“, jehož cílová klientela je z větší části firemní (tzv. *corporate*). Hlavní roli zde hraje individuální cestující (*individual corporate*) nebo cestující ve skupině (*corporate group*) a dále pak kongresový klient (tzv. *MICE*). Zkratkové označení MICE je složeninou anglických slov meetings (setkání/setkávání), incentives (cesty, hrazené zaměstnavatelem), congress (kongres), events (společenské události). Všechny výše uvedené skupiny hostů jsou pro hotel stejně důležité již od prvního kontaktu. Hotel si zakládá na tzv. *preparations of stay*, to znamená, že se úsek recepce vždy na hosta připraví už před jeho příjezdem. Zjistí jeho potřeby i přání a řádně se na tyto eventuality připraví.

První vizuální kontakt při příjezdu nastává mezi hostem a „*portýrem*“, který zajišťuje službu *valet parking* (parkování vozu pověřeným personálem). Portýr spadá pod vedení vedoucí recepce, která mu v průběhu dne, zpravidla však den předem, podává aktuální informace o

příjezdech hostů a o tom, jakým způsobem hosté či skupiny přijíždí. Je nutné se pečlivě připravit, neboť není neobvyklé, že ve stejnou dobu přijede více hostů vyžadujících valet parking. Portýr parkuje hostům vozidla a stará se o přepravu zavazadel až do pokoje.

Následuje check-in, tedy zapsání hosta a předání karty od pokoje. V hotelové recepci se střídá 8 - 10 recepčních, z nich každá hovoří minimálně dvěma světovými jazyky a jsou připraveny věnovat se hostům 24 hodin denně po 7 dní v týdnu.

Jednou z nejdůležitějších součástí hotelu je úsek *food and beverage* (dále jen F&B). Pod tímto pojmem si můžeme představit téměř vše, co je spojené s provozem restaurace, baru a kuchyně. Vedoucí manažer má k dispozici jednoho zástupce; dohromady zaštiťují restauraci, catering a úzce spolupracují s šéfkuchaři a kuchyní. Dále řídí zhruba 8 – 10 barmanů a stálých číšníků. V kuchyni vaří spolu s šéfkuchařem 3 – 4 kuchaři. Ostatní pomocný personál do kuchyně i do restaurace je zpravidla najímán externě na základě počtu hostů nebo skupin v hotelu. Využívána je také externí síla z okolních učilišť. Externí je také úklidová služba, tzv. *housekeeping*. Externí najímání pracovníků je pro hotel přínosem nejen z hlediska administrativy, ale i šetření financí.

Obchodní oddělení hotelu je relativně malé, pracují tu tři zaměstnanci, a to obchodní ředitel, obchodní manažer a *event manager*. Tito tři pracovníci jsou v úzkém spojení s centrálou v Praze, se kterou tvoří tzv. *cluster*, což je označení pro spolupracující subjekty na různých místech. Všichni zaměstnanci podléhají řediteli hotelu, momentálně panu Oscaru Caovi.

3.1.3. Pokoje

Analyzovaný hotel se na svých webových stránkách prezentuje jako „*jedinečný butikový hotel v srdci Brna se zajímavou architekturou a dekorací interiérů*“ (www.barcelobrnopalace.com). Hotel disponuje 119 pokoji s moderním designem, který navrhl španělský designér Paco Entrena a který se mísí s původní architekturou. Ve vybavení luxusních pokojů je zahrnuto bezplatné Wi-Fi připojení, klimatizace, televize, trezor, hygienické potřeby a bluetooth rádio. Hoteloví hosté mají rovněž možnost využít bezplatného vstupu do posilovny a sauny. V restauraci a lobby baru jsou nabízeny pokrmy dle stálého menu. Hosté, kteří se rozhodnou využít služeb Barceló, mohou využít tří pokojových kategorií s různými variantami:

a) pokoj Deluxe, který má rozlohu 28 m², je zastoupen v hotelu v počtu 56. Hosté mají možnost bezplatně využívat trezor, kávový a čajový set, župan, pantofle. Mohou si vyžádat tzv. „*polštářové menu*“. Minibar není zahrnutý v ceně ubytování.

- b) pokoje Deluxe Executive, které disponují stejnou výměrou a komfortem jako pokoje Deluxe, avšak můžeme zde nalézt také pracovní kout a hydromasážní vanu. Pokoj je tedy vhodný pro ty, kteří při svém pobytu využijí pracovní prostor. Pro klienty, kteří jsou příznivci značky Apple, je zde připraveno „iHome“, tedy elektronická základna pro výrobky této značky, zahrnující hudební bluetooth přehrávač pro iPhone, iPod, iPad aj., nabíječku a rádio.
- c) rodinný pokoj, který nabízí obytnou plochu 80 m² a jejich obývací prostory jsou propojené. Pojmou až 6 osob, nabízejí ale dostatek soukromí. V koupelně je možnost výběru mezi sprchou nebo vanou.
- d) Junior Suite, s obytnou plochou pohybující se mezi 35 – 45 m², jejich obývací pokoje jsou vybaveny designovým nábytkem. Za poplatek je možné vyjednat parkování s obsluhou a stejně jako pokoje Deluxe Executive poskytují iHome zdarma. Zdarma jsou také sety na žehlení a přípravu čaje a kávy, kávovar Nespresso a polštářové menu.
- e) Suite, tedy pokoje s plochou 55 m², které jsou zařízeny tak, aby měli hosté maximální pohodlí. I tyto pokoje poskytují zázemí pro výrobky značky Apple, tedy iHome, dále pak nabíječku a rádio. V pokoji jsou k dispozici tři televize (1x plazmová televize s úhlopříčkou 32“ a další dvě plazmové televize s úhlopříčkami 42“). Těchto šest pokojů je připraveno zejména pro náročnější klientelu, která může zdarma využívat také žehlící set, osobní toaletní potřeby, trezor a kávovar Nespresso. Pokoj je vybaven samostatnou ložnicí a dvěma koupelnami, dále kancelářským a pracovním stolem a pohovkou. Na vyžádání lze zajistit polštářové menu.

3.1.4. Konferenční prostory

Hotel Barceló Brno Palace***** svým klientům, zejména těm, které nesou označení „MICE“, nabízí relativně rozmanité možnosti uspořádání akcí různého druhu. K dispozici je sedm variabilních konferenčních místností s možností kombinace a propojení. Větší sály a salonky se nacházejí v prvním poschodí hotelu a jsou pojmenovány dle brněnských památek. Dva největší sály nesou jméno Městský Dvůr 1 a Městský Dvůr 2 a jsou navzájem propojitelné. Do každého z nich se vejde 80 osob při divadelním uspořádání. Pokud jsou sály spojené, je kapacita rozšířena na 160 osob. Při koktejlovém uspořádání se do obou sálů vejde až 200 osob a pokud by chtěl klient uspořádat ples, vejde se do sálu 80 osob. V praxi to znamená, že se pořádají akce pro firmy menšího a středního typu. V prvním patře jsou k dispozici také menší salonky Petrov, Špilberk a Veveří s kapacitou od 17 do 30 osob při divadelním uspořádání. Salonky jsou tak ideálním místem pro menší jednání a meetingy, případně školení malých

skupin. I tyto salonky jsou navzájem propojitelné a tím je možné navýšit kapacitu osob až na 50 osob, ale pouze při banketovém uspořádání. Kapacitu pro divadelní ani školní uspořádání hotel neuvádí.

Nejvíce reprezentativním prostorem pro konání společenských akcí je Atrium, které se nachází přímo za recepcí a je standardě přístupno veřejnosti. Atrium je zastřešené skleněnou střechou, která zajišťuje dostatečné zajištění denního světla. Lze jej propojit se snídaňovou restaurací Staré Brno a po tomto propojení pojmu obě místnosti při banketovém uspořádání až 180 osob. Jako nevýhodu konferenčních prostor můžeme vnímat absenci přímého denního světla.

3.1.5. Služby

Služby jsou poskytovány hotelem Barceló Brno Palace na vysoké úrovni. Mezi hotely, které můžeme v Brně nalézt, má Barceló jako jediný pět hvězd a lze tedy předpokládat, že právě jeho služby jsou ty nejkvalitnější, které lze v Brně získat. Jako první hotel uvádí svou restauraci a la carte Palazzo, ve které je nutné rezervaci zajistit předem. Dále pak B-Lounge, lobby bar, který je otevřený do noci. Výhodnou službou je přeprava hostů z/na letiště Prahy, Bratislavy či Vídně.

Mezi dalšími nabízenými službami jsou plánované výlety do Lednicko-valtického areálu – výlet zahrnuje prohlídku zámku, výklad průvodce ke konkrétním místům areálu, přepravu. Celková cena výletu činí 80 euro a nezahrnuje vstupné 50 Kč do vinných sklípků. Další možné výlety zahrnují vilu Tugendhat, Národního divadlo a hrad Špilberk. Pouze výlet do Lednicko-valtického areálu zajišťuje hotel sám.

Součástí nabídky služeb jsou zkrášlující a regenerující procedury, odpočinkové místo se saunou a posilovnou. Benefitem pro všechny ubytované je možnost vstupu do fitness zdarma. Této službě je možné využívat nonstop od pondělí do pátku. Ve víkendové dny je fitness zavřeno, což může být pro náročnou klientelu nepříjemným faktem. Dále můžeme nalézt nabídku thajských a dalších masáží, které je možné během pobytu využít. Jsou poskytovány salonem Tawan, který spolupracuje s hotelem na externí bázi. Masáže je možné objednávat v rozmezí 12 hodin od 9:00-21:00. Mezi thajskými masážemi nalezneme nabídku na těhotenské masáže, zeštíhlující masáže a jiné kúry pro regeneraci těla. Komplexní nabídku služeb uzavírá možnost pronájmu konferenčních prostor. Pro více informací o pronájmu nebo možnosti občerstvení je však nutné zažádat si o zaslání předběžné nabídky.

3.2. ANALÝZA PROCESU ZMĚNY KLASIFIKACE

Původním záměrem vedení společnosti vlastníci Barceló Brno Palace bylo otevřít v Brně první pětihvězdičkový hotel. Od tohoto záměru se záhy ustoupilo, neboť vedení vyhodnotilo, že v době krize by hotel nemusel být konkurenceschopný a výdělečný v takové míře odpovídající jejich představám. Hotelová klientela od podzimu roku 2008 (majitelé firem, turisté) výrazně omezila rozpočty v otázce financování svých dovolených i firemních akcí apod., a to právě z důvodu světové krize.

Nakonec se tedy vlastníci v roce 2012 rozhodli pro čtyřhvězdičkový hotel, avšak od ostatních se odlišující označením „*Superior*“. Znalí hosté si tedy mohli být jisti, že zde se nabízí více služeb ve vyšší kvalitě, než jaká jsou uvedena v oficiálních povinných kritériích. Následně ale došlo k pozitivnímu posunu a pozitivnímu ekonomickému vývoji. Město Brno se stalo skutečnou branou do Jihomoravského kraje, který se dynamicky rozvíjí, působí zde stále více zahraničních investorů, životní standard stoupá a kupní síla je stále větší. Nastala příznivá doba pro změnu klasifikace a toho management hotelu Barceló Brno Palace využil. Proces změny certifikace prošel třemi hlavními fázemi

- a) vyplnění dotazníku s 270 kritérii, které jsou dále rozděleny do sekce služeb a produktu; kritéria jsou rozdělena na povinná a dobrovolná (jejich prohlášení je čestné).
- b) zaslání dotazníku do AHR ČR – sekretariát žádost hotelu přijal, zpracoval a připravil k projednání klasifikační komisi. Po odeslání dotazníku měl hotel zhruba měsíc na přípravu a vylepšování hodnocených povinných i nepovinných kritérií, které by mohly negativně ovlivnit rozhodování odborné komise. Hotel důkladně školil své zaměstnance, kontroloval celkový produkt. Hotel měl nespornou výhodu v tom, že spadá do mezinárodní sítě, které většinou mají své metodiky a zpracované manuály kvality, kterými se musí zaměstnanci a personál řídit a které napomáhají při udržování určité úrovně.
- c) návštěva odborné komise: probíhá do 30 dnů od zaslání dotazníku a je velmi důkladná. Kontrolní komise je dvoučlenná a předem ohlášená. Za každé kritérium uvedené v metodice obdrží zařízení body, které se na závěr sečtou.

Komise při příchodu náhodně vybrala pokoj, který byl detailně hodnocen. Přísné požadavky byly kladeny na produkt samotný, rozměry pokoje i postele. Pro splnění kritérií se dále hodnotily takové detaily, jako je služba čištění bot, žehlení oblečení do jedné hodiny, nabídka pokojové služby po 24 hodin (s jedním teplým jídlem v nabídce), večerní rozestýlka (např. dezert na dobrou noc), dále zda hotel disponuje vícejazyčným personálem, služby valet

parking a *conciierge* (osobní asistent pro VIP hosty). Výše uvedené služby musí splňovat všechna kritéria, která jsou požadovaná. Hosté přijíždějící do hotelu Barcelo Brno Palace počítají s tím, že budou mít k dispozici kvalitní internetové připojení a velkou postel. Další důležité faktory jsou spíše psychologické a nezbytné pro překonání očekávání hostů.






Posuzována byla i kuchyně a personál. Po důkladné kontrole následovalo hodnocení a porada komise, která vedení sdělila, že hotel splnil povinná i nepovinná kritéria. Hotel Barcelo Brno Palace v procesu změny klasifikace uspěl a získal tak oficiální certifikaci na pět let. Spolu s certifikací hotel obdržel také marketingovou podporu na typologii hostů. To znamená, že nasmlouvané rezervační portály odlišují tento hotel od ostatních zařízení a po zadání určitých požadavků hostem se hotel objeví mezi prvními. Standardně se musí za tyto služby platit nemalé částky a provize.

3.2.1. Jak jsou poskytovány služby

I před získáním páté hvězdy byl hotel Barcelo Brno Palace považován za jeden z nejlepších a hotelů v Brně. Úspěch tkví zejména v poskytovaných službách, a hlavně v tom, jakým způsobem a v jaké kvalitě jsou tyto služby poskytovány. Personál hotelu nereaguje na požadavky svých hostů negativní odpovědí. Neumí-li nebo není možné z jakýchkoliv důvodů požadavku v daný moment vyhovět, personál nebo vedení se snaží nedostatek napravit. Spokojenost zákazníka je pravidelně sledována, měřena a vyhodnocována. K tomuto účelu využívá hotel program Preview-Pro. Jedná se o databázi, která srovnává dotazník kvality v čase. Eviduje připomínky hostů v minulosti a přítomnosti. Evidují se veškeré stížnosti hostů na všechny úseky provozu hotelu. Dále je databáze schopna srovnávat mínění informačních rezervačních systémů jako jsou Booking.com, TripAdvisor a další. Takových databází využívají zejména větší hotely a hotelové řetězce. Poskytované služby jsou analyzovány z pohledu hosta postupně od příjezdu do hotelu až po ukončení pobytu. V níže uvedených tabulkách můžeme nalézt hodnocené oblasti, kritéria, počet jednotlivých bodů, které hotel za splnění kritérií obdrží, a počty hvězd. Tabulka se vztahuje k všeobecným hotelovým informacím. Označení „M“ je chápáno jako tzv. MUST HAVE neboli služby a kritéria, kterými ubytovací zařízení musí disponovat, aby splnil podmínky své kategorie.

V součtu všech kritérií musí být výsledek pro získání páté hvězdy minimálně 600 bodů, které jsou ke každé třídě stanoveny. V celkovém počtu bodů pak musí být splněno celkem 122 povinných bodů.

3.2.2. Všeobecné hotelové informace

| Oblast | č. | Kritérium | Body | * | ** | *** | **** | ***** |
|---------------------------------|----|--|------|--------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|-------------------------|
| I. Všeobecné hotelové informace | | | | | | | | |
| Čistota / Hygiena | 1 | Čistota a dokonalá hygiena jsou základním předpokladem ve všech kategoriích. | – | M | M | M | M | M |
| Stav zařízení | 2 | Všechny mechanismy a veškerá zařízení jsou funkční a v bezchybném stavu (vč. únikových plánů na pokoji). | – | M | M | M | M | M |
| Celkový dojem | 3 | Celkový dojem z hotelu je dostatečný pro splnění požadavků | – | nenáročných ¹ | středních ² | zvýšených ³ | vysokých ⁴ | nejvyšších ⁵ |
| Personál | 4 | Všechny služby musí být poskytovány kompetentním (zaškoleným) a identifikovatelným personálem. | – | M | M | M | M | M |
| Parkovací prostory | 5 | Parkování přímo u hotelu | 3 | | | | | |
| | 6 | Možnosti parkování pro autobusy | 1 | | | | | |
| | 7 | Garáž | 5 | | | | | |
| | 8 | Vlastní nabíjecí stanice pro elektrická vozidla (např. automobily, kola) | 3 | | | | | |
| Jiné | 9 | Minimálně 50 % pokojů s balkonem či terasou | 2 | | | | | |
| | 10 | Výtah ⁶ | 15 | | | | M | M |
| Zařízení pro osoby s postižením | 11 | Bezbariérová přístupnost ⁷  | 5 | | | | | |
| | 12 | Bezbariérová přístupnost ⁸  | 8 | | | | | |
| | 13 | Bezbariérová přístupnost ⁹  | 5 | | | | | |
| | 14 | Bezbariérová přístupnost ¹⁰  | 5 | | | | | |
| | 15 | Zcela bezbariérový přístup ¹¹  | 5 | | | | | |

Zdroj: Hotelstars

Prvním hodnoceným kritériem je čistota a dokonalá hygiena. Hotel je z velké části laděný do bílé barvy, a tudíž se personál řídí interními manuály a pokyny, jak často musí být čištěny světlé a viditelné plochy. Dále se posuzuje stav zařízení, respektive zda jsou všechna zařízení funkční a v bezchybném stavu. Pro představu můžeme jmenovat například únikové plány na pokojích. Komise také hodnotí celkový dojem z hotelu, který má být dostatečný pro splnění požadavků dané kategorie. Tyto požadavky jsou uvedeny od nenáročných až po nejvyšší. Požadavky pamatují i na personál – všechny služby musí být poskytovány zaškoleným a identifikovatelným personálem. V praxi to znamená, že personál musí mít uniformu, stejnokroj a případně jmenovku. Tyto čtyři kritéria nejsou jako jediná při klasifikaci hodnocena, měly by být samozřejmostí.

Co se parkovacích prostor týče, při klasifikaci se nesetkáme s žádnými povinnými položkami. Tři body hotel získal díky možnosti parkování před hotelem. První setkání s personálem nastává u vchodu, kde čeká portýr v kvalitním obleku, připravený zaparkovat vůz. Tato služba je v hotelu s pěti hvězdami povinná. Hotel využívá parkovacích domů v okolí, nebo je možné krátkodobě parkovat přímo před hotelem. Díky své poloze není možné parkování autobusu. Cílová skupina hotelu je však zcela jiná, a proto toto kritérium není zásadní. Vysoce hodnocenou položkou je výtah, za který komise udělila 15 bodů. Tato položka je povinná pro ty hotely, které mají více než tři podlaží. Z pěti kritérií, která se zaměřují na zařízení pro osoby s postižením. V bodě 12 bylo uděleno osm bodů za hodnocení zajištění bezbariérového

přístupu z parkoviště, přístupu do veřejných prostor hotelu a existence bezbariérových toalet ve veřejných prostorách hotelu. Dalším splněným (nepovinným) kritériem byl bod 15, tedy zcela bezbariérový přístup. To znamená, že je hotel ve shodě s národními asociacemi v zájmu osob s postižením, má veškeré prostory upraveny pro zraková postižení (Braillovo písmo), celková tělesná postižení (nájezdové rampy) nebo sluchová postižení (optické signalizace zvonku a poplachu).

3.2.3. Recepce a služby

| II. Recepce a Služby | | | | | | | |
|----------------------|---|----|---|---|---|---|---|
| 16 | Vizuálně oddělený prostor či pult zajišťující soukromí | 1 | M | M | M | | |
| 17 | Samostatné, nezávislé stanoviště recepcie či pult zajišťující soukromí | 6 | | | | M | M |
| 18 | Místa k sezení v prostoru recepcie | 1 | | | M | | |
| 19 | Hotelová hala s místy k sezení a nabídkou nápojů | 5 | | | | M | |
| 20 | Hotelová hala s místy k sezení a nápojovým servisem s obsluhou | 10 | | | | | M |
| 21 | Služby recepcie k dispozici telefonicky (z hotelu i zvenčí) 24 hodin denně | 1 | M | M | | | |
| 22 | Recepce otevřená 14 hodin, dostupná telefonicky (z hotelu i zvenčí) 24 hodin denně | 3 | | | M | | |
| 23 | Recepce otevřená 16 hodin, dostupná telefonicky (z hotelu i zvenčí) 24 hodin denně a obsazená personálem 24 hodin denně ¹² | 4 | | | | M | |
| 24 | Recepce otevřená a obsazená personálem 24 hodin denně, dostupná telefonicky (z hotelu i zvenčí) 24 hodin denně | 6 | | | | | M |
| 25 | Expresní odhlášení (Express check-out) | 3 | | | | | |
| 26 | Dvojazyčný personál | 2 | | | M | M | |
| 27 | Vícejazyčný personál | 4 | | | | | M |
| 28 | Služby kopírování/skenování | 2 | | | | M | M |
| 29 | Parkování zajištěné obsluhou (Valet parking) | 10 | | | | | M |
| 30 | Dveřník (Doorman) (samostatný personál) | 15 | | | | | |
| 31 | Concierge (samostatný personál) | 15 | | | | | M |
| 32 | Poslíček (bagážisté) (samostatný personál) | 15 | | | | | M |
| 33 | Pomoc se zavazadly na vyžádání | 2 | | | M | M | |
| 34 | Pomoc se zavazadly | 5 | | | | | M |
| 35 | Bezpečné místo pro úschovu zavazadel pro příjezdějíci nebo odjíždějící hosty | 5 | | | | M | M |

Zdroj: *Hotelstars*

Další oblastí, kterou komise hodnotí je Recepce a služby. Oblast má 19 bodů, z toho 11 povinných, které hotel bez problémů splnil. Dále bylo kladně hodnoceno i další dva body nepovinné.

Čekající hosté mohou využít k sezení klidné atrium nebo křesla podél bočních stěn, během kterého mohou hosté využít nápojového servisu s obsluhou (povinný bod č. 20). Bágážista (poslíček, povinný bod č. 32) se chopí kufrů a recepční přivítá hosta šumivým vínem. Pomoc se zavazadly je nejen samozřejmostí, ale také položkou povinnou pro získání dalších bodů (č. 34). Pro rychlý *check-in* jsou k dispozici dva recepční pulty, vizuálně oddělené od atria, s perfektně jazykově vybaveným personálem (č. 17). Od personálu na recepci se vyžaduje plynulá znalost angličtiny, němčiny a španělštiny (povinný bod č. 27, vícejazyčný personál).

Recepce funguje 24 hodin denně sedm dní v týdnu, což je povinný požadavek pro pětihvězdičkový hotel a odpovídá bodu č. 24. Dbá se na tzv. *preparations of stay*, to znamená, že se management hotelu připravuje na hostovy požadavky už před jeho příjezdem. K tomuto účelu hotel využívá rezervační systém OPERA, kam se zapisují nejen základní údaje o hostech, ale i jejich záliby, požadavky a přání (včetně jejich narozenin apod.) Při svém výzkumu jsem se však setkala s nepříjemnou situací, kdy recepční zapomněla oznámit mou přítomnost manažerovi, se kterým byla domluvena schůzka za účelem prohlídky hotelu. Toto je pochybení, které by se nemělo stát ani v hotelu s nižší klasifikací.

Nepovinným, avšak hotelem splněným kritériem je bod č. 25, tedy expresní check-out, odhlášení z pokoje a vrácení klíčů bez vydání faktury nebo účtu. Následující body jsou povinné pro získání páté hvězdy, a i zde hotel naplnil očekávání komise. Jedná se o body č. 27 vícejazyčný personál, č. 28 skenování/kopírování, č.29 valet parking (parkování zajištěné obsluhou, č. 31 concierge (komorník), č. 32 poslíčci (bagážisté), č. 34 pomoc se zavazadly a č. 35 bezpečné místo pro úschovu zavazadel. Concierge, poslíčci a doorman byly ohodnoceny nejvíce, a to patnácti body.

3.2.4. Úklid pokojů/výměna prádla

| | | | | | | | | |
|---------------------------------|----|---|---|---|---|---|---|---|
| Úklid pokojů / výměna prádla | 36 | Každodenní úklid pokoje | 1 | M | M | M | M | M |
| | 37 | Každodenní výměna ručníků na vyžádání | 1 | M | M | M | M | M |
| | 38 | Výměna ložního prádla alespoň jednou týdně | 1 | M | M | M | | |
| | 39 | Výměna ložního prádla alespoň dvakrát týdně | 2 | | | | M | M |

| Oblast | č. | Kritérium | Body | * | ** | *** | **** | ***** |
|--------|----|--|------|---|----|-----|------|-------|
| | 40 | Každodenní výměna ložního prádla na vyžádání | 4 | | | | M | M |

Zdroj: *Hotelstars*

Tato oblast hodnotí pět bodů, z toho čtyři povinné. V této podoblasti získal hotel plné čtyři body. V tomto případě však hotel nemusel aplikovat žádné změny, neboť kritéria byla stejná i pro čtyřhvězdičkové hotely, kterým Barceló Brno Palace již předtím byl.

3.2.5. Služby praní a žehlení

| | | | | | | | | |
|---------------------------|----|---|---|--|--|---|---|---|
| Služby praní a žehlení | 41 | Chemické čištění/čištění za sucha (doručení před 9.00 hod., navrácení během 24 hodin) | 1 | | | | | |
| | 42 | Chemické čištění/čištění za sucha (doručení před 9.00 hod., navrácení během 9 hodin) | 3 | | | | | |
| | 43 | Služba žehlení (navrácení během 1 hodiny) | 2 | | | | | M |
| | 44 | Služby prádelny a žehlení (navrácení dle dohody) | 1 | | | M | | |
| | 45 | Služby prádelny a žehlení (doručení před 9.00 hod., navrácení v tentýž den – s výjimkou víkendu) | 3 | | | | M | |
| | 46 | Služby prádelny a žehlení (doručení před 9.00 hod., navrácení během 9 hodin) | 4 | | | | | M |

Zdroj: *Hotelstars*

Díky vlastní prádelně může hotel rychle reagovat na poptávku po jejích službách. V nabídce musejí být povinně minimálně dvě základní služby, a sice služba žehlení (bod č. 43) a služby prádelny a žehlení (bod č. 46) s navracením prádla do devíti hodin od doručení. V případě potřeby nabízí hotel také službu chemické čištění za sucha s navracením prádla do devíti hodin od doručení (bod 46).

3.2.6. Platby

Bod č. 47 je bodem povinným a Klasifikace tak dává za povinnost možnost plateb kreditní kartou.

3.2.7. Různé

| | | | | | | | | |
|-------|----|--|----|--|---|-----------------|-----------------|---|
| Různé | 48 | IT podpora pro hotelové hosty | 2 | | | | | M |
| | 49 | Deštník v recepci/v pokoji | 1 | | | | | |
| | 50 | Aktuální časopisy | 1 | | | | | M |
| | 51 | Denní tisk k dispozici každý den (v tištěné či digitální podobě) | 2 | | | | M | M |
| | 52 | Krejčovská služba | 2 | | | | M | M |
| | 53 | Služba čištění obuvi | 2 | | | M ¹³ | M ¹⁴ | M |
| | 54 | Kývadlová doprava nebo hotelová limuzína | 2 | | | | | M |
| | 55 | Nabídka hygienických předmětů (např. zubní kartáček, zubní pasta, holení) | 2 | | M | M | M | M |
| | 56 | Osobní přivítání každého hosta květinami či dárkem na pokoji (personifikovaná pozornost/dárek pro hosta) | 6 | | | | | M |
| | 57 | Doprovod hosta na pokoj při příjezdu | 2 | | | | | |
| | 58 | Služba odestýlání (Turndown service) během večera sloužící jako další kontrola pokoje ¹⁵ | 10 | | | | | M |

Zdroj: *Hotelstars*

Přestože jsou v deseti následujících deseti bodech kritéria nepovinná, hotel je splnil dle komise všechny tak, jak uvedl v dotazníku. Těmi nepovinnými jsou body č. 49 (deštník v pokoji/na recepci) a 57 (doprovod hosta na pokoj při příjezdu). Ve svých pokojích hosté naleznou denní tisk i aktuální časopisy (například časopis *Luxury*). Externě zajištěná je krejčovská služba i služby kyvadlové dopravy. Vůz typu limuzína má hotel vlastní. Nabídkou hygienických předmětů jako jsou kartáček na zuby a holení musel hotel disponovat i před změnou klasifikace a koneckonců je tato položka povinná pro hotely s klasifikací tří hvězd. Zajímavá a náročná na důkladnou koordinaci personálu je služba v bodě č. 58 Služba odestýlání, sloužící během večera jako kontrola pokoje. Ta je také nazývána jako „*druhý servis*“, jedná se o výměnu ručníků, odestlání přikrývky, vynesení koše s odpadky apod. Při mém výzkumu jsem zjistila, že bod č. 56 osobní přivítání hosta květinami či dárkem na pokoji (personifikovaná pozornost) je naplňován formou uvítacích kartiček.

3.2.8. Pokoje

| III. Pokoje | | | | | | | |
|------------------------------|----|--|-----------------------------|---|---|---|------------|
| Všeobecné informace o pokoji | 59 | Velikost pokojů $\geq 14 \text{ m}^2$ ¹⁶ (neplatí pro 5*, dle vyhlášky musí být min. 16 m ²) | 10 | | | | |
| | 60 | Velikost pokojů $\geq 18 \text{ m}^2$ ¹⁶ | 15 | | | | |
| | 61 | Velikost pokojů $\geq 22 \text{ m}^2$ ¹⁶ | 20 | | | | |
| | 62 | Velikost pokojů $\geq 30 \text{ m}^2$ ¹⁶ | 25 | | | | |
| | 63 | Počet apartmánů ¹⁷ | 2 za každý apartmán, max. 6 | | | | M (min. 2) |
| | 64 | Min. 50 % pokojů je nekuřáckých | 3 | | | | |
| Kvalita spánku | 65 | Lůžko s moderní a dobře udržovanou matrací o tloušťce nejméně 13 cm | 1 | M | M | | |
| | 66 | Kvalitní hotelové lůžko s moderní dobře udržovanou matrací o celkové výšce nejméně 18 cm ¹⁸ | 5 | | | M | M M |
| | 67 | Kvalitní hotelové lůžko s moderní dobře udržovanou matrací o celkové výšce nejméně 22 cm ¹⁸ | 10 | | | | |
| | 68 | Polohovatelný lůžkový systém | 5 | | | | |
| | 69 | Jednolůžka s minimálním rozměrem 0,80 m \times 1,90 m a dvojlůžka s minimálním rozměrem 1,60 m \times 1,90 m ¹⁹ | 1 | M | M | | |
| | 70 | Jednolůžka s minimálním rozměrem 0,90 m \times 1,90 m a dvojlůžka s minimálním rozměrem 1,80 m \times 1,90 m ¹⁹ | 5 | | | M | |
| | 71 | Jednolůžka s minimálním rozměrem 0,90 m \times 2,00 m a dvojlůžka s minimálním rozměrem 1,80 m \times 2,00 m ¹⁹ | 15 | | | | M M |
| | 72 | Jednolůžka s minimálním rozměrem 1,00 m \times 2,00 m a dvojlůžka s minimálním rozměrem 2,00 m \times 2,00 m ¹⁹ | 25 | | | | |
| | 73 | 10 % lůžek o minimální délce 2,10 m | 5 | | | | |
| | 74 | Dětská postýlka na vyžádání | 3 | | | | |
| | 75 | Hygienické chrániče matrací ²⁰ („povlaky“) | 10 | | | | |
| | 76 | Nové matrace se naposledy pořizovaly pro celé zařízení max. před 3 roky (Je nutné doložit.) | 10 | | | | |
| | 77 | Každoroční praní nebo důkladné čištění matrací ²¹ (Je nutné doložit.) | 10 | | | | |
| | 78 | Antialergické příkrývky a polštáře jsou založeny na pokojích či k dispozici na vyžádání (Je nutné doložit, či fyzicky ukázat náplň.) | 2 | | | | |

| Oblast | č. | Kritérium | Body | * | ** | *** | **** | ***** |
|--------|----|--|------|---|----|-----|------|-------|
| | 79 | Kvalitní a dobře udržovaná příkrývka | 1 | M | M | M | M | M |
| | 80 | Příkrývka navíc na vyžádání | 2 | | | M | M | M |
| | 81 | Kvalitní a dobře udržovaný polštář | 1 | M | M | M | M | M |
| | 82 | Hygienické chrániče polštářů („povlaky“) | 5 | | | | | |
| | 83 | Každoroční praní (čištění) všech polštářů nebo plošné pořízení nových polštářů max. před 1 rokem (Je nutné doložit.) | 8 | | | | | |
| | 84 | Další pro hosta použitelný, nikoliv pouze dekorativní polštář na vyžádání | 1 | | | M | M | M |
| | 85 | Dva pro hosta použitelné, nikoliv pouze dekorativní polštáře na osobu | 4 | | | | | M |
| | 86 | Výběr z různých typů polštáře ²² | 4 | | | | M | M |
| | 87 | Možnost zatemnění místnosti | 1 | M | M | M | M | |
| | 88 | Možnost úplného zatemnění místnosti (např. okenice nebo závěs – „blackout“) | 5 | | | | | M |
| | 89 | Záclony/panelové záclony/plenty/rolety | 3 | | | | | |
| | 90 | Pratelná předložka k posteli | 3 | | | | | |
| | 91 | Služba buzení nebo zařízení používané k buzení | 1 | M | M | M | M | M |

Zdroj: *Hotelstars*

Host je ubytován v jednom ze 119 designových a luxusně vybavených pokojů, rozdělených do čtyř kategorií, které jsem uvedla v teoretické části práce. Nespornou výhodou je jejich odhlučnění a samotné rozměry (28 m² až 55 m²), které tím pádem splňují nepovinný bod, kdy velikost pokoje musí být větší nebo rovna 22 m². Do bodů v kritériích Apartmá se nezapočítávají pokoje typu Junior Suits. Za každé apartmá získal hotel dva body, avšak

maximální počet pro hodnocení je šest apartmá. Pokoje jsou nekuřácké, kouření v nich je možné na vyžádání. Postele jsou moderní s kvalitními matracemi, jejichž rozměry neodpovídají tzv. must have, tedy povinným kritériím. Minimální požadavek na výšku matrace je alespoň 18 cm (bod č. 65) a rozměry pro jednolůžko a dvojlůžko by měly být 90 cm na 200 cm a 180 cm x 200 cm (bod č. 71). Hotelová matrace je vysoká 22 cm a rozměry jsou 100 cm na 200 cm a 200 cm na 200 cm. Všechny matrace jsou opatřeny hygienickými chrániči a každý rok jsou důkladně čišťeny. Plusové body v této hodnocené oblasti přinesly také antialergické příkrývky a polštáře. Pro zkvalitnění spánku může host požádat o tzv. „polštářové menu“, například levandulí provoněný polštář pro lepší usínání. Dětská postýlka je v dnešní době běžným standardem i pro hotely nižší kategorie. Kritéria č. 79 – 91 označil hotel ve svém dotazníku za splněná a to i ta, která nejsou považována za povinná. Mezi ně patří například chrániče povlaků na polštářích, každoroční čištění polštářů nebo plošné pořízení nových, záclony/plenty/rolety a pratelná předložka k posteli.

3.2.9. Vybavení pokoje

| | | | | | | | | |
|-----------------|-----|---|---|---|---|---|---|---|
| Vybavení pokoje | 92 | Odpovídající šatní skříň nebo výklenek na šaty | 1 | M | M | M | M | M |
| | 93 | Police na prádlo | 1 | | M | M | M | M |
| | 94 | Odpovídající počet ramínek ²³ | 1 | M | M | M | | |
| | 95 | Odpovídající počet kvalitních ramínek hotelového typu různých druhů určení (na kalhoty, na šaty, se skřípci na sukně, ...) | 3 | | | | M | M |
| | 96 | Otevřená část šatní skříň s ramínky / nebo háčky na šaty umístěné mimo skříň (pro odložení mokrého kabátu, bundy, ...) | 1 | M | M | M | M | M |
| | 97 | Možnost zavěsit vak na šaty (mimo šatní skříň) | 1 | | | M | M | M |
| | 98 | 1 židle | 1 | M | M | | | |
| | 99 | 1 místo k sezení na každé lůžko, alespoň židle | 2 | | | M | M | M |
| | 100 | 1 pohodlné sezení (čalouněné křeslo/židle/gauč) s odkládacím stolem | 4 | | | | M | M |
| | 101 | 1 další pohodlné čalouněné křeslo nebo pohovka ve dvoulůžkových pokojích či apartmánech | 4 | | | | | M |
| | 102 | Stůl/pracovní stůl nebo pracovní deska | 1 | M | M | | | |
| | 103 | Stůl, pracovní stůl nebo pracovní deska s volnou pracovní plochou min. 0,5 m ² a adekvátním vhodným osvětlením (vč. večera a noci) | 5 | | | M | M | M |
| | 104 | Noční stolek | 2 | | | M | M | M |
| | 105 | Přístupná elektrická zásuvka v místnosti | 1 | M | M | M | M | M |
| | 106 | Další přístupná elektrická zásuvka u stolu/pracovního stolu nebo pracovní desky | 2 | | | M | M | M |
| | 107 | Další přístupná elektrická zásuvka vedle postele | 1 | | | M | M | M |
| | 108 | Centrální vypínač pokojového osvětlení | 3 | | | | | |
| | 109 | Vypínač pokojového osvětlení u postele | 2 | | | | | |
| | 110 | Vypínač veškerého pokojového osvětlení u postele | 4 | | | | | |
| | 111 | Noční osvětlení (malý světelný zdroj pro orientaci v pokoji potmě) | 1 | | | | | |
| | 112 | Odpovídající osvětlení místnosti | 1 | M | M | M | M | M |
| | 113 | Světlo na čtení u postele | 2 | | M | M | M | M |
| | 114 | Zrcadlo na výšku postavy | 2 | | | M | M | M |
| | 115 | Odpovídající místo nebo box pro uložení zavazadla/kufru | 1 | | | M | M | M |
| | 116 | Odpadkový koš | 2 | | | M | M | M |

Zdroj: *Hotelstar*

Ve výše uvedené tabulce se uvádí, jaká kritéria jsou hodnocena v oblasti vybavení pokojů Barceló Brno Palace a byť hotel v dotazníku uvedl, že splnil veškerá povinná kritéria, není tomu tak. Dle šetření komise nebyly splněny následující body:

- č. 96 – otevřená část šatní skříně s ramínky /nebo háčky na šaty umístěno mimo skříň;
- č. 97 – možnost zavěsit vak na šaty (mimo šatní skříň).

Nepovinný bod, který hotel uvedl jako splněný, ale nebylo tomu tak, je č. 111 – noční osvětlení (malý světelný zdroj pro orientaci v pokoji po tmě).

3.2.10. Uložení cenností, zvuková izolace, zábavní elektronika

| | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----|---|----|---|---|-----------------|-----------------|---|
| Uložení cenností | 117 | Možnost uložení cenností (např. v recepci) | 1 | M | M | | | |
| | 118 | Centrální trezor (např. v recepci) | 3 | | | M ²⁴ | M ²⁴ | M |
| | 119 | Trezor v pokoji | 8 | | | | | M |
| | 120 | V pokoji trezor s integrovanou elektrickou zásuvkou | 10 | | | | | |
| Zvuková izolace / klimatizace | 121 | Odpovídající zvuková izolace (okna) | 8 | | | | | |
| | 122 | Zvukově izolující dveře nebo dvojité dveře | 8 | | | | | |
| | 123 | Pokoje s centrálně nastavitelnou klimatizací | 8 | | | | | |
| | 124 | Pokoje s individuálně nastavitelnou klimatizací | 15 | | | | | |
| | 125 | Klimatizace ve veřejných prostorách pro hosty (restaurace, lobby, vstupní hala, snídaňová restaurace) | 4 | | | | | |
| | 126 | Harmonická atmosféra veřejně přístupných místností (světlo, vůně, hudba, barvy atd.) | 4 | | | | | |
| Zábavní elektronika | 127 | Zařízení pro příjem rozhlasového vysílání ²⁵ | 1 | | | M | M | M |
| | 128 | Audio či multimediální přehrávač | 2 | | | | | |
| | 129 | Fixní elektronická média v koupelně | 5 | | | | | |
| | 130 | TV s dálkovým ovládním | 2 | M | M | | | |
| | 131 | TV o velikosti odpovídající dané místnosti s dálkovým ovladačem a seznamem kanálů | 4 | | | M | | |
| | 132 | TV o velikosti odpovídající dané místnosti s dálkovým ovladačem, seznamem kanálů a TV programem | 6 | | | | M | M |
| | 133 | Další TV v apartmánech o velikosti odpovídající dané místnosti | 2 | | | | | |
| | 134 | K dispozici jsou národní a mezinárodní kanály | 2 | | | | | |
| | 135 | Placené TV kanály, filmové kanály nebo videohry s možností „rodičovského zámku“ | 5 | | | | | |
| | 136 | Mezinárodní síťové redukce na vyžádání (adaptéry) | 2 | | | | | |
| | 137 | Napájecí stanice (pro více elektronických zařízení) a/nebo různé redukce na vyžádání | 2 | | | | | |

Zdroj: Hotelstars

Uložení cenností je možné buď v trezoru, umístěném v šatní skříni na pokoji nebo v hotelové recepci. Obě tyto varianty jsou hodnoceny jako povinné a byly za ně komisí uděleny body. Klimatizace je individuálně nastavitelná ve všech pokojích a nalezneme ji ve všech hotelových prostorách určených pro hosty. Oblast „zvuková izolace“ nespadá do kritérií must have. Hotel jimi přesto disponuje a pokládají se za nepsanou samozřejmost, neboť diskretnost je v hotelu prioritou. I v těchto bodech byly tedy komisí uděleny příslušné body. Bod 126, „Harmonická atmosféra“ veřejně přístupných místností, je splněn ve všech v závorce uvedených kritériích (světlo, vůně, hudba, barvy). Všechny pokoje a apartmá jsou vybaveny nejmodernějším technickým vybavením a zábavní elektronikou. Kromě ploché obrazovky může host využít i systém *iHome*. Bod č. 127 „zařízení pro příjem rozhlasového vysílání“ je v pokojích vyřešen nenápadně. Jedná se o zařízení decentně umístěné na stropní části u vstupních dveří, které je součástí centrálního hotelového telekomunikačního systému.

Za zmínku stojí bod 129 „*fixní elektronická média v koupelně*“. Toto kritérium komise neuznala i přesto, že hotel jej v žádosti uvedl jakou součást vybavení v koupelnách. Tento bod zmiňuje fixní elektronická média v koupelně, které ale, jak jsem při analýze zjistila, v koupelnách nejsou. Proč tento bod hotel v dotazníku uvedl za splněný však není známo.

Další body hotel získal při splnění bodu č. 133; v apartmánech jsou televize dvě, a sice v obývací i ložní části. Vzhledem ke skutečnosti, že hotel ubytovává zejména zahraniční klientelu, je možné v televizi naladit kromě národních kanálů i mezinárodní případně si vyžádat mezinárodní síťové redukce. Tyto dva uvedené body byly pro získání páté hvězdy nepovinné.

3.2.11. Telekomunikace

| | | | | | | | | |
|----------------|-----|--|---|---|-----------------|---|---|---|
| Telekomunikace | 138 | Veřejně přístupný telefon pro hosty | 1 | M | M | M | M | M |
| | 139 | (Mobilní) telefon na vyžádání společně s dvojjazyčným návodem k použití v pokoji ²⁶ | 3 | | | M | | |
| | 140 | Telefon v pokoji společně s vícejazyčným návodem k použití | 8 | | | | M | M |
| | 141 | Přístup na internet ve veřejných prostorách (např. širokopásmové připojení, WIFI) | 2 | | M ²⁷ | M | M | M |
| | 142 | Přístup na internet v pokoji (např. širokopásmové připojení, WIFI) | 8 | | | M | M | M |
| | 143 | Zařízení s přístupem na internet s možností tisku ve veřejných prostorách | 5 | | | | M | M |
| | 144 | Zařízení s přístupem na internet v pokoji na vyžádání | 1 | | | | | M |
| | 145 | Zařízení s přístupem na internet v pokoji | 3 | | | | | |

Zdroj: *Hotelstars*

V oblasti telekomunikace jsou všechny body, kromě bodů 139 „*(Mobilní) telefon na vyžádání společně s dvojjazyčným návodem k použití na pokoji*“ a 145 „*Zařízení s přístupem na internet*“ povinné a dle kontroly komise hotelem splněné.

3.2.12. Různé

| | | | | | | | | |
|-------|-----|--|---|---|-----------------|-----------------|-----------------|---|
| Různé | 146 | Informace o hotelu ²⁸ (Informace o hotelu musí být doloženy.) | 1 | M | M | | | |
| | 147 | Dvojjazyčný manuál služeb A-Z (Manuál služeb A-Z musí být doložen.) | 2 | | | M | | |
| | 148 | Vícejazyčný manuál služeb A-Z (Manuál služeb A-Z musí být doložen.) | 3 | | | | M | M |
| | 149 | Regionální informační materiály k dispozici ve veřejných prostorách | 1 | M | M | M | M | M |
| | 150 | Denní tisk v pokoji (v tištěné nebo digitální podobě) | 2 | | | | | |
| | 151 | Časopis pro hosty v pokoji | 1 | | | | | M |
| | 152 | Psačí potřeby a poznámkový blok | 1 | | | M | M | M |
| | 153 | Korespondenční složka | 3 | | | | | M |
| | 154 | Žehlička lis na kalhoty | 3 | | | | | |
| | 155 | Taška na prádlo | 1 | | | M | M | M |
| | 156 | Žehlička a žehlicí prkno na vyžádání nebo žehlirna | 2 | | | | | |
| | 157 | Žehlička a žehlicí prkno v pokoji | 4 | | | | | |
| | 158 | Štítko na vyžádání | 1 | | M ²⁹ | M ²⁹ | M | |
| | 159 | Štítko v pokoji | 2 | | | | | M |
| | 160 | Lžice na boty v pokoji | 1 | | | | | M |
| | 161 | Pomůcky na čištění obuvi na vyžádání | 1 | | M ³⁰ | M ³⁰ | | |
| | 162 | Pomůcky na čištění obuvi v pokoji | 2 | | | | M ³¹ | M |
| | 163 | Stroj na čištění obuvi v hotelu | 3 | | | M ³² | M ³³ | M |
| | 164 | Dveřní kukátko | 2 | | | | | |
| | 165 | Další zabezpečovací zařízení na dveřích pokoje | 3 | | | | | |

I v této oblasti byly hotelem veškeré povinné body splněny. Jedná se o vícejazyčný manuál, který je povinný i pro hotely, které disponují čtyřmi hvězdami. Pro informovanost hostů jsou připraveny také povinné regionální materiály ve veřejných prostorách. Tento bod s č. 149 je povinný pro všechny kategorie. Časopis, který je hostům na pokoji k dispozici se nazývá Luxury. Psací potřeby, poznámkový blok a korespondenční složka nesou logo sítě hotelového řetězce Barceló. K očištění obuvi mohou hosté využít set, který je pro tyto účely všem hostům k dispozici na pokoji. Pokud klient nemá času nazbyt nebo si přeje mít boty precizně vycištěné, může využít službu čištění obuvi, o kterou lze požádat na recepci. Na dveřích hotelových pokojů nejsou instalovaná kukátka, jako další zabezpečovací zařízení na dveřích pokoje (bod č. 165) však slouží bezpečnostní zámek. Žehlicí set (žehlička a žehlicí prkno) není vedeno v kritériích jako must have, přesto je na pokojích najdeme. Hosté ale raději využívají služeb prádelny, kterou má hotel vlastní, což umožňuje rychlejší servis. Prádelna je součástí kritérií v oblasti Recepce a služby v podoblasti služby žehlení a praní.

3.2.13. Všeobecné informace o koupelně

| | | | | | | | | |
|--------------------------------|-----|---|----|-----------------|-----------------|---|---|---|
| Všeobecné informace o koupelně | 166 | Koupelna/Sanitární zařízení $\geq 5 \text{ m}^2$ ³⁴ | 5 | | | | | |
| | 167 | Koupelna/Sanitární zařízení $\geq 7,5 \text{ m}^2$ ³⁴ | 10 | | | | | |
| | 168 | 100 % pokojů se sprchou/WC nebo vanou/WC | 1 | M ³⁵ | M ³⁵ | M | M | M |
| | 169 | 100 % pokojů se sprchou/WC nebo vanou/WC a z toho 50 % pokojů s vanou a samostatným sprchovým koutem | 10 | | | | | |
| | 170 | 30 % pokojů se samostatnou toaletou | 5 | | | | | |
| | 171 | Sprcha se sprchovým závěsem ³⁶ | 1 | M | M | M | M | M |
| | 172 | Sprcha se sprchovou zástěnou ³⁶ | 5 | | | | | |
| | 173 | Umyvadlo | 1 | M | M | M | M | M |
| | 174 | Dvojité umyvadlo v dvojlůžkových pokojích a apartmánech | 5 | | | | | |
| | 175 | Pratelna koupelňová předložka | 1 | | M | M | M | M |
| | 176 | Odpovídající osvětlení u umyvadla | 1 | M | M | M | M | M |
| | 177 | Protiskluzová úprava povrchu sprchy či vany, případně dodatečná trvalá nebo přenosná protiskluzová podložka ve sprše/vaně | 3 | | | | | |
| | 178 | Bezpečnostní madla | 1 | | | | | |
| | 179 | Zrcadlo | 1 | M | M | M | M | M |
| | 180 | Přístupná elektrická zásuvka poblíž zrcadla s označením napětí | 1 | M | M | M | M | M |
| | 181 | Kosmetické zrcadlo | 1 | | | | | |
| | 182 | Nastavitelné kosmetické zrcátko | 2 | | | | M | M |
| | 183 | Osvětlené kosmetické zrcátko | 1 | | | | | |
| | 184 | Háčky nebo žebříky na sušení ručníků | 1 | M | M | M | M | M |
| | 185 | Topení v koupelně ³⁷ | 5 | | | | M | M |

Zdroj: *Hotelstars*

Stejně jako se klade velký důraz na kvalitu spánku, také koupelny bývají pod drobnohledem komise (i hostů). Proto se na ně velmi podrobně zaměřují i hodnotící kritéria. Koupelny hotelu Barceló ve všech pokojích jsou velmi moderní, laděné do tmavě šedé barvy v kombinaci s bílou a s designovými prvky. Velikost koupelny je zhruba 8 m^2 , tudíž bylo splněno nepovinné kritérium o velikosti větší nebo rovno 7 m^2 . Za splnění tohoto bodu udělila komise deset bodů. Bod č. 168 je povinný a jeho splnění bylo v případě takového hotelu samozřejmostí. Přesto hotel nemusel stavebně zasahovat pro splnění kritéria, neboť již od otevření všechny koupelny disponovaly vanou a toaletou. Toaleta je umístěna ve stejné

místnosti jako vana a oddělena je pouze skleněnou stěnou, což může být pro některé hosty nekomfortní. Tato možnost není součástí kritérií a není tak ani hodnocena.

Dalších deset bodů se hotel snažil získat splněním bodu č. 169, které uvedl do dotazníku před příchodem komise jako splněný. Tento bod nebyl komisí uznán za splněný pravděpodobně proto, že vana, kterou lze použít jako sprchový kout, nebyla uznána jako plnohodnotný sprchový kout. Bod č. 171, tedy sprchový kout se sprchovým závěsem, je také povinný, ale vzhledem k tomu, že koupelny nedisponují sprchovým koutem jako takovým, nemusel být tento bod splněn. V metodice v poznámce pod čarou lze nalézt také výjimku „*Pokud jsou sanitární zařízení a toaleta v koupelně oddělené, pak není přítomnost sprchového závěsu či zástěny nutná*“.

Pěti body byl ovšem hotel oceněn v následujícím bodu č. 172, tedy sprcha se sprchovou zástěnou. Zástěna je průhledná a velmi dobře koresponduje s designem celé koupelny. Umyvadlo jakožto povinný bod (č. 173) se zdá být poněkud zbytečným pro hodnocení. Dále byly v plném rozsahu splněny povinné body jako prateľná předložka v koupelně (č. 175), odpovídající osvětlení u umyvadla (č. 176), zrcadlo (č. 179), přístupná elektrická zásuvka poblíž zrcadla s označením napětí (č. 180), nastavitelné kosmetické zrcátko (č. 182), háčky nebo žebříky na sušení ručníků (č. 184), topení v koupelně (č. 185). U bodu č. 178 hotel v dotazníku uvedl, že jsou v koupelně instalována bezpečnostní madla. Ta jsem však při prohlídce pokoje v koupelně neviděla, a pokud jsou v pokoji pro invalidní hosty (který jsem neviděla), komise to nevzala v potaz. Patrně by se musela nacházet ve všech koupelnách. U umyvadla je sice možné nalézt nastavitelné kosmetické zrcátko, ale není samostatně osvětlené. Toto byl patrně důvod, proč bod č. 183 hotel uvedl v dotazníku jako splněný, avšak komise jej neuznala. Povinná kritéria v rozmezí č. 188 až 198 byla splněna bez výjimky. V zásadě se jedná o koupelňové potřeby a pomůcky, jako je např. odkládací plocha na kosmetickou taštičku, hygienické potřeby (mýdlo, tělové mléko, sprchový gel a šampon) a další kosmetické pomůcky. Za ty komise místo jednoho bodu udělila bodů sedm. U bodu č. 194 (další kosmetické produkty – koupelňové přísady, koupací čepice, tyčinky do uší a další) lze v dotazníku v poznámkách nalézt zápis komise o konkrétním složení těchto pomůcek. Konkrétně se jedná o odličovací tampony, sprchovací čepice, tělové mléko, pilníček na nehty, koupelňové přísady a tyčinky do uší). Župan a pantofle (bod č. 200 a č. 202) najde každý host v každém pokoji. Vysoušeč vlasů je povinný pro hotely od tří hvězd a v Barceló jej najdeme u velkého zrcadla.

3.2.14. Gastronomie, Nápoje, Bar, Snídaně, Stravování

| IV. Gastronomie | | | | | | | | |
|--|-----|---|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|
| Nápoje | 208 | Nabídka nápojů v hotelu | 1 | M | M | M | M | M |
| | 209 | Nabídka nápojů v pokoji, sklenka/lůžko, otvírák | 2 | | | M | M | M |
| | 210 | Nápoje 16 hodin denně prostřednictvím pokojové služby – „room service“ | 2 | | | | M ³⁹ | |
| | 211 | Nápoje 24 hodin denně prostřednictvím pokojové služby – „room service“ | 4 | | | | | M |
| | 212 | Maxibar na každém patře (automat na nápoje, občerstvení) ⁴⁰ | 2 | | | | | |
| | 213 | Lednička v pokoji | 2 | | | | | |
| | 214 | Minibar (s nápoji a lehkým občerstvením) | 6 | | | | M ⁴¹ | M |
| | 215 | Kávovar nebo varná konvice na čaj/kávu s příslušenstvím v pokoji | 4 | | | | | |
| Bar | 216 | Bar ⁴² (otevřen alespoň 6 dní v týdnu) | 4 | | | | M | |
| | 217 | Bar ⁴² (otevřen alespoň 7 dní v týdnu) | 6 | | | | | M |
| Snídaně | 218 | Snídaně restaurace | 3 | M | M | M | M | M |
| | 219 | Rozšířená snídaně ⁴³ | 1 | M | | | | |
| | 220 | Snídaně bufet nebo ekvivalentní snídaněový jídelní lístek ⁴⁴ | 2 | | M | M | | |
| | 221 | Snídaněový bufet s <u>obsluhou</u> nebo ekvivalentní snídaněový jídelní lístek | 8 | | | | | M |
| | 222 | Snídaněový jídelní lístek prostřednictvím „room service“ | 5 | | | | | M |
| Stravování (nepatří pro kategorii garní) | 223 | Jídelní nabídka v hotelu | 1 | M | M | M | M | M |
| | 224 | Jídla nabízena 14 hodin denně prostřednictvím pokojové služby „room service“, (Kritérium je splněno, pokud má host možnost objednat čerstvě připravované jídlo k donáscí na pokoj, a to z jídelního lístku dostupného v každém pokoji minimálně v rozsahu výběru 2x předkrm, 1x polévka, 3x hlavní jídlo (ryba, maso, vegetariánské), 2x dezert.) | 5 | | | | | M |
| | 225 | Jídla nabízena 24 hodin denně prostřednictvím pokojové služby „room service“ (Kritérium je splněno, pokud má host možnost objednat čerstvě připravované jídlo k donáscí na pokoj nepřetržitě, a to z jídelního lístku dostupného v každém pokoji minimálně v rozsahu výběru 2x) | 10 | | | | | M |
| | 226 | Restaurace ⁴⁵ otevřená 5 dní v týdnu | 5 za každou restauraci, max. 10 | M ⁴⁶ (min. 1) | M ⁴⁶ (min. 1) | M ⁴⁷ (min. 1) | | |
| | 227 | Restaurace ⁴⁵ otevřená 6 dní v týdnu | 8 za každou restauraci, max. 16 | | | | | M ⁴⁸ (min. 1) |
| | 228 | Restaurace ⁴⁵ otevřená 7 dní v týdnu | 10 za každou restauraci, max. 20 | | | | | M ⁴⁹ (min. 1) |
| | 229 | Dietní kuchyně | 4 | | | | | |
| | 230 | Regionální kuchyně ⁵⁰ | 2 | | | | | |

Zdroj: Hotelstars

Gastronomie je v Barceló Brno Palace na vysoké úrovni, není tedy překvapující, že hodnocená kritéria byla splněna ve všech bodech. Hned první bod této oblasti, tedy nabídka nápojů (č. 208), je uváděn jako povinný pro všechny typy klasifikací. V Barceló Brno Palace je možné objednávat nápoje 24 hodin denně prostřednictvím pokojové služby (room service). Tato služba, mezi hosty velmi oblíbená, je v metodice uváděna jako povinné kritérium. Zároveň se hosté mohou občerstvit ze svých minibarů instalovaných na pokojích v nenápadných skříňkách. Bod č. 215 „kávovar nebo varná konvice na čaj/kávu s příslušenstvím na pokoji“ není povinný, hotel jej přesto splňuje, kávovar s kapslemi nalezneme ve všech pokojích. Za zmínku jistě stojí bod č. 221, tedy „snídaněový bufet s obsluhou nebo ekvivalentní snídaněový jídelní lístek“. Ten je ohodnocen osmi body, avšak další body by moly být děleny i za skutečnost, že hotel z vlastní iniciativy připravuje určité

pokrmu dle preferencí hostů. (Mezi informace, která hotel u svých hostů zjišťuje, patří například i to, na jaký způsob si přeje připravit snídaňová vejce.)

Dalších pět bodů hotel získal za možnost objednání snídaně prostřednictvím pokojové služby a dalších deset bodů za nabízení jídel 24 hodin denně téže službou. V obou případech jde o povinná kritéria. Šest bodů hotel získal za splnění dvou posledních nepovinných kritérií této oblasti, které se týkají dietní a regionální kuchyně.

3.2.15. Konferenční zařízení (MICE), Banketová zařízení, Konferenční prostory, Technologie konferenčních místností

| V. Konferenční zařízení (MICE) | | | | | | | |
|--|-----|--|------------------------------|--|--|--|--|
| Banketová zařízení | 231 | Banketová zařízení pro nejméně 50 osob ⁵¹ | 2 | | | | |
| | 232 | Banketová zařízení pro nejméně 100 osob ⁵¹ | 4 | | | | |
| | 233 | Banketová zařízení pro nejméně 250 osob ⁵¹ | 8 | | | | |
| Konferenční prostory | 234 | Konferenční místnost(i) o výměře nejméně 36 m ² až 100 m ² , výška stropu nejméně 2,50 m ⁵² | 10 | | | | |
| | 235 | Konferenční místnost(i) o výměře nejméně 100 m ² , výška stropu nejméně 2,75 m ⁵² | 15 | | | | |
| | 236 | Konferenční místnost(i) o výměře nejméně 250 m ² , výška stropu nejméně 3,50 m ⁵² | 20 | | | | |
| | 237 | Místnosti pro pracovní skupiny/break-out místnosti ⁵³ | 2 za každou místnost, max. 4 | | | | |
| | 238 | Business centrum (samostatná kancelář a personál k dispozici) | 3 | | | | |
| | 239 | Konferenční služby ⁵³ (samostatný úsek, samostatný personál) | 5 | | | | |
| | 240 | Konferenční kancelář/pisárna ⁵³ | 1 | | | | |
| Vybavení/technologie konferenčních místností | 241 | Dostatečný počet elektrických zásuvek s ohledem na počet míst k sezení ^{53,54} | 2 | | | | |
| | 242 | Denní světlo v konferenční místnosti a možnost místnost zatemnit ^{53,54} | 3 | | | | |
| | 243 | Individuálně nastavitelná klimatizace v konferenčních místnostech ⁵³ | 3 | | | | |

Zdroj: *Hotelstars*

Souvisejícími podoblastmi této oblasti jsou tři. Jedná se o banketové zařízení, konferenční prostory a vybavení/technologie konferenčních místností. Všechny tyto níže uvedené podoblasti jsou pro získání páté hvězdy nepovinné.

Vzhledem k tomu, že nezanedbatelnou část hostů tvoří firemní/korporátní klientela, je hotel vybaven konferenčními a banketovými prostorami, které v certifikaci získaly patřičné body. V banketové části byl splněn bod č. 232, tedy „banketová zařízení pro nejméně 100 osob“. Dle informací, které jsem získala při osobním jednání, se banketové akce pořádají zpravidla v prostoru, kterým je prosklené atrium. Konferenční prostory patří v porovnání s konkurencí v centru Brna mezi méně rozsáhlé. Za jejich výměru (bod č. 234) tedy hotel získal nejnižší možný počet bodů, tedy deset. Konferenční místnost se dá rozdělit na menší prostory pro pracovní skupiny a díky této variabilitě konferenčního centra bylo hotelu uděleno sedm bodů. Za každou tzv. *break-out* místnost byly uděleny dva body. Mezi konferenčními prostory lze nalézt také *business centrum*, tím se rozumí samostatná kancelář s personálem k dispozici. Pro

tuto službu není vyčleněn speciální personál, nýbrž se jedná o personál standardní banquetový (do návrhu).

Tři požadavky na vybavení/technologie konferenčních místností byly splněny ve všech bodech, komise hodnotila dostatečný počet elektrických zásuvek s ohledem na počet míst, dále zda je v konferenční místnosti denní světlo s možností zatemnění a zda je klimatizace v konferenčních místnostech individuálně nastavitelná.

3.2.16. Volnočasové aktivity, sport, spa/wellness, děti

| VI. Volnočasové aktivity | | | | | | | |
|----------------------------|-----|--|--|--|--|--|--|
| Sport | 244 | Odpovídající vlastní rekreační zařízení v objektu či vlastním areálu (vnitřní nebo venkovní) ⁵⁵ (např. tenisový kurt, pláž, golfové hřiště) | 3 za každé zařízení, max. 9 | | | | |
| | 245 | Pronájem sportovního vybavení (např. lyže, lodě, kola) | 2 | | | | |
| | 246 | Tělocvična ⁵⁶ s nejméně 4 různými cvičebními stroji (např. ergometr, činka, stroj k posilování, běžecký pás, veslovací stroj, šlapací stroj) | 4 | | | | |
| Spa/Wellness ⁵⁷ | 247 | Masáže ⁵⁸ (např. masáž celého těla, lymfodrenáž, Shiatsu, reflexologie nohou) | 2 za každou kabinu, max. 6 | | | | |
| | 248 | Samostatná odpočinková místnost ⁵⁹ | 3 | | | | |
| | 249 | Vířivka či ekvivalent | 3 | | | | |
| | 250 | Sauna (s minimálně 6 místy k sezení) | 5 per sauna type ⁶⁰ , max. 10 | | | | |
| | 251 | Kosmetický salón ⁵⁸ s alespoň 4mi různými druhy péče (v nabídce je např. kosmetika obličeje, manikúra, pedikúra, peeling a masáž na uvolnění stresu) | 5 | | | | |
| | 252 | Spa centrum ⁵⁸ s nejméně 4 různými druhy procedur (v nabídce jsou např. koupele, Kneipp, hydroterapie, bahenní lázně, turecké lázně Hammam a parní lázeň) | 5 | | | | |
| | 253 | Samostatní privátní Wellness zóna | 2 | | | | |
| | 254 | Plavecký bazén (venkovní) ⁶¹ nebo plavecká přírodní nádrž ⁶² | 10 | | | | |
| Děti | 255 | Plavecký bazén (vnitřní) ⁶³ | 15 | | | | |
| | 256 | Hotelová péče o děti (pro děti mladší 3 let) zajišťovaná kvalifikovaným personálem v pracovní dny po dobu nejméně 3 hodin | 10 | | | | |
| | 257 | Hotelová péče o děti (pro děti starší 3 let) zajišťovaná kvalifikovaným personálem v pracovní dny po dobu nejméně 3 hodin | 10 | | | | |
| Různé | 258 | Dětská zóna (herna/hřiště) | 4 | | | | |
| | 259 | Společenská místnost pro hotelové hosty (navíc ke snídaňové restauraci nebo restauraci) | 2 | | | | |
| | 260 | Čítárna a písárna (samostatná lokalita) | 1 | | | | |
| | 261 | Knihovna (samostatná lokalita) | 2 | | | | |
| | 262 | Hostitelský/animační program | 3 | | | | |

Zdroj: *Hotelstars*

Ani kritéria v podobě volnočasových aktivit nejsou pro změnu klasifikace v tomto případě povinná. Dělí se na další čtyři podoblasti, a to sport, spa/wellness, děti a různé.

V podoblasti „sport“ jsou hodnocena tři kritéria. Bod č. 244 „odpovídající vlastní rekreační zařízení v objektu či vlastním areálu“ (tenisový kurt, golfové hřiště), dále pak bod č. 245 „pronájem sportovního vybavení“ a bod č. 246 „tělocvična s nejméně čtyřmi různými cvičebními stroji“. Požadavek na minimální velikost tělocvičny je 20 m². V těchto bodech je hostům v posilovně (*fitness room*) k dispozici běhací pás, ergometr, trenažér, činky a

posilovací lavice. Tím však, dle mého názoru bohužel, výčet vybavení končí. Hosté, kteří vyznávají zdravý životní styl, by jistě ocenili rozmanitější vybavení. Hotel v dotazníku uvedl, že splňuje i bod č. 245 a pronajímá sportovní vybavení. Faktem je, že hotel je schopný a připravený vždy splnit přání hostů a možnost zapůjčení kol, pronájem lodi a dalších mezi ně patří. Nezajišťují je však interně, ale využívají externích dodavatelů a poskytovatelů. Na tomto konkrétním bodě je patrné, jak přísně jsou kritéria posuzována. Body nebyly uznány i přesto, že je personál hotelu schopen tyto služby zajistit.

Oproti tomu byly uděleny body za bod č. 247 „masáže“ a podoblasti „spa/wellness“, přičemž ani je hotel nenabízí interně. Masáže jsou poskytovány prostřednictvím salonu Tawan, laděného do thajského stylu, a to každý den od 9:00 do 21:00. Hosté mohou využívat služeb i na objednání mimo uvedené hodiny. U tohoto kritéria se posuzuje počet kabin s tím, že za každou komise udělí dva body, maximálně však šest. Hotelu byly za splnění kritéria uděleny čtyři body. Hosté využívají i suchou saunu, která nespĺňuje bod č. 250 v plném rozsahu. Plných pět bodů by hotel získal, pokud by byla sauna koncipována pro alespoň šest osob. Odpovídá však spíše možnosti využití pro maximálně 4 osoby a komise tedy udělila pouze jeden bod. Její odpočinková místnost (bod č. 248) disponuje rozměry přes 20 m² a získala tedy tři body. Další hodnocené služby hotel nenabízí, není zde kosmetický salon, vířivka ani její ekvivalent, spa centrum, samostatná privátní wellness zóna, vnitřní ani vnější plavecký bazén.

V podoblasti „děti“ byla kladně hodnocena dvě kritéria ze tří. Dle dotazníku byly hotelem i komisí uvedeny body č. 256 a 257 (hotelová péče pro děti mladší tří let a hotelová péče pro děti starší tří let) jako splněné. Při osobním jednání mi ale současná hotelová manažerka sdělila, že tyto služby neposkytují. Obě kritéria jsou přitom hodnocena vysoce, celkem dvaceti body. Posledním hodnoceným bodem podoblasti je „dětská zóna“, kterou hotel nezřídil vzhledem k cílové skupině hostů, mezi které rodiny s dětmi nepatří v takové míře.

Poslední podoblastí v sekci volnočasové aktivity jsou „různé“. Ze čtyř bylo splněno a ohodnoceno dvěma body pouze jedno kritérium, a sice „společenská místnost pro hotelové hosty“ (navíc ke snídaňové restauraci nebo restauraci).

3.2.17. Kvalita, Systém řízení kvality, online aktivity

| VII. Kvalita a Online aktivity | | | | | | | | |
|--------------------------------|-----|--|----|---|---|-----------------|-------------------|-----------------|
| Systémy řízení kvality | 263 | Systém pro řešení stížností ⁶⁴ | 3 | | | M | M | M |
| | 264 | Systematické analyzování připomínek hostů ⁶⁵ | 5 | | | | M | M |
| | 265 | Kontroly Mystery guest ⁶⁶ (Doklad o provázení musí být doložen k žádosti.) | 10 | | | | (M) ⁶⁷ | M |
| | 266 | Systém řízení kvality dle EHQ ⁶⁸ nebo ekvivalent | 10 | | | | | |
| Online aktivity | 267 | Vlastní webové stránky ⁶⁹ s aktuálními informacemi, realistickými fotografiemi a uvedením polohy hotelu | 5 | M | M | M ⁷⁰ | M ⁷⁰ | M ⁷⁰ |
| | 268 | Aktivní vybízení odjíždějících/odhlášených hostů k psaní recenzí na portálech či webových stránkách | 5 | | | | M | M |
| | 269 | Vlastní webové stránky s možností provedení přímé rezervace a psaní hostovských recenzí ⁷¹ | 10 | | | | | |
| Jiné | 270 | Eko-značka ⁷² | 10 | | | | | |

Zdroj: *Hotelstars*

Předposlední oblast metodiky se věnuje kvalitě a online aktivitám. Zde najdeme mezi požadavky na získání páté hvězdy několik povinných kritérií. Tato kritéria jsou součástí celku v procesu poskytování kvalitních služeb a napomáhají zajistit určitý systém řízení kvality. Bod č. 263 ukládá za povinnost mít systém pro stížnosti klientů. Pro splnění bodů č. 263 264 a také k systematickému analyzování připomínek hostů a systému řešení stížností a kvality využívá management hotel Review-Pro. Tedy systém pro hodnocení a analýzu kvality v čase i mezi rezervačními webovými stránkami. Posledním hodnoceným kritériem je pravidelná kontrola formou *mystery guest* (host v utajení, který nezávisle hodnotí poskytované služby). Tu hotel podstupuje nepravidelně během celého roku. Pro získání deseti bodů bylo nezbytné zaslat doklad o kontrole spolu s vyplněným dotazníkem, což bylo hotelem splněno.

Aby bylo možno ubytovací zařízení hodnotit zcela kompletně, jsou v metodice a současně v dotazníku vyplňovaném hotelem uvedeny povinné požadavky pro prezentaci na webových stránkách. Každý hotel snažící se o pátou hvězdu musí mít webové stránky s aktuálními informacemi, realistickými fotografiemi a uvedením polohy (bod č. 267), přičemž podmínkou je minimálně dvoujazyčnost. Hotel je také povinen vybízet odjíždějící hosty k psaní recenzí na webových stránkách či dalších portálech. K této aktivitě hotel decentně vybízí v tištěných materiálech, které nalezneme například na pokoji. V podoblasti online aktivit byl splněn i poslední hodnocený, avšak nepovinný bod č. 269 „*vlastní webové stránky s možností provedení přímé rezervace a psaní hostovských recenzí*“. Barceló Brno Palce provozuje stránky, které tyto aktivity umožňují.

Na závěr dotazníku nalezneme bod č. 270 pod názvem „*Eko-značka*“. U tohoto kritéria se hodnotí, zda je hotel provozován s ohledem na životní prostředí. Přestože tento bod není povinný, hotel jej splňuje pod značkou ISO 14001 a dává tak svým hostům možnost podílet se na ochraně přírody například méně častým praním ručníků.

4. ZÁVĚR

Ubytování patří mezi produkty cestovního ruchu, u kterých je měření kvality obtížné. Systém certifikace a klasifikace, který je v České republice jakýmsi hlavním ukazatelem měření kvality, není povinný. Teoreticky mohou provozovatelé uvést u svých ubytovacích zařízení libovolný počet hvězd a děje se tak i v praxi.

Posuzovaný hotel Barcelo Brno Palace podstoupil oficiální klasifikaci a certifikaci poprvé. Tím, že spadá pod mezinárodně známý řetězec, podstoupil oficiální certifikaci a obstál v důkladné kontrole komise, přiláká i tu nejnáročnější a bonitní klientelu. Podstoupení certifikace bylo chytrým marketingovým tahem, díky kterému má hotel možnost ubytovávat například celebrity a další vážené hosty. Z přiloženého dotazníku vyplývá, že jakýkoliv hotel ucházející se o přidělení páté hvězdy musí splnit nejméně 270 různých kritérií. Námi analyzované ubytovací zařízení Barcelo Brno Palace získalo na základě vyplněného dotazníku a následné kontroly celkem 745 bodů. Podle podané žádosti bylo hotelem napočítáno bodů 775. Rozdíl třiceti bodů nalezneme mezi následujícími kritérii:

- 6 – možnost parkování pro autobusy;
- 8 – vlastní nabíjecí stanice pro elektrická vozidla (např. automobily, kola);
- 111 – noční osvětlení (noční světelný zdroj pro orientaci po tmě);
- 129 – fixní elektronická média v koupelně;
- 169 – 100 % pokojů se sprchou/WC nebo vanou/WC a z toho 50 % pokojů s vanou a samostatným sprchovým koutem;
- 178 – bezpečnostní madla (v koupelně);
- 183 – osvětlené kosmetické zrcátko;
- 245 – pronájem sportovního vybavení (kola, lyže);
- 260 – čítárna a písárna (samostatná lokalita).

Samostatným námětem na další odbornou studii by mohlo být téma, zda-li se změna klasifikace promítla kladně do ekonomického hospodaření hotelu. Během mého zkoumání se však nikdo z hotelu Barcelo Brno Palace k tomuto tématu nevyjádřil.

Hotel Barcelo Brno Palace je se svou snahou o přesun do vyšší klasifikace v rámci České republiky spíše výjimkou. Proces klasifikace je poměrně náročný, zejména pro ty hotely, kterých by se týkaly změny v podobě stavebních úprav. Ty jsou náročné na čas a finance,

neboť úpravy vyžadují nejen finanční prostředky, ale také to znamená, že hotel v době úprav omezí svůj provoz a tím pádem i přísun hostů, tedy financí. Dalším důvodem je i to, že provozovatelé nemají za povinnost klasifikaci podstoupit. Teoreticky si tak mohou k názvu hotelu přidat libovolný počet hvězd. Toto však není nejlepším postupem pro získání konkurenční výhody a přilákání hostů. Přibývá zahraniční klientely, která je na certifikovaný hvězdičkový standard zvyklá a vyžaduje jej. Dnes je možná okamžitá zpětná vazba prostřednictvím sociálních sítí a je tedy snadné se o každém pochybení hotelu dozvědět. Vzhledem k nárůstu ubytovacích kapacit znamená oficiální klasifikace a certifikace nejen přínos movitější klientely i peněz, ale může se tak stát i významnou konkurenční výhodou do budoucna. Současný stav jakési možné „*samocertifikace*“ je v budoucnu neudržitelný a v tomto ohledu by pomohlo ukotvení problematiky v zákoně.

4.1. NÁVRH A DOPORUČENÍ

4.1.1. Poskytování služeb

Na základě analýzy procesu změny klasifikace hotelu Barceló Brno Palace jsem zjistila, že hotel i přes drobné výjimky poskytuje velmi kvalitní služby. Díky změně klasifikace tak veřejnosti (i odborné) ukázal, že v oblasti ubytovacích zařízení jsou v České republice velké rozdíly mezi průměrnými a dobrými službami.

Nešlo jen o splnění náročných standardů klasifikačního systému Hotelstars Union. Hotel například úspěšně pracuje s dotazníky kvality, které se hostům rozesílají přes e-mail a nadále vyhodnocují. Za zásadní (a zdaleka ne samozřejmé) činnosti můžeme považovat také revidování příjezdových pokojů, důkladnou přípravu informací o hostech a hlavně setrvalý tlak na diskrétnost. Udrží-li hotel tyto aktivity v rovnováze s nabízenými službami (a také pokud ekonomická situace České republiky bude i nadále příznivá), lze předpokládat, že hosté, kteří hotel Barceló Brno Palace navštívili, budou ubytování v něm preferovat i nadále, a také že se o jeho kvalitách dozví ze sociálních sítí i další perspektivní zájemci.

4.1.2. Fitness

Při provádění analýzy jsem však přece jen zjistila jisté nedostatky, které by podle mého soudu nebylo obtížné doladit. Většinou se jedná o drobnosti týkající se poskytovaných služeb. Za úvahu by stálo zvětšení hotelového fitness centra, které je relativně malé a nenabízí mnoho variant cvičení; jedná se pouze o základní požadované stroje uvedené v hodnotících kritériích (běhací pás, ergometr, trenažér, činky a posilovací lavice). Při současné velikosti centra mohou mít hosté pocit jisté stísněnosti a nedostatku soukromí.

Fitness by mohlo být rozšířeno alespoň o jednu další místnost, která by nabízela oblíbenou funkční tréninkovou zónu s posilovacími stroji a dalším vybavením. Také je zarážející, že se jeho otevírací doba omezuje pouze na všední dny. Jaký má k tomu hotel důvod, se nepodařilo při výzkumu zjistit.

4.1.3. Masáže

Masáže si mohou hosté objednat v salonu, který má svou provozovnu přímo v prostorách hotelu. Hotel samotný ovšem není provozovatelem tohoto salonu, využívá tzv. outsourcingu. Kromě kratší otevírací doby (od 9 hodin do 21 hodin), nemá skutečnost, že jde o externího provozovatele, na využití masáží hosty zásadní vliv. Bude-li si hotelový host přát masáž i mimo uvedenou otevírací dobu, hotel je schopný tuto službu zajistit. V opačném případě by se jednalo o rozpor mezi snahou hotelu vyjít ubytovaným hostům maximálně vstříc a tvrzením manažerů, že kvalitu lze spatřovat právě v poskytovaných službách.

Outsourcing je obchodním rozhodnutím, které má mít za následek snížení nákladů. Přináší úsporu v oblasti personálu, energií a dalších položek spojených s provozem. Navíc je běžnou praxí, že provozovatel hradí nejen pronájem prostor, ale vyplácí hotelu provize za domluvené výkony. Další výhodou outsourcingu pro hotel je skutečnost, že za danou oblast nenese odpovědnost. Zároveň má ale outsourcingový přístup některá úskalí; hotel nemá kontrolu nad tokem informací, je zde riziko jednak možných pochybení, jednak nižší úrovně služeb, než odpovídá hotelovému standardu. Tyto případné nedostatky nemá za dané situace hotel možnost ovlivnit.

4.1.4. Personál

Při analyzování hotelu Barceló Brno Palace jsem shledala i drobné nedostatky v personální oblasti. Již v analytické části jsem uvedla pochybení recepce; její pracovnice zapoměla oznámit manažerovi schůzku, a tedy i to, že je očekáván v atriu. Během čekání jsem zaznamenala další nedostatky. A sice, že během čekání v rámci dvaceti minut nedošlo k odklizení šálku po předchozím návštěvníkovi. A to ani v případě, že během této doby kolem šálku procházeli zaměstnanci restaurace. Je také s podivem, že procházející personál nezdravil čekající hosty. Tady jde ovšem o celorepublikový syndrom; český personál bývá zpravidla oproti jiným evropským státům málo úslužný a usměvavý, týká se to i vyššího managementu. Manažerka hotelu pověřena vedením prohlídky byla reprezentativní a vstřícná, ale bylo znát, že pro ni není schůzka důležitá. Navíc v některých standardních otázkách ohledně poskytovaných služeb uvedla chybné informace.

4.1.5. Doporučení

Obecně je hotel hodnocen velice kladně, a to nejen Oficiální jednotnou klasifikací ubytovacích zařízení České republiky, ale i hosty samotnými prostřednictvím zpětné vazby v rezervačních systémech. Je zde ale prostor pro zlepšení; Barceló sice klade vysoké nároky na kvalifikaci personálu (například recepční musí ovládat několik světových jazyků), ale očividně by bylo prospěšné zavést také systém hodnocení chování personálu. Je třeba mít na paměti, že i tyto zdánlivé maličkosti ve vztahu k hotelovým hostům zásadním způsobem utváří atmosféru hotelu, zejména jedná-li se o služby očekávané na vysoké úrovni. Zmíněná laxnost personálu je o to více zarážející, že běžní zaměstnanci ani management si nemohou být nikdy jisti, zda se jedná o klasického hosta, nebo třeba o kontrolu systémem *mystery guest*.

Do budoucna by bylo přínosné, kdyby byli zaměstnanci dočasně obměňováni v rámci hotelového řetězce. V některých hotelových řetězcích je běžné, že se zaměstnanci v rámci řetězce takto obměňují, kdy se tak může stát na vlastní žádost nebo vidí-li vedoucí úseku potenciál, který stojí za další rozvoj. Rizikem dlouhodobého nasazení na tutéž práci na jednom místě je tzv. profesní slepota, která má za následek, že pracovník ztrácí elán a zaujetí pro práci, a to se odráží i v laxním přístupu k hostům. Tento systém „stáží“ by zaměstnancům umožnil získat nové zkušenosti, přehled a flexibilitu v přístupu.

Hotelový personál je nutné v pravidelných a častějších intervalech proškolovat, a to nejen v souvislosti s novými standardy a změnou standardů stávajících, ale také v oblasti etikety, nových trendů v cestovním ruchu a v gastronomii. Podstatná je i otázka motivace. Je nezbytné, aby se zaměstnanci cítili jako důležitá součást řetězce, a aby chápali, že jeho fungování mohou do určité míry ovlivnit. V opačném případě může přijít dosavadní snaha, a dokonce i těžce získaná změna klasifikace, vniveč. Hotel by se tak mohl ocitnout mezi zařízeními, která sice mají určitý počet hvězd i patřičné vybavení, ale úroveň služeb tomu neodpovídá.

Hotel Barceló Brno Palace přitom patří nejen v Brně, ale i v České republice mezi čestné výjimky, když svou strategii založil na zlepšování kvality služeb a na seriózním, poctivém a vstřícném přístupu ke svým hostům. Většina podobných zařízení vysoký standard spíše předstírá, než skutečně nabízí. Je otázkou, jak tuto neutěšenou situaci plošně změnit, což by bylo do budoucna jistě žádoucí. Určitému zlepšení klasifikace hotelů by mohla pomoci opora jednotné klasifikace v právním předpisu, který by spojoval s jejím porušením sankce, např. v podobě pokut za přestupky. Zákon by mohl stanovovat kritéria pro udělení hvězd a

následnou certifikaci, podobně jako to dělá metodika Hotelstars Union. Také by jasně vymezil postihy za konkrétní pochybení, kterých by se hotely dopustily. Případné posuzování stížností hostů by však bylo velice obtížné, neboť každý host má jiné požadavky a představy, které bývají mnohdy až absurdní, a které by se nemusely shodovat s případným nastavením klasifikace v právním předpisu. Otázkou také zůstává, kdo by pochybení nezávisle hodnotil. Hodnocení by nemohlo zůstat v kompetencích odborníků AHR ČR, ale přesunulo by se např. před Českou obchodní inspekci nebo před obecní úřady v rámci hodnocení přestupků. Možná proto bude lepší než přílišná regulace ze strany státu, neviditelná ruka trhu, kdy se v rámci konkurenčního boje hotely samy od sebe budou snažit poskytovat vyšší kvalitu nabízených služeb.

5. POUŽITÉ ZDROJE

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. ISBN 80-239-0152-4.

PALATKOVÁ, Monika; ZICHOVÁ, Jitka. *Ekonomika turismu: turismus České republiky. 1. vyd.* Praha : Grada Publishing 2011. 205 s. ISBN: 9788024737485.

FIALOVÁ, Lucie. *Tvorba produktu cestovního ruchu – přístupy, problém.* Brno, 2012. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Ekonomicko – správní fakulta. Ing. Martin ŠAUER, Ph.D.

MIŠKOVSKÝ, Josef; SRB Jan; TOMSA Tomáš. *Návrh produktů cestovního ruchu v turistickém regionu Český ráj.* Agentura regionálního rozvoje s.r.o., 2002. 20 s.

PÁSKOVÁ, Martina; ZELENKA, Josef. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s.

PALATKOVÁ, Monika. MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu: Místní, národní a mezinárodní marketing destinace (online)*. Praha, 2007. Dostupné z http://www.mmr.cz/getmedia/972b6eef-d405-4fac-906c-7de59435c861/GetFile8_3.pdf

KYNCLOVÁ, Jaroslava a Eva KARÁSKOVÁ. *Marketing a management: pro střední a vyšší hotelové školy. 1. vyd.* Praha: Fortuna, 2009, 152 s. ISBN 978-80-7373-061-1.

KIRÁLOVÁ, Alžbeta. *Marketing hotelových služeb. 2. přeprac. a rozš. vyd.* Praha: Ekopress, 2006, 158 s. ISBN 80-869-2905-1.

KIRÁLOVÁ, Alžbeta. *Marketing: destinace cestovního ruchu. Vyd. 1.* Praha: Ekopress, 2003, 173 s. ISBN 80-861-1956-4.

BERÁNEK, J. *Moderní řízení hotelového provozu. Páté, zcela přepracované vydání.* Praha: MAG CONSULTING, s. r. o., 2013, 338 s. ISBN 978-80-86724-45-4.

<http://www.svazvt.cz/doc/48/>).

PETR HOUŠKA A KOLEKTIV. *Klasifikace ubytovacích zařízení jako způsob podpory kvality služeb v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007. ISBN 9788087147009.

KLAPALOVÁ, A. Management kvality a ochrana spotřebitele v cestovním ruchu a hotelnictví. Brno: VŠOH, 2012. ISBN 9788087300268

ORIEŠKA, J., PETRŮ. Služby v cestovním ruchu. 1. vyd. Praha: IDEA Servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.

VAJČNEROVÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada, 2017. Manažer. ISBN 978-80-247-5021-7.

PARLAMENTNÍ LISTY. [online] © OUR MEDIA a.s., [cit. 2017-04-01]. *Pět nejoblíbenějších destinací v roce 2016. Na špičce opět Chorvatsko*. Dostupné z WWW: <https://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/tiskovezpravy/ACCKA-Pet-nejoblibenejsich-destinaci-v-roce-2016-Na-spicce-opet-Chorvatsko-481921>

HOTELSTARS.EU. [online] © Web development Artao. *Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2015 – 2020*. Dostupné z WWW: <http://www.hotelstars.cz/metodika-klasifikace>

HOTELSTARS.EU. [online] © Web development Artao. *Často kladené otázky*. Dostupné z WWW: <http://www.hotelstars.cz/casto-kladene-otazky>

WIKIPEDIA. [online] © Creative commons. 2017. *Cestovní ruch*. Dostupné z WWW: https://cs.wikipedia.org/wiki/Cestovni_ruch

WIKIPEDIA. [online] © Creative commons. 2017. *Hotel Barceló Brno Palace*. Dostupné z WWW: https://cs.wikipedia.org/wiki/Hotel_Barcel%C3%B3_Brno_Palace

WIKIPEDIA. [online] © Creative commons. [cit. 2017-04-01]. *Likertova škála*. Dostupné z WWW: https://cs.wikipedia.org/wiki/Likertova_škála

BOOKING. [online] © 1996–2018 Booking.com™. [cit. 2018-03-29]. *Barceló Brno Palace*. Dostupné z WWW: <https://www.booking.com/hotel/cz/barcelo-brno-palace-brno.cs>.

PODNIKATEL. [online] © 2007 – 2018 Internet Info. *Hoteliéři se bijí za kvalitu. Není totiž hvězda jako hvězda*. Zdeněk Vesecký. 2014. Dostupné z WWW: <https://www.podnikatel.cz/clanky/hotelier-se-biji-za-kvalitu-neni-totiz-hvezda-jako-hvezda>

6. PŘÍLOHY

Žádost č. B 885-1

Hotel *****

Počet povinných požadavků a min. počet bodů: 122 / 600

Počet splněných požadavků a bodů v žádosti dle žadatele: 122 / 775

Počet splněných požadavků a bodů v žádosti dle kontrolora: 122 / 745

Žadatel

| | |
|----------------------------------|----------------------------|
| Žadatel (provozovatel zařízení): | [REDACTED] |
| Adresa: | Na Strži 32 14000 Praha |
| IČ: | [REDACTED] |
| DIČ: | [REDACTED] |
| Jméno odpovědného zástupce: | [REDACTED] |
| Funkce: | Generální ředitel |
| Telefon: | [REDACTED] |
| E-mail: | [REDACTED] |

Kontaktní údaje ubytovacího zařízení

| | |
|----------|---------------------------|
| Telefon: | [REDACTED] |
| Fax: | [REDACTED] |
| E-mail: | brnopalace@barcelo.com |
| WWW: | www.barcelobrnopalace.com |

Žadatel je

| | |
|--------------|-----|
| Člen AHR ČR | Ano |
| Člen UNIHOST | Ne |

Údaje o ubytovacím zařízení

| | |
|---|---|
| Kategorie: | 1 |
| Depandance: | Ne |
| Název ubytovacího zařízení: | Hotel Barceló Brno Palace |
| Adresa: | Šilingrovo náměstí 2 60200 Brno |
| Kraj: | Jihomoravský kraj |
| Rok výstavby: | -0001 |
| Datum poslední rekonstrukce: | 1.10.2009 |
| Rok poslední kolaudace: | -0001 |
| Částečná kolaudace: | |
| Výjimky udělené v rámci kolaudace: | |
| Průvodní znaky rekonstrukce nebo modernizace: | |
| Předchozí zařazení a udělené certifikáty: | |
| Počet podlaží včetně přízemí: | 5 |
| Počet pokojů celkem: | 119 |
| - z toho počet apartmá (ne Junior suite): | 6 |
| - z toho pokojů uzpůsobených pro tělesně postižené (vozičkáře): | 2 |
| - z toho pokojů s balkónem či terasou: | 0 |
| - z toho pokojů se sprchou/WC nebo vanou/WC: | 119 |
| - z toho pokojů bez samostatného hygienického zařízení: | 0 |
| Počet lůžek celkem - bez přistýlek: | 250 |
| Výčet gastronomických středisek: | |
| Doba provozu sezónního zařízení: | |
| Závěrečná ustanovení | |
| Doplňující informace: | poznámka KH - certifikát na plastové desce za cenu 2500 Kč bude poskytnut zdarma - v rámci celkové ceny certifikace |
| Současné jsme žádali o certifikát v rámci ČSKS (Českého systému | Ne |

kvality služeb). Více na:

| | |
|--------------------------------------|--------------------|
| Zažádali jsme o International Chain | Ne |
| Zvolená varianta International Chain | Žádná |
| Žádost podána: | 13.5.2016 16:36:12 |

Hotel *******- povinných dle žadatele: 122 z 122, min. bodů: 775 z 600****- povinných dle kontrolora: 122 z 122, min. bodů: 745 z 600**

Třetí sloupec uvádí údaje o splnění požadavku dle podané žádosti, čtvrtý dle provedené kontroly. Právý sloupec slouží na poznámky.

Všeobecné hotelové informace**Čistota / Hygiena**

| | | | | | |
|---|---|-------------------------------------|-------------------------------------|--|--|
| 1 | 0 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Čistota a dokonalá hygiena jsou základním předpokladem ve všech kategoriích. | |
|---|---|-------------------------------------|-------------------------------------|--|--|

Stav zařízení

| | | | | | |
|---|---|-------------------------------------|-------------------------------------|---|--|
| 2 | 0 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Všechny mechanismy a veškerá zařízení jsou funkční a v bezchybném stavu.(vč. únikových plánů na pokoji) | |
|---|---|-------------------------------------|-------------------------------------|---|--|

Celkový dojem

| | | | | | |
|---|---|-------------------------------------|-------------------------------------|--|--|
| 3 | 0 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Celkový dojem z hotelu je dostatečný pro splnění nejvyšších požadavků. | |
|---|---|-------------------------------------|-------------------------------------|--|--|

Personál

| | | | | | |
|---|---|-------------------------------------|-------------------------------------|--|--|
| 4 | 0 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Všechny služby musí být poskytovány kompetentním (zaškoleným) a identifikovatelným personálem. | |
|---|---|-------------------------------------|-------------------------------------|--|--|

Parkovací prostory

| | | | | | |
|---|---|-------------------------------------|-------------------------------------|---|--|
| 5 | 3 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Parkování přímo u hotelu | |
| 6 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Možnost parkování pro autobusy | |
| 7 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Garáž | |
| 8 | 3 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Vlastní nabíjecí stanice pro elektrická vozidla(např. automobily, kola) | |

Jiné

| | | | | | |
|----|----|-------------------------------------|-------------------------------------|--|--|
| 9 | 2 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Minimálně 50% pokojů s balkonem či terasou | |
| 10 | 15 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Výtah | |

Zařízení pro osoby s postižením

| | | | | | |
|----|---|-------------------------------------|-------------------------------------|---|--|
| 11 | 5 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Bezbariérová přístupnost 10 | |
| 12 | 8 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Bezbariérová přístupnost 10 | |
| 13 | 5 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Bezbariérová přístupnost 10  | |
| 14 | 5 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Bezbariérová přístupnost 10  | |
| 15 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Zcela bezbariérový přístup  | |

Recepce a Služby

| | | | | | |
|----|----|-------------------------------------|-------------------------------------|---|--|
| 16 | 1 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Vizuálně oddělený prostor či pult zajišťující soukromí | |
| 17 | 6 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Samostatné, nezávislé stanoviště recepce či pult zajišťující soukromí | |
| 18 | 1 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Místa k sezení v prostoru recepce | |
| 19 | 5 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Hotelová hala s místy k sezení a nabídkou nápojů | |
| 20 | 10 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Hotelová hala s místy k sezení a nápojovým servisem s obsluhou | |
| 21 | 1 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Služby recepce k dispozici telefonicky (z hotelu i zvenčí) 24 hodin denně | |
| 22 | 3 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Recepce otevřená 14 hodin,dostupná telefonicky (z hotelu i zvenčí) 24 hodin denně | |
| 23 | 4 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Recepce otevřená 16 hodin,dostupná telefonicky (z hotelu i zvenčí) 24 hodin denně a obsazená personálem 24 hodin denně | |
| 24 | 6 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Recepce otevřená a obsazená personálem 24 hodin denně,dostupná telefonicky (z hotelu i zvenčí) 24 hodin denně | |
| 25 | 3 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Expresní odhlášení (Express check-out) | |
| 26 | 2 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Dvojjazyčný personál | |
| 27 | 4 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Vícejazyčný personál | |

| | | | | |
|---------------------------------------|----|---|---|--|
| 28 | 2 | | | (Povinný) Služby kopírování/skenování |
| 29 | 10 | X | X | (Povinný) Parkování zajištěné obsluhou (Valet parking) |
| 30 | 15 | X | X | Dveřník (Dooman). (samostatný personál) |
| 31 | 15 | X | X | (Povinný) Concierge (samostatný personál) |
| 32 | 15 | X | X | (Povinný) Poslíčci (bagážisté) (samostatný personál) |
| 33 | 2 | | | Pomoc se zavazadly na vyžádání |
| 34 | 5 | X | X | (Povinný) Pomoc se zavazadly |
| 35 | 5 | X | X | (Povinný) Bezpečné místo pro úschovu zavazadel pro příjezdějíci nebo odjíždějíci hosty |
| Úklid pokojů /výměna prádla | | | | |
| 36 | 1 | X | X | (Povinný) Každodenní úklid pokoje |
| 37 | 1 | X | X | (Povinný) Každodenní výměna ručníků na vyžádání |
| 38 | 1 | | | Výměna ložního prádla alespoň jednou týdně |
| 39 | 2 | X | X | (Povinný) Výměna ložního prádla alespoň dvakrát týdně |
| 40 | 4 | X | X | (Povinný) Každodenní výměna ložního prádla na vyžádání |
| Služby prání a žehlení | | | | |
| 41 | 1 | | | Chemické čištění/čištění za sucha(doručení před 9:00 hod., navrácení během 24 hodin) |
| 42 | 3 | X | X | Chemické čištění/čištění za sucha(doručení před 9:00 hod., navrácení během 9 hodin) |
| 43 | 2 | X | X | (Povinný) Služba žehlení(navracení během 1 hodiny) |
| 44 | 1 | | | Služby prádelny a žehlení(navracení dle dohody) |
| 45 | 3 | | | Služby prádelny a žehlení(doručení před 9:00 hod., navrácení v tentýž den – s výjimkou víkendu) |
| 46 | 4 | X | X | (Povinný) Služby prádelny a žehlení(doručení před 9:00 hod., navrácení během 9 hodin) |
| Platby | | | | |
| 47 | 2 | X | X | (Povinný) Platba platební kartou |
| Různé | | | | |
| 48 | 2 | X | X | (Povinný) IT podpora pro hotelové hosty |
| 49 | 1 | X | X | Deštník v recepci/v pokoji |
| 50 | 1 | X | X | (Povinný) Aktuální časopisy |
| 51 | 2 | X | X | (Povinný) Denní tisk k dispozici každý den(v tištěné či digitální podobě) |
| 52 | 2 | X | X | (Povinný) Krejčovská služba |
| 53 | 2 | X | X | (Povinný) Služba čištění obuvi |
| 54 | 2 | X | X | (Povinný) Kyvadlová doprava nebo hotelová limuzína |
| 55 | 2 | X | X | (Povinný) Nabídka hygienických předmětů (např. zubní kartáček, zubní pasta, holení) |
| 56 | 6 | X | X | (Povinný) Osobní přivítání každého hosta květinami či dárkem na pokoji (personifikovaná pozornost/dárek pro hosta) |
| 57 | 2 | X | X | Doprovod hosta na pokoj při příjezdu |
| 58 | 10 | X | X | (Povinný) Služba odestýlání (Turndown service) během večera sloužící jako další kontrola pokoje |
| Pokoje | | | | |
| Všeobecné informace o pokojích | | | | |
| 59 | 10 | | | Velikost pokojů $\geq 14m^2$ (neplatí pro 5*, dle vyhlášky musí být min. 16m ²) |
| 60 | 15 | | | Velikost pokojů $\geq 18m^2$ |
| 61 | 20 | X | X | Velikost pokojů $\geq 22m^2$ |
| 62 | 25 | | | Velikost pokojů $\geq 30m^2$ |
| 63 | 2 | 6 | 6 | (Povinný) Počet apartmánů min. 2 |

| | | | | | |
|------------------------|----|-------------------------------------|-------------------------------------|--|--|
| 64 | 3 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Min. 50% pokojů je nekuřáckých | |
| Kvalita spánku | | | | | |
| 65 | 1 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Lůžko s moderní a dobře udržovanou matrací o tloušťce nejméně 13 cm | |
| 66 | 5 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | (Povinný) Kvalitní hotelové lůžko s moderní dobře udržovanou matrací o celkové výšce nejméně 18 cm | |
| 67 | 10 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Kvalitní hotelové lůžko s moderní dobře udržovanou matrací o celkové výšce nejméně 22 cm | |
| 68 | 5 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Polohovatelný lůžkový systém | |
| 69 | 1 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Jednolůžka s minimálním rozměrem 0.80m x 1.90m a dvojlůžka s minimálním rozměrem 1.60m x 1.90m | |
| 70 | 5 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Jednolůžka s minimálním rozměrem 0.90m x 1.90m a dvojlůžka s minimálním rozměrem 1.80m x 1.90m | |
| 71 | 15 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | (Povinný) Jednolůžka s minimálním rozměrem 0.90m x 2.00m a dvojlůžka s minimálním rozměrem 1.80m x 2.00m | |
| 72 | 25 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Jednolůžka s minimálním rozměrem 1.00m x 2.00m a dvojlůžka s minimálním rozměrem 2.00m x 2.00m | |
| 73 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | 10% lůžek o minimální délce 2.10m | |
| 74 | 3 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Dětská postýlka na vyžádání | |
| 75 | 10 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Hygienické chrániče matrací ("povlaky") | |
| 76 | 10 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Nové matrace se naposledy pořizovaly pro celé zařízení max. před 3 roky(Je nutné doložit.) | |
| 77 | 10 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Každoroční praní nebo důkladné čištění matrací (Je nutné doložit.) | |
| 78 | 2 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Antialergické příkrývky a polštáře jsou založeny na pokojích či k dispozici na vyžádání (Je nutné doložit, či fyzicky ukázat náplň.) | |
| 79 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Kvalitní a dobře udržovaná příkrývka | |
| 80 | 2 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Příkrývka navíc na vyžádání | |
| 81 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Kvalitní a dobře udržovaný polštář | |
| 82 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Hygienické chrániče polštářů („povlaky“) | |
| 83 | 8 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Každoroční praní (čištění) všech polštářů nebo plošné pořízení nových polštářů max. před 1 rokem (Je nutné doložit.) | |
| 84 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Další pro hosta použitelný, nikoliv pouze dekorativní polštář na vyžádání | |
| 85 | 4 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Dva pro hosta použitelné, nikoliv pouze dekorativní polštáře na osobu | |
| 86 | 4 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Výběr z různých typů polštáře | |
| 87 | 1 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Možnost zatemnění místnosti | |
| 88 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Možnost úplného zatemnění místnosti (např. okenice nebo závěs – „blackout“) | |
| 89 | 3 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Záclony/Panelové záclony/plenty/rolety | |
| 90 | 3 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Pratelná předložka k posteli | |
| 91 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Služba buzení nebo zařízení používané k buzení | |
| Vybavení pokoje | | | | | |
| 92 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Odpovídající šatní skříň nebo výklenek na šaty | |
| 93 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Police na prádlo | |
| 94 | 1 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Odpovídající počet ramínek | |
| 95 | 3 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Odpovídající počet kvalitních ramínek hotelového typu různých druhů určených (na kalhoty, na šaty, se skřípici na sukně,..) | |
| 96 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | (Povinný) Otevřená část šatní skříňe s ramínky / nebo háčky na šaty umístěné mimo skříň (pro odložení mokrého kabátu, bundy,..) | |
| 97 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | (Povinný) Možnost zavěsit vak na šaty (mimo šatní skříň) | |
| 98 | 1 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 1 židle | |

| | | | | |
|-------------------------------------|----|-------------------------------------|-------------------------------------|---|
| 99 | 2 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) 1 místo k sezení na každé lůžko, alespoň židle |
| 100 | 4 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) 1 pohodlné sezení (čalouněné křeslo/židle/gauč) s odkládacím stolem |
| 101 | 4 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) 1 další pohodlné čalouněné křeslo nebo pohovka ve dvoulůžkových pokojích či apartmánech |
| 102 | 1 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Stůl/pracovní stůl nebo pracovní deska |
| 103 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Stůl, pracovní stůl nebo pracovní deska s volnou pracovní plochou min. 0.5 m2 a adekvátním vhodným osvětlením (vč. večera a noci) |
| 104 | 2 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Noční stolek |
| 105 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Přístupná elektrická zásuvka v místnosti |
| 106 | 2 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Další přístupná elektrická zásuvka u stolu/pracovního stolu nebo pracovní desky |
| 107 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Další přístupná elektrická zásuvka vedle postele |
| 108 | 3 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Centrální vypínač pokojového osvětlení |
| 109 | 2 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Vypínač pokojového osvětlení u postele |
| 110 | 4 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Vypínač veškerého pokojového osvětlení u postele |
| 111 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Noční osvětlení (malý světelný zdroj pro orientaci v pokoji potmě) |
| 112 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Odpovídající osvětlení místnosti |
| 113 | 2 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Světlo na čtení u postele |
| 114 | 2 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Zrcadlo na výšku postavy |
| 115 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Odpovídající místo nebo box pro uložení zavazadla/kufru |
| 116 | 2 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Odpadkový koš |
| Uložení cenností | | | | |
| 117 | 1 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Možnost uložení cenností (např. v recepci) |
| 118 | 3 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Centrální trezor(např. v recepci) |
| 119 | 8 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Trezor v pokoji |
| 120 | 10 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Trezor v pokoji s integrovanou elektrickou zásuvkou |
| Zvuková izolace /klimatizace | | | | |
| 121 | 8 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Odpovídající zvuková izolace (okna) |
| 122 | 8 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Zvukově izolující dveře nebo dvojité dveře |
| 123 | 8 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Pokoje s centrálně nastavitelnou klimatizací |
| 124 | 15 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Pokoje s individuálně nastavitelnou klimatizací |
| 125 | 4 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Klimatizace ve veřejných prostorách pro hosty(restaurace, lobby, vstupní hala, sníídaňová restaurace) |
| 126 | 4 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Harmonická atmosféra veřejně přístupných místností(světlo, vůně, hudba, barvy, atd.) |
| Zábavní elektronika | | | | |
| 127 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Zařízení pro příjem rozhlasového vysílání |
| 128 | 2 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Audio či multimediální přehrávač |
| 129 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Fixní elektronická média v koupelně |
| 130 | 2 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | TV s dálkovým ovládáním |
| 131 | 4 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | TV o velikosti odpovídající dané místnosti s dálkovým ovladačem a seznamem kanálů |
| 132 | 6 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) TV o velikosti odpovídající dané místnosti s dálkovým ovladačem, seznamem kanálů a TV programem |
| 133 | 2 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Další TV v apartmánech o velikosti odpovídající dané místnosti |
| 134 | 2 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | K dispozici jsou národní a mezinárodní kanály |
| 135 | 5 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Placené TV kanály, filmové kanály nebo videohry s možností "rodičovského zámku" |
| 136 | 2 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Mezinárodní síťové redukce na vyžádání (adaptéry) |

| | | | | |
|---------------------------------------|----|---|---|--|
| 137 | 2 | X | X | Napájecí stanice (pro více elektronických zařízení) a/nebo různé redukce na vyžádání |
| Telekomunikace | | | | |
| 138 | 1 | X | X | (Povinný) Veřejně přístupný telefon pro hosty |
| 139 | 3 | | | (Mobilní) telefon na vyžádání společně s dvojjazyčným návodem k použití v pokoji |
| 140 | 8 | X | X | (Povinný) Telefon v pokoji společně s vícejazyčným návodem k použití |
| 141 | 2 | X | X | (Povinný) Přístup na internet ve veřejných prostorách (např. širokopásmové připojení, WIFI) |
| 142 | 8 | X | X | (Povinný) Přístup na internet v pokoji (např. širokopásmové připojení, WIFI) |
| 143 | 5 | X | X | (Povinný) Zařízení s přístupem na internet s možností tisku ve veřejných prostorách |
| 144 | 1 | X | X | (Povinný) Zařízení s přístupem na internet v pokoji na vyžádání |
| 145 | 3 | | | Zařízení s přístupem na internet v pokoji |
| Různé | | | | |
| 146 | 1 | | | Informace o hotelu (Informace o hotelu musí být doloženy.) |
| 147 | 2 | | | Dvojjazyčný manuál služeb A-Z (Manuál služeb A-Z musí být doložen.) |
| 148 | 3 | X | X | (Povinný) Vícejazyčný manuál služeb A-Z (Manuál služeb A-Z musí být doložen.) |
| 149 | 1 | X | X | (Povinný) Regionální informační materiály k dispozici ve veřejných prostorách |
| 150 | 2 | X | X | Denní tisk v pokoji (v tištěné nebo digitální podobě) |
| 151 | 1 | X | X | (Povinný) Časopis pro hosty v pokoji |
| 152 | 1 | X | X | (Povinný) Psací potřeby a poznámkový blok |
| 153 | 3 | X | X | (Povinný) Korespondenční složka |
| 154 | 3 | | | Žehličí lis na kalhoty |
| 155 | 1 | X | X | (Povinný) Taška na prádlo |
| 156 | 2 | | | Žehlička a žehlicí prkno na vyžádání nebo žehlárna |
| 157 | 4 | X | X | Žehlička a žehlicí prkno v pokoji |
| 158 | 1 | | | Šitíčko na vyžádání |
| 159 | 2 | X | X | (Povinný) Šitíčko v pokoji |
| 160 | 1 | X | X | (Povinný) Lžice na boty v pokoji |
| 161 | 1 | | | Pomůcky na čištění obuvi na vyžádání |
| 162 | 2 | X | X | (Povinný) Pomůcky na čištění obuvi v pokoji |
| 163 | 3 | X | X | (Povinný) Stroj na čištění obuvi v hotelu |
| 164 | 2 | | | Dveřní kukátko |
| 165 | 3 | X | X | Další zabezpečovací zařízení na dveřích pokoje |
| Všeobecné informace o koupelně | | | | |
| 166 | 5 | | | Koupelna/Sanitární zařízení ≥ 5 m ² |
| 167 | 10 | X | X | Koupelna/Sanitární zařízení $\geq 7,5$ m ² |
| 168 | 1 | X | X | (Povinný) 100% pokojů se sprchou/WC nebo vanou/WC |
| 169 | 10 | X | | 100% pokojů se sprchou/WC nebo vanou/WC a z toho 50% pokojů s vanou a samostatným sprchovým koutem |
| 170 | 5 | | | 30% pokojů se samostatnou toaletou |
| 171 | 1 | | | (Povinný) Sprcha se sprchovým závěsem |
| 172 | 5 | X | X | Sprcha se sprchovou zástěnou |
| 173 | 1 | X | X | (Povinný) Umyvadlo |
| 174 | 5 | | | Dvojité umyvadlo v dvojlůžkových pokojích a apartmánech |
| 175 | 1 | X | X | (Povinný) Pratelná koupelňová předložka |

| | | | | | |
|--------------------|---|---|---|---|---|
| 176 | 1 | X | X | (Povinný) Uspovídající osvětlení u umyvadla | |
| 177 | 3 | | | Protiskluzová úprava povrchu sprchy či vany, případně dodatečná trvalá nebo přenosná protiskluzová podložka ve sprše/vaně | |
| 178 | 1 | X | | Bezpečnostní madla | |
| 179 | 1 | X | X | (Povinný) Zrcadlo | |
| 180 | 1 | X | X | (Povinný) Přístupná elektrická zásuvka poblíž zrcadla, s označením napětí | |
| 181 | 1 | | | Kosmetické zrcadlo | |
| 182 | 2 | X | X | (Povinný) Nastavitelné kosmetické zrcátko | |
| 183 | 1 | X | | Osvětlené kosmetické zrcátko | |
| 184 | 1 | X | X | (Povinný) Háčky nebo žebříky na sušení ručníků | |
| 185 | 5 | X | X | (Povinný) Topení v koupelně | |
| 186 | 3 | X | X | Vyhřívavý žebřík na ručníky | |
| 187 | 1 | | | Polička | |
| 188 | 3 | X | X | (Povinný) Velká odkládací plocha (v celkovém součtu musí poskytovat dostatečný prostor pro odložení několika kosmetických taštiček) | |
| 189 | 1 | X | X | (Povinný) Sklenička na zubní kartáček (1 na osobu) | |
| 190 | 1 | X | X | (Povinný) Mýdlo nebo tekuté mýdlo u umyvadla | |
| 191 | 1 | X | X | (Povinný) Tekuté tělové mýdlo nebo sprchový gel u sprchy/vany | |
| 192 | 1 | X | X | (Povinný) Šampon | |
| 193 | 2 | X | X | (Povinný) Tělová kosmetika v lahvičkách | |
| 194 | 1 | 7 | 7 | (Povinný) Další kosmetické produkty (např. koupelové přísady, sprchovací čepice, pilníček na nehty, tyčinky do uší, odličovací tampony, tělové mléko) minimálně 2 | odličovací tampony, sprchovací čepice, tělové mléko, pilníček na nehty, koupelové přísady, tyčinky do uší |
| 195 | 2 | X | X | (Povinný) Hygienické ubrousky | |
| 196 | 1 | X | X | (Povinný) Toaletní papír, rezervní toaletní papír, štětka na WC a hygienické sáčky | |
| 197 | 1 | X | X | (Povinný) 1 ručník na osobu | |
| 198 | 2 | X | X | (Povinný) 1 osuška na osobu | |
| 199 | 2 | | | Župan na vyžádání | |
| 200 | 4 | X | X | (Povinný) Župan | |
| 201 | 1 | | | Pantofle na vyžádání | |
| 202 | 3 | X | X | (Povinný) Pantofle | |
| 203 | 1 | | | Vysoušeč vlasů na požádání | |
| 204 | 2 | X | X | (Povinný) Vysoušeč vlasů | |
| 205 | 3 | X | X | (Povinný) Stolička v koupelně na vyžádání | |
| 206 | 1 | | | Osobní váha v koupelně | |
| 207 | 1 | X | X | (Povinný) Odpadkový koš | |
| Gastronomie | | | | | |
| Nápoje | | | | | |
| 208 | 1 | X | X | (Povinný) Nabídka nápojů v hotelu | |
| 209 | 2 | X | X | (Povinný) Nabídka nápojů v pokoji, sklenka/lůžko, otvírák | |
| 210 | 2 | | | Nápoje 16 hodin denně prostřednictvím pokojové služby - "room service" | |
| 211 | 4 | X | X | (Povinný) Nápoje 24 hodin denně prostřednictvím pokojové služby - "room service" | |
| 212 | 2 | | | Maxibar na každém patře (automat na nápoje, občerstvení) | |
| 213 | 2 | | | Lednička v pokoji | |
| 214 | 6 | X | X | (Povinný) Minibar (s nápoji a lehkým občerstvením) | |
| 215 | 4 | X | X | Kávovar nebo varná konvice na čaj/kávu s příslušenstvím v pokoji | |

| | | | | | |
|--|----|-------------------------------------|-------------------------------------|---|---------------------|
| Bar | | | | | |
| 216 | 4 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Bar (otevřen alespoň 6 dní v týdnu) | |
| 217 | 6 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Bar (otevřen alespoň 7 dní v týdnu) | |
| Snídaně | | | | | |
| 218 | 3 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Snídaňová restaurace | |
| 219 | 1 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Rozšířená snídaně | |
| 220 | 2 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Snídaňový bufet nebo ekvivalentní snídaňový jídelní lístek | |
| 221 | 8 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Snídaňový bufet s obsluhou nebo ekvivalentní snídaňový jídelní lístek | |
| 222 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Snídaňový jídelní lístek prostřednictvím "room service" | |
| Stravování (neplatí pro kategorii garní) | | | | | |
| 223 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Jídelní nabídka v hotelu | |
| 224 | 5 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Jídla nabízená 14 hodin denně prostřednictvím pokojové služby "room service" | |
| 225 | 10 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | (Povinný) Jídla nabízená 24 hodin denně prostřednictvím pokojové služby "room service" | |
| 226 | 5 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Restaurace otevřená 5 dní v týdnu | |
| 227 | 8 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Restaurace otevřená 6 dní v týdnu | |
| 228 | 10 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | (Povinný) Restaurace otevřená 7 dní v týdnu | |
| 229 | 4 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Dietní kuchyně | |
| 230 | 2 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Regionální kuchyně | |
| Konferenční zařízení (MICE) | | | | | |
| Banketová zařízení | | | | | |
| 231 | 2 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Banketová zařízení pro nejméně 50 osob | |
| 232 | 4 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Banketová zařízení pro nejméně 100 osob | |
| 233 | 8 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Banketová zařízení pro nejméně 250 osob | |
| Konferenční prostory | | | | | |
| 234 | 10 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Konferenční místnost(i) o výměře nejméně 36 m ² až 100 m ² , výška stropu nejméně 2,50 m | |
| 235 | 15 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Konferenční místnost(i) o výměře nejméně 100 m ² , výška stropu nejméně 2,75 m | |
| 236 | 20 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Konferenční místnost(i) o výměře nejméně 250 m ² , výška stropu nejméně 3,50 m | |
| 237 | 2 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Místnosti pro pracovní skupiny/break-out místnosti | Konferenční centrum |
| 238 | 3 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Business centrum (samostatná kancelář a personál k dispozici) | |
| 239 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Konferenční služby (samostatný úsek, samostatný personál) | |
| 240 | 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Konferenční kancelář/písarna | |
| Vybavení/ technologie konferenčních místností | | | | | |
| 241 | 2 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Dostatečný počet elektrických zásuvek s ohledem na počet míst k sezení | |
| 242 | 3 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Denní světlo v konferenční místnosti a možnost místnost zatemnit | |
| 243 | 3 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Individuálně nastavitelná klimatizace v konferenčních místnostech | |
| Volnočasové aktivity | | | | | |
| Sport | | | | | |
| 244 | 3 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Odpovídající vlastní rekreační zařízení v objektu či vlastním areálu (vnitřní nebo venkovní)(např. tenisový kurt, pláž, golfové hřiště) | |
| 245 | 2 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Pronájem sportovního vybavení (např. lyže, lodě, kola) | |
| 246 | 4 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Tělocvična s nejméně 4 různými cvičebními stroji (např. ergometr, činka, stroj k posilování, běžecký pás, veslovací stroj, šlapací stroj) | |
| Spa/Wellness | | | | | |
| 247 | 2 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Masáže (např. masáž celého těla, lymfodrenáž, Shiatsu, reflexologie nohou) | Thajské masáže |
| 248 | 3 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Samostatná odpočinková místnost | |
| 249 | 3 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Vířivka či ekvivalent | |

| | | | | | |
|----------------------------------|----|---|---|--|-------------|
| 250 | 5 | 1 | 1 | Sauna (s minimálně 6 místy k sezení) | Suchá sauna |
| 251 | 5 | | | Kosmetický salón s alespoň 4mi různými druhy péče (v nabídce je např. kosmetika obličeje, manikúra, pedikúra, peeling a masáž na uvolnění stresu) | |
| 252 | 5 | | | Spa centrum s nejméně 4 různými druhy procedur (v nabídce jsou např. koupele, Kneipp, hydroterapie, bahenní lázně, turecké lázně Hammam a parní lázeň) | |
| 253 | 2 | | | Samostatná privátní Wellness zóna | |
| 254 | 10 | | | Plavecký bazén (venkovní) nebo plavecká přírodní nádrž | |
| 255 | 15 | | | Plavecký bazén (vnitřní) | |
| Děti | | | | | |
| 256 | 10 | X | X | Hotelová péče o děti (pro děti mladší 3 let) zajišťovaná kvalifikovaným personálem v pracovní dny po dobu nejméně 3 hodin | |
| 257 | 10 | X | X | Hotelová péče o děti (pro děti starší 3 let) zajišťovaná kvalifikovaným personálem v pracovní dny po dobu nejméně 3 hodin | |
| 258 | 4 | | | Dětská zóna (herna/hřiště) | |
| Různé | | | | | |
| 259 | 2 | X | X | Společenská místnost pro hotelové hosty (navíc ke snídaňové restauraci nebo restauraci) | |
| 260 | 1 | X | | Čítárna a písárna (samostatná lokalita) | |
| 261 | 2 | | | Knihovna (samostatná lokalita) | |
| 262 | 3 | | | Hostitelský/animační program | |
| Kvalita a Online aktivity | | | | | |
| Systém řízení kvality | | | | | |
| 263 | 3 | X | X | (Povinný) Systém pro řešení stížností | |
| 264 | 5 | X | X | (Povinný) Systematické analyzování připomínek hostů | |
| 265 | 10 | X | X | (Povinný) Kontroly Mystery guest (Doklad o provádění musí být doložen k žádosti.) | |
| 266 | 10 | X | X | Systém řízení kvality dle EHQ nebo ekvivalent | |
| Online aktivity | | | | | |
| 267 | 5 | X | X | (Povinný) Vlastní webové stránky s aktuálními informacemi, realistickými fotografiemi a uvedením polohy hotelu | |
| 268 | 5 | X | X | (Povinný) Aktivní vybízení odjíždějících/odhlášených hostů k psaní recenzí na portálech či webových stránkách | |
| 269 | 10 | X | X | Vlastní webové stránky s možností provedení přímé rezervace a psaní hostovských recenzí | |
| Jiné | | | | | |
| 270 | 10 | X | X | Eko-značka | |