

ANALÝZA KVALITY SLUŽEB PRO SEKTOR WELLNESS

OBSAH

Obsah.....	2
Seznam použitých zkratek.....	6
Úvod.....	7
a) Definování a význam kvality pro sektor průvodců	
1 Definice kvality dle UNWTO	11
1 Definice kvality dle ISO 9000.....	14
2 Ostatní definice kvality	15
3 Důvody pro zavedení systému řízení kvality	15
4 Význam zavedení systému řízení kvality u služeb cestovního ruchu	16
b) Faktory ovlivňující úroveň poskytovaných služeb v sektoru průvodců	
1 Faktory ovlivňující úroveň poskytovaných služeb na straně nabídky	21
2 Faktory ovlivňující úroveň poskytovaných služeb na straně poptávky	25
3 Hodnocení kvality ze strany zákazníka (uživatele).....	27
c) Analýza současného stavu kvality v sektoru průvodců v ČR	
- platná legislativa související s kvalitou služeb, vztah k významným dokumentům	
1 Základní požadavky na kvalitu služeb	31
1.1 Řešené požadavky	31
1.2 Relevantní právní normy	31
1.3 Podrobný rozbor právních norem s ohledem na kvalitu služeb	32
2 Specifické požadavky na kvalitu wellness služeb.....	43
2.1 Řešené požadavky	43
2.2 Relevantní právní normy	44
2.3 Podrobný rozbor právních norem s ohledem na kvalitu wellness služeb.....	44
3 Významné dokumenty v oblasti kvality cestovního ruchu	54
3.1 Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007–2013	54
3.2 Strategie národní politiky kvality 2008–2013	54
- relevantní normy a standardy související s kvalitou služeb	
1 Normy související se systémem řízení kvality	55
1.1 Relevantní normy	55

1.2	Podrobný rozbor norem.....	56
2	Normy související s kvalitou služeb v sektoru wellness	58
2.1	Relevantní normy	58
3	Standardy používané v sektoru wellness.....	59
3.1	Standardy v sektoru wellness používané v ČR	59
- stávající institucionální zabezpečení v oblasti kvality služeb		
1	Orgány na národní úrovni a jejich kompetence v oblasti kvality služeb.....	59
1.1	Parlament ČR	59
1.2	Ústřední orgány státní správy (vybrané)	60
1.3	Czech Tourism	60
1.4	Rada kvality.....	61
1.5	Dozorové orgány	61
1.6	Spotřebitelská sdružení.....	64
2	Orgány na regionální úrovni a jejich kompetence v oblasti kvality služeb.....	65
2.1	Krajské úřady, místní samospráva.....	65
2.2	Organizace destinačního managementu	65
3	Profesní svazy a jejich kompetence v oblasti kvality služeb.....	66
- stávající způsob financování systému kvality služeb		
1	Veřejné zdroje, financované aktivity.....	67
2	Soukromé zdroje, financované aktivity.....	68
d) Analýza současného stavu kvality služeb v sektoru průvodců v zahraničí		
1	Evropská unie a kvalita	70
1.1	Přístup EU ke kvalitě, základní principy.....	70
1.2	„Nový přístup“ k evropské harmonizaci	71
1.3	Evropské normy	71
1.4	Evropské organizace pro normalizaci	72
2	Zdůvodnění výběru zemí a jejich seznam	73
2.1	Vybrané země Evropské unie.....	74
2.2	Vybrané země mimo Evropskou unii.....	75
3	Dánsko.....	76
4	Francie.....	84

5	Estonsko	90
6	Irsko.....	97
7	Maďarsko	109
8	Německo.....	115
9	Nizozemsko	140
10	Rakousko.....	144
11	Řecko.....	153
12	Slovensko	158
13	Indie.....	167
14	Švýcarsko	180

e) Možnosti zavedení systému kvality v sektoru průvodců v ČR

- základní atributy a možnosti fungování systému kvality služeb v sektoru průvodců v ČR

1	Východiska systému kvality služeb v sektoru wellness	188
2	Systém řízení kvality dle ISO 9000.....	188
2.1	Principy managementu kvality	189
3	Základní atributy systému kvality služeb v sektoru wellness v ČR	194
3.1	Způsob zapojení do systému kvality služeb	194
3.2	Základní přínosy systému kvality služeb	196
4	Fungování systému kvality služeb v sektoru wellness v ČR	196
4.1	Vytvoření systému kvality služeb a jeho institucionální zabezpečení	196
4.2	Vytvoření standardů kvality služeb	197
4.3	Proces certifikace	198
4.4	Auditování systému kvality služeb.....	199

- návrh případných změn legislativy související s kvalitou služeb

1	Případná úprava stávající legislativy	199
2	Nová legislativa	200

- definování hlavních cílových skupin vytvářeného systému kvality služeb

1	Podnikatelské subjekty působící v sektoru wellness.....	200
2	Profesní asociace	201
3	Spotřebitelé.....	201

- návrh institucionálního zabezpečení systému kvality služeb pro sektor průvodců	
1	Subjekty zapojené do systému kvality 201
2	Vytvoření institutu kvality cestovního ruchu 202
- návrh způsobu financování systému kvality v sektoru průvodců - posouzení efektivity vytvářeného systému	
1	Financování povinné certifikace 202
2	Financování dobrovolné certifikace 203
- možnosti prosazení nových pravidel do praxe - motivační nástroje	
1	Motivační nástroje při povinné certifikaci 203
2	Motivační nástroje při dobrovolné certifikaci 204
- návrh využití marketingových nástrojů na podporu zavedení systému	
1	Využití marketingových nástrojů z hlediska podnikatelských subjektů 204
2	Využití marketingových nástrojů z hlediska profesních asociací 205
3	Využití marketingových nástrojů z hlediska spotřebitelů 205
- posouzení role zákazníka jako spotřebitele služeb v novém systému kvality	
1	Výhody systému kvality pro zákazníka/spotřebitele 206
2	Zákazník/spotřebitel v roli zpětné vazby 206
- rizika spojená se zavedením nového systému kvality	
1	Rizika na straně spotřebitelů/zákazníků 207
2	Rizika na straně podnikatelů 208
3	Rizika na straně veřejného sektoru 209
f) Rámcový návrh standardu kvality služeb pro sektor průvodců	
- návrh základních součástí a atributů nového standardu kvality služeb	
1	Základní součásti nového standardu kvality služeb v sektoru wellness 210
2	Základní atributy nového standardu kvality služeb v sektoru wellness 212
	Závěr 214
	Zdroje 218
	Seznamy 222
	Přílohy 224

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

AHR ČR	Asociace hotelů a restaurací Česká republika
CEN	Comité Européen de Normalisation
CENELEC	Comité Européen de Normalisation Electrotechnique
ČR	Česká republika
DEHOGA	Der deutsche Hotel- und Gaststättenverband
DSWA	Dutch Spa & Wellness Association
EFQM	European Foundation for Quality Management
ETSI	European Telecommunications Standards Institute
ESPAL	Eesti Spa Liit
EU	Evropská unie
HDP	hrubý domácí produkt
ILAM	Institute of Leisure and Amenity Management Ireland Ltd
IOP	Integrovaný operační program
ISO	International Organization for Standardization
JV Asie	Jihovýchodní Asie
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
QMS	Quality management system
SVE	Střední a Východní Evropa
UNWTO	UN World Tourism Organization
USA	Spojené státy americké
VB	Velká Británie

ÚVOD

Je asi bez diskusí, že poptávka po zavedení systému řízení kvality v cestovním ruchu existuje, sektor průvodců nevyjímaje. V dnešní době se čím dál více klade důraz na kvalitu a zavádění systémů řízení kvality. Důvodem jsou stále větší konkurenční tlaky, a v oblasti cestovního ruchu zvláště, a nároční a dobře informovaní zákazníci, kteří si dokáží vyhledat informace o službě předem a porovnávat jednotlivé užitky. Vzhledem k širší nabídce si zákazník spíše vybere takovou službu, která mu nabídne něco navíc. To znamená, splní jeho základní potřeby spolu s nějakou přidanou hodnotou. Spokojenější zákazník se stává i loajálnější. Kvalita se tak může stát vhodnou konkurenční výhodou na trhu.

Systém kvality by byl jistě oceněn samotnými poskytovateli služeb, v tomto případě průvodci cestovního ruchu, kteří se musí vyrovnat s nekalou konkurencí, tak mezi samotnými spotřebiteli, pro které může být někdy obtížné orientovat se na trhu a zvolit tu správnou variantu. Není neobvyklé, aby za své peníze neobdrželi, to co očekávali. Systém kvality by zvýšil transparentnost na trhu a zpřehlednil nabídku pro zákazníka, který by jasně věděl, co má od dané služby očekávat. Podnikatelé by zase získali další způsob, jak se odlišit od konkurence, nástroj řízení zvyšující efektivitu jejich činností a možnou ochranu v dobách útlumu či krize. Pro širokou veřejnost by se certifikované subjekty staly jednoduše důvěryhodnějšími.

Alespoň tak lze v krátkosti shrnout, proč má význam se vytvořením nějakého systému kvality služeb cestovního ruchu zabývat. Zahrnutí sektoru wellness do tohoto systému má určitá specifika. Wellness sektor oproti jiným sektorům cestovního ruchu jako ubytování a stravování je relativně „nová“, alespoň v podmínkách České republiky, a stále se rozvíjející disciplína. Vytváření standardů pro tento sektor, a to i v celosvětovém měřítku, je záležitostí několika posledních let. Česká republika tak nijak nezaostává v podobných snahách. Možná, kdo je spíše znevýhodněn, je český zákazník, který ne vždy jasně chápe, co pojem wellness znamená a jaké služby má v tomto sektoru očekávat. Při navrhování systému kvality by se proto měl i tento fakt vzít v úvahu.

Cílem této analýzy je de facto vytýčit stávající předpoklady a možnosti pro zavedení národního systému kvality služeb cestovního ruchu v České republice, zatím pro vybrané

sektory. Úvod analýzy je věnován teoretickému vymezení kvality a faktorům, které na kvalitu mají vliv. Následuje zhodnocení současného stavu kvality v České republice z pohledu legislativy, platných norem a standardů, institucionálního zabezpečení či finančního zázemí. Pro získání zkušenosti a rozhledu bylo také nutné analyzovat stav kvality v sektoru průvodců v zahraničí. Na závěr této analýzy byly zváženy možnosti zavedení systému kvality služeb v České republice a navržen standard kvality pro sektor wellness.

a) DEFINOVÁNÍ A VÝZNAM KVALITY PRO SEKTOR WELLNESS

Definice kvality existuje mnoho, obecně lze kvalitu charakterizovat jako schopnost služby uspokojit potřeby zákazníků – ať už jsou tyto potřeby nevyslovené, vyslovené či dokonce neuvědomělé. Je však nutné si uvědomit, že se potřeby v čase vyvíjejí a jsou ovlivňovány řadou faktorů (věk, postavení, reklama apod.).

Proč tedy klást důraz na kvalitu a zavádět systémy řízení kvality? Celá oblast cestovního ruchu – sektor wellness nevyjímaje – je typická silnými konkurenčními tlaky a dobře informovanými zákazníky, kteří jsou v důsledku toho i náročnější. Spotřebitel upřednostní službu (produkt), která splní nejen jeho potřebu, ale poskytne mu i něco navíc. Z těchto důvodů je třeba klást důraz na kvalitu poskytovaných služeb a na její systematizaci řízení, což z dlouhodobého hlediska přináší větší míru spokojenosti a loajality zákazníků.

Ještě než však bude definována kvalita, je dobré si vymezit i samotný pojem wellness, protože zatím nemá jednotnou definici. Wellness může být chápán jako stav (pohoda – well-being), proces (metoda k dosažení pohody), životní styl, místo i jako zařízení. Wellness jako životní styl znamená pracovat na trvalém udržení zdraví, předcházet poruchám tělesných funkcí a udržení či zvýšení kondice. Je to celkový přístup ke zdraví, který zahrnuje fyzickou, mentální, duchovní, sociální a kulturní stránku člověka. Wellness člověka směřuje k pozitivnímu přístupu k životu, zvládnutí stresu, respektování a dodržování zdravé výživy a zapojení pohybových aktivit do svého života. Původní termín wellness (cítit se dobře, být zdravý) pochází z angličtiny a byl používán už od 12. století jako antonymum ke slovu illness (nemoc, být nemocen).¹ Samotné slovo wellness vzniklo v 60. letech 20. století, kdy americký lékař Dr. Halbert L. Dunn spojil anglická slova wellbeing a fitness, což ve volném překladu znamená být v pohodě a fit nebo dobré zdraví. V průběhu doby se však vysvětlování termínu wellness měnilo v závislosti na kontextu, ve kterém byl používán. Obecně lze wellness definovat jako cestu k harmonickému vyvážení těla a duše s důrazem na

¹ NEUMAN, J.: Wellness a aktivity v přírodě. In *Wellness jako odbornost*. Sborník sdělení z mezinárodní konference: „Východiska pro odborné vzdělávání wellness specialistů“. Praha: Vysoká škola tělesné výchovy a sportu Palestra, s.r.o., 2010; str. 19

příjemné procedury, které vedou k relaxaci a psychické pohodě. V současné době si lidé dobře uvědomují důležitost zdravého životního stylu, díky čemuž wellness nabírá na stále větším významu, a proto je nutné dbát na kvalitu poskytovaných služeb v tomto sektoru.

Perspektivním oborem wellness se stávají wellness služby se zaměřením na zdravotní problematiku, zvané *medical wellness*. Medical wellness se orientuje na preventivní a post-rehabilitační programy pod kvalifikovaným dohledem. Podle německého spolku medical wellness (DMWV) zahrnuje tento typ wellness zdravotní aktivity, které „vedou ke zlepšení subjektivního pocitu zdraví a kvality života vůbec, a to díky prevenci, podpoře zdraví a motivaci ke zdravému životnímu stylu“.²

Wellness služby mohou být základně čerpány v rámci wellness center, během pobytu v hotelu (hotelové wellness) nebo pobytu v lázních (lázeňské wellness). Wellness centra většinou disponují fitness centrem, kosmetickým salonem a relaxačním centrem s bazénem, saunou, koupelemi, vířivkami a masážími. Hotely nabízí wellness služby buď jako součást nabídky hotelových služeb nebo jako hlavní specializaci ubytovacího zařízení. Ve wellness hotelu bývá hotelovým zákazníkům k dispozici relaxační centrum, fitness centrum, kosmetický salon a bazén. Do lázeňských wellness zařízení spadají lázně, které poskytují jednak klasické léčebné procedury tak i wellness služby.³ Vzhledem k tomu, že si účastníci platí wellness pobyty sami, např. na rozdíl od léčebných pobytů v lázních, vyžadují vysokou kvalitu wellness služeb, ubytování i stravování.

Sektor wellness služeb je však stále se rozvíjející oblast, jež formuje nové oblasti a objevuje nové myšlenkové směry a postupy. Následující schéma se pokouší shrnout tyto dosavadní trendy v oblasti wellness. Zahraniční literatura často wellness řadí mezi tzv. zdravotní cestovní ruch

² Měsíčník Hotel & Spa Management, číslo 3/2010, str.40 (dostupné na <http://hotel-spa.ihned.cz/>)

³ PODĚBRADSKÝ, J.: *Wellness v ČR*. Praha: EPO consult, s.r.o., 2008

Schéma 1: Spektrum zdravotního cestovního ruchu

Typologie zdravotního cestovního ruchu				
WELLNESS			MEDICAL	
Holismus	Volný čas a rekreace	Medical wellness	Medical (terapeutický)	Medical (chirurgický)
Spiritualismus	Kosmetické procedury	Terapeutická rekreace	Rehabilitace (ve vztahu k nemocem)	Kosmetická chirurgie
Jóga a meditace	Sport a fitness	Rehabilitace	Léčba a zotavování	Stomatologie
New Age	Hýčkání	Zaměstnanecké wellness		Operace
		Thalassoterapie		
		Výživové a detoxikační programy		
Typologie zařízení zdravotního cestovního ruchu				
Retreat		Lázně		Nemocnice a kliniky
Ašrám			Hotely a rezorty	
Festivaly	Volnočasová centra			
		Plavby		

Zdroj: Zpracováno podle SMITH, M. a PUCZKÓ, L.: *Health and wellness tourism*. Butterworth-Heinemann, 2009, str. 7

1 DEFINICE KVALITY DLE UNWTO

UNWTO, zastřešující mezinárodní organizace pro oblast cestovního ruchu, chápe pojem kvalita v cestovním ruchu jako „výsledek procesu, který vede k uspokojení všech legitimních potřeb, požadavků a očekávání zákazníka týkající se produktu a služeb, a to za přijatelnou cenu, v souladu se vzájemně akceptovanými smluvními podmínkami a určujícími kvalitativními determinantami, jakými jsou bezpečnost, hygiena, dostupnost služeb cestovního ruchu, transparentnost, autenticita a harmonie turistických aktivit s lidským a přírodním prostředím.“ (WTO Quality Support Committee, Varadero, květen 2003)

Jak vyplývá z definice, dosahování kvality je nepřetržitý proces, protože kvalitu je potřeba neustále kontrolovat a odstraňovat její případné nedostatky. Kvality služeb lze

dosáhnout v každém podniku bez ohledu na jeho kategorii či úroveň luxusu. Důležitou roli v systému kvality hraje lidský faktor a okolní prostředí.

Výsledek procesu (tj. kvalita) může být měřen podle spokojenosti zákazníka, ale také prostřednictvím dopadu, který mají aktivity cestovního ruchu na společnost, životní prostředí a hospodářství. Spokojenost zákazníka je však subjektivní pojem. Každý zákazník může mít jiné potřeby, požadavky, očekávání a názory. K rozpoznání jeho spokojenosti a identifikaci jeho vnímání kvality slouží různé marketingové metody, například výzkum trhu.

Legitimita potřeb, požadavků a očekávání uvedená v definici UNWTO vyjadřuje, na co má zákazník právo a nárok. Zákazník má nárok pouze na to, co si zaplatil, ale zároveň musí akceptovat společenská, ekologická a legislativní omezení, podle kterých podnikatelé v cestovním ruchu nastavují druh a úroveň kvality.

Uspokojením potřeb je myšleno uspokojení základních životních potřeb člověka. Tyto potřeby jsou jedním z hlavních faktorů pro vnímání kvality, a proto by měly být zohledněny při tvorbě programů a projektů cestovního ruchu. Je však nutné si uvědomit, že potřeby se v průběhu času mění a většinou i narůstají.

Pro posouzení kvality služeb jsou důležité požadavky zákazníka. Vzhledem k odlišným potřebám jednotlivých zákazníků je vhodné sestavit „balíčky“ služeb, podle kterých se určuje celková kvalita produktu. V případě, že je zákazník s kvalitou jedné služby vysoce spokojen, je ochoten pominout drobné nedostatky a vady jiné služby. Požadavky na kvalitu poskytovaných služeb spojují kvalitu s jejím lidským rozměrem. Jsou však často nehmatatelné a obtížně měřitelné na rozdíl od fyzických atributů zařízení cestovního ruchu, které lze odvodit např. z počtu hvězdiček u hotelu. Určité části služeb je však možné kvantifikovat, např. dobu čekání na odbavení, frekvenci úklidu, počet a druh služeb zahrnutých v základní ceně.

Kvalita poskytovaných produktů je rovněž spojena s očekáváním potenciálních zákazníků, které vyjadřuje jejich představy o budoucí situaci či o novém prostředí. Očekávání může být negativní (starost) nebo pozitivní (naděje). Zákazník má nárok obdržet produkt ve slíbené podobě a kvalitě, která by ho neměla nepříjemně překvapit. Jeho očekávání však musí být přiměřená a reálná.

Zákazníky mohou být jak koneční spotřebitelé (jednotlivci, rodiny či skupiny) tak korporátní klienti (např. firma, která si objedná incentivní zájezd), ale i komerční zprostředkovatelé (např. cestovní kanceláře a agentury).

Každý produkt by měl mít stanovenou cenu dle druhu, množství a kvality poskytovaných služeb. Představa zákazníka o ceně může být naplňována pouze do jisté míry. Cena totiž musí být přijatelná nejen pro zákazníka, ale i pro poskytovatele produktu, kterým musí zajistit zisk.

Vzájemně akceptované smluvní podmínky byly v definici WTO Quality Support Committee zahrnuty na návrh soukromého sektoru. Zavádí prvky obchodní a právní povahy a vztahují se k transparentnosti. Souhlas může být vyjádřen explicitně nebo tacitně (implicitně), v závislosti na regulaci v turistickém sektoru v dané zemi, nebo na druhu transakce. Znamená to například, že některé smlouvy je nutno podepsat, ale u některých obchodních transakcí stačí pouze ústní dohoda.

Poslední položka v definici UNWTO – určující kvalitativní determinanty – představuje hlavní faktory, podle kterých by měla být jednotně posuzována kvalita poskytovaných služeb a produktů bez ohledu na jejich kategorii, třídu a organizaci. Tyto determinanty stanovují minimální úroveň ochrany spotřebitele. Podle definice UNWTO sem patří bezpečnost, hygiena, dostupnost, transparentnost, autenticita a soulad.

Bezpečnost znamená, že služba nebo produkt cestovního ruchu nesmí ohrozit život, poškodit zdraví a jiné zásadní zájmy a integritu spotřebitele, a to ani v případě dobrodružného či sportovního vyžití. Bezpečnostní standardy jsou většinou stanoveny zákonem (např. bezpečnost práce, požární ochrana).

Požadavky na hygienu musí splňovat ubytovací i stravovací služby. Všechna zařízení musí být především čistá, uklizená a hygienicky nezávadná a musí dodržovat standardy bezpečnosti potravin, které rovněž bývají upraveny zákonem. Tyto standardy se týkají všech typů stravovacích provozoven i občerstvení v letadle.

Dostupnost služeb a produktů cestovního ruchu představuje především odstranění fyzických a komunikačních bariér tak, aby k nim měli přístup všichni, tedy i lidé se zdravotním postižením či s nějakým jiným handicapem.

Transparentnost je důležitým nástrojem očekávání a ochrany spotřebitele. Označuje povinnost sdělovat pravdivé informace o vlastnostech a rozsahu produktu a jeho celkové ceně, včetně vyjmenování zahrnutých položek.

Autenticita je synonymem pro jedinečnost produktu. Je nejsubjektivnějším a nejobtížněji dosažitelným kvalitativním determinanem. Je kulturně determinována a zmizí, jestliže produkt přestane vycházet z původního kulturního a přírodního prostředí. Autenticita je také důležitým nástrojem konkurenceschopnosti a marketingu. Měla by odpovídat očekávání spotřebitelů.

Soulad s lidským a přírodním prostředím souvisí s udržitelností cestovního ruchu jako celku. Podle UNWTO Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism (1998) „zachování udržitelnosti cestovního ruchu vyžaduje řízení ekologických a společensko-ekonomických dopadů, zavádění indikátorů životního prostředí a udržování kvality produktů a trhů cestovního ruchu.“ Udržitelnost nikdy nemůže existovat bez kvality.

1 DEFINICE KVALITY DLE ISO 9000

Český překlad normy ISO 9000 (ČSN EN ISO 9000:2005) definuje pojem kvalita jako „stupeň splnění požadavků souborem inherentních charakteristik“. Na základě toho může být kvalita dobrá, špatná, vynikající apod.

Inherentní charakteristiky jsou znaky, které jsou pro daný produkt typické, např. existence bazénu v lázních. Naproti tomu stojí přiřazená charakteristika, která nevystihuje kvalitu systému, procesu, ani produktu. Patří sem např. cena produktu. Vlastnosti, které nelze popsat číselnou hodnotou, se nazývají kvalitativní. Vlastnosti, které lze objektivně měřit, se nazývají kvantitativní.

Požadavky vyjadřují stanovené, obecně předpokládané nebo závazné potřeby či očekávání. Mohou se dělit do různých tříd podle pořadí požadavků na kvalitu systémů, procesů či produktů. Spokojenost s kvalitou je založena na vnímání zákazníka, jak jsou splněny jeho požadavky. Kvalita má tedy značně subjektivní charakter.

2 OSTATNÍ DEFINICE KVALITY

Pro ucelený pohled je možné uvést i další známé definice kvality. Je zřejmé, že lidé se kvalitou zabývali již od pradávna. Například starověký filosof Aristoteles poskytl pravděpodobně první známou definici kvality. Kvalita je podle něj jednou z deseti kategorií, jež představují nejvyšší rody pojmů vypovídajících o věcech, ale také způsoby bytí. První kategorii tvoří podstata, zbylých devět jsou případy (včetně kvality). Aristoteles rozděluje kvality na primární (podstatné), které jsou pro věci či osoby přirozené, a sekundární (nahodilé), jenž jsou věcem či osobám připisovány.

Anglický filosof John Locke ve své „Eseji o lidském rozumu“ zase řešil rozdíl mezi primárními a sekundárními kvalitami. Primární kvality označují objektivní stav předmětu (např. velikost, tvar, pohyb). Sekundární kvality se tvoří pomocí působení lidských smyslů (např. chuť, vůně, barva).

Z novodobých úvah o kvalitě citujme např. Phillipa B. Crosbyho, teoretika i praktika managementu kvality, který definuje kvalitu jako „*shodu s požadavky*“. Za zmínku stojí i definice kvality podle Gnotha a Bennetta, ve které kvalitu označují jako „...*minimální úroveň služby, kterou se organizace rozhodne nabízet s cílem uspokojení potřeb svých klientů. Zároveň je kvalita stupněm konzistence, kterou může organizace udržet při poskytování této předem určené služby.*“⁴ Znamená to, že kvalita služeb či produktů se odvíjí od typu cílové skupiny (podle jejího očekávání, preferencí a subjektivního vnímání) a že udržení konzistentní kvality v cestovním ruchu závisí především na lidském faktoru.

3 DŮVODY PRO ZAVEDENÍ SYSTÉMU ŘÍZENÍ KVALITY

Kvalita poskytovaných služeb cestovního ruchu vytváří vhodné podmínky pro jeho další rozvoj. Mnoho současných trendů v cestovním ruchu vyvolává nutnost respektovat faktory kvality, které stále nabývají na významu při rozhodování současných i potenciálních zákazníků.

Nejvýznamnějším faktorem je jistě změna kvalitativních hodnot života, která má přímý vliv na kvalitu poskytovaných služeb. Současní turisté si totiž uvědomují potřebu

⁴ SEATON, A. V. – BENNETT M. M.: *The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issue and Cases*. London: International Thomson Business Press, 1996, str. 445

kvalitního a zdravého přírodního i kulturního prostředí, a tím i potřebu jeho ochrany. Podle kvality prostředí si vybírají i turistické destinace.

Mezi další trendy v cestovním ruchu patří dobrá informovanost zákazníků. V dnešní době si potenciální zákazník většinou vyhledá informace o produktech a službách předem a pak se rozhoduje, zda si daný produkt či službu koupí. Turisté mají zároveň více zkušeností, na základě kterých mohou kvalitu lépe porovnávat. V případě zavedení systému řízení kvality by měl zákazník přehled o jednotném srovnání služeb a produktů a díky tomu by se o koupi lépe rozhodoval. Navíc by tento systém zákazníkům zajišťoval, že skutečně obdrží deklarovanou úroveň služeb či produktů.

Z hlediska poptávky po službách cestovního ruchu v současnosti nabývá významu trh seniorů a trh asijských turistů. Oba tržní segmenty zákazníků jsou typické svými požadavky na vysokou úroveň kvality poskytovaných služeb.

Systém řízení kvality služeb je nutno zavést i z důvodu silných konkurenčních tlaků v oblasti cestovního ruchu. Současní spotřebitelé upřednostňují služby a produkty, které splní nejen jejich potřeby, ale poskytnou i něco navíc. Mají zájem například o atraktivní doprovodný program, bohatou nabídku sportovního a jiného vyžití v místě pobytu, zvyšuje se poptávka po relaxačních, rekondičních a redukčních pobytech. Poskytovatelé služeb se tomu musí neustále přizpůsobovat. Zároveň roste i počet nových destinací, což způsobuje vyšší konkurenci a tím i větší důraz na kvalitu jako způsob konkurenční výhody.

V sektoru wellness je řízení kvality obzvláště důležité. Na českém trhu existuje mnoho poskytovatelů služeb zaměřených na péči o fyzickou i psychickou stránku člověka, kteří své služby nazývají jako wellness. Avšak zdaleka ne všichni dosahují skutečné kvality wellness služeb. Je tedy nutné zavést standardy, které stanoví povinná, případně dobrovolná kritéria pro jednotné hodnocení kvality, aby byla zajištěna lepší informovanost zákazníků a větší transparentnost poskytovaných služeb či nabízených produktů.

4 VÝZNAM ZAVEDENÍ SYSTÉMU ŘÍZENÍ KVALITY U SLUŽEB CESTOVNÍHO RUCHU

Hlavním přínosem zavedení uceleného systému řízení kvality je rostoucí míra spokojenosti a loajality zákazníků, která spolu s kladnými referencemi spokojených zákazníků vede k pozvolnému nárůstu podílu na trhu a mnohdy i tržeb. To se však nemusí

projevit ihned a někdy to může trvat i několik let. Přesto systém přináší dlouhodobou garanci zlepšování výsledků podnikání. Správné řízení kvality se často projevuje i jako nejvýznamnější ochranný faktor před ztrátami zákazníků, především v období útlumu a recese. Vysoké standardy služeb a kvality v turistickém průmyslu přispívají k tomu, že se návštěvníci dané lokality či zařízení v budoucnu vrátí zpět. Navíc kvalita produktu pozitivně ovlivňuje poptávku mnohem více a trvaleji než nízká cena.

V rostoucí konkurenci na trhu nesmí být význam managementu kvality podceňován. Kvalita se stává kritickým bodem odlišení se od konkurence. Dnešní zákazníci mají vysoká očekávání, a proto je potřeba klást důraz na různé plány zajištění kvality. Zavedení systému řízení kvality služeb zákazníkům poskytne nejen zajištění, ale i udržení vyšších standardů produktů cestovního ruchu. Zákazníci tak budou volit raději certifikované služby a produkty. Proto je vhodné a pro podnik přínosné využít certifikaci i v marketingu.

Význam kvality služeb cestovního ruchu a jejího řízení nepřináší jen konkurenční výhodu, ale i řadu dalších předností. Mezi ty patří především zamezení nekalé soutěži zařízení poskytujících nekvalitní a neodborné služby. Před takovými zařízeními by zákazníci ochránila právě certifikace zařízení a označení kvality.

Kvalita služeb cestovního ruchu a zavádění systémů kvality zvyšuje rovněž transparentnost na trhu. Transparentnost zákazníkům umožňuje lépe se zorientovat v nabídce a srovnat kvalitu různých služeb a produktů. Díky tomu si mohou vybrat pro ně nejvhodnější nabídku. Hlavním principem transparentnosti je sdělování pravdivých a dostatečných informací současným i potenciálním zákazníkům. Tím se zvyšuje důvěra mezi zákazníkem a poskytovatelem služeb či produktů. Transparentnost rovněž přispívá k větší konkurenci mezi poskytovateli služeb a produktů, což působí na poměr ceny a kvality, který bude pro zákazníky výhodnější.

S transparentností souvisí i další významy řízení kvality. Systém řízení kvality dokumentuje, co bylo realizováno, způsob provádění postupů a zaznamenání výsledků. To pomáhá k efektivnímu řízení podniku. Současně dochází k eliminaci stížností hostů, případně k eliminaci nákladů na nápravu jejich stížností. Řízení kvality zvyšuje důvěru veřejnosti, bank, pojišťoven a orgánů státní správy vůči certifikovaným službám, produktům, zařízením či destinacím. Poskytovatelům se pak lépe daří plnit kritéria pro investice, čímž se jim zlepšuje přístup ke kapitálu.

V neposlední řadě má řízení kvality význam i pro zaměstnance. Součástí řízení kvality je totiž motivace a zajišťování spokojenosti zaměstnanců, přesné určování chyb a odstraňování anonymity pracovníků. Certifikace potvrzuje, že podnik se stará o životní prostředí, hygienu, bezpečnost a ochranu zdraví při práci ve službách cestovního ruchu.

Podíváme-li se konkrétně na stav wellness sektoru a lázeňství v České republice, lze konstatovat, že teoreticky nemohou poskytovat s ohledem na produkty a zážitky více než jiné destinace, např. na Slovensku nebo v Rumunsku, protože zařízení a služby a jejich kvalitativní úroveň jsou zde vesměs podobné. Na druhou stranu, lázeňská a wellness zařízení v Rakousku a Německu dlouhá léta investovala do svého vybavení, služeb a jejich poskytování a více se jim daří propojovat současné životní trendy a wellness. Ačkoliv Česká republika může nabídnout krásné historické lokality, na mezinárodním trhu wellness návštěvníků zatím není příliš úspěšná a nedokáže výše zmíněným zemím konkurovat. Česká republika či např. Maďarsko lákají velký počet „náhodných“ zahraničních wellness návštěvníků, nicméně regionální lázně do značné míry spoléhají spíše na domácí klientelu⁵. I z toho je zřejmé, že by značka byla nejen zárukou určité požadované úrovně nabízených služeb, ale také vhodným komunikačním (marketingovým) nástrojem pro podporu příjezdového a domácího cestovního ruchu.

⁵ SMITH, M., PUCZKÓ, L.: *Health and wellness tourism*. Butterworth-Heinemann, 2009, str. 231

b) FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ ÚROVEŇ POSKYTOVANÝCH SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

Z pohledu teorie lze říci, že kvalita je schopnost služby uspokojit zákaznickou potřebu, které mohou být zákazníkem nevyslovené, vyslovené či neuvědomělé.

Vyslovené potřeby představují základní požadavky na kvalitu, které jsou jasné a zřetelné. Nevyslovené potřeby zákazník přímo nevysloví, ale očekává, že jejich splnění bude samozřejmostí. Pokud však tyto potřeby nebudou splněny, sníží se spokojenost zákazníka. Neuvědomělé potřeby vyjadřují dodatečný užitek, který však zákazník předem neočekává. V oblasti cestovního ruchu je zvláště důležité zaměřit se na všechny potřeby zákazníka a zvolit vhodný model řízení kvality poskytovaných služeb.

Existuje přitom řada přístupů snažících se odhalit problematické procesy při poskytování služeb a zajistit tak požadovanou úroveň kvality služeb. Pro řízení kvality služeb má např. význam tzv. GAP model, který popisuje sedm mezer identifikujících nejdůležitější problémy vyskytující se při poskytování služeb. Následující tabulka shrnuje sedm typických situací rozporu mezi vnímáním/očekáváním zákazníka/poskytovatele služby a snaží se je aplikovat na oblast wellness.

Tabulka 1: GAP model kvality služeb s aplikací na wellness sektor

ČÍSLO MEZERY	POPIS	PRÍČINA	TYPICKÁ SITUACE VE ZDRAVOTNÍM A WELLNESS CESTOVNÍM RUCHU
1	Očekávání zákazníka vs. vnímání managementu	Management nechápe, co jejich zákazníci chtějí.	Poskytování Ayurveda a thajských masáží kdekoli, kde zákazníci hledají lokální zážitky.
2	Vnímání managementu vs. specifikace služeb	Management ví, co zákazníci chtějí, ale je to buď neschopný nebo to nechce vytvořit a poskytnout.	Šetření na kvalifikovaném personálu nebo počtu zaměstnanců.
3	Specifikace služeb vs. poskytování služeb	Management chápe, co je třeba poskytnout a byly vytvořeny příslušné specifikace, ale zaměstnanci nejsou schopni nebo nechtějí poskytnout služby tímto způsobem.	Chybí orientace na zákazníka, nemotivovaný a lhostejný personál u bazénů, terapií apod.
4	Poskytování služeb vs. vnější komunikace	Společnost ve své vnější komunikaci slibuje více, než může poskytnout.	Označování koupacího zařízení za spa nebo wellness hotel
5	Rozpor mezi očekáváními zákazníka a jejich vnímáním poskytovaných služeb	Na základě své předchozí zkušenosti zákazník modifikoval svá očekávání.	Modifikovaná nabídka služeb nebo vnitřního designu a označování toho za „upgrade“, což globalizuje lokálního poskytovatele služeb.
6	Rozpor mezi očekáváním zákazníka a vnímáním zaměstnanců	Personál nechápe, co zákazníci chtějí.	Kulturní, věkové rozdíly nebo rozdíly ve zdravotním stavu mezi hosty a personálem.
7	Rozpor mezi vnímáním zaměstnanců a vnímáním managementu	Management nechápe, co chtějí zaměstnanci.	Manažeři očekávají od svých zaměstnanců, že budou zacházet s pacientem jako s průměrným hostem.

Zdroj: Zpracováno podle SMITH, M. a PUCZKÓ, L.: *Health and wellness tourism*. Butterworth-Heinemann, 2009, str. 187

Pro pochopení a řízení kvality je však také nutné kromě výše uvedených potřeb zákazníků znát faktory, které ovlivňují úroveň poskytovaných služeb. Je možné konstatovat, že tyto faktory jsou jak na straně nabídky tak na straně poptávky, přičemž některé z nich jsou objektivně dané, zatímco jiné může podnikatel svou činností a svým přístupem ke kvalitě sám ovlivnit.

1 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ ÚROVEŇ POSKYTOVANÝCH SLUŽEB NA STRANĚ NABÍDKY

Stranu nabídky v tomto ohledu tvoří nejen samotný podnikatel, který službu nabízí, ale také různá profesní sdružení, která do značné míry rovněž ovlivňují kvalitu poskytovaných služeb vzhledem k jejich poslání kultivovat podnikatelské prostředí a vyžadovat určitou úroveň kvality mezi svými členy.

Faktory, které ovlivňují úroveň kvality na straně nabídky, lze shrnout do následujících okruhů. Může se tedy jednat o:

- politické a legislativní faktory,
- ekonomické faktory,
- sociokulturní faktory,
- demografické faktory,
- technické a technologické faktory,
- faktory na straně poptávky,
- faktory na úrovni podniku.

Základními faktory, které ovlivňují úroveň poskytovaných služeb z hlediska nabídky, jsou politické a legislativní podmínky, jež definují národní i mezinárodní podnikatelské prostředí a stanovují standardy a hranice podnikání. Patří sem jak legislativní opatření, tak různé politiky na národní i nadnárodní úrovni (hospodářská, měnová, daňová, sociální, ochrany životního prostředí apod.), mezinárodně politické a hospodářské vztahy mezi zeměmi či členství státu v různých politicko-hospodářských uskupeních. Např. v rámci Evropské unie (tedy včetně České republiky) byly legislativní požadavky na kvalitu výrobků a služeb harmonizovány mezi členskými zeměmi a jsou jimi podmiňovány i obchodní vztahy se třetími zeměmi.

Vliv má ovšem nejen politické, ale i ekonomické prostředí, ve kterém podnikatel své služby nabízí. Svoji roli hrají jak makroekonomické veličiny (vývoj HDP, inflace, nezaměstnanosti a s tím spojená kupní síla obyvatel a jejich ochota si za kvalitu případně připlatit), tak mikroekonomické na úrovni podniku či odvětví jako cenová politika, hospodářská soutěž apod.

Demografické a sociokulturní charakteristiky prakticky odrážejí faktory na straně poptávky. Zákazníci se liší věkem, pohlavím, vzděláním, svými disponibilními příjmy atd., na základě čehož poskytovatelé služeb mohou spotřebitele rozdělovat do různých tržních segmentů a přizpůsobovat jim tak svoji nabídku včetně její kvalitativní úrovně. Význam má však i kulturní prostředí dané oblasti, zvyky, tradice, náboženské a jiné charakteristiky a od toho se odvíjející životní styl obyvatel, jejich způsob trávení volného času, módní trendy, což také implikuje požadavky na kvalitu ze strany zákazníků.

Technické a technologické faktory se týkají jak materiálně technické základny, tak jsou dány pokrokem a novými objevy v oblasti vědy a výzkumu. Exteriéry, interiéry a vybavení wellness centra by mělo být v souladu s filosofií wellness. Hlavním požadavkem klienta je v takovém zařízení upevnit zdraví, získat energii a relaxovat a tomu by měl odpovídat celkový design zařízení. Ve světě je obvyklé, aby materiálně technická základna wellness hotelu odpovídala minimálně úrovni tříhvězdičkového zařízení. Ve wellness ovšem svoji roli hrají i nové technologie (např. inovované cvičební stroje) či nové lékařské metody a postupy. Tyto technologie jsou ovšem často velmi nákladnou záležitostí a vyžadují navíc pravidelné udržování a obnovování vzhledem k neustálému vývoji.

Faktory ovlivňující vnímání kvality na straně poptávky budou rozebrány podrobně v následující kapitole, nicméně pro poskytovatele služeb je zásadní, aby znal svého zákazníka a jeho potřeby, které má uspokojit, k čemuž může využít celou řadu marketingových nástrojů. Co se týče oblasti wellness, dříve byli za typického návštěvníka wellness zařízení považováni starší, finančně zajištění klienti, kteří toužili investovat své peníze do lepšího vzhledu, upevnění zdraví a zpomalení projevů stárnutí⁶. Na základě současných průzkumů trhu je však zřejmé, že zákazníci vyhledávající wellness služby pocházejí ze všech segmentů,

⁶ VACKOVÁ, Ludmila: *Pro koho připravujeme wellness specialisty? Kdo jsou zákazníci?* Sborník Mezinárodní konference „Východiska pro odborné vzdělávání wellness specialistů“. VŠTVS Palestra, s.r.o., 2009

liší se pouze jejich poptávka po konkrétních službách. Následující tabulka se pokouší shrnout trendy vyplývající z výzkumu mezinárodních trhů z pohledu spotřebního chování zákazníků wellness.

Tabulka 2: Profil návštěvníka wellness

TYPY WELLNESS PRODUKTŮ	TYPICKÉ AKTIVITY	OBLAST WELLNESS	TYPICKÝ NÁVŠTĚVNÍK
Tradiční lázně (např. SVE, Japonsko, Itálie)	Sezení v minerálních vodách, masáže, sauna, pára	Fyzická, léčivá, zdravotnická	Starší lidé se specifickými nemocemi nebo potížemi
Hotely a denní spa (např. VB, USA, Karibik, JV Asie)	Kosmetické procedury, relaxační masáže, aromaterapie, jacuzzi	Kosmetická, relaxační	Návštěvníci s vysokými příjmy, business klientela, častěji ženy
K tomu účelu vytvořené rekreační spa (např. Rakousko, Německo)	Bazény, termální ale ne léčebné vody, tématické sauny, pára, jacuzzi, fitness	Fyzická, relaxační, zábavná	Lyžaři, turisté, páry, občas rodiny s dětmi
Přímořské rezorty a thalassoterapeutická centra (např. Francie, Izrael, Řecko)	Vodní terapie, inhalace soli, peelingy, zábaly z řas, opalování	Fyzická, léčivá, kosmetická	Hoteloví hosté s vysokými příjmy, starší návštěvníci
Holistické retreat centra (např. Řecko, Španělsko, USA, Austrálie)	Jóga, masáže, kreativní, duchovní a psychologické workshopy	Fyzická, duševní, psychologická, sociální, kreativní, spirituální	Tzv. baby boomers mezi 35-55 lety, spíše ženy
Centra jógy (např. Indie, USA, Kanada, Evropa)	Jóga, meditace, skandování	Fyzická, mentální, spirituální	Nejčastěji zaměstnané ženy nad 40 let
Retreat pro meditaci (např. Thajsko, Indie)	Meditace, půst, skandování	Mentální, spirituální	„Baby boomers“, bat'ůžkáři, hippies
Poutní centra (např. Španělsko, Francie)	Návštěva spirituální krajiny, náboženských budov, putování po poutních místech	Fyzická, spirituální	Všechny věkové kategorie, růst u kategorie mladší 30 let
Zdravotnická centra (např. Maďarsko, JAR, Indie)	Operace, kosmetická chirurgie, stomatologie, speciální léčby	Fyzická, kosmetická	Západoevropané a Američané, pro něž léčba vychází levněji v zahraničí

Zdroj: Zdroj: Zpracováno podle SMITH, M. a PUCZKÓ, L.: *Health and wellness tourism*. Butterworth-Heinemann, 2009, str. 134

V neposlední řadě úroveň poskytovaných služeb ovlivňuje samotný postoj podnikatele ke kvalitě. Je především na vedení podniku, aby definovalo svoji politiku a cíle kvality. Jeho přístup ke kvalitě musí minimálně respektovat zákonné požadavky, často ovšem bývá přísnější. Příkladem mohou být podnikové nebo odvětvové standardy definující požadavky na systémy kvality aplikované nejen v rámci dané společnosti nebo odvětví, ale také na dodavatele těchto podniků. V oblasti cestovního ruchu vynikají zejména hotelové řetězce a letecké společnosti ve stanovování vlastních standardů kvality. Důvodem pro zavádění podobných standardů je, aby zákazník skutečně obdržel deklarovanou úroveň služeb a zároveň bylo dosaženo požadované produktivity práce. Standardy ovšem slouží i jako vhodný marketingový nástroj, který pomáhá společnosti odlišit se od konkurence a zajistit si loajalitu zákazníků. Na straně podniku hraje zásadní roli lidský faktor, v oblasti cestovního ruchu obzvlášť, protože zde více než jinde působí psychika, emoce a je kladen důraz na vnější stránku služeb, image, atmosféru atd. Jak poukazuje Payne: „*Lidský faktor je důležitou součástí diferenciací podniku služeb, která je zdrojem přidané hodnoty pro zákazníka.*“⁷ Zvlášť v oblasti wellness je důležité, aby personál wellness zařízení byl nejen kvalitní, ale i odborně kvalifikovaný vzhledem k zahrnutým činnostem od výživového poradenství po různé pohybové a relaxační aktivity. Je v zájmu pohodlí a bezpečnosti hostů, aby je instruoval vyškolený personál. Ten, kdo chce wellness služby nabízet klientovi, by měl v první řadě umět zprostředkovat klientovi vizi wellness, aby působil na jeho vnitřní motivaci při změně dosavadního životního stylu, a zároveň by měl být schopný vysvětlit obsah a účinky jednotlivých, ve wellness zařízení poskytovaných, procedur. Poskytovatelé wellness služeb by také měli svým vzezřením, vystupováním a odborností přiblížit pozitivní dopady wellness. Podle některých odborných názorů je však největším problémem wellness v České republice právě nedostatek odborně vyškolených a příjemně vystupujících profesionálů v tomto sektoru⁸.

⁷ PAYNE, A.: *Marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 1996, str. 170

⁸ NEUWIRTH, Richard: *Úloha manažera při poskytování wellness služeb*. Sborník mezinárodní konference „Východiska pro odborné vzdělávání wellness specialistů, VŠTVS Palestra, s.r.o., 2009

2 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ ÚROVEŇ POSKYTOVANÝCH SLUŽEB NA STRANĚ POPTÁVKY

V podstatě shodné faktory s těmi uvedenými v předchozí kapitole budou ovlivňovat požadavky na úroveň poskytovaných služeb i na straně poptávajících. Poptávajícími nejsou opět myšleni pouze koneční spotřebitelé služeb cestovního ruchu, ale také různí zprostředkovatelé (např. cestovní kanceláře, cestovní agentury, informační centra) mající vlastní požadavky na kvalitu jimi zprostředkovaných služeb.

Faktory ovlivňující úroveň poskytovaných služeb z pohledu strany poptávky lze tedy shrnout následovně na:

- politické a legislativní faktory,
- ekonomické faktory,
- sociokulturní faktory,
- demografické faktory,
- faktory na straně nabídky,
- osobní faktory.

Výše uvedené faktory se rozdělují na externí a osobní. Externí faktory jsou nezávislé na osobnosti člověka a jsou dány vnějším prostředím (tzv. makrofaktory). Je možné mezi ně řadit faktory politické, hospodářské, sociální, demografické aj. Jak podnikatel poskytující služby tak zákazník je stěží může ovlivnit, nicméně je musí brát v potaz. Je však pravděpodobné, že na různé jedince působí jinak, např. extroverti jsou těmito faktory ovlivňováni více než introverti. Naopak osobní faktory vychází přímo z osobnosti zákazníka a týkají se jeho duše či psychiky. Jsou ovlivňovány jeho životní situací, postoji či znalostmi a zkušenostmi.

Hospodářská a politická situace obecně působí na ochotu lidí cestovat a spotřebovávat související služby cestovního ruchu. Jedná se o širokou paletu faktorů jako spotřební zvyklosti, příjmy obyvatel, cenová hladina a směnné kurzy, náklady na cestování, životní standard společnosti, pracovní doba a disponibilní fond volného času. Pokud v dané oblasti nastane hospodářský pokles, je pravděpodobné, že se projeví propouštěním a nárůstem nezaměstnanosti, čímž se snižují disponibilní příjmy obyvatel a tím jejich ekonomická síla. To se projeví ve snížené poptávce po cestování a dalších zbytných statcích (např. služby

wellness) nebo přeorientováním poptávky po levnějších variantách trávení volného času. Naopak v případě ekonomického růstu roste i životní úroveň obyvatel, kteří si následně mohou dovolit častěji spotřebovávat služby cestovního ruchu.

Vliv společnosti na spotřební chování jednotlivce souvisí s jejími normami a hodnotami. Odlišnosti v jednotlivých kulturách mohou působit na poptávku jak pozitivně, tak negativně. Poptávku v oblasti cestovního ruchu ovlivňuje i struktura obyvatelstva (její sociodemografické charakteristiky), nezbytným předpokladem pro realizaci cestovního ruchu je existence fondu volného času. Čím více člověk má volného času, tím více ho může věnovat cestování, relaxaci, novým zážitkům. Podmínkou cestování je také společenská a technická mobilita v rámci společnosti.

V případě nabízejícího se podnikatel snaží ovlivňovat poptávku po jeho produktech pomocí klasických marketingových nástrojů, jakými jsou cenová, produktová, distribuční a komunikační politika. Všemi těmito opatřeními se nabízející snaží motivovat potencionální zákazníky, aktivizovat je a ty ochotné jim nabízené služby konzumovat dále usměrňovat.

Osobnostní faktory jsou, jak již bylo zmíněno, dané osobností člověka a vycházejí z jeho potřeb. Důvod, proč se člověk rozhodne využít např. služeb z oblasti wellness, může vycházet z jeho fyzických potřeb (např. potřeba relaxace, tělesného pohybu, regenerace), potřeby osobního rozvoje (potřeba získat nové znalosti a dovednosti), potřeby komunikace (cestuje, aby se seznámil a byl mezi lidmi), mohou na něj působit různé kulturní faktory (chuť poznávat jiné kultury, náboženství apod.), svoji roli může sehrát i určité společenské postavení či prestiž, tj. snaha mít něco exkluzivního, být členem klubu apod., ale také emocionální faktory jako touha něco zažít a uniknout ze stereotypu.

Je zřejmé, že všechny výše uvedené faktory neovlivňují pouze ochotu spotřebitelů konzumovat určité služby, ale také konzumovat poskytované služby v určité kvalitě.

3 HODNOCENÍ KVALITY ZE STRANY ZÁKAZNÍKA (UŽIVATELE)

„Kvalita služeb vyplývá ze schopnosti podniku uspokojit či předčit očekávání zákazníků. Měřítkem úspěchu je kvalita vnímaná zákazníkem.“⁹ Podle Palatkové je však problém kvalitu změřit, „protože v hodnocení kvality služby se zákonitě promítá vysoký podíl lidského faktoru. Relativně snadno kvantifikovatelné jsou tzv. technické složky produktu jako technické vybavení, kapacita, čekací doba, počet pracovníků, doba poskytování služby, bezpečnost, hygiena. Méně snadné je ohodnocení tzv. osobních složek produktu, jako je zdvořilost, spolehlivost, kompletnost, důvěryhodnost, citlivost a osobní přístup.“¹⁰ Tezi Palatkové potvrzuje i Oriška, který tvrdí, že „měřítkem hodnocení standardu služeb cestovního ruchu je nejen jejich rozsah a kvalita, čistota a celkový vzhled prostředí, ve kterém se služby poskytují, ale i vystupování a chování pracovního personálu, jeho odbornost, zručnost, pohotovost, jazykové schopnosti, morálně-volní vlastnosti atd.“¹¹

Dobry management kvality by měl analyzovat co ovlivňuje vnímání kvality služby uživatelem. Zákazník zpravidla službu hodnotí ze dvou hledisek – objektivního a subjektivního. Při objektivním hodnocení kvality zákazník porovnává skutečný stav se stavem deklarovaným (např. v propagačním materiálu) nebo srovnává poskytnutou kvalitu se standardy kvality, které jsou dané zákonem či společností. Naproti tomu „na subjektivní hodnocení kvality služeb má vliv řada faktorů, které mohou změnit celkové vnímání poskytované služby.“¹² Záleží například na pocitech zákazníka, které vychází z vlastních zkušeností, výchovy, vzdělání, aktuální nálady, pohlaví, příslušnosti k sociální skupině apod. Zákazník kvalitu subjektivně hodnotí např. podle chování personálu, interiéru, vůně nebo čistoty.

Nenadál a kolektiv rozčlenil faktory, které působí na vnímání úrovně poskytovaných služeb zákazníky, do tří po sobě následujících úseků – před nákupem, při nákupu a po

⁹ PAYNE, A.: *Marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 1996, str. 223

¹⁰ PALATKOVÁ, M.: *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. ISBN 80-247-1014-5. Praha: Grada Publishing, a.s. 2006, str. 143

¹¹ ORIEŠKA, J.: *Metodika činnosti průvodce cestovního ruchu*. ISBN 80-85970-30-9. Praha: Idea Servis, konsorcium. 1999, str. 5

¹² PAYNE, A.: *Marketing služeb*. ISBN 80-7169-276-X. Praha: Grada Publishing, 1996, str. 223

nákupu.¹³ Podle těchto faktorů si zákazník vytváří nějaká očekávání, která v okamžiku koupě a využívání služeb či produktů porovnává s jejich vnímanou skutečnou výkonností. Čím menší bude rozdíl mezi očekáváním a realitou vnímanou zákazníkem, tím větší bude jeho spokojenost. K naprosté spokojenosti zákazníka dochází v případě, že se vnímaná realita shoduje s jeho očekáváním. Před nákupem je zákazník ovlivněn jménem a image výrobce, předchozími vlastními zkušenostmi, názory okolí a přátel a jejich doporučením, publikovanými výsledky spotřebitelských testů, dostupnými informacemi, reklamou a vlastními požadavky. Požadavky zákazníků se v průběhu času vyvíjí, většinou se zvyšují. Vhodným příkladem jsou zvyšující se požadavky na prodejní a poprodejní servis a doprovodné služby. Pro poskytovatele je tedy důležité umět tyto požadavky rozpoznat a podle nich následně zákazníky rozdělit do segmentačních skupin. Poskytovatelé musí pochopit, co si zákazníci přejí, co je uspokojí a za co jsou ochotni zaplatit. Zjištěné informace pak mohou použít při tvorbě optimální nabídky a v propagačních kampaních. V tomto případě platí, že nejlepší reklamou je dobrá osobní zkušenost.

Při nákupu zákazník posuzuje kvalitu podle specifikace výrobku, úrovně prodeje, servisní strategie, ceny výrobku, rozsahu uživatelské dokumentace a podpůrných programů loajality. Mezi podpůrné programy patří například slevová (věrnostní) karta, cenově zvýhodněné nabídky či malý dárek.

Po nákupu na vnímání úrovně služeb zákazníkem působí snadná instalace a užití služeb či produktu, příjem stížností a reklamací, dostupnost náhradních dílů, kvalita a rozsah servisu a monitorování spokojenosti a loajality zákazníků. Faktory vnímané po nákupu využívají poskytovatelé služeb jako nástroj konkurenční výhody, a tak nabývají čím dál většího významu při hodnocení úrovně služeb zákazníkem.

V rámci projektu „Zavádění národních standardů ve vybraných sektorech cestovního ruchu“ proběhl před zpracováním této analýzy průzkum potřeb zákazníků pro jednotlivé sektory, včetně sektoru wellness (duben 2010)¹⁴. Výzkum v tomto sektoru se však omezil pouze na wellness centra a zákazníky, kteří jsou aktivní sportovci a v posledním půlroce

¹³ Zpracováno na základě: NENADÁL, J. a kol.: *Moderní systémy řízení jakosti*. ISBN 80-7261-071-6. Praha: Management Press, 2002, str. 127

¹⁴ INCOMA GfK: *Závěrečná souhrnná zpráva: Průzkum potřeb zákazníků pro sektor wellness*. Incoma GfK: duben 2010

využili služeb wellness centra. Jako důvod tohoto omezení byla uvedena nízká znalost pojmu wellness mezi veřejností, což doložilo doplňkové šetření.

Zhruba čtvrtina respondentů průzkumu využívá služeb wellness zařízení pravidelně a často (minimálně jednou týdně), přičemž vyšší frekvence návštěv lze sledovat u vzdělanějších, lépe situovaných zákazníků žijících převážně ve větších městech. Dotazovaní dále hodnotili vybavení wellness zařízení a jeho důležitost při jejich výběru, svoji spokojenost se službami wellness, vnímání wellness a postoj k certifikaci wellness zařízení.

Za nejdůležitější parametry wellness centra považují zákazníci čistotu a hygienu a personál, především jeho vstřícnost, přátelský přístup a kvalifikaci. Význam přikládali i možnosti získání informací přímo na recepci. Charakteristikám jako nabídka venkovních aktivit, služby lékaře a architektonické řešení wellness centra byla přikládána nejmenší důležitost. Naprostá většina respondentů považuje za pilíř nabídky wellness centra bazén, recepci, moderní sociální zařízení, saunu a masáže. Zajímavé je, že podle průzkumu zákazníci nemají zájem o další – „typické“ – služby pro sektor wellness jako spa zónu, vitální svět, kosmetické služby, různé procedury a ani je příliš nevyužívají. To však zřejmě souvisí s neznalostí těchto pojmů a s celkovým nízkým povědomím o významu pojmu wellness.

Spokojenost s wellness zařízeními byla mezi respondenty obecně velmi vysoká, téměř polovina z nich byla zcela spokojená. Logicky vysoký podíl respondentů plánoval navštívit wellness centrum opakovaně, případně byl ochotný doporučit jeho služby ostatním. Co se týče jednotlivých charakteristik, zákazníci byli vysoce spokojeni s hygienickými standardy, vstřícností a odborností personálu. Spokojenost byla zaznamenána i s možností získat informace na recepci.

Většina respondentů vnímá pozitivní působení wellness, nejednoznačně však zákazníci vnímají úroveň českých a zahraničních wellness center. Většina dotazovaných srovnání nedokázala posoudit. Zajímavé bylo zjišťování povědomí vztahujících se k wellness. Lidé nejvíce znali pojem wellness hotel, nicméně to, že pojem slyšeli, ještě neznamená, že mu také rozumějí. Dotazovaní často odpovídali ve vágních, nic neříkajících formulacích.

Jako poslední byl zkoumán postoj zákazníků k certifikaci. Téměř 90 % z nich by preferovalo návštěvu zařízení s certifikátem a většina z respondentů si rovněž myslí, že by certifikace přispěla k lepší orientaci v nabídce a ke zvyšování kvality poskytovaných služeb.

Nižší podpora se však projevuje v případě placení za certifikované služby, jen asi čtvrtina dotazovaných by si byla určitě ochotna za ně připlatit.

Z výše uvedených výsledků průzkumů potřeb zákazníků wellness center vyplývá několik závěrů:

- Především malé povědomí nikoliv o samotném pojmu wellness, ale o jeho obsahu a obsahu souvisejících aktivit. Z toho vyplývá nutnost zákazníkovi vysvětlit, co to wellness je a co od něj má očekávat, aby se lépe orientoval v nabídce na trhu.
- Nejlépe hodnocená charakteristika wellness centra – hygiena a čistota zařízení – je do velké míry regulována zvnějšku (nikoliv z vlastní iniciativy zařízení) řadou legislativních opatření. Při zajišťování úrovně poskytovaných služeb je proto nutné se spíše zaměřit na požadavky na personál, poskytování informací a poradenství, aktivity a procedury poskytované wellness centrem.
- Zřejmá poptávka po certifikaci služeb a deklaraci určité úrovně kvality. Zákazník chápe, že je nutné si za kvalitu připlatit, ovšem je ochotný si připlatit spíše symbolicky. Náklady na certifikaci by tudíž neměly být (alespoň při první certifikaci) tak vysoké, aby se významně promítly do ceny poskytovaných služeb. Možné je také uvažovat o několika stupních certifikace, např. standardní a excelentní pouze pro zařízení poskytující služby na špičkové úrovni.

c) ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU KVALITY V SEKTORU WELLNESS V ČR

- **platná legislativa související s kvalitou služeb, vztah k významným dokumentům**

1 ZÁKLADNÍ POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB

1.1 Řešené požadavky

V právních předpisech České republiky je obecně stanoven požadavek na kvalitu dodávek zboží a služeb, případně se hovoří o shodě s kupní smlouvou, což znamená, že dodávané plnění je zejména bez vad. Podstatný prostor je v zákonné úpravě věnován odpovědnosti za vady a vadami způsobeným škodám a s tím související záruce prodávajícího za kvalitu jím prodáváného zboží a služeb. Předpisy stanovují i další povinnosti prodávajícího, resp. poskytovatele služeb, a to zejména zákaz užívat při nabízení služeb nekalé praktiky a informovat spotřebitele o charakteru nabízeného plnění a dalších souvisejících skutečnostech. Určitý standard a kvalitu tentokrát samotných poskytovatelů služeb stanovují živnostenské předpisy, resp. podmínky pro provozování živnosti.

1.2 Relevantní právní normy

Výše uvedené požadavky na kvalitu poskytovaných služeb vyplývají z ustanovení následujících právních norem:

- Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů
- Nařízení vlády č. 278/2008 Sb., o obsahových náplních jednotlivých živností

1.3 Podrobný rozbor právních norem s ohledem na kvalitu služeb

Živnostenský zákon

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů z pohledu kvality služeb zejména upravuje podmínky živnostenského podnikání. Zákon stanovuje druhy živností (živnosti koncesované a živnosti ohlašovací – řemeslné, vázané a živnosti volné) a určuje, co je a co není živností. Dále jsou zde uvedeny podmínky pro provozování živností, tj. všeobecné podmínky provozování živnosti (dosažení věku 18 let, způsobilost k právním úkonům a bezúhonnost) a zvláštní podmínky provozování živnosti týkající se zejména odborné způsobilosti, což nejčastěji znamená kombinaci dosaženého vzdělání a určité praxe. V zákoně jsou také upraveny např. rozsah živnostenského oprávnění (živnosti obchodní a výrobní, živnosti poskytující služby) či náležitosti spojené s vydáním živnostenského listu/koncesní listiny a jejich centrální evidencí. V příloze zákona jsou uvedeny Seznamy jednotlivých druhů živností.

Prováděcím právním předpisem k živnostenskému zákonu je nařízení vlády č. 278/2008 Sb., o obsahových náplních jednotlivých živností, které definuje předmět podnikání v rámci jednotlivých živností.

Poskytovat služby v oblasti wellness může na základě živnostenského oprávnění fyzická nebo právnická osoba, splní-li podmínky stanovené živnostenským zákonem. Pro poskytovatele služeb wellness jsou relevantní především **živnosti řemeslné Kosmetické služby a Pedikúra, manikúra, živnosti ohlašovací vázané Masérské, rekondiční a regenerační služby, Provozování solárií, Poskytování tělovýchovných a sportovních služeb v oblasti cvičení veřejnosti, Činnosti, při kterých je porušována integrita lidské kůže** či **Průvodcovská činnost horská a živnosti ohlašovací volné Provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovní činnosti a Provozování cestovní agentury a průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu.**

Živnosti vázané jsou živnosti uvedené v příloze č. 2 k živnostenskému zákonu, podmínkou provozování těchto živností je odborná způsobilost uvedená v příloze č. 2 nebo která je upravena zvláštními právními předpisy uvedenými v této příloze. Občan České republiky nebo jiného členského státu Evropské unie může prokázat odbornou způsobilost

dokladem o uznání odborné kvalifikace vydaným uznávacím orgánem podle zákona o uznávání odborné kvalifikace.

Živnost volná je živnost opravňující k výkonu činností, pro jejichž provozování živnostenský zákon nevyžaduje prokazování odborné ani jiné způsobilosti. K získání živnostenského oprávnění pro živnost volnou musí být splněny všeobecné podmínky podle § 6 odst. 1 živnostenského zákona. Živnost volná a obory činností, které náleží do živnosti volné, jsou uvedeny v příloze č. 4 k tomuto zákonu.

Požadavky na živnosti řemeslné uvedené v příloze č. 1 živnostenského zákona se vztahem k wellness sektoru

Odbornou způsobilost žadatel o živnostenského oprávnění pro živnosti řemeslné Kosmetické služby a Pedikúra, manikúra musí doložit dokladem o:

- a) řádném ukončení středního vzdělání s výučním listem v příslušném oboru vzdělání,
- b) řádném ukončení středního vzdělání s maturitní zkouškou v příslušném oboru vzdělání, nebo s předměty odborné přípravy v příslušném oboru,
- c) řádném ukončení vyššího odborného vzdělání v příslušném oboru vzdělání,
- d) řádném ukončení vysokoškolského vzdělání v příslušné oblasti studijních programů a studijních oborů, nebo
- e) uznání odborné kvalifikace, vydaným uznávacím orgánem podle zákona o uznávání odborné kvalifikace,
- f) ověření nebo uznání dosažené úplné kvalifikace pro příslušný obor na základě zákona o uznávání výsledků dalšího vzdělávání.

Případně může občan ČR nebo jiného členského státu EU prokázat odbornou způsobilost také doklady podle § 7 odst. 5 písm. j), k), l) nebo m) osvědčující výkon zmíněných činností po stanovenou dobu, a to jako samostatně výdělečně činná osoba nebo jako osoba ve vedoucím postavení. Odbornou způsobilost lze prokázat také doklady o:

- a) řádném ukončení středního vzdělání s výučním listem v příbuzném oboru vzdělání a dokladem o vykonání jednorozhodní praxe v oboru,
- b) řádném ukončení středního vzdělání s maturitní zkouškou v příbuzném oboru vzdělání a dokladem o vykonání jednorozhodní praxe v oboru,

- c) řádném ukončení vyššího odborného vzdělání v příbuzném oboru vzdělání a dokladem o vykonání jednorochní praxe v oboru,
- d) řádném ukončení vysokoškolského vzdělání v příslušné příbuzné oblasti studijních programů a studijních oborů,
- e) řádném ukončení rekvalifikace pro příslušnou pracovní činnost, vydaným zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována, a dokladem o vykonání jednorochní praxe v oboru, nebo
- f) vykonání šestileté praxe v oboru.

Kosmetické služby

Živnost řemeslná Kosmetické služby v sobě zahrnuje aplikaci kosmetických přípravků určených pro péči o kůži celého těla za účelem zlepšení a udržování jejího vzhledu, zpomalení příznaků stárnutí (pěstící kosmetika) s vyloučením masérských postupů, zdobení kůže těla včetně líčení a zdobení pomocí speciálních tužek a barev probarvujících dočasně povrch kůže (dekorativní kosmetika), aplikaci masek a nezahřívajících zábalů, konečnou úpravu, odborné líčení, barvení řas a obočí, lepení řas, úpravu obočí, depilaci a epilaci. Dále pak kosmetické masáže v oblasti obličeje, krku a dekoltu – s vyloučením masáže oční bulvy přes oční víčko. K výkonu kosmetických služeb se používají odpovídající kosmetické přístroje, kosmetické prostředky, kosmetické postupy a technologie (například diagnostika pleti, povrchové čištění pleti, peeling, napářka, odstraňování komedonů a mliíí nekrvavou cestou). Nelze naopak provádět ošetřování sliznic, manipulace s mateřskými znaménky, porušování integrity lidské kůže vpravováním cizorodých látek, manikúru, pedikúru a masérské služby. V rámci živnosti lze dále provádět poradenské služby, včetně poradenství barevné typologie, líčení pro modeling, fotografii, film, televizi, divadlo, vyhodnocování kosmetických prostředků.

Pedikúra, manikúra

Držitel živnostenského oprávnění pro živnost řemeslnou Pedikúra, manikúra může vykonávat péči o nohy a ruce, změkčování kůže a upravování, lakování, stříhání a broušení

nehtů včetně modeláže nehtů. Zahrnuje také nanášení masek a masáže rukou včetně předloktí, provádění speciálních koupelí nohou a rukou, speciální úkony při péči o nehty a pokožku (například uvolňování zarostlých nehtů, obrušování ztvrdlé kůže pat a nehtů) či odborné poradenství. V rámci živnosti lze dále provádět depilace, masáže chodidel a nártů, s výjimkou specifických masáží, jako jsou masáže tlakové, lymfatické a podobně.

Požadavky na živnosti vázané uvedené v příloze č. 2 živnostenského zákona se vztahem k wellness sektoru

Průvodcovská činnost horská

Činnost horského průvodce spočívá v organizování a provádění jednotlivců nebo skupin v horském prostředí s výjimkou terénů, v nichž je nutné použít horolezeckou techniku, pomůcky a vybavení a s vyloučením realizací jakýkoliv lyžařských, skialpinistických a obdobných činností. V rámci živnosti je možno uskutečňovat činnost informační, půjčování lezecké, horolezecké, skialpinistické a obdobné výzbroje a výstroje. Jako odborná způsobilost pro její výkon je vyžadováno:

- a) střední vzdělání s maturitní zkouškou a dílčí kvalifikace pro horskou průvodcovskou činnost podle zákona č. 179/2006 Sb., o ověřování a uznávání výsledků dalšího vzdělávání a o změně některých zákonů (zákon o uznávání výsledků dalšího vzdělávání), nebo
- b) osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro příslušnou pracovní činnost vydaný zařízením akreditovaným Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy (dále jen MŠMT), nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována, a 4 roky praxe v oboru.

Poskytování tělovýchovných a sportovních služeb v oblasti cvičení veřejnosti

Předmětem této živnosti je výuka dovedností příslušného sportovního odvětví a sportovních služeb a s tím spojené organizování sportovní činnosti pro oblasti jednotlivce a skupiny, včetně půjčování sportovního nářadí, náčiní a technických sportovních prostředků. Spadá sem však i vedení veřejných tělovýchovných a sportovních škol. Odborná způsobilost pro výkon této živnosti je dána:

- a) vysokoškolským vzděláním ve studijním programu a studijním oboru zaměřeném na tělesnou kulturu, tělovýchovu a sport, nebo
- b) vyšším odborným vzděláním v oboru vzdělání zaměřeném na tělesnou kulturu, tělovýchovu a sport, nebo
- c) osvědčením o rekvalifikaci nebo jiným dokladem o odborné kvalifikaci způsobilost pro příslušnou pracovní činnost vydaným zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným MŠMT, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována.

Činnosti, při kterých je porušována integrita lidské kůže

Jedná se zejména o provádění permanentního make-upu, tetování, piercingu, nastřelování náušnic a podobně. Obsahem živnosti není vpravování dalších látek používaných při zdravotním ošetření pleti, jako je například kyselina hyaluronová, botulotoxin a další chemické přípravky. Jako odborná způsobilost je vyžadována:

- a) odborná způsobilost k výkonu povolání lékaře nebo zubního lékaře podle zákona č. 95/2004 Sb., o podmínkách získávání a uznávání odborné způsobilosti a specializované způsobilosti k výkonu zdravotnického povolání lékaře, zubního lékaře a farmaceuta, ve znění zákona č. 125/2005 Sb., nebo
- b) odborná způsobilost k výkonu povolání všeobecné sestry, porodní asistentky, zdravotnického záchranáře nebo zdravotnického asistenta podle zvláštního právního předpisu zákona č. 96/2004 Sb., ve znění zákona č. 125/2005 Sb., nebo
- c) střední vzdělání s maturitní zkouškou nebo výučním listem v oboru vzdělání kosmetička a osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro činnosti, při kterých je porušována integrita lidské kůže, vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným MŠMT, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována, nebo
- d) osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro kosmetičku a pro činnosti, při kterých je porušována integrita lidské kůže, vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným MŠMT, nebo

ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována, a 4 roky praxe v oboru.

Masérské, rekondiční a regenerační služby

Obsahem této živnosti je poskytování sportovních, rekondičních a regeneračních masáží (které jsou prováděné na zdravých jedincích a nenavodí léčebný proces), s vyloučením techniky reflexní masáže, a poskytování regeneračních služeb (například parafinové zábaly). K výkonu těchto činností je zapotřebí mít:

- a) odbornou způsobilost k výkonu povolání lékaře a specializovaná způsobilost v oboru specializace rehabilitační a fyzikální medicína nebo tělovýchovné lékařství podle zákona č. 95/2004 Sb., ve znění zákona č. 125/2005 Sb., nebo
- b) odbornou způsobilost k výkonu povolání fyzioterapeuta nebo maséra nebo nevidomého a slabozrakého maséra podle zákona č. 96/2004 Sb., ve znění zákona č. 125/2005 Sb., nebo
- c) vysokoškolské vzdělání ve studijním programu a studijním oboru rehabilitačního nebo tělovýchovného zaměření, nebo
- d) osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro příslušnou pracovní činnost vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována.

Provozování solárií

Obsah živnosti provozování solárií je definován jako provozování a údržba zařízení solária k bezprostřednímu použití spotřebiteli tak, aby při jeho použití nedošlo k překročení povolených dávek záření, a tím k poškození zdraví člověka. K tomu je vyžadována odborná způsobilost v podobě:

- a) odborné způsobilosti k výkonu povolání lékaře nebo zubního lékaře podle zákona č. 95/2004 Sb., ve znění zákona č. 125/2005 Sb. a osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro příslušnou pracovní činnost vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným MŠMT, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována, nebo

- b) odborné způsobilosti k výkonu povolání všeobecné sestry, porodní asistentky, ergoterapeuta, radiologického asistenta, asistenta ochrany veřejného zdraví, zdravotnického záchranáře, biomedicínského technika, biotechnického asistenta, radiologického technika, fyzioterapeuta, radiologického fyzika, biomedicínského inženýra, odborného pracovníka v ochraně veřejného zdraví nebo zdravotnického asistenta podle zákona č. 96/2004 Sb., ve znění zákona č. 125/2005 Sb. a osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro příslušnou pracovní činnost vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným MŠMT, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována, nebo
- c) vysokoškolského vzdělání ve studijním programu a studijním oboru zaměřeném na tělesnou kulturu, tělovýchovu a sport a osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro příslušnou pracovní činnost vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným MŠMT, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována, nebo
- d) osvědčení o rekvalifikaci pro nezdravotnické pracovníky nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro příslušnou pracovní činnost vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným MŠMT, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována, a 1rok praxe v oboru.

Požadavky na živnosti volné uvedené v příloze č. 4 živnostenského zákona se vztahem k wellness sektoru

Provozování cestovní agentury a průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu

Obsahem živnosti volné Provozování cestovní agentury a průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu je nabízení, prodej a zprostředkování prodeje jednotlivých služeb cestovního ruchu a organizování, nabízení a zprostředkování prodeje kombinací jednotlivých služeb cestovního ruchu, vyjma prodeje zájezdů. Jednotlivými službami cestovního ruchu se rozumí zejména zabezpečení dopravy, ubytování, stravování, průvodcovských služeb, prodeje a rezervace letenek, prodeje a rezervace železničních a autobusových jízdenek včetně místenek, prodeje a rezervace lodních lístků včetně kajut, zprostředkování víz, nabídky a prodeje balneologických služeb za účelem relaxace a rekondice, nabídky a prodeje

sportovních aktivit za účelem relaxace a rekondice, například jízda na koni, půjčování kol a dalších sportovních potřeb, pobyt ve fitcentrech, zprostředkování a zajištění účasti na sportovních a společenských akcích a zprostředkování prodeje dalších služeb spojených s rekreací, odpočinkem a služebním, obchodním jednáním. Doprovázení skupiny osob nebo jednotlivců, při němž je v jazyku podle jejich výběru poskytován výklad o kulturním a přírodním dědictví země. Výklad obsahuje zejména informace o kultuře (historické, umělecké, archeologické, folkloristické, etnologické, gastronomické apod.), životním prostředí (geologické, přírodní, klimatické aj.), jednotlivých lokalitách (historických, průmyslových, městských centrech atd.), místech (muzea, kostely a podobně) a oblastech (turistických regionech, krajích a podobně). Zajištění dalších nezbytných činností spojených s doprovodem skupiny osob nebo jednotlivců, vedením a kontrolou itineráře, zajištěním programu, obstaráním základních informací během cesty, včetně praktických informací vztahujících se k místu pobytu, a poskytováním základní pomoci doprovázeným osobám. V rámci této činnosti lze prodávat věci související s cestovním ruchem, zejména vstupenky, mapy, plány, jízdní řády, tištěné průvodce a upomínkové předměty.

Provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovních činností

Těmito činnostmi se rozumí zabezpečování provozu tělovýchovných zařízení a zařízení a sportovních zařízení sloužících k regeneraci a rekondici (například atletických a zimních stadionů, tělocvičen, plaveckých bazénů, koupališť, fit center) a jejich pronajímání k bezprostřednímu použití spotřebiteli k provozování sportovní a tělovýchovné činnosti a k regeneraci a rekondici. Při provozování tělovýchovných zařízení a zařízení pro regeneraci a rekondici kromě výše uvedených činností i činnosti spojené s poradenstvím a metodikou nabízené služby. Organizování a pořádání sportovních soutěží a činnosti sloužící podpoře a propagaci sportu. Činnost agentů a agentur zastupujících výkonné sportovce za účelem zajištění účasti na sportovních soutěžích a podobně. Činnost výkonných sportovců, případně rozhodčích, provozovaná samostatně a za účelem dosažení zisku. Obsahem činnosti není poskytování tělovýchovných služeb (činnost trenérů) ani činnost amatérských výkonných sportovců.

Seznam živností, jejichž výkon je podnikatel povinen zajistit pouze fyzickými osobami splňujícími odbornou způsobilost, se vztahem k wellness sektoru podle přílohy č. 5 živnostenského zákona:

- Průvodcovská činnost horská
- Poskytování tělovýchovných a sportovních služeb v oblasti ... (doplní se podle skutečnosti, např. cvičení veřejnosti)
- Činnosti, při kterých je porušována integrita lidské kůže
- Masérské, rekondiční a regenerační služby
- Provozování solárií
- Kosmetické služby
- Pedikúra, manikúra

Obchodní zákoník

Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů především upravuje vztahy mezi podnikateli. Nalezneme zde požadavky na kvalitu dodávek, ustanovení o záruce za jakost či postup kupujícího, který může uplatnit při dodání vadného zboží (služeb).

Hlava 2 obchodního zákoníku je věnována zvláštním ustanovením o některých obchodních závazkových vztazích. V oddíle 2 jsou stanoveny povinnosti prodávajícího, přičemž požadavkům na kvalitu dodávek jsou věnovány § 420 a následující, podle nichž je „*prodávající povinen dodat zboží v množství, kvalitě a provedení, jež určuje smlouva, a musí je zabalit nebo opatřit pro přepravu způsobem stanoveným ve smlouvě. Neurčuje-li smlouva kvalitu nebo provedení zboží, je prodávající povinen dodat zboží v kvalitě a provedení, jež se hodí pro účel stanovený ve smlouvě, nebo není-li tento účel ve smlouvě stanoven, pro účel, k němuž se takové zboží zpravidla užívá.*“ Poruší-li prodávající zákonem stanovené povinnosti v § 420, má zboží vady. Za vady zboží se považuje i dodání jiného zboží, než určuje smlouva a vady v dokladech nutných k užívání zboží.

§ 429 a další se věnují záruce za jakost, tj. „*zárukou za jakost zboží přejímá prodávající písemně závazek, že dodané zboží bude po určitou dobu způsobilé pro použití ke smluvenému, jinak k obvyklému účelu, nebo že si zachová smluvené, jinak obvyklé*

vlastnosti.“ Převzetí závazku ze záruky může vyplynout ze smlouvy nebo z prohlášení prodávajícího, zejména ve formě záručního listu. Účinky převzetí tohoto závazku má i vyznačení délky záruční doby nebo doby trvanlivosti nebo použitelnosti dodaného zboží na jeho obalu. V případě vad zboží, na něž se vztahuje záruka, platí ustanovení §§ 426 až 428 a §§ 436 až 441 obchodního zákoníku. §§ 436–441 řeší nároky z vad zboží, které může kupující uplatnit.

Je-li dodáním zboží s vadami porušena smlouva podstatným způsobem, tzn. pokud strana porušující smlouvu věděla v době uzavření smlouvy nebo to předvíдалa, že druhá strana nebude mít zájem na plnění povinností při takovém porušení smlouvy, může kupující:

- a) požadovat odstranění vad dodáním náhradního zboží za zboží vadné, dodání chybějícího zboží a požadovat odstranění právních vad,
- b) požadovat odstranění vad opravou zboží, jestliže vady jsou opravitelné,
- c) požadovat přiměřenou slevu z kupní ceny, nebo
- d) odstoupit od smlouvy.

Kromě těchto nároků má kupující také právo na náhradu škody i na smluvní pokutu, pokud byla sjednána.

Aby kupující mohl uplatnit některý z výše uvedených nároků, musí ho oznámit ve včas zaslaném oznámení vad nebo bez zbytečného odkladu po tomto oznámení. Pokud tak neučiní, má pouze nároky z vad zboží jako při nepodstatném porušení smlouvy. Uplatněný nárok zároveň nemůže měnit bez souhlasu prodávajícího.

Ukáže-li se však, že vady zboží jsou neopravitelné nebo by s jejich opravou byly spojeny nepřiměřené náklady, může kupující požadovat dodání náhradního zboží. Nejsou-li dále vady odstraněny v přiměřené dodatečné lhůtě nebo oznámí-li prodávající kupujícímu, že vady neodstraní, pak může kupující odstoupit od smlouvy nebo požadovat přiměřenou slevu z kupní ceny.

V případě, že byla smlouva porušena dodáním zboží s vadami nepodstatným způsobem, může kupující požadovat buď dodání chybějícího zboží a odstranění ostatních vad zboží, nebo slevu z kupní ceny. Neodstraní-li prodávající vady v dodatečné přiměřené lhůtě, může kupující také od smlouvy odstoupit, ovšem upozorní-li na to prodávajícího v přiměřené lhůtě. Pokud však kupující včas vadu zboží neoznámí, ztrácí právo na odstoupení od smlouvy.

Občanský zákoník

Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, stanovuje rovněž požadavky na kvalitu při prodeji zboží a služeb, jež jsou podobné těm v obchodním zákoníku, důraz je však v tomto případě kladen na vztahy mezi podnikateli a spotřebiteli.

§§ 596–600 upravují vadu věci. „*Má-li věc vady, o kterých prodávající ví, je povinen kupujícího při sjednávání kupní smlouvy na ně upozornit. Jestliže dodatečně vyjde najevo vada, na kterou prodávající kupujícího neupozornil, má kupující právo na přiměřenou slevu ze sjednané ceny odpovídající povaze a rozsahu vady; jde-li o vadu, která činí věc neupotřebitelnou, má též právo od smlouvy odstoupit. Právo odstoupit od smlouvy má kupující i tehdy, jestliže jej prodávající ujistil, že věc má určité vlastnosti, zejména vlastnosti kupujícím vymíněné, anebo že nemá žádné vady, a toto ujištění se ukáže nepravdivým. Kupující má právo na úhradu nutných nákladů, které mu vznikly v souvislosti s uplatněním práv z odpovědnosti za vady.*“ § 616 dále uvádí, že „*prodávající odpovídá kupujícímu za to, že prodávaná věc je při převzetí kupujícím ve shodě s kupní smlouvou, zejména, že je bez vad.*“

§§ 619–627 upravují odpovědnost za vady prodané věci. „*Nejde-li o věci, které se rychle kazí nebo o věci použité, odpovídá prodávající za vady, které se projeví jako rozpor s kupní smlouvou po převzetí věci v záruční době (záruka).*“ Záruční doba se liší podle charakteru prodávaného zboží nebo služeb. Občanský zákoník vymezuje několik záručních lhůt, např. při zhotovení věci na zakázku (smlouva o dílo) činí 6 měsíců, při opravách či úpravách věci jsou to 3 měsíce.

Kupující má právo podle občanského zákoníku v případě vady na prodané věci, jde-li o odstranitelnou vadu, na

- a) odstranění vady bezplatně, včas a řádně, jde-li o vadu odstranitelnou,
- b) výměnu věci nebo součásti věci, není-li to vzhledem k povaze vady neúměrné,
- c) přiměřenou slevu z ceny nebo odstoupení od smlouvy, není-li možný předchozí postup a jde-li o neodstranitelnou vadu a věc nelze řádně užívat, na
- d) výměnu věci, nebo
- e) odstoupení od smlouvy.

Zákon o ochraně spotřebitele

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, stanovuje v § 3 povinnosti prodávajícího při prodeji výrobků a poskytování služeb konečnému spotřebiteli. Mezi jiným se jedná o povinnost „*poskytovat služby v předepsané nebo schválené jakosti, pokud je závazně stanovena nebo pokud to vyplývá ze zvláštních předpisů anebo v jakosti jím uváděné; není-li jakost předepsána, schválena nebo uváděna, v jakosti obvyklé.*“

Z pohledu zajištění kvality služeb je rovněž důležité, že zákon zakazuje užívání nekalých obchodních praktik při nabízení nebo poskytování služeb. Obchodní praktika je nekalá, je-li jednání podnikatele vůči spotřebiteli v rozporu s požadavky odborné péče a je způsobilé podstatně ovlivnit jeho rozhodování tak, že může učinit obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil. Nekalé jsou zejména klamavé a agresivní obchodní praktiky a jejich výčet je uveden v přílohách k tomuto zákonu.

Povinností prodávajícího vyplývající ze zákona o ochraně spotřebitele je také řádně informovat spotřebitele o charakteru poskytovaných služeb a o riziku souvisejícím s poskytovanou službou.

2 SPECIFICKÉ POŽADAVKY NA KVALITU WELLNESS SLUŽEB

2.1 Řešené požadavky

Vzhledem k charakteru wellness služeb jsou hlavní zákonné požadavky kladeny na jejich bezpečnost, ochranu veřejného zdraví a dodržování hygienických zásad. V případě wellness zařízení je nutné dodržovat i požadavky na jejich stavební řešení. V neposlední řadě jsou zákonem také stanoveny požadavky na kvalifikaci odborného personálu (např. fyzioterapeuti, maséři) a je upraven i rozsah jejich činnosti.

2.2 Relevantní právní normy

- Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví, ve znění pozdějších předpisů

Prováděcí vyhlášky k zákonu č. 258/2000 Sb.:

- Vyhláška č. 135/2004 Sb., kterou se stanoví hygienické požadavky na koupaliště, sauny a hygienické limity písku v pískovištích venkovních hracích ploch, ve znění pozdějších předpisů
- Vyhláška č. 137/2004 Sb., o hygienických požadavcích na stravovací služby a o zásadách osobní a provozní hygieny při činnostech epidemiologicky závažných, ve znění pozdějších předpisů
- Vyhláška č. 252/2004 Sb., kterou se stanoví hygienické požadavky na pitnou a teplou vodu a četnost a rozsah kontroly pitné vody, ve znění pozdějších předpisů
- Vyhláška č. 448/2009 Sb., o stanovení hygienických požadavků na kosmetické prostředky
- Vyhláška č. 409/2005 Sb., o hygienických požadavcích na výrobky přicházející do přímého styku s vodou a na úpravu vody
- Zákon č. 96/2004 Sb., o podmínkách získávání a uznávání způsobilosti k výkonu nelékařských zdravotnických povolání a k výkonu činností souvisejících s poskytováním zdravotní péče a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o nelékařských zdravotnických povoláních), ve znění pozdějších předpisů

Prováděcí vyhláška k zákonu č. 96/2004 Sb.:

- Vyhláška č. 424/2004 Sb., kterou se stanoví činnosti zdravotnických pracovníků a jiných odborných pracovníků, ve znění pozdějších předpisů

2.3 Podrobný rozbor právních norem s ohledem na kvalitu wellness služeb

Zákon o ochraně veřejného zdraví

Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví, ve znění pozdějších předpisů v souvislosti s wellness službami upravuje zejména požadavky:

- na vodu přicházející do styku s lidským tělem (*díl 1 zákona, §§ 3–6*),
- na sauny a koupaliště (§ 6),

- na výkon činností epidemiologicky závažných, mezi které patří např. provozování pedikúry, manikúry, kosmetických, masérských, regeneračních či rekondičních služeb, a to včetně povinností fyzických osob vykonávající tyto činnosti a osob, jež tyto činnosti provozují (*díl 4 zákona §§ 19–24*),
- na předměty běžného užívání, jakými jsou např. kosmetické prostředky (*díl 5 zákona, §§ 25–29*).

Požadavky na provozovatele koupališť a saun a kvalitu zde používané vody

Provozovatel koupaliště ve volné přírodě, umělého koupaliště nebo sauny, ale také osoba, která provozuje ve stavbách a zařízeních na pozemcích sousedících s povrchovými vodami využívanými ke koupání fyzických osob živnost provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a zařízení sloužících regeneraci a rekondici, poskytování tělovýchovných a sportovních služeb, hostinskou živnost, v jejímž rámci jsou poskytovány ubytovací služby, a v reklamě nebo v jiné nabídce svých služeb uvádí možnost koupání musí podle zákona:

- zajistit kontrolu jakosti vody ke koupání a protokol o výsledku kontroly,
- zajistit splnění požadavků na vybavení, čištění a úklid koupaliště,
- vypracovat provozní řád koupaliště nebo sauny,
- vést evidenci o výsledcích kontrol a ukládat ji po dobu pěti let,
- kontrolovat dodržení hygienického limitu výskytu ostatních ukazatelů vody a oznámit příslušnému orgánu ochrany veřejného zdraví výskyt dalších látek nebo součástí vody v koupališti nebo vodě ve zdroji pro bazén či saunu.

Osoba provozující koupaliště nebo saunu je však dále povinna

- zajistit, aby voda v bazénu umělého koupaliště nebo sauny vyhovovala hygienickým limitům ukazatelů jakosti a voda ve sprchách umělého koupaliště nebo sauny splňovala v zákoně uvedené požadavky,
- dezinfikovat, upravovat a obměňovat vodu v bazénu umělého koupaliště a sauny předepsaným způsobem a dodržovat hygienické požadavky na intenzitu její recirkulace,
- zajistit, aby voda ve zdroji pro bazén umělého koupaliště a sauny měla předepsanou jakost,

- splnit hygienické požadavky pro konstrukční a prostorové řešení umělého koupaliště a sauny,
- zajistit odpovídající mikroklimatické podmínky.

Požadavky na výkon činností epidemiologicky závažných

Zákon klade požadavky jak na fyzické osoby, jež vykonávají činnosti epidemiologicky závažné, tak na samotné provozování těchto činností.

Fyzická osoba vykonávající některou z výše uvedených činností je povinna:

- se podrobit ve stanovených případech lékařským prohlídkám a vyšetřením,
- informovat ošetřujícího lékaře o druhu a povaze své pracovní činnosti,
- mít u sebe zdravotní průkaz a na vyzvání ho předložit orgánu ochrany veřejného zdraví,
- uplatňovat při pracovní činnosti znalosti nutné k ochraně veřejného zdraví a dodržovat zásady osobní a provozní hygieny.

Osoby, které provozují činnosti epidemiologicky závažné, jsou povinny:

- dodržovat zásady provozní a osobní hygieny upravené vyhláškou č. 137/2004 Sb., pokud při své činnosti přicházejí do přímého styku s potravinami, pokrmy či předměty, které jsou ve styku s potravinami, a do přímého styku s vodou či kosmetickými přípravky nebo tělem spotřebitele,
- kontrolovat uplatňování znalostí a zásad osobní a provozní hygieny zaměstnanci a spolupracujícími rodinnými příslušníky,
- zajistit, aby výkonem činností epidemiologicky závažných nedošlo k ohrožení nebo poškození zdraví fyzických osob infekčním nebo jiným onemocněním,
- používat k výkonu činností epidemiologicky závažných pouze pitnou vodu, pokud není stanoveno jinak nebo druh činnosti nevyžaduje nebo neumožňuje užití vody jiné jakosti,
- při provozování holičství, kadeřnictví, manikúry, pedikúry, kosmetických, masérských, regeneračních a rekondičních služeb zabezpečit lékárníčku první pomoci a vypracovat provozní řád, který musí být schválen příslušným orgánem ochrany veřejného zdraví.

Osoby, které provozují kosmetické, masérské a regenerační služby, kadeřnictví, holičství, pedikúru, manikúru a službu, při které se používají speciální přístroje k péči o tělo, nesmí provádět výkony na nemocné kůži, manipulovat s jizvami a mateřskými znaménky a provádět výkony na sliznicích, oční spojivce a rohovce.

Požadavky na předměty běžného užívání včetně kosmetických prostředků

Kosmetický prostředek vymezuje zákon o ochraně veřejného zdraví (§ 25 odst. 2) jako „látku nebo prostředek určený pro styk se zevními částmi lidského těla (pokožka, vlasový systém, nehty, rty a zevní pohlavní orgány), zuby a sliznicí dutiny ústní s cílem výlučně nebo převážně je čistit, parfémovat, měnit jejich vzhled, chránit je, udržovat je v dobrém stavu nebo korigovat lidské pachy, nejde-li o léčivo.“

Výrobce, dovozce, prodávající a distributor těchto předmětů musí zajistit, aby jím vyráběné nebo dovážené předměty byly při uvedení na trh bezpečné, vyhovovaly stanoveným hygienickým požadavkům na jejich složení, vlastnosti a mikrobiologickou čistotu, byly baleny, pokud možno, do bezpečných obalů a byly stanoveným způsobem označeny a vybaveny písemným prohlášením a návodem k použití či obsluze a čištění.

Pro kosmetické prostředky dále platí, aby výrobce nebo jejich dovozce před uvedením kosmetického prostředku na trh oznámil příslušnému orgánu ochrany veřejného zdraví obchodní firmu, sídlo či místo podnikání, místo výroby, datum zahájení výroby nebo dovozu a seznam kosmetických prostředků, které hodlá vyrábět nebo dovážet. Výrobce či dovozce musí také oznámit úřadům informace o látkách obsažených v kosmetickém prostředku, které mohou ohrozit zdraví některých fyzických osob.

Výrobce nebo dovozce má rovněž povinnost uschovávat údaje o kosmetickém prostředku a zpřístupnit veřejnosti údaje (i elektronicky) o jeho kvalitativním složení, kvantitativním složení, pokud jde o obsah nebezpečných chemických látek, a o jeho nežádoucích účincích.

Výrobce, dovozce ani distributor nesmí při označování finálních kosmetických prostředků, jejich propagaci nebo nabízení k prodeji použít texty, názvy, obchodní značky, vyobrazení nebo symboly, které by přisuzovaly těmto prostředkům vlastnosti, které nemají.

Hygienické požadavky na koupaliště, sauny a hygienické limity písku v pískovištích

Vyhláška č. 135/2004 Sb., kterou se stanoví hygienické požadavky na koupaliště, sauny a hygienické limity písku v pískovištích venkovních hracích ploch, ve znění pozdějších předpisů, podrobněji upravuje hygienické limity ukazatelů jakosti vody v koupalištích (přírodních i umělých) a v saunách, hygienické požadavky na vybavení, čištění, úklid

a dezinfekci těchto zařízení, jejich prostorové a konstrukční vybavení a mikroklimatické podmínky, požadavky na úpravu, obměňování a cirkulaci vody a požadavky na kontrolu jakosti zde používané vody.

Hygienické požadavky na stravovací služby a zásady osobní a provozní hygieny při činnostech epidemiologicky závažných

Vyhláška č. 137/2004 Sb., o hygienických požadavcích na stravovací služby a o zásadách osobní a provozní hygieny při činnostech epidemiologicky závažných stanovuje zásady provozní a osobní hygieny při činnostech epidemiologicky závažných. Za ty jsou podle definice v zákoně o ochraně veřejného zdraví považovány provozování stravovacích služeb, výroba potravin, uvádění potravin do oběhu, výroba kosmetických prostředků, provozování úpraven vod a vodovodů, provozování holičství, kadeřnictví, pedikúry, manikúry, kosmetických, masérských, regeneračních nebo rekondičních služeb, provozování živnosti, při níž je porušována integrita kůže, a provozování živnosti, ve které se používají k péči o tělo speciální přístroje (například solária, myostimulátory).

V § 49 vyhlášky jsou uvedeny zásady provozní hygieny pro provozování stravovacích služeb, výrobu potravin a uvádění potravin do oběhu, v § 50 zásady osobní hygieny pro stravovací provozy a v § 51 a § 52 zásady provozní, resp. osobní hygieny pro výrobu kosmetických prostředků, holičství, kadeřnictví, pedikúru, manikúru, kosmetické služby, masérské služby, pro provozování solárií a činností, při nichž je porušována integrita lidské kůže.

Hygienické požadavky na pitnou vodu

Vyhláška č. 252/2004 Sb., kterou se stanoví hygienické požadavky na pitnou a teplou vodu a četnost a rozsah kontroly pitné vody, ve znění pozdějších předpisů, uvádí hygienické limity daných ukazatelů jakosti pitné vody a teplé vody dodávané potrubím užitkové vody nebo vnitřním vodovodem, jakož i vody teplé vyráběné z individuálního zdroje pro účely osobní hygieny zaměstnanců.

Hygienické požadavky na kosmetické prostředky

Vyhláška č. 448/2009 Sb., o stanovení hygienických požadavků na kosmetické prostředky vymezuje zejména látky, které kosmetické prostředky nesmějí obsahovat či být použity při jejich výrobě.

Hygienické požadavky na výrobky přicházející do styku s vodou

Vyhláška č. 409/2005 Sb., o hygienických požadavcích na výrobky přicházející do přímého styku s vodou a na úpravu vody, upravuje především požadavky na složení a značení výrobků určených k přímému styku s vodou, chemického přípravku určeného k úpravě vody, způsob ověření, že nedojde k nežádoucímu ovlivnění vody.

Způsobilost k výkonu nelékařských zdravotnických povolání a oblast činnosti odborných pracovníků

Zákon č. 96/2004 Sb., o podmínkách získávání a uznávání způsobilosti k výkonu nelékařských zdravotnických povolání a k výkonu činností souvisejících s poskytováním zdravotní péče a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o nelékařských zdravotnických povoláních), ve znění pozdějších předpisů stanovuje podmínky získávání způsobilosti k výkonu zdravotnického povolání a k výkonu činností souvisejících s poskytováním zdravotní péče v České republice, celoživotní vzdělávání zdravotnických pracovníků a vzdělávání jiných odborných pracovníků a uznávání způsobilosti k výkonu zdravotnického povolání a k výkonu činností souvisejících s poskytováním zdravotní péče. S ohledem na oblast wellness zákon řeší odbornou způsobilost např. nutričního terapeuta, fyzioterapeuta či maséra.

Prováděcí vyhláška k zákonu č. 424/2004 Sb., kterou se stanoví činnosti zdravotnických pracovníků a jiných odborných pracovníků, ve znění pozdějších předpisů pak vymezuje okruh činností, které jsou tito odborní pracovníci oprávněni provádět po získání odborné způsobilosti.

Zdravotnickým pracovníkem je myšlena fyzická osoba, která vykonává zdravotnické povolání podle zákona č. 96/2004 Sb. a jiným odborným pracovníkem fyzická osoba provádějící činnosti, které nejsou poskytováním zdravotní péče, ale s poskytováním této péče přímo souvisejí. Způsobilost k výkonu povolání zdravotnického pracovníka a jiného odborného pracovníka (např. právě fyzioterapeuta nebo maséra) získá podle zákona ten,

49

- a) má odbornou způsobilost podle tohoto zákona, nebo jemuž byla uznána odborná kvalifikace v souladu s ustanoveními hlavy VII nebo VIII zákona č. 96/2004 Sb. upravující odbornou způsobilost k výkonu zdravotnického povolání a souvisejících činností získanou v jiném státě než v České republice,
- b) je zdravotně způsobilý,
- c) je bezúhonný.

Hlava II zákona vyjmenovává zdravotnická povolání a požadovanou odbornou způsobilost k jejich výkonu. V díle 1 této hlavy jsou uvedena povolání, u nichž je zdravotnický pracovník způsobilý k výkonu povolání bez odborného dohledu po získání odborné způsobilosti a osvědčení podle hlavy VI zákona. Mezi tato povolání je řazen např. nutriční terapeut. V díle 2 hlavy II jsou uvedena povolání, u nichž je zdravotnický pracovník způsobilý k výkonu povolání bez odborného dohledu po získání specializované způsobilosti a osvědčení podle hlavy VI zákona, zároveň jsou prováděcím předpisem stanoveny činnosti, které je tento pracovník způsobilý vykonávat bez odborného dohledu již před získáním specializované činnosti. To platí mimo jiné pro povolání fyzioterapeuta. V díle 3 druhé hlavy zákona jsou pak uvedena povolání, u nichž pracovníci nejsou způsobilí k výkonu povolání bez odborného dohledu. Sem jsou řazeni např. nutriční asistent nebo masér.

Nutriční terapeut

Odbornou způsobilost k výkonu povolání získá nutriční terapeut absolvováním:

- a) akreditovaného zdravotnického bakalářského studijního oboru pro přípravu nutričních terapeutů,
- b) tříletého studia v oboru diplomovaná dietní sestra na vyšších zdravotnických školách, pokud bylo studium prvního ročníku zahájeno nejpozději ve školním roce 2004/2005,
- c) nejméně tříletého studia v oboru diplomovaný nutriční terapeut na vyšších zdravotnických školách, nebo
- d) střední zdravotnické školy v oboru dietní sestra, pokud bylo studium prvního ročníku zahájeno nejpozději ve školním roce 2004/2005.

Po absolvování studia je však po nutričním terapeutovi požadována tříletá praxe, až po které může své povolání vykonávat bez odborného dohledu.

Nutriční terapeut působí na úseku klinické výživy a ve spolupráci s lékařem se podílí na léčebné a diagnostické péči v oboru klinická výživa. Bez odborného dohledu a bez indikace, ale v souladu s diagnózou stanovenou lékařem, může:

- zpracovávat a vyhodnocovat nutriční anamnézu, u pacientů v závažných stavech provádět bilanci stravy přijímané ústy, navrhnout lékaři či všeobecné sestře nebo porodní asistentce změny v předepsané dietě, způsobu přijímání stravy či v oblasti potravinových doplňků,
- provádět vyšetření nutná ke zjištění stavu výživy pacientů,
- kontrolovat, metodicky vést a organizovat přípravu stravy a v případě speciálních diet i sám stravu připravovat zejména ve stravovacích provozech zdravotnických zařízení,
- sestavovat jídelní plány a předpis stravy pro jednotlivé diety pro celé zdravotnické zařízení i individuálně včetně propočtů biologické a energetické hodnoty diet,
- provádět poradenství a výuku jedinců v oblasti zdravé a léčebné výživy, včetně doporučení vhodných výživových doplňků,
- zajistit přejímání, kontrolu a uložení léčivých přípravků a zdravotnických potřeb a prádla a manipulaci s nimi.

Nutriční asistent

Odbornou způsobilost k výkonu povolání získá nutriční asistent absolvováním střední zdravotnické školy v oboru nutriční asistent. Nutriční asistent působí pod odborným dohledem nutričního terapeuta a ve spolupráci s lékařem se podílí na preventivní, léčebné a diagnostické péči v oboru klinická výživa. Na základě odborné způsobilosti může:

- zpracovávat nutriční propočty a dokumentaci o nutričním příjmu pacientů,
- posuzovat stav výživy u pacientů s nekomplikovaným onemocněním,
- sestavovat předpis stravy pro jednotlivé diety a celé zdravotnické zařízení nebo zařízení sociální péče,
- připravovat stravu v souladu s poznatky zdravé a léčebné výživy,
- podílet se na edukaci jedinců v oblasti zdravé a léčebné výživy,
- podílet se na přejímání, kontrole, manipulaci a uložení léčivých přípravků a zdravotnických prostředků a prádla,
- pod odborným dohledem sestavovat individuální jídelní plány u pacientů s nekomplikovaným onemocněním.

Fyzioterapeut

Fyzioterapeut získá odbornou způsobilost k výkonu svého povolání absolvováním:

- a) akreditovaného zdravotnického magisterského studijního oboru pro přípravu fyzioterapeutů,
- b) akreditovaného zdravotnického bakalářského studijního oboru pro přípravu fyzioterapeutů,
- c) tříletého studia v oboru diplomovaný fyzioterapeut na vyšších zdravotnických školách, pokud bylo studium prvního ročníku zahájeno nejpozději ve školním roce 2003/2004, nebo
- d) střední zdravotnické školy v oboru fyzioterapeut nebo v oboru rehabilitační pracovník, pokud bylo studium prvního ročníku zahájeno nejpozději ve školním roce 1996/1997.

Fyzioterapeut, který získal odbornou způsobilost, musí do doby získání specializované způsobilosti pracovat pod odborným dohledem k tomu způsobilému fyzioterapeuta, přitom prvních šest měsíců je pod jeho přímým vedením. Aby však mohl vykonávat povolání bez odborného dohledu, musí prokázat minimálně roční praxi v oboru. Fyzioterapeut poté může:

- provádět vyšetření, která jsou nutná pro stanovení dalšího postupu ve fyzioterapii, zejména zjišťovat anamnézu, vyšetřovat posturu, pohybový systém, jednotlivé tělesné segmenty, dechové funkce pomocí manuálních postupů, měření, specifických testů a přístrojových diagnostických postupů,
- provádět komplexní kineziologické vyšetření včetně diagnostiky funkčních poruch pohybového systému, diagnostiku bolestivých a spouštěvých bodů, algeziologického vyšetření, škálového hodnocení spasticity a dalších neurologických projevů,
- provádět analýzu běžných denních aktivit z hlediska fyzioterapie a cílené ergonomické vyšetření vzhledem ke stavu pacientů,
- stanovovat na základě fyzioterapeutické diagnózy individuální fyzioterapeutický krátkodobý a dlouhodobý plán se znalostí patofyziologie onemocnění, vady nebo poruchy,
- aplikovat podle aktuálního stavu pacientů fyzioterapeutické a kinezioterapeutické metody a provádět interpretaci a korekci funkčních poruch pohybového systému fyzioterapeutickými reedukačními metodami,
- cíleně ovlivňovat funkce dalších systémů (včetně psychických funkcí) prostřednictvím pohybu a dalších fyzioterapeutických metod,
- doporučovat kompenzační pomůcky dle stavu pacientů,

- aplikovat metody fyzikální terapie a balneologické procedury,
- hodnotit výsledný efekt fyzioterapeutické péče.

Fyzioterapeut bez odborného dohledu a bez indikace rovněž

- provádí prevenci, edukaci a poradenství za účelem udržení nebo obnovení pohybových funkcí,
- školí zdravotnické pracovníky způsobilé poskytovat samostatně ošetrovatelskou péči v oblasti rehabilitačního ošetrovatelství, především v prevenci imobilizačního syndromu,
- doporučuje ergonomické úpravy bydliště a pracoviště pacientů v rámci prevence poruch pohybového systému,
- seznamuje pacienty s možnostmi sociální péče, podílí se na sociální rehabilitaci osob se zdravotním postižením,
- zajišťuje přejímání, kontrolu, uložení a manipulaci s léčivými přípravky a zdravotnickými prostředky a prádlem.

Fyzioterapeut také může bez odborného dohledu na základě indikace lékaře:

- provádět specializované diagnostické postupy pro vyšetření pohybového systému včetně přístrojových, například pozitronová elektromyografie (PEMG), moire, posturografii,
- aplikovat fyzioterapeutické postupy u pacientů, kde je reálné riziko selhání životních funkcí.

Masér

Masér nebo nevidomý a slabozraký masér získá odbornou způsobilost k výkonu povolání absolvováním akreditovaného kvalifikačního kurzu v oboru masér nebo nevidomý a slabozraký masér.

Za výkon povolání maséra a nevidomého a slabozrakého maséra se považuje činnost v rámci rehabilitační a léčebné péče pod přímým vedením fyzioterapeuta způsobilého k výkonu povolání bez odborného dohledu nebo lékaře se specializací v oboru rehabilitační a fyzikální medicína. Pod jejich dohledem může:

- provádět klasické masáže,
- aplikovat teplo,
- podávat zábaly,

- připravovat a podávat částečné i celkové koupele a provádět základní vodoléčebné procedury,
- podílet se na přejímání, kontrole a uložení zdravotnických prostředků a prádla a na manipulaci s nimi.

3 VÝZNAMNÉ DOKUMENTY V OBLASTI KVALITY CESTOVNÍHO RUCHU

3.1 Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007–2013

Koncepce státní politiky cestovního ruchu v rámci Priority 2 Rozšiřování a zkvalitňování služeb cestovního ruchu, Opatření 2.3 Zkvalitňování služeb cestovního ruchu navrhuje zajištění standardu kvality poskytovaných služeb v cestovním ruchu a počítá s jejich certifikací. Tento požadavek vychází ze SWOT analýzy cestovního ruchu ČR připravené v rámci Koncepce, která uvádí mezi slabými stránkami mimo jiné:

- nízkou kvalitu základních a doplňkových služeb CR (chybějící standardizace a certifikace);
- nízký podíl produktů šetrných forem turistiky.

Koncepce rovněž zdůrazňuje potřebu ochrany spotřebitele služeb cestovního ruchu a kontrolu jejich kvality.

3.2 Strategie národní politiky kvality 2008–2013

Mezi strategické záměry Národní politiky kvality patří mezi jiným propagace služeb cestovního ruchu a jejich kvality, ověřování kvality subjektů v cestovním ruchu (certifikace, oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení, inspekce) a šetrná turistika.

Jako nástroje k dosažení těchto záměrů by měly sloužit nástroje propagace, výchova a vzdělání, kontrola, oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení, značka kvality, ověřování kvality, národní systém certifikace ekologicky šetrných služeb cestovního ruchu.

Realizátory těchto záměrů by měly být: MMR, Czech Tourism, MZV, MŠMT, MPO, MŽP, podnikatelské svazy a sdružení, ČOI, živnostenské úřady, samospráva, kraje, obce, správci značek.

○ **relevantní normy a standardy související s kvalitou služeb**

1 NORMY SOUVISEJÍCÍ SE SYSTÉMEM ŘÍZENÍ KVALITY

1.1 Relevantní normy

▪ Normy ISO řady 9000

- ČSN EN ISO 9000 Systémy managementu kvality – Základní principy a slovník
- ČSN EN ISO 9001 Systémy managementu jakosti – Požadavky
- ČSN EN ISO 9004 Systémy managementu jakosti – Směrnice pro zlepšování výkonnosti

▪ Normy ISO řady 10000

- ČSN ISO 10001 Management kvality – Spokojenost zákazníka – Směrnice pro pravidla chování organizací
- ČSN ISO 10002 Management kvality – Spokojenost zákazníka – Směrnice pro vyřizování stížností v organizacích
- ČSN ISO 10003 Management kvality – Spokojenost zákazníka – Směrnice pro externí vyřizování sporů organizace
- ČSN ISO 10005 Systémy managementu kvality – Směrnice pro plány kvality
- ČSN ISO 10006 Systémy managementu jakosti – Směrnice pro management jakosti projektů
- ČSN ISO 10007 Systém managementu jakosti – Směrnice pro management konfigurace
- ČSN EN ISO 10012 Systémy managementu měření – Požadavky na procesy měření a měřicí vybavení
- ČSN ISO/TR 10013 Směrnice pro dokumentaci systému managementu jakosti
- ČSN ISO 10014 Management kvality – Směrnice pro dosahování finančních a ekonomických přínosů
- ČSN ISO 10015 Management jakosti – Směrnice pro výcvik
- ČSN ISO/TR 10017 Návod k aplikaci statistických metod v ISO 9001:2000

- ČSN EN ISO 10019 Směrnice pro výběr poradců v systému managementu kvality a pro využívání jejich služeb
- **Normy ISO řady 14000 (pouze vybrané)**
 - ČSN EN ISO 14001 Systémy environmentálního managementu – Požadavky s návodem pro použití
 - ČSN ISO 14004 Systémy environmentálního managementu – Všeobecná směrnice k zásadám, systémům a podpůrným metodám
- **ČSN EN ISO 19011** Směrnice pro auditování systému managementu jakosti a/nebo systému environmentálního managementu

1.2 Podrobný rozbor norem

System managementu kvality

System managementu kvality je popsán v normách ISO řady 9000. Normy ISO řady 10000 rozvádějí přístupy managementu kvality ve specifických podmínkách, neslouží však jako nástroj certifikace. S managementem kvality úzce souvisí i odpovědný přístup organizace k životnímu prostředí (environmentu). Normy systémů Environmentálního managementu - EMS - ISO 14001 a 14004 napomáhají organizacím přijmout zodpovědnost za jejich činnost vůči životnímu prostředí. ISO 19011 poskytuje návod na auditování systému managementu kvality a systému environmentálního managementu.

ISO 9000 obsahuje výklad základů a zásad managementu kvality a výklad nejdůležitějších pojmů týkajících se kvality a jejího zabezpečování. Tato mezinárodní norma se týká:

- a) organizací, které se snaží získat výhody uplatňováním systému managementu kvality,
- b) organizací, které se snaží získat důvěru, že jejich dodavatelé požadavky na produkty splní,
- c) uživatelů produktů,
- d) všech, kteří mají zájem na vzájemném pochopení terminologie používané v managementu kvality (např. dodavatelé, zákazníci, kompetentní orgány),
- e) všech osob, jak interních, tak externích vůči organizaci, které posuzují systém managementu kvality nebo provádějí jeho audit z hlediska shody s požadavky ISO 9001 (např. auditoři, kompetentní orgány, certifikační orgány),

- f) všech osob, jak interních, tak externích vůči organizaci, které poskytují poradenství nebo školení/výcvik týkající se systému managementu kvality, který je vhodný pro tuto organizaci,
- g) zpracovatelů souvisejících norem.

V současné době platí v České republice norma ČSN EN ISO 9000:2005.

Norma ISO 9001 Systémy managementu kvality – požadavky je stěžejní normou, protože obsahuje kritéria, podle kterých se provádí zavádění, udržování a také prověřování (auditování) implementovaného systému kvality. Požadavky normy musí organizace splnit, aby mohla prokázat úspěšné fungování managementu kvality. V České republice je platná norma ČSN EN ISO 9001:2009.

ISO 9004 představuje směrnici pro zlepšování výkonnosti, účelem je poskytnout doporučení, které organizace může zavést nad rámec ISO 9001 v zájmu dalšího rozšíření a zlepšení systému managementu kvality. Norma není určena pro účely certifikace nebo pro smluvní účely. Norma v rámci managementu kvality zdůrazňuje důležitost pochopení požadavků a jejich splnění (požadavků zákazníka, zákonných požadavků, vlastních požadavků organizace), potřeby zvažovat procesy z hlediska přidané hodnoty, dosahování zvýšení výkonnosti a efektivnosti procesů a neustálého zlepšování procesů na základě objektivního měření. Pro Českou republiku je v platnosti norma ČSN EN ISO 9004:2000.

Systémy environmentálního managementu

Normy ISO řady 14000 usilují o to, aby organizace minimalizovala všechny rušivé vlivy své činnosti na životní prostředí. Cílem je aktivně podporovat vše, co je možné udělat pro prevenci škod na životním prostředí.

Požadavky systému environmentálního managementu jsou uvedeny v platné normě pro Českou republiku ČSN EN ISO 14001:2004. Cílem normy je umožnit organizaci vytvořit a zavést politiku a stanovit cíle environmentálního managementu, které zahrnou požadavky právních předpisů a jiné požadavky, které se na organizaci vztahují a informace o významných environmentálních aspektech. Těmito aspekty jsou ty, které organizace identifikovala a které může řídit a těch, na které může mít vliv. Norma sama o sobě nestanovuje specifická kritéria environmentálního profilu. Norma organizacím umožňuje:

- a) vytvořit, zavést, udržovat a zlepšovat systém environmentálního managementu,
- b) ujistit se o shodě s environmentální politikou, kterou vyhlásily,

c) prokázat shodu s touto mezinárodní normou 1) učiněním vlastního rozhodnutí a vydáním vlastního prohlášení, nebo 2) požádáním o potvrzení své shody stranami, které mají na organizaci zájem, jako jsou zákazníci, nebo 3) požádáním o potvrzení svého vlastního prohlášení stranou, která je z pohledu organizace externí stranou, nebo 4) požádáním o certifikaci/registraci svého systému environmentálního managementu externí organizací.

V příloze A tato mezinárodní norma poskytuje informativní návod k jejímu použití. Dodatečný text přílohy A má informativní charakter a jeho účelem je zabránit mylnému výkladu požadavků obsažených v kapitole 4 této mezinárodní normy.

V České republice je v platnosti norma ČSN ISO 14004:2004. Norma popisuje prvky systému environmentálního managementu a poskytuje organizacím návod pro vytvoření, zavedení, udržování a zlepšování systému environmentálního managementu. Pro ilustrativní účely jsou v normě uvedeny příklady a možné přístupy. Environmentální management tvoří neoddělitelnou součást celkového systému managementu organizace a navrhování systému environmentálního managementu je neustálým a interaktivním procesem. Systém environmentálního managementu podrobně pojednaný v této normě se přidrží modelu řízení Plánuj-Dělej-Kontroluj-Jednej (PDCA). Strukturu organizace, rozdělení odpovědnosti, praktické jednání, postupy, procesy a zdroje sloužící realizaci environmentální politiky, environmentálních cílů a cílových hodnot je možno zkoordinovat se stávajícími snahami v ostatních oblastech (např. provoz, financování, řízení jakosti, ochrana zdraví a bezpečnost práce). Využití normy se předpokládá kteroukoli organizací, bez ohledu na její velikost, druh, umístění nebo úroveň rozvoje. Přestože směrnice v normě jsou v souladu s modelem systému environmentálního managementu normy ISO 14001, nejsou určeny pro poskytování interpretací požadavků normy ISO 14001.

2 NORMY SOUVISEJÍCÍ S KVALITOU SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

2.1 Relevantní normy

Pro oblast wellness zatím relevantní norma vytvořena nebyla, i když i na tomto poli jsou již podnikáni kroky mezinárodní organizací ISO a evropským výborem pro standardizaci CENem. Mezinárodní organizace ISO se však v současné době soustředí na

přípravu standardů pro oblast medical spa, zejména co se týče vodních léčebných procedur a terapií. Před schvalovacím procesem je norma upravující požadavky na poskytování služeb medical spa (ISO/CD 28621 Medical Spa – Service provision requirements).

Norma **ČSN EN ISO 18513 Služby cestovního ruchu – Hotely a ostatní kategorie turistického ubytování – Terminologie** přímo s wellness sektorem nesouvisí, avšak obsahuje definici některých pro wellness typických pojmů: *lázeňský hotel, vana s vířivkou, sauna, parní lázeň, solárium, tělocvična a lázně*.

3 STANDARDY POUŽÍVANÉ V SEKTORU WELLNESS

3.1 Standardy v sektoru wellness používané v ČR

Pro oblast wellness samostatné standardy vytvořeny dosud nebyly, i když za tímto účelem vznikla v roce 2007 Česká asociace wellness.

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky pro období 2010–2012 zmiňuje v definicích kategorií ubytovacích zařízení mezi specifickými hotelovými zařízeními pojem „Wellness Hotel“. Jedná se o ubytovací zařízení, které splňuje požadavky pro kategorii Hotel 3*–5* a zároveň poskytuje služby wellness. Nicméně jeho certifikaci ponechává až na výstupy z projektu MMR „Zavádění národních standardů kvality ve vybraných sektorech cestovního ruchu“.

o stávající institucionální zabezpečení v oblasti kvality služeb

1 ORGÁNY NA NÁRODNÍ ÚROVNI A JEJICH KOMPETENCE V OBLASTI KVALITY SLUŽEB

1.1 Parlament ČR

Parlament České republiky je nejvyšším státním orgánem, který se může podílet na systému kvality služeb. Protože se jedná o zákonodárny sbor, jeho hlavní kompetence spočívá v tvorbě a přijímání legislativy, jež může ovlivnit kvalitu služeb a jejich poskytovatelů.

1.2 Ústřední orgány státní správy (vybrané)

Ministerstvo pro místní rozvoj

MMR je ústředním orgánem pro oblast cestovního ruchu. Jedním z úkolů ministerstva je iniciace zavádění národních standardů služeb v cestovním ruchu, jež vychází z koncepčních materiálů připravených ministerstvem pro oblast cestovního ruchu.

Ministerstvo spolupracuje na vytváření standardů pro ubytovací služby, a to odděleně pro hromadné ubytování hotelového typu (Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení ČR) a ostatní formy ubytování (Doporučený standard ubytování v soukromí, kempech, chatových osadách a turistických ubytovnách).

Podle zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů se ministerstvo také vyjadřuje k udělování koncesních listin pro provozování cestovní kanceláře.

Pro oblast průvodců se ministerstvo podílelo na vytvoření kvalifikačního standardů „Průvodce cestovního ruchu“ v rámci Národní soustavy kvalifikací.

Ministerstvo průmyslu a obchodu

Ministerstvo průmyslu a obchodu je ústředním orgánem státní správy mimo jiné pro průmyslovou, energetickou, proexportní a obchodní politiku a podporu podnikání. Z pohledu kvality služeb má však zejména význam jeho působnost na poli ochrany zájmů spotřebitelů a rozvoje živnostenského podnikání, případně v oblasti technické normalizace. Přímo řízenou organizací ministerstva je orgán dozoru Česká obchodní inspekce. Ministerstvo bylo rovněž pověřeno řízením Rady kvality ČR (viz dále).

1.3 Czech Tourism

Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism je státní příspěvkovou organizací Ministerstva pro místní rozvoj České republiky. Byla zřízena v roce 1993 za účelem propagace České republiky jako atraktivní turistické destinace na zahraničním a od roku 2003 také na domácím trhu.

CzechTourism přednostně propaguje produkty a služby, které získaly některý z certifikátů kvality služeb v ČR (certifikace ubytovacího zařízení podle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení, popř. Doporučeného standardu ubytovacích zařízení, či

certifikát CzechSpecials ozančující stravovací zařízení nabízející tradiční národní kuchyni a regionální speciality).

1.4 Rada kvality

Rada kvality vznikla jako vrcholný orgán vlády ČR na podporu rozvoje managementu a uplatňování Národní politiky kvality. Národní politika kvality představuje souhrn metod a nástrojů na ovlivňování kvality výrobků, služeb, činností v rámci národní ekonomiky a služeb veřejné správy. Řízením Rady kvality ČR je pověřeno Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR. V rámci této instituce byla pro oblast cestovního ruchu, hotelnictví, lázeňství a gastronomie ustavena Odborná sekce Rady kvality ČR „Kvalita cestovního ruchu, hotelnictví, lázeňství a gastronomie“. Funkci předsedy odborné sekce vykonává ředitelka odboru cestovního ruchu MMR ČR. Dalšími členy odborné sekce jsou zástupci profesní a odborné veřejnosti v cestovním ruchu.

Cílem práce odborné sekce je zejména realizace aktivit vedoucích ke zvyšování kvality poskytovaných služeb v oblasti cestovního ruchu, hotelnictví, lázeňství a gastronomie. Odborná sekce má charakter expertního a poradního místa, na kterém jsou projednávány návrhy jednotlivých jejích členů. Stanoviska odborné sekce jsou prezentována pouze jako odborná doporučení.

1.5 Dozorové orgány

Dozorové orgány provádějí kontrolu dodržování zákonných povinností. Tyto orgány mohou vydávat v případě zjištění nedostatků závazné pokyny k jejich odstranění. Pokud může dojít k bezprostřednímu ohrožení života, zdraví nebo majetku, mají oprávnění pozastavit prodej výrobků, poskytování služeb nebo uzavřít provozovnu. Pokud se výrobce, dovozce, vývozce, dodavatel nebo prodávající dopustí správního deliktu, mohou mu dozorové orgány udělit pokut až do výše 50 milionů Kč. Mezi hlavní dozorové orgány patří níže uvedené instituce.

Česká obchodní inspekce

Česká obchodní inspekce je orgánem státní správy, organizační složka státu, kde ústředního ředitele jmenuje ministr průmyslu a obchodu. Byla ustanovena zákonem č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů. Člení se na ústřední inspektorát a jemu podřízené inspektoráty se sídly v krajských městech.

Česká obchodní inspekce kontroluje a dozoruje právnické a fyzické osoby prodávající nebo dodávající výrobky a zboží na vnitřní trh, **poskytující služby** nebo vyvíjející jinou podobnou činnost na vnitřním trhu, poskytující spotřebitelský úvěr nebo provozující tržišť (tržnice) pokud podle zvláštních právních předpisů nevykonává dozor jiný správní úřad.

Česká obchodní inspekce kontroluje:

- dodržování podmínek stanovených k zabezpečení jakosti zboží nebo výrobků včetně zdravotní nezávadnosti, podmínek pro skladování a dopravu a požadavků na osobní hygienu a hygienickou nezávadnost provozu,
- zda se při prodeji zboží používají ověřená měřidla, pokud ověření podléhají, a zda používaná měřidla odpovídají zvláštním právním předpisům, technickým normám, jiným technickým předpisům, popřípadě schválenému typu,
- dodržování dohodnutých nebo stanovených podmínek a kvality poskytovaných služeb,
- dodržování státních podmínek stanovených zvláštními právními předpisy nebo jinými závaznými opatřeními pro provozování nebo poskytování činností,
- zda při uvádění stanovených výrobků na trh byly podle zvláštního právního předpisu výrobky řádně opatřeny stanoveným označením, popřípadě zda k nim byl vydán či přiložen stanovený dokument, zda vlastnosti stanovených výrobků uvedených na trh odpovídají stanoveným technickým požadavkům a zda v souvislosti s označením stanoveného výrobku byly splněny i požadavky stanovené zvláštními právními předpisy,
- zda nedochází ke klamání spotřebitele,
- zda výrobky uváděné na trh jsou bezpečné,
- zda osoby poskytující spotřebitelský úvěr dodržují podmínky stanovené zvláštním právním předpisem (v cestovním ruchu zejm. zák. č. 159/1999 Sb.).

Státní zemědělská a potravinářská inspekce

Státní zemědělská a potravinářská inspekce kontroluje, v rámci stanovených kompetencí, potraviny, suroviny k jejich výrobě, zemědělské výrobky a tabákové výrobky. Tyto kompetence se vztahují na výrobu, skladování, přepravu i prodej (včetně dovozu).

Cílem kontroly je především chránit spotřebitele před zdravotně závadnými potravinami, před potravinami, které jsou klamavě označené, dále s prošlým datem použitelnosti nebo neznámého původu. Nedílnou součástí cílené kontroly jsou podmínky výroby a prodeje.

Státní veterinární správa ČR

Je orgánem státní správy v rezortu zemědělství a je zřízena podle zákona č. 166/1999 Sb. Jejím úkolem je především ochrana spotřebitelů před případnými zdravotně závadnými produkty živočišného původu, monitorování a udržování příznivé nakažové situace zvířat, veterinární ochrana státního území České republiky, ochrana pohody zvířat a ochrana před jejich týráním. Státní veterinární správa ČR je od 28.11.2007 držitelem certifikátu ČSN EN ISO 9001 pro výkon státní správy v oblasti veterinární péče na území České republiky. Ve vztahu k cestovnímu ruchu se působnost SZPI a SVS dotýká zejména stravovacích zařízení.

Orgány ochrany veřejného zdraví

Státní správu v ochraně veřejného zdraví vykonávají orgány ochrany veřejného zdraví, kterými, podle zákona č. 258/2000 Sb. o ochraně veřejného zdraví, ve znění pozdějších předpisů jsou Ministerstvo zdravotnictví, krajské hygienické stanice, Ministerstvo obrany a Ministerstvo vnitra.

Hygienická stanice je organizační složkou státu, tedy organizací rozpočtovou. Jedná se o státní správu v ochraně veřejného zdraví. Zdravotní ústav je organizací příspěvkovou. Krajské hygienické stanice mají svá územní pracoviště, resp. detašovaná pracoviště většinou v místech původních okresních HS (hygienických stanic). Působnost orgánů ochrany veřejného zdraví se v cestovním ruchu dotýká zejména stravovacích zařízení, významnou roli však také hrají při řešení mimořádných událostí a v protiepidemické činnosti (zvláštní opatření při cestách do některých rizikových zemí, protiepidemická opatření či doporučení

obyvatelstvu i turistům v některých zvláštních případech – např. epidemií tzv. „ptačí chřipky“).

Státní zdravotní ústav

Státní zdravotní ústav je příspěvkovou organizací ministerstva zdravotnictví. Jeho postavení a úkoly jsou stanoveny § 86 zákona č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů. Státní zdravotní ústav je zdravotnické zařízení a je oprávněn zpracovávat za účelem přípravy podkladů pro tvorbu státní zdravotní politiky a sledování dlouhodobých trendů výskytu infekčních a jiných hromadně se vyskytujících onemocnění údaje o zdraví fyzických osob v souvislosti s předcházením vzniku a šíření infekčních onemocnění, ohrožení nemocí z povolání a jiných poškození zdraví z práce, o expozici fyzických osob škodlivinám v pracovním a životním prostředí a o epidemiologii drogových závislostí a předávat je orgánům ochrany veřejného zdraví.

Úřad pro ochranu osobních údajů

Působnost Úřadu je vymezena v § 2 a v § 29 zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů. Pro některé zvláštní agendy je působnost vymezena ve zvláštních právních předpisech. Úřad vykonává mimo jiné dozor nad dodržováním povinností při zpracování osobních údajů v oblasti elektronických komunikací a dozor nad dodržováním povinností při šíření obchodních sdělení (např. databáze hostů či klientů, rozesílání obchodních nabídek).

1.6 Spotřebitelská sdružení

Sdružení spotřebitelů mohou vznikat zejména na základě zákona o sdružování osob, resp. občanského zákoníku. Mají právně relativně silné postavení. Mohou být např. účastníkem soudního řízení v oblasti ochrany spotřebitele, resp. mohou navrhnout jeho zahájení. Sdružení jsou oprávněna činit podněty orgánům veřejné správy v souvislosti s jejich dozorem nad ochranou zájmů spotřebitelů. Orgány veřejné správy, které tyto podněty obdrží, jsou povinny informovat sdružení o jejich vyřízení bez zbytečného odkladu, nejpozději však do dvou měsíců od obdržení podnětu.

V České republice existuje několik sdružení na ochranu spotřebitele. Všechna mají v zásadě obdobné cíle: poskytovat poradenskou činnost pro spotřebitele, šířit informace z oblasti ochrany spotřebitele a přispívat svojí činností ke zvyšování jakosti výrobků a služeb.

2 ORGÁNY NA REGIONÁLNÍ ÚROVNI A JEJICH KOMPETENCE V OBLASTI KVALITY SLUŽEB

2.1 Krajské úřady, místní samospráva

Krajské úřady vykonávají samosprávu a v některých oblastech státní správu v přenesené působnosti, na základě zákona č. 129/2000 Sb., o krajích (krajské zřízení), ve znění pozdějších předpisů. Zastupitelstvu kraje zákon uděluje pravomoc schvalovat koncepce rozvoje cestovního ruchu na území kraje, zajišťovat jejich realizaci a kontrolovat jejich plnění. Za tímto účelem zpravidla krajské úřady zřizují odbor cestovního ruchu.

Živnostenské úřady (živnostenské odbory KÚ)

Veškeré činnosti vykonávané krajskými živnostenskými úřady jsou výkonem státní správy v přenesené působnosti. Krajské živnostenské úřady především vedou živnostenský rejstřík v působnosti svého správního obvodu. Ve vztahu k ochraně spotřebitele je třeba zmínit úlohu krajských živnostenských úřadů v oblasti regulace reklamy, kdy je jedním z orgánů příslušných k vykonávání dozoru nad dodržováním zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy. (Dalšími dozorovými orgány jsou Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, Státní ústav pro kontrolu léčiv, Státní rostlinolékařská správa a Ministerstvo zdravotnictví ČR). Živnostenské úřady tedy dohlíží na kvalitu nabídky předkládané potenciálnímu zákazníkovi.

2.2 Organizace destinačního managementu

Organizace cestovního ruchu (označované někdy jako „destinační managementy“ či „organizace destinačního managementu“) jsou zpravidla nevládní neziskové organizace (NNO), které ve spolupráci s příslušným odborem krajského úřadu zajišťují strategické, taktické i operativní řízení rozvoje cestovního ruchu v dané destinaci. Organizace cestovního ruchu mohou operovat na území kraje, turistického regionu, turistické oblasti či na území

města, případně svazku obcí. Mohou být zřizovány fyzickými i právníckými osobami, popř. orgánem samosprávy (krajem, obcí).

3 PROFESNÍ SVAZY A JEJICH KOMPETENCE V OBLASTI KVALITY SLUŽEB

Profesní organizace a zájmová sdružení vznikají často živelně z potřeby podnikatelů s cílem zvyšovat kvalitu poskytovaných služeb ve svém oboru a prosazovat zájmy svých členů. Smyslem jejich činnosti by měla být kultivace trhu a eliminování těch, kteří používají nekalé praktiky podnikání, a vzdělávání svých členů. Pro oblast wellness funguje v České republice profesní sdružení Česká asociace wellness.

Česká asociace wellness

Česká asociace wellness byla založena v roce 2007 a sdružuje právnícké a fyzické osoby podnikající v oblasti wellness. Jako své cíle deklaruje¹⁵:

- zastupovat zájmy členské základny,
- rozvíjet služby pro členskou základnu,
- zmapovat, definovat a nabízet služby garantovaných subjektů,
- rozvíjet a propagovat oblast wellness všemi dostupnými prostředky (publikace, konference, veletrhy)
- monitorování kvalitního rozvoje v oblasti wellness a certifikace subjektů wellness,
- rozvíjet vzdělávací aktivity v oblasti wellness, napomáhat vytváření podmínek pro zvyšování kvalifikace a zajišťování rekvalifikace pracovníků odvětví, pořádat či spolupřádat školení, kurzy a odborné semináře, poskytující aktuální informace z oboru,
- garantovat koncepční a obsahovou náplň subjektů nesoucí název wellness, bojovat s nekalou soutěží a nevhodným používáním označení wellness,
- zvyšovat úroveň a pověst oboru wellness na národní i mezinárodní úrovni,
- nabízet společné marketingové aktivity,
- navazovat kolegiální vztahy s odbornými organizacemi, institucemi a živnostenskými společenstvy v tuzemsku i zahraničí ke spolupráci a výměně zkušeností.

¹⁵ <http://www.spa-wellness.cz/main.php?lnk=2a2b2c2a2d2f101115101415171718181a1b1c1d1e1f000102>

○ stávající způsob financování systému kvality služeb

1 VEŘEJNÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Financování systému kvality služeb může v České republice pocházet z různých veřejných zdrojů:

- prostředky ze státního rozpočtu,
- fondy a programy EU,
- veřejné finance (kraje a obce),
- rozpočet příspěvkových organizací.

Finanční podpora zavádění národních standardů kvality a marketingových aktivit na národní úrovni a v zahraničí je realizována zejména prostřednictvím aktivit Ministerstva pro místní rozvoj. Odbor cestovního ruchu realizuje v rámci IOP následující projekty zaměřené na kvalitu služeb v cestovním ruchu a na zlepšení statistiky v cestovním ruchu:

Zavádění národních standardů kvality ve vybraných sektorech cestovního ruchu

Cílem projektu je především zavedení jednotných národních standardů kvality poskytovaných služeb v sektorech hotelnictví, gastronomie, cateringu, wellness, průvodců, cestovních kanceláří a cestovních agentur a jejich následná certifikace.

Kvalita služeb v segmentu venkovského cestovního ruchu

Cílem projektu je vytvoření národních standardů pro jednotlivé segmenty venkovského cestovního ruchu (ubytování v soukromí, kempy a chatové osady, turistické značené cesty, stanice a jezdecké stezky pro turistiku na koni) a jejich následná certifikace.

Systém udržitelných modelů cestovního ruchu

Cílem projektu je systémová podpora udržitelných modelů cestovního ruchu, která by postihovala komplexněji všechny aspekty udržitelnosti v rámci udílení ekoznaček, udržitelnosti produktů, služeb a destinací v ČR.

Zlepšení kvality turistických informačních center

Cílem projektu je především zavedení jednotného standardu poskytovaných služeb turistických informačních center (TIC) a jejich následná certifikace. V rámci projektu bude rovněž provedena optimalizace sítě jednotlivých TIC a navržen optimální model jejich

fungování, a to jak z pohledu organizačního tak i ekonomického. Realizováno bude rovněž komunikační propojení TIC, jež umožní na základě spolehlivé dokumentace racionální zpracování informací.

Realizované projekty v rámci druhé výzvy (vyhlášení výzvy plánováno na rok 2010)

- Projekt na zavedení standardů kongresového a incentivního turismu
- Projekt na systém řízení kvality v oblasti cestovního ruchu (realizace Národního systému kvality služeb v cestovním ruchu)

Na realizaci těchto projektů odbor cestovního ruchu spolupracuje zejména s profesními sdruženími působícími v daných oblastech, které se stanou nositeli jednotlivých standardů a procesu certifikace.

Výsledkem této skupiny projektů bude zkvalitnění služeb v oblasti cestovního ruchu. V rámci těchto projektů budou vytvořeny národní státem garantované standardy a vytvořen systém certifikace pro jednotlivé segmenty cestovního ruchu, jež budou poté implementovány do vznikajícího **Národního systému kvality služeb v cestovním ruchu**, který do budoucna zaštití pod jednou značkou celý systém.

2 SOUKROMÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Aktivity financované v oblasti kvality ze soukromých zdrojů mají zpravidla povahu cílených investic. Nejčastěji se jedná o investice do vzdělávání či infrastruktury, jejichž realizací sleduje investor dosažení lepších obchodních výsledků.

Může jít například o:

- školení a vzdělávání zaměstnanců;
- investice do podnikového systému řízení kvality;
- investice do provozních, komunikačních a dalších technických prostředků s cílem zvýšení kvality poskytované služby;
- investice do systému řízení kritických bodů (HACCP – zejm. ve stravování);
- certifikace zavedených vnitropodnikových systémů podle ISO;
- investice do získání různých marketingových známek kvality a certifikátů (CzechSpecials, certifikace agroturistických zařízení, Cyklisté vítáni, Father Friendly a celá řada dalších);

- členství v profesní asociaci či zájmovém sdružení.

Do soukromých investic v oblasti kvality je však třeba jednoznačně zahrnovat pouze ty investice, které mají vazbu na konkrétní systém řízení kvality, definované standardy, případně podmínky k udělení certifikátu či marketingové známky. Investice do technologie či vzdělávání zaměstnanců samy o sobě mohou být sice pro kvalitu poskytované služby přínosem, ale nejsou-li tyto zasazeny do systému řízení kvality, může být jejich dopad na kvalitu poskytované služby jen velmi těžko kontrolován. Zpětné vyhodnocení efektivnosti realizovaných opatření je přitom jedním ze základních stavebních kamenů jakéhokoliv systému managementu kvality.

d) ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU KVALITY SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS V ZAHRANIČÍ

(alespoň 10 zemí EU a 2 země mimo EU, v nichž je již systém kvality služeb zaveden a je alespoň částečně funkční)

1 EVROPSKÁ UNIE A KVALITA

Evropská unie si dlouhodobě uvědomuje, že pro úspěšné fungování jednotného vnitřního trhu je nutné věnovat pozornost různým aspektům zabezpečování kvality. K tomu má napomoci mimo jiné harmonizace technických standardů založená na tzv. novém přístupu a posuzování shody podle tzv. globálního přístupu. Kromě toho působí na evropské úrovni několik organizací, které se zabývají prosazováním kvality, a probíhá řada aktivit s podporou EU, které mají veřejnost upozornit na důležitost kvality.

1.1 Přístup EU ke kvalitě, základní principy

Přístup Evropské unie ke kvalitě lze shrnout do následujících tezí:

- Na vnitřní trh EU by měl být umožněn přístup pouze kvalitnímu zboží (službám). K tomu napomáhá tvorba evropských norem, které hrají podstatnou roli při usnadňování funkce jednotného vnitřního trhu, tj. při volném pohybu výrobků a služeb z jedné členské země do druhé.
- Výrobky uváděné na trh spadají buď do regulované nebo neregulované sféry. Do regulované oblasti patří výrobky, u nichž se předpokládá, že při jejich použití může dojít k poškození zdraví uživatele. Na tyto výrobky se vztahují směrnice a normy předepisující minimální hodnoty znaků kvality a povinné metody posuzování shody. U výrobků z neregulované sféry jsou normy pouze doporučující.
- Výrobky z regulované sféry musí být opatřeny před uvedením na trh EU označením shody CE.
- K posuzování shody s požadavky na kvalitu výrobků se používá tzv. modulární přístup. Existuje osm modulů posuzování shody od jednoduchých, které dovolují výrobcům provádět interní zkoušky a deklarovat shodu, až po velmi složité kontroly každého prvku výrobku

schválenou organizací (notifikovanou osobou). Povaha rizik obsažených v každém výrobku určuje, který modul posuzování shody je vhodný.

- Harmonizace podmínek nezávislého posuzování shody je základem vzájemného uznávání výsledků zkoušení výrobků a certifikace tak, aby nebyla blokována vzájemná výměna zboží na vnitřním trhu EU.
- Podmínky stanovené evropskými normami a směrnicemi EU se vztahují rovněž na obchodní partnery ze třetích zemí, pokud chtějí dodávat své výrobky a služby na trhy členských zemí.

1.2 „Nový přístup“ k evropské harmonizaci

Harmonizace technických předpisů týkající se výrobků vyráběných v členských zemí Společenství byla zpočátku prováděna prostřednictvím směrnic, které v přílohách obsahovaly podrobné technické specifikace. Jednalo se o tzv. starý přístup, který se však neosvědčil z důvodů dlouhé přípravy směrnic a nutnosti jejich časté aktualizace (nicméně se stále používá v některých odvětvích). Společenství proto přistoupilo k přijetí tzv. nového přístupu v roce 1985. Směrnice nyní obsahují pouze základní požadavky pro zajištění bezpečnosti výrobků s ohledem na ochranu zdraví, majetku a životního prostředí. Základní požadavky jsou stejné pro všechny členské státy, které jsou právně zavázány je zavést. Podrobné technické požadavky jsou upraveny evropskými normami.

Evropské normy jsou však dobrovolné, a proto se jimi výrobci nemusí řídit a mají volnost výběru jakéhokoliv technického řešení, kterým ale musí splnit základní požadavky. Pokud se však harmonizovanými normami řídí, platí předpoklad shody se základními požadavky směrnice. Shoda se směrnicí se na výrobku vyjadřuje označením CE.

1.3 Evropské normy

Většina norem používaných v Evropě před druhou světovou válkou měla charakter národní normy, vyjma oblasti elektrotechniky, kde existovaly společné normy pro celý svět. V roce 1947 byla založena Mezinárodní organizace pro normalizaci ISO, která začala postupně tvořit mezinárodně platné normy. V 60., resp. 70. letech byly založeny evropské organizace pro normalizaci (CEN a CENELEC) vydávající normy evropské. Do budoucna se

předpokládá, že počet používaných národních norem významně poklesne, i když pravděpodobně nezaniknou.

Zatímco mezinárodní normy se spíše zabývají metodami zkoušení, terminologií, metodami vzorkování apod., evropské normy se zaměřují na funkční vlastnosti a specifikace výrobků či služeb. Evropské normy se uplatňují hned ve třech oblastech činnosti EU. Tvoří jednak podstatnou část Nového přístupu ke směrnicím, protože obsahují technické podrobnosti ke každé směrnici, kdy vlastně reprezentují přístup „nejlepší praxe“. Dále jsou součástí veřejných zakázek. Orgány státní správy musí v nabídkových řízeních používat pro technické specifikace odkazy na evropské normy, díky čemuž mají všichni účastníci řízení přístup ke stejným informacím, jsou dodávány vysoce kvalitní výrobky a služby a jsou využívána nákladově nejefektivnější řešení. V neposlední řadě tvorba evropských norem hraje podstatnou roli při fungování jednotného vnitřního trhu tím, že napomáhají odstraňovat technické bariéry omezující volný pohyb výrobků a služeb.

Potřeba standardizace pro sektor služeb byla zdůrazněna přijetím směrnice 2006/123/ES o službách na vnitřním trhu, která vybízí k tvorbě evropských standardů za účelem usnadnění kompatibility služeb, informovanosti jejich příjemců a zajištění kvality jejich poskytování.

1.4 Evropské organizace pro normalizaci

CEN (Comité Européen de Normalisation)

Evropský výbor pro normalizaci (CEN) je nezisková organizace založená v roce 1961. Představuje platformu pro rozvoj evropských standardů (EN) a dalších konsensuálních dokumentů. Členy CEN je 31 národních organizací pro standardizaci ze zemí EU a ESVO. Na základě směrnice 98/34/ES o postupu při poskytování informací v oblasti technických norem a předpisů je vedle organizací CENELEC a ETSI jedinou evropskou organizací, která může plánovat, vytvářet a přijímat evropské standardy.

CEN svými aktivitami pokrývá řadu sektorů jako letectví a astronautiku, chemii, stavebnictví, spotřebitelské produkty, energetiku, potravinářství, zdraví a bezpečnost, zdravotnickou péči, služby, dopravu, obranu a další.

CEN úzce spolupracuje s mezinárodní organizací ISO (na základě Vídeňské dohody z roku 1991) a přejímá stejné znění ISO a EN standardů.

V rámci CEN působí několik technických komisí, které se zabývají tvorbou standardů pro jednotlivé sektory. Mezi jinými se jedná o Technickou komisi pro služby cestovního ruchu, jejíž založení bylo iniciováno v roce 1996 Německem. První standard, který technická komise publikovala, byla terminologie týkající se cestovních kancelářů a cestovních agentur z roku 2003 (EN 13809 Standard - Tourism Services – Travel agencies and tour operators – Terminology). Dalšími publikovanými standardy v rámci této komise jsou EN ISO 18513 Standard – Tourism Services – Hotels and other type of tourism accommodation – Terminology z roku 2003, série standardů o službách rekreačního potápění a standard EN 15565 – Tourism Services – requirements for the provision of professional tourist guide training and qualification programmes z roku 2008.

CENELEC (Comité Européen de Normalisation Electrotechnique)

Evropský výbor pro elektrotechnickou standardizaci byl založen v roce 1973 a je tvořen národními elektrotechnickými komisemi z 31 evropských zemí. Působnost výboru je omezena na vytváření standardů na poli elektrických a elektronických výrobků.

ETSI (European Telecommunications Standards Institute)

Evropský institut pro telekomunikační standardy je nezisková založená v roce 1988 organizace mající 766 členů z 63 zemí. Sdružuje přitom jak národní organizace pro standardizaci, tak výrobce, uživatele či poskytovatele technologií. Vytváří standardy pro informační a komunikační technologie včetně mobilních, rádiových, internetových aj. technologií.

2 ZDŮVODNĚNÍ VÝBĚRU ZEMÍ A JEJICH SEZNAM

Sektor wellness je neustále se rozvíjející se oblast cestovního ruchu, proto standardy v této oblasti nejsou ještě všude samozřejmostí a jejich vytváření je ve většině případů záležitostí několika posledních let. Vybrané země, které mají zavedený dobrovolný národní systém certifikace wellness zařízení, resp. wellness destinací, patří alespoň v Evropě mezi „průkopníky“ v této oblasti. V níže uvedených zemích jsou buď vytvořeny nebo budou

vytvořeny samostatné standardy pro sektor wellness, nebo je sektor wellness řešen jako součást komplexního systému kvality služeb v cestovním ruchu v dané zemi.

2.1 Vybrané země Evropské unie

Dánsko

Dánsko vytvořilo značku kvality pro wellness zařízení „Wellness Danmark“. Certifikovaná zařízení jsou sdružena v zastřešující organizaci Aktiv Danmark.

Francie

Francie má vytvořený národní systém kvality služeb cestovního ruchu Qualité Tourisme, do kterého ovšem sektor wellness ještě není zahrnut.

Estonsko

Estonská asociace lázní provádí kategorizaci a klasifikaci lázeňských hotelů včetně hotelu wellness.

Irsko

Irsko používá kategorizaci zařízení z oblasti Spa & Wellness vytvořenou národní organizací cestovního ruchu Fáilte Ireland. Zařízení z oblasti wellness a volnočasových aktivit mohou obdržet značku kvality White Flag Award.

Maďarsko

Maďarsko používá národní systém kvality služeb cestovního ruchu, zatím pro hotely a restaurace.

Německo

V Německu funguje systém kvality služeb v cestovním ruchu „Service Qualität Deutschland“, který je určen i pro podniky z oblasti lázeňství, terapie, rehabilitace apod. Zároveň Deutsche Wellness Verband stanovuje standardy pro různé typy zařízení a provádí jejich hodnocení.

Nizozemsko

Nově vzniklá asociace Dutch Spa & Wellness vytvořila pro své členy oficiální známku kvality.

Rakousko

Rakousko pro oblast wellness používá značku kvality „Best Health Austria“ určenou pro wellness zařízení, lázně, lázeňské hotely, rehabilitační centra a kliniky.

Řecko

Řecko usiluje o vytvoření standardů pro oblast wellness. V budoucnu bude vytvořena asociace spa & wellness. Řecko také zavedlo švýcarský model systému kvality služeb cestovního ruchu.

Slovensko

Slovensko má na základě vyhlášky ministerstva hospodářství definovanou kategorii wellness hotel a lázeňský hotel a stanovené klasifikační znaky pro zařazení ubytovacího zařízení do těchto kategorií.

2.2 Vybrané země mimo Evropskou unii

Švýcarsko

Švýcarsko zavedlo v roce 2008 značku pro oblast wellness „Wellness Destination“, která je určena pro wellness destinace, jež na základě samohodnocení stanovených kritérií obdrží značku kvality „W“.

Indie

Indie zavedla standardy kvality pro oblast wellness, resp. akreditační program pro wellness centra a zařízení aplikují tradiční indické lékařské postupy.

3 DÁNSKO

○ základní atributy a fungování systému kvality služeb v těchto zemích

1. POUŽÍVANÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

■ Značka kvality Wellness Denmark

Značka kvality Wellness Denmark je součástí širšího komplexu schémat kvality vybraných služeb cestovního ruchu. Vedle wellness sektoru jsou certifikovány aktivity jako golf, rybaření, cyklistika a pěší turistika a gastronomická zařízení. Cílem je zaručit návštěvníkům Dánska splnění specifických požadavků na tyto sektory a zjednodušit jim orientaci při hledání nejlepších dostupných produktů.

2. TRADICE POUŽÍVÁNÍ SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB V ZEMI

Známky kvality jsou udělovány od roku 2004.

3. NÁRODNÍ/REGIONÁLNÍ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Jedná se o národní systém kvality služeb.

4. SYSTÉM VYCHÁZÍ Z INICIATIVY VEŘEJNÉHO/SOUKROMÉHO SEKTORU

Značka kvality pro sektor wellness vzešla z iniciativy národní organizace cestovního ruchu VisitDanmark a zainteresovaných subjektů dánského průmyslu cestovního ruchu.

5. DOBROVOLNOST/POVINNOST SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB

Systém je dobrovolný.

6. ÚČAST NA SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB JE BEZPLATNÁ/PLACENÁ

Zpoplatněno je členství v zastřešující organizaci Aktive Danmark a prováděné kontroly certifikovaných zařízení. Roční členství stojí 6 tisíc dánských korun.

7. HODNOCENÁ KRITÉRIA A UDĚLOVANÉ OZNAČENÍ

Aby zařízení poskytující wellness služby (wellness centra, lázně, hotely apod.) získalo značku kvality „Wellness Danmark“, musí splňovat požadavky týkající se:

- jeho zaměření na cílovou skupinu,
- konceptu zařízení,
- poskytovaných služeb,
- spa nabídky,
- poskytovaných procedur,
- odpočinkové zóny,
- rekreační plochy,
- stravy,
- zaměstnanců,
- otevírací doby,
- čistoty a
- možností ubytování.

Wellness centra musí jasně deklarovat své wellness zaměření jak v tištěných tak v elektronických materiálech zařízení. Koncept wellness centra přitom musí být založen na holistickém přístupu a měl by se odrážet ve flexibilním přístupu k léčbě, přitažlivém vybavení, možnostech pro fyzickou a duševní relaxaci a souladu s okolím, přičemž služby wellness centra jsou poskytovány ve vlídné, reprezentativní a relaxační atmosféře.

Další podmínkou je, aby wellness centrum nabízelo čistý a upravený spa úsek s lázněmi/vířivkou, saunou a/nebo parními koupelemi. V nabídce centra musí být nejméně tři druhy léčebných procedur, masáže, zábaly, peeling a koupele. Léčba musí být zároveň přizpůsobena potřebám každého klienta, který by měl být před zahájením procedur informován o jejich obsahu.

Požadavky jsou kladeny také na odpočinkové a rekreační plochy. Certifikované wellness centrum musí mít k dispozici vnitřní nebo venkovní odpočinkovou zónu nejméně pro deset osob, jimž je nabízeno občerstvení v podobě vody nebo džusu a čerstvého ovoce. Okolní rekreační plochy zase musí disponovat dostatkem možností pro trávení volného času, které ale současně navazují na vnitřní nabídku centra (např. parky, pláže, turistické stezky).

Hosté mají dále zajištěnou odpovídající stravu, a to buď přímo ve wellness zařízení, nebo v jeho blízkosti.

Zaměstnanci musí být kvalifikovaní, absolvovat příslušná školení a domluvit se plynně dánsky a/nebo anglicky.

Podmínkou je také, aby certifikované zařízení mělo otevřeno minimálně pět dní v týdnu včetně mimo sezóny. Samozřejmostí je čistota a dodržování vysokých hygienických standardů.

V neposlední řadě je povinností poskytovat ubytování nebo se alespoň odkázat na možnosti ubytování v okolí.

Kromě těchto povinných požadavků, jsou stanoveny i nepovinné požadavky, které by se však v následujících letech měly stát také závaznými. Jedná se o:

- nabídku kondičních aktivit (např. jógy, pilates)
- nabídku plaveckého bazénu, lázní atd.
- ohled na životní prostředí (např. mít certifikát Green Key).

Certifikovaná wellness zařízení mají možnost používat ke své prezentaci následující logo. Jednotlivé certifikované sektory dánského cestovního ruchu mají přidělené různé barevné schéma, pro wellness sektor je typická fialová barva. Logo musí mít zařízení umístěno na čelním a viditelném místě.

Obrázek 1: Logo Wellness Denmark



Zdroj: <http://www.visitdenmark.com/international/en-gb/menu/turist/inspiration/nydlivet/wellness/a-holiday-with-quality.htm>

8. ČETNOST KONTROL A OBNOVY CERTIFIKÁTU

Zájemce o logo kvality se musí stát členem sdružení Aktive Danmark. Nový člen projde inspekcí do 1 roku od přihlášení. Kontrolní inspekce se pak provádějí každé dva roky.

9. PŘÍPADNÁ SPECIFIKA SYSTÉMU

Nebyla zjištěna.

○ **platná legislativa související s kvalitou služeb, případně další významné dokumenty**

1. ZÁKLADNÍ POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB

Základní požadavky na kvalitu služeb klade legislativa vytvořená na ochranu práv spotřebitele. Jako ochranný a poradní orgán působí v Dánsku v oblasti ochrany spotřebitele Národní spotřebitelská agentura (Forbrugerstyrelsen). Tato agentura se podílí na tvorbě legislativy v oblasti ochrany spotřebitele i kontrole jejího dodržování. Dále v Dánsku působí Veřejný ochránce práv spotřebitelů (Forbrugerombudsmanden).

2. POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

Konkrétně oblast wellness není legislativně upravena.

3. PŘÍPADNÁ LEGISLATIVA (DOKUMENTY) SOUVISEJÍCÍ SE SYSTÉMEM KVALITY SLUŽEB

Obecně je v Dánsku kvalita služeb hlídána mimo jiné soustavou několika zákonů na ochranu spotřebitele, do níž patří:

- Zákon o marketingu (Markedsføringsloven),
- Zákon o spotřebitelských stížnostech (Forbrugerklageloven),
- Zákon o ochraně práv spotřebitele (Lov om forbud til beskyttelse af forbrugernes rettigheder),
- Zákon o elektronickém obchodě (E-handelsloven),
- Zákon o cestovním záručním fondu (Rejsegarantifondsloven).

○ relevantní normy a standardy související s kvalitou služeb v těchto zemích

1. POUŽÍVANÉ NORMY V SEKTORU WELLNESS

Pro sektor wellness nebyly dosud žádné normy zavedeny. Částečně se terminologii z této oblasti věnuje norma DS/EN ISO 18513:2003 Turistservice - Hoteller og andre typer af turistindkvarteringer – Terminologi.

2. STANDARDY V SEKTORU WELLNESS V DANÉ ZEMI

Jediným standardem zavedeným v Dánsku je kritéria pro získání značky kvality Wellness Denmark.

○ hlavní cílové skupiny zapojené do systémů kvality v těchto zemích

1. WELLNESS ZAŘÍZENÍ, WELLNESS DESTINACE

Členové sdružení Aktive Danmark, tj. certifikovaná zařízení, získají zapojením do systému řadu výhod jako:

- Pravidelně obdrží členský zpravodaj.
- Mohou se účastnit členských schůzí, kurzů a seminářů.
- Pravidelně podstupují inspekce zajišťující udržení značky kvality.
- Mají přístup k informacím a analýzám z oblasti wellness cestovního ruchu.
- Mají možnost využít společných marketingových nástrojů.

2. SPOTŘEBITELÉ

Systém značky Denmark Wellness přináší spotřebitelům přehled o kvalitních wellness zařízeních, splňujících dané standardy. Díky podpoře zastřešující organizace VisitDenmark,

je na stránkách této organizace také možné certifikovaná zařízení elektronicky vyhledávat a rezervovat, což je pro spotřebitele také přínosem.

3. PROFESNÍ ASOCIACE

Pro oblast wellness je relevantní profesní asociace HORESTA (dánská hotelová asociace), která je jednou ze základajících organizací sdružení Aktive Danmark, a její zájem na systému kvality je tak evidentní. Díky úspěšně fungujícímu systému budou její členové poskytovat kvalitní služby a přispějí tak k dobrému jménu odvětví i celého království.

○ **institucionální zabezpečení systému kvality služeb v těchto zemích**

1. ODPOVĚDNÁ INSTITUCE NA NÁRODNÍ (REGIONÁLNÍ) ÚROVNI ZA SYSTÉM ŘÍZENÍ KVALITY V ZEMI A JEJÍ KOMPETENCE

VisitDenmark

Jedná se o národní organizaci cestovního ruchu, která byla iniciátorem vzniku kvalitativních schémat a zakládající člen sdružení Aktive Danmark. Zajišťuje především národní a mezinárodní marketingovou podporu a propagaci certifikovaných subjektů.

Aktive Danmark

Aktive Danmark je sdružení organizací a podnikatelů v cestovním ruchu. Zakládajícími členy byly národní organizace VisitDenmark a profesní sdružení (např. HORESTA – dánská hotelová asociace). Dnes má Aktive Danmark více jak 400 členů. Cílem sdružení je vytvářet kvalitní produkty cestovního ruchu ve výše uvedených sektorech (tj. wellness, gastronomie, cyklistika, rybaření, golf a pěší turistika) včetně nutných standardů kvality a provádět společné marketingové aktivity.

2. PROFESNÍ ASOCIACE A JEJICH KOMPETENCE

HORESTA

Horesta je profesní organizací sdružující dánské hotely, restaurace a další zařízení cestovního ruchu. Je zodpovědná za provádění kontrol wellness zařízení, ať jsou jejími členy nebo ne.

3. CERTIFIKAČNÍ SPOLEČNOST, SUBJEKT

Celkovou zodpovědnost za provádění inspekcí má sekretariát Aktive Danmark. Za vlastní inspekce jsou zodpovědné profesní svazy zapojené ve sdružení. Pro oblast wellness je to dánská hotelová asociace HORESTA.

○ způsob financování kvality služeb v těchto zemích

1. VEŘEJNÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Nezjištěno.

2. SOUKROMÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Podle dostupných zdrojů je jedním ze soukromých pramenů financování systému roční členský příspěvek ve sdružení Aktive Danmark, který činí 6 tisíc DKK. Inspekce vyjde zařízení na 1500 DKK.

○ marketingové a motivační nástroje jednotlivých systémů kvality služeb v těchto zemích

1. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA MARKETINGOVÝCH A MOTIVAČNÍCH NÁSTROJŮ

Marketingové a motivační nástroje, jež mají podpořit wellness zařízení v jejich certifikaci, mají povahu nástrojů, které mají podpořit propagaci těchto zařízení na dánském a

mezinárodní trhu, a nástrojů, které mají pomoci zvyšovat úroveň poskytovaných služeb v těchto zařízeních založené na vzdělávání certifikovaných subjektů a provádění pravidelných kontrol.

2. NEJDŮLEŽITĚJŠÍ NÁSTROJE

Jako hlavní přínosy členství ve sdružení Aktive Danmark a certifikace značkou kvality jsou uváděny následující aktivity:

- prezentace konkrétní nabídky certifikovaného zařízení na internetovém portálu www.visitdenmark.dk, sloužící domácím a zahraničním návštěvníkům Dánska,
- zisk loga a možnost jeho využití při různých marketingových aktivitách certifikovaného podniku,
- prezentace na veletrzích.
- zařízení obdrží pravidelný členský zpravodaj,
- jsou pořádány členské schůze, prezentace a semináře,
- provádění pravidelných inspekcí zajišťující udržení značky kvality,
- podnikatelé mají zajištěný přístup k informacím a analýzám z oblasti zdravotního cestovního ruchu.

3. CÍLENÉ SEGMENTY (ZÁKAZNÍK, PODNIKATEL)

Schéma kvality se zaměřuje jak na podnikatele, tak na jeho zákazníky. Podnikatelé se mohou na trhu zaštitit exkluzivním logem kvality, které dokládá, že jimi nabízené služby splňují specifické požadavky. Pro zákazníka to zase znamená snadnější orientaci v nabídce wellness služeb a možnost si vybrat to nejlepší, co je na dánském trhu nabízeno tak, aby byly uspokojeny jeho požadavky.

Význam má však i pro samotnou destinaci Dánsko, která značku kvality chápe jako součást snahy zvýšit svou konkurenceschopnost v sektoru spa a wellness v mezinárodním měřítku.

4 FRANCIE

○ základní atributy a fungování systému kvality služeb v těchto zemích

1. POUŽÍVANÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Ve Francii systém kvality pro služby wellness zaveden nebyl, na národní úrovni funguje systém kvality v CR Qualité Tourisme pro ubytovací a stravovací zařízení, kongresová centra, TIC, dopravu a volnočasová zařízení.

Podle informací z ověřovací cesty do Francie zatím sektor wellness nevyjádřil ochotu stát se součástí tohoto systému. Nicméně tuto značku mohou obdržet i ubytovací zařízení poskytující wellness služby.

2. TRADICE POUŽÍVÁNÍ SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB V ZEMI

Systém Qualité Tourisme byl zaveden v roce 2005.

3. NÁRODNÍ/REGIONÁLNÍ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Systém Qualité Tourisme je platný celonárodně.

4. SYSTÉM VYCHÁZÍ Z INICIATIVY VEŘEJNÉHO/SOUKROMÉHO SEKTORU

Systém vychází z iniciativy veřejného sektoru.

5. DOBROVOLNOST/POVINNOST SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB

Systém je dobrovolný.

6. ÚČAST NA SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB JE BEZPLATNÁ/PLACENÁ

Účast jako taková je bezplatná. Zpoplatněny jsou však některé úkony související s certifikací jako je např. nezávislý audit splnění požadavků systému kvality.

7. HODNOCENÁ KRITÉRIA A UDĚLOVANÉ OZNAČENÍ

System funguje jako zastřešující značka pro již dříve vytvořené systémy kvality jednotlivých hotelových řetězců, které jsou v rámci systému uznány. Kromě vlastních závazků ke kvalitě, musí certifikované zařízení splnit i minimální požadavky státem. Kritéria systému Qualité Tourisme byla stanovena hlavně pro oblasti ve kterých Ministerstvo hospodářství, průmyslu a zaměstnanosti shledávalo přetrvávající nedostatky. Jde o oblasti poskytování informací zákazníkovi a komunikaci s ním, proces přivítání zákazníka, vyjasnění kompetencí personálu zařízení, naslouchání zákazníkovi, zajištění jeho pohodlí a čistoty zařízení a zhodnocování místních zdrojů.

Obrázek 2: Logo Qualité Tourisme



Zdroj: <http://www.qualite-tourisme.gouv.fr>

8. ČETNOST KONTROL A OBNOVY CERTIFIKÁTU

Jednou ročně je Ministerstvo hospodářství, průmyslu a zaměstnanosti oprávněno provádět vlastní kontroly v certifikovaných zařízeních, např. formou mystery shoppingu. Značka Qualité Tourisme se uděluje na tři roky. Audity těchto zařízení provádí nezávislé státem akreditované společnosti, např. AFNOR, Bureau Veritas apod.

9. PŘÍPADNÁ SPECIFIKA SYSTÉMU

V rámci zajištění neustálého zajišťování kvality může stát certifikovanému zařízení přispět na aktualizaci jeho příručky kvality. O finanční podporu žádá buď celá síť uznaná v systému Qualité Tourisme, nebo nezávislá zařízení u svých regionů, které mohou poskytnout úhradu v celé výši nebo jen část z nákladů.

- **platná legislativa související s kvalitou služeb, případně další významné dokumenty**

1. ZÁKLADNÍ POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB

Základní legislativní požadavky jsou zakotveny ve Spotřebitelském zákoně (Code de la Consommation). Služby cestovního ruchu jsou samostatně řešeny v rámci zákona o cestovním ruchu (Code du Tourisme).

2. POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

Oblast wellness není přímo ošetřena žádným zákonem.

3. PŘÍPADNÁ LEGISLATIVA (DOKUMENTY) SOUVISEJÍCÍ SE SYSTÉMEM KVALITY SLUŽEB

Spotřebitelský zákon (Code de la Consommation), zákon o cestovním ruchu (Code du Tourisme)

- **relevantní normy a standardy související s kvalitou služeb v těchto zemích**

1. POUŽÍVANÉ NORMY V SEKTORU WELLNESS

Norma pro oblast wellness nebyla dosud vytvořena. částečně se problematikou wellness zabývá norma NF EN ISO 18513:2004 Services touristiques - Hôtels et autres types d'hébergements touristiques – Terminologie.

2. STANDARDY V SEKTORU WELLNESS V DANÉ ZEMI

Standardy v sektoru wellness nebyly ve Francii dosud vytvořeny.

- **hlavní cílové skupiny zapojené do systémů kvality v těchto zemích**

3. WELLNESS ZAŘÍZENÍ, WELLNESS DESTINACE

System Qualité Tourisme se obecně zaměřuje na různá zařízení cestovního ruchu. System byl vytvořen za účelem posílení konkurenceschopnosti těchto zařízení a zvýšení jejich atraktivity pro spotřebitele.

4. SPOTŘEBITELÉ

System byl vytvořen za účelem lepší a snazší informovanosti spotřebitelů. Jednotný systém s jednou značkou přináší spotřebitelům jasnější přehled o kvalitních službách, než několik různých systémů kvality pod různými značkami.

5. PROFESNÍ ASOCIACE

Profesní asociace jsou do systému zapojeny jako partneři či poradní orgány při vytváření a aktualizaci standardů a kvalifikačních kritérií v rámci značky Qualité Tourisme.

- **institucionální zabezpečení systému kvality služeb v těchto zemích**

1. ODPOVĚDNÁ INSTITUCE NA NÁRODNÍ (REGIONÁLNÍ) ÚROVNI ZA SYSTÉM ŘÍZENÍ KVALITY V ZEMI A JEJÍ KOMPETENCE

Ministerstvo hospodářství, průmyslu a zaměstnanosti (odbor cestovního ruchu)

Ministerstvo hospodářství, průmyslu a zaměstnanosti je orgánem, který systém Qualité Tourisme vytvořil. Ve spolupráci s profesionály v oboru vytvořilo ministerstvo kritéria, která zařízení usilující o značku kvality musí splnit. Ministerstvo také provádí každoroční namátkové kontroly.

2. PROFESNÍ ASOCIACE A JEJICH KOMPETENCE

Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie (UMIH)

Profesní asociací, která je v systému Qualité Tourisme zapojena a relevantní i k sektoru wellness hotelů, je hotelová asociace Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie. Role asociace UMIH v tomto systému je sloužit jako platforma profesionálů (tj. zaměstnavatelů a podnikatelů v hotelovém průmyslu) a spolu se státem se podílet na vytváření kritérií, která musí být splněna zařízením certifikovaným značkou Q.

3. CERTIFIKAČNÍ SPOLEČNOST, SUBJEKT

Pro certifikaci jsou najímány nezávislé auditorské společnosti, např. AFNOR, Bureau Veritas apod.

o způsob financování kvality služeb v těchto zemích

1. VEŘEJNÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Veřejnými zdroji jsou příspěvky ze státního rozpočtu, které putují na fungování Ministerstva hospodářství, průmyslu a zaměstnanosti jako řídicího orgánu. Dále mohou být na základě žádosti subjektu financovány i jeho aktivity pro aktualizaci příručky kvality.

2. SOUKROMÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Soukromé zdroje žadatelů o certifikaci jsou určeny na pokrytí nákladů nezávislých certifikačních organizací spojených s hodnocením žadatelů.

○ marketingové a motivační nástroje jednotlivých systémů kvality služeb v těchto zemích

1. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA MARKETINGOVÝCH A MOTIVAČNÍCH NÁSTROJŮ

V marketingové oblasti ministerstvo spoléhá na reklamní kampaně a aktivity národní organizace cestovního ruchu Atout France, která koordinuje marketing a všechny iniciativy v rámci značky Q.

Motivační zařízení pro účast v tomto systému kvality je získání konkurenční výhody v podobě značky kvality, kterou potenciální zákazníci mohou požadovat.

2. NEJDŮLEŽITĚJŠÍ NÁSTROJE

Nástrojem propagace systému kvality Qualité Tourisme je vytvoření jednotné značky s charakteristickým pro zákazníka snadno rozpoznatelným logem.

Dalším nástrojem je přehledný internetový portál, který bude v budoucnu ještě více interaktivní a bude obsahovat také rezervační systém zahrnující certifikované subjekty.

3. CÍLENÉ SEGMENTY (ZÁKAZNÍK, PODNIKATEL)

Cílenými subjekty jsou náročný zákazník, kterého mimo cenu a prostředí zajímá také kvalita poskytovaných služeb, a podnikatel, který má zájem uspět v konkurenčním boji díky zvyšování kvality a orientace na spokojenost zákazníka.

5 ESTONSKO

○ základní atributy a fungování systému kvality služeb v těchto zemích

1. POUŽÍVANÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

■ Kategorizace lázeňských a wellness hotelů

Z důvodu značné nabídky služeb lázeňské a wellness povahy a následné potřeby lepší orientace a informovanosti návštěvníků o těchto produktech vzniká v současné době v Estonsku systém kategorizace a klasifikace lázeňských a wellness hotelů v kompetencích estonské lázeňské asociace Eesti Spa Liit (ESPAL). Podle tohoto systému jsou v Estonsku rozlišovány následující tři kategorie zařízení:

- Léčebné lázeňské hotely,
- Lázeňské/wellness spa hotely,
- Léčebné a lázeňské/wellness spa hotely.

Hotely jsou zároveň klasifikovány do pěti kvalitativních tříd jako běžné hotely.

Kategorie 1: Léčebné lázeňské hotely mají licenci na poskytování ambulantní zdravotní péče s primárním zaměřením na rehabilitaci, diety a léčebné lázeňské služby (např. masážní terapie, cvičební terapie, apod.).

Kategorie 2: Lázeňské/wellness spa hotely se specializují na různou péči, relaxační a jiné lázeňské služby. Nepotřebují licenci na zajištění ambulantní zdravotní péče, protože zde nejsou poskytovány léčebné procedury. Služby mají pouze relaxační a povzbuzující charakter (sauna, cvičení, péče o tělo, jóga, užívání bylinných prostředků a jiných produktů na podporu zdraví, další alternativní metody).

Nutnou podmínkou k tomu, aby mohl být hotel zařazen do kategorie wellness spa je poskytování služeb na úrovni nejméně tří hvězdiček. Koncept wellness spa je totiž založen na vysoké kvalitě a úrovni poskytovaných služeb a personálu.

Kategorie 3: Léčebné a lázeňské/wellness spa hotely představují určitou kombinaci předchozích dvou kategorií, protože poskytují jak léčebnou péči, tak i wellness služby.

2. TRADICE POUŽÍVÁNÍ SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB V ZEMI

Kategorizace lázeňských a wellness hotelů v Estonsku je zatím na začátku. V roce 2008 byl dokončen systém kvality pro první kategorii zařízení - léčebné lázeňské hotely, v rámci kterého první terapeutické lázně podstoupily akreditaci. Certifikace wellness lázní je však teprve v počátcích.

3. NÁRODNÍ/REGIONÁLNÍ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Jedná se o národní systém kvality služeb.

4. SYSTÉM VYCHÁZÍ Z INICIATIVY VEŘEJNÉHO/SOUKROMÉHO SEKTORU

Iniciativu v zavádění kategorizace lázeňských a wellness zařízení projevuje profesní organizace Eesti Spa Liit (ESPAL), která zastupuje soukromý sektor.

5. DOBROVOLNOST/POVINNOST SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB

Účast na systému je dobrovolná.

6. ÚČAST NA SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB JE BEZPLATNÁ/PLACENÁ

Kategorizace a klasifikace hotelu je zpoplatněna.

7. HODNOCENÁ KRITÉRIA A UDĚLOVANÉ OZNAČENÍ

V současné době jsou vytvořeny pouze klasifikační požadavky na první kategorii – léčebné lázně. Podmínkou zařazení do této kategorie je mít oprávnění k poskytování specializované ambulantní lékařské péče. Klasifikační požadavky na kategorii léčebných lázní se zaměřují na:

- Budovy a orientační informační systém mezi jednotlivými budovami a uvnitř budov v areálu.
- Parkoviště a vyznačení parkovacích míst pro invalidy a autobusy.
- Vchod a existence nájezdních ramp nebo jiných zařízení umožňující vstup do hotelu mimo prostor vchodu a možnost pohybu mezi podlažími hotelu.
- Výtah a jeho existence, pokud má budova tři a více podlaží.

- Možnosti registrace léčebných procedur a služeb: registrace je možná v hotelové recepci, existuje zvláštní recepce pro tyto účely a v blízkosti recepce je pro návštěvníky WC, na recepci jsou dostupné informační materiály o léčebných procedurách a lázeňských službách, a to buď minimálně v estonštině či angličtině, nebo nejméně ve třech jazykových verzích. Recepční musí mluvit plynně estonsky a nejméně jedním cizím jazykem. Na recepci je možné platit hotově za objednané procedury a posledním kritériem v této položce je možnost účtovat léčbu v rámci hotelového pokoje.
- Léčebné služby a garance přijetí ošetřujícím lékařem každému hostu, pokud to bude nezbytné, kapacita 100 ošetřovacích míst na jednu postel, existence pokoje a bazénu pro cvičební terapie či nutnost disponovat nejméně 25 m plaveckým bazénem. Dále je hodnocena časová dostupnost lékařských služeb a dosažitelnost lázeňských služeb.
- Dietní léčbu včetně dostupnosti speciálního dietního menu a konzultace s nutričním specialistou.
- Příslušenství, jakými jsou zvláštní ručník v hotelovém pokoji pro lázeňské služby, možnost použít župan, na pokoji je k dispozici župan a pantofle, případně existuje možnost zakoupit si lázeňské produkty.
- Příslušenství v šatnách a sprchách musí být v souladu se standardy ochrany zdraví a hygieny.
- Sauny a existenci rozdílných typů saun.
- Péči o děti a existenci dětského hřiště.
- Atmosféru a pouštění hudby v pokojích pro návštěvníky.
- Systém zpětné vazby a nutnosti mít zavedené pravidelné analýzy zpětné vazby od klientů, pravidelné zprávy o spokojenosti zaměstnanců a využívání těchto informací ke zlepšování služeb.
- Standard poskytovaných služeb včetně existence obecného standardu služeb.
- Vzdělávací systém pro zaměstnance a existence nejméně jednoho profesního školicího dne za rok či existence nejméně dvou školicích dnů za rok.
- Vzhled zaměstnanců a jejich uniformy a jmenovky.

Klasifikované hotely mají právo užívat přidělený počet hvězdiček spolu s logem ESPAL.

8. ČETNOST KONTROL A OBNOVY CERTIFIKÁTU

Klasifikace se uděluje na dobu 5 let, Komise ESPAL dohlíží nad dodržováním podmínek pro danou klasifikaci. Hotel musí Komisi informovat o všech změnách. Pokud se změni vlastník, musí Komisi sdělit, zda si přeje ponechat přidělenou klasifikaci.

9. PŘÍPADNÁ SPECIFIKA SYSTÉMU

Nezjištěno.

- **platná legislativa související s kvalitou služeb, případně další významné dokumenty**

1. ZÁKLADNÍ POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB

Obecně jsou požadavky na kvalitu služeb kladeny v souvislosti s ochranou práv spotřebitele. V Estonsku je možné při hájení práv spotřebitele využít nevládních spotřebitelských asociací, které jsou poradním a asistenčním orgánem pro spotřebitele, reprezentují spotřebitele u soudu a před jinými státními autoritami a chrání kolektivní zájmy spotřebitelů, z nichž největší s celonárodní působností je Estonská unie spotřebitelů (Tarbijakaitse). Dále je zajištěna ochrana na úrovni místní samosprávy. Na celonárodní úrovni působí Rada ochrany spotřebitele (Consumer Protection Board, CPB), jejímž úkolem je dohlížet na spotřebitelský trh, řešit stížnosti spotřebitelů a náležitě spotřebitele informovat a poskytovat jim rady.

2. POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

Zákon řešící oblast wellness nebyl zjištěn.

3. PŘÍPADNÁ LEGISLATIVA (DOKUMENTY) SOUVISEJÍCÍ SE SYSTÉMEM KVALITY SLUŽEB

Dokumentem, který se ochranou spotřebitele v Estonsku zabývá, je Zákon o ochraně spotřebitele (Tarbijakaitseadus).

○ **relevantní normy a standardy související s kvalitou služeb v těchto zemích**

1. POUŽÍVANÉ NORMY V SEKTORU WELLNESS

Konkrétní normy zabývající se sektorem wellness nebyly zjištěny. Částečně se této oblasti věnuje norma EVS-EN ISO 18513:2003 Tourism services - Hotels and other types of tourism accommodation – Terminology.

2. STANDARDY V SEKTORU WELLNESS V DANÉ ZEMI

Jediným standardem využívaným v sektoru wellness je výše popsaná kategorizace lázeňských a wellness hotelů.

○ **hlavní cílové skupiny zapojené do systémů kvality v těchto zemích**

1. WELLNESS ZAŘÍZENÍ, WELLNESS DESTINACE

Jednou z cílových skupin systému klasifikace lázeňských a wellness hotelů jsou právě wellness zařízení. Systém kategorizace je zaměřen zejména na zařízení, která již v současné době poskytují vysoce kvalitní služby.

2. SPOTŘEBITELÉ

Spotřebitelům jako cílové skupině přináší systém přehled o kvalitních zařízeních, která jim poskytnou služby určitého standardu a v určitém rozsahu. Určité závazky, které pro certifikovaná zařízení z účasti v systému vyplývají, je budou nutit držet kvalitu i v následujících letech, což přinese spotřebitelům další pozitiva z hlediska kvality služeb.

3. PROFESNÍ ASOCIACE

Profesní asociace Eesti Spa Liit (ESPAL) si sestavením tohoto systému kategorizace vytváří kvalitní a konkurenceschopnou členskou základnu, což přináší pozitiva jí samotné i celému odvětví lázeňství a wellness v Estonsku.

○ **institucionální zabezpečení systému kvality služeb v těchto zemích**

1. ODPOVĚDNÁ INSTITUCE NA NÁRODNÍ (REGIONÁLNÍ) ÚROVNI ZA SYSTÉM ŘÍZENÍ KVALITY V ZEMI A JEJÍ KOMPETENCE

Institucí, která systém kategorizace lázeňských a wellness zařízení v Estonsku vytvořila je Estonská lázeňská asociace (Eesti Spa Liit, ESPAL). Ta je v současné době také odpovědnou a řídicí organizací tohoto systému.

2. PROFESNÍ ASOCIACE A JEJICH KOMPETENCE

Klasifikaci lázní má na starosti Estonská lázeňská asociace (ESPAL). O klasifikaci lázeňských hotelů se stará Klasifikační komise lázeňských hotelů, která pod tuto asociaci patří.

3. CERTIFIKAČNÍ SPOLEČNOST, SUBJEKT

Za celý průběh certifikace je zodpovědný klasifikační výbor, který je tvořen členy ESPAL a minimálně jedním zástupcem estonské asociace cestovních kanceláří. Výbor má sedm členů.

○ **způsob financování kvality služeb v těchto zemích**

1. VEŘEJNÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Nezjištěno.

2. SOUKROMÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Soukromým zdrojem financování je poplatek, který zařízení žádající o zařazení do klasifikace a kategorizace jsou povinna uhradit.

- **marketingové a motivační nástroje jednotlivých systémů kvality služeb v těchto zemích**

1. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA MARKETINGOVÝCH A MOTIVAČNÍCH NÁSTROJŮ

Estonský systém kvality v oblasti wellness je v současné době ve fázi vývoje, tak i marketingové strategie a cíle jsou postupně formulovány a upravovány.

Základní motivací pro wellness zařízení je konkurenční výhoda v podobě certifikované garance, kterou bude potenciální náročný zákazník při výběru dovolené požadovat.

2. NEJDŮLEŽITĚJŠÍ NÁSTROJE

V současné době organizace ESPAL, která řídí systém kvality wellness v Estonsku využívá zejména propagace na mezinárodních a národních veletrzích cestovního ruchu.

Dalším nástrojem je internetová prezentace formou přehledných webových stránek www.estoniaspas.eu.

3. CÍLENÉ SEGMENTY (ZÁKAZNÍK, PODNIKATEL)

Hlavní cílené segmenty jsou zákazník a podnikatel. Systém se zaměřuje na domácí podnikatele provozující lázeňská a wellness zařízení již na určité úrovni, kteří se zaměřují na kvalitu svých služeb. Dále se systém zaměřuje na movitější zákazníky zejména ze severských zemí a Ruské federace.

6 IRSKO

○ **základní atributy a fungování systému kvality služeb v těchto zemích**

1. POUŽÍVANÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

- **Systém kategorizace pro lázeňský a wellness sektor**
- **White Flag Award for Spa&Leisure**

Irsko se považuje za vedoucí destinaci ve spa a wellness sektoru. S cílem zlepšit informovanost zákazníků o existující nabídce a zdůraznění její rozmanitosti byl vytvořen systém kategorizace v sektoru lázeňství a wellness, přičemž pro každou kategorii zařízení byly stanoveny minimální standardy, které musí splňovat. Každá kategorie je rozdílná a reprezentuje nabídku produktů a služeb ve zmíněných lázeňských zařízeních, což umožňuje zákazníkům se lépe rozhodnout. Systém je vytvořen tak, aby zaujal současné i potenciální zákazníky, aby zlepšil orientaci v dostupné nabídce wellness a zdravotních služeb, díky čemuž si zákazníci mohou najít produkty, které nejvíce vyhovují jejich potřebám.

Systém kategorizace lázeňských a wellness zařízení v Irsku tvoří čtyři hlavní kategorie zařízení a sedm podkategorií:

Destinační lázně (Destination Spas) jsou podle definice kategorizace účelově vybudované lázně nabízející ubytování a programy pro zdraví, fitness a relaxaci.

Rezortní lázně (Resort Spas) představují hotel, který nabízí volnočasové aktivity (fitness, golf, jízda na koni a kole, tenis atd.) a služby lázeňského zařízení na jednom místě (lázeňskou léčbu).

Hotelové lázně (Hotel Spas) v sobě zahrnuje hotel, který také nabízí výhradně kompletní služby lázeňského zařízení, avšak se dělí do několika podkategorií, a to na:

- *hotel s komplexními lázněmi* (nabízí široký výběr léčebných kúr a obřadů v zařízeních k tomu určeným, které jsou uvnitř rozsáhlého hotelového komplexu),
- *hotel s rozsáhlými lázněmi* (nabízí pečlivě vybranou nabídku lázeňských služeb a léčebných kúr v lázeňském prostředí, které jsou součástí široké hotelové nabídky),

- *hotel s vybranými lázněmi* (nabízí malé množství pečlivě vybraných lázeňských služeb a léčebných kúr v lázeňském prostředí, které je součástí široké hotelové nabídky, primárně je zaměřen spíše na léčebné kúry než na lázeňské zážitky),
- *hotel s leisure club spa* (nabízí pečlivě vybrané lázeňské léčebné kúry v klubu pro volnočasové aktivity, který je v těsné blízkosti hotelu)

Specializovaná zařízení (Specialist Retreats) vytváří kombinaci zážitků, léčebných kúr a terapií. V této kategorii jsou dále zahrnuty:

- *ozdravné farmy* (nabízí programy zaměřené na wellness a změnu životního stylu připravené hostům na míru, které jim umožní zažít si kompletní zkušenosti s wellness v soukromém prostředí),
- *střediska pro thalassoterapii* (nabízí léčebné mořské lázně založené na léčbě ohřívanou mořskou vodou, mořskými řasami a bahnem),
- *lázně s mořskými řasami* (nabízí posilující a detoxikující koupele v mořských řasách v mořských lázeňských centrech).

Dalším programem kvality, který v Irsku funguje a který se dotýká sektoru wellness, je ocenění **White Flag Award**. Jedná se o národní ocenění dodržování hygienických a environmentálních standardů v zařízeních určených pro volnočasové aktivity v Irsku (plavecké bazény, sportovní haly, fitness a wellness centra apod.). Ocenění uděluje organizace ILAM (Irish Leisure Industry Body), jejíž členy jsou sportovní, volnočasová, lázeňská a přidružená zařízení v Irsku.

2. TRADICE POUŽÍVÁNÍ SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB V ZEMI

Kategorizace lázeňských a wellness zařízení v Irsku byla vytvořena v roce 2008, první zařízení byla oceněna v roce 2009. Ocenění White Flag Award je udělováno od roku 2001.

3. NÁRODNÍ/REGIONÁLNÍ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Oba systémy jsou národní, platné v celém Irsku.

4. SYSTÉM VYCHÁZÍ Z INICIATIVY VEŘEJNÉHO/SOUKROMÉHO SEKTORU

Kategorizace spa a wellness zařízení Fáilte Ireland a White Flag Award udělovaná ILAM jsou výsledkem spolupráce veřejného a soukromého sektoru. Vytváření standardů a řízení kvality v oblasti cestovního ruchu Irska má v kompetenci národní agentura Fáilte Ireland, která zastřešuje systém kategorizace wellness zařízení. Na vytváření hodnocených standardů se ovšem podíleli také odborníci a profesionálové z této oblasti.

Za standardy White Flag Award rovněž stojí zástupci sektoru volnočasových aktivit. Tyto standardy byly schválené Fáilte Ireland, navíc má tato organizace svého zástupce i v hodnotící komisi.

5. DOBROVOLNOST/POVINNOST SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB

Systémy jsou založené na dobrovolnosti.

6. ÚČAST NA SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB JE BEZPLATNÁ/PLACENÁ

Zařízení, které chce obdržet některou z kategorií spa a wellness, platí Fáilte Ireland několik poplatků. Za podání přihlášky do programu je účtováno 750 €, při žádosti o obnovení kategorie se platí 500 €. Platí se i za příručku nejlepší praxe (Best Practice Guide Spa and Wellness), jeden exemplář vyjde na 50 €.

7. HODNOCENÁ KRITÉRIA A UDĚLOVANÉ OZNAČENÍ

Kategorizace Fáilte Ireland spa a wellness zařízení

Proces hodnocení spa a wellness zařízení:

Zařízení, které má zájem o kategorizaci, podá přihlášku do Fáilte Ireland programu spa a wellness kategorizace. Poté obdrží od Fáilte Ireland kopii standardů a kritérií, které musí splňovat, a připraví se na audit. Ten je ohlášený a trvá přibližně 4 hodiny v závislosti na velikosti zařízení. Auditor, který je jmenovaný Fáilte Ireland, zkontroluje potřebnou dokumentaci, projde zařízením, případně pohovoří se zaměstnanci a po ukončení inspekce doporučí zařízení schvalovací komisi (Spa Approvals Board), která posoudí žádost a (ne)potvrdí příslušné ocenění. Celý proces od podání přihlášky až ke schválení kategorie trvá přibližně čtyři týdny. Ocenění je oficiálně předáno během National Spa Award

Ceremony. Spolu s ním oceněné zařízení obdrží příručku nejlepší praxe (Fáilte Ireland's Best Practice Guide). V průběhu roku zařízení spolu s Fáilte Ireland pracuje na splnění podmínek nebo na oblastech ke zlepšení.

Požadovaná minimální kritéria:

■ *Standard ubytování*

Obecnou podmínkou je, aby zařízení, které se chce účastnit na kategorizaci, **bylo registrováno u Fáilte Ireland a mít příslušnou klasifikaci**. V případě kategorií Hotel Spa, Resort Spa a Detination Spa je navíc stanoven minimální počet hvězdiček 3* nebo 4*.

■ *Požadavky na ochranu zdraví a bezpečnost*

Všechna zařízení musí splňovat požadavky dané zákonem a mít k nahlédnutí související dokumentaci.

■ *Kvalifikace terapeutů a lékařů (minimální požadavky)*

Všechna zařízení musí být plně pojištěna a jejich zaměstnanci musí mít příslušnou kvalifikaci (danou národním kvalifikačním rámcem nebo v rámci ITEC, BABTAC, CIDESCO, CIBTAC, City & Guilds či zahraničním ekvivalentem). Kopie certifikátů dokládající kvalifikaci musí být k nahlédnutí.

■ *Hygienické standardy*

Opět musí splňovat všechna zařízení. Hygiena musí být na nejvyšší úrovni. Produkty, vozíky, velká a malá zařízení, věci pro pedikúru a manikúru musí být čisté a dezinfikované. Skříňe a pracovní plochy musí být čisté, bez odpadků a uklizené. Všechny prostory, kde se provádějí terapie nebo relaxace, musí odpovídat nejvyšším hygienickým standardům a úklid nejlepší praxi.

■ *Provozní standardy*

Provozní standardy uplatňované u všech zařízení musí mít nejvyšší kvalitu a být způsobilé. Musí být zřejmé správné řízení lázní. Všichni zaměstnanci musí znát provozní zásady, které jsou dodržovány v každodenní činnosti zařízení.

■ *Úroveň služeb*

Služby poskytované hostům ve všech zařízeních musí odpovídat nejvyšší kvalitě. Personál musí být pozorný, všímavý, zdvořilý a respektovat potřeby hostů. Očekávání hosta jsou buď naplněna, nebo překročena.

- *Certifikáty shody*

Lázně a přilehlé ubytování musí být v souladu se zákonem o požární službě z roku 1981 a/nebo zákonem o kontrole budov z roku 1990 a musí být registrováno orgánem na ochranu veřejného zdraví. Doklady o tom se doručí hodnotiteli.

- *Povinnost doložit vyjmenované certifikáty shody a dokumenty*

Všechna zařízení musí doložit: registraci a klasifikaci ubytovacího zařízení u Fáilte Ireland, protipožární řád, dokument o ochraně zdraví a bezpečnosti, školicí programy a doklady o nich, pojištění odpovědnosti zaměstnanců a hostů, formulář konzultace klienta a nabídku procedur.

- *Politika zařízení k dětem*

Děti do 12 let mají zakázaný přístup do úseku procedur lázní, děti mezi 13 a 16 roky mohou vstoupit dle uvážení, nicméně musí být na to pojištěny. Všechny děti do 16 mají zákaz používat termální zařízení. Neplatí pro zařízení využívající mořské řasy.

- *Ošetřovny*

Za ošetřovnu se považuje jakákoliv místnost, kde jsou vykonávány procedury terapeutem. Dělí se na tři typy: suchá ošetřovna, mokrá ošetřovna, multifunkční ošetřovna. Je stanoven minimální počet ošetřoven pro každou kategorii zařízení (např. u zařízení Resort Spa je to minimálně pět). Nemusí splňovat zařízení využívající mořské řasy.

- *Lázeňské procedury*

Zařízení musí nabízet širokou paletu suchých a mokrých procedur. Pouze zařízení typu Hotel Spa se Selective Spa a s Leisure Club Spa mohou nabízet pouze suché procedury. Nemusí splňovat zařízení využívající mořské řasy.

- *Umístění lázní*

Lázně musí být samostatná entita v rámci hotelu, musí mít snadný přístup. Nemusí splňovat zařízení využívající mořské řasy a hotely s leisure club spa.

- *Příjezd hosta a zařízení sloužící hostu před procedurami*

Pro jednotlivé kategorie jsou zde stanoveny požadavky na umístění recepce lázeňského úseku a požadavky na převlékárny pro muže a ženy.

■ *Doplňkové produkty a služby*

Jako doplňkové produkty a služby jsou stanoveny župan, pantofle, tělocvična, bazén. Nevyžadují se u kategorií Hotel Spa se Selective Spa, Thalassotherapy Resort a Resort with Seaweed Bath.

■ *Lázeňský bazén a termální zařízení (minimální požadavky)*

Zařízení typu Hotel Spa with Comprehensive Spa, Resort Spa, Destination Spa a Thalassotherapy Report musí mít v rámci spa úseku buď plavecký bazén, bazén pro hydroterapii nebo relaxační bazén. Hotel s Leisure Club Spa musí mít plavecký bazén. Termální úsek musí mít minimálně pět z uvedených atrakcí (např. vířivku, saunu, aroma pokoj, tepidárium). Nemusí splňovat specializovaná zařízení a hotely s extensive spa, selective spa a leisure club spa. Dále ve vybraných kategoriích musí být zařízena speciální relaxační zóna.

■ *Relaxační zóna*

Musí obsahovat fitness zónu nebo místnost pro cvičení. Platí opět pro vybrané kategorie.

■ *Možnosti stravování*

Musí zahrnovat lázeňskou kuchyni, vyznačující se veganskými, nízkotučnými, kaloricky kontrolovanými, uhlíkově/proteinově/vláknitě specifickými, dietními variacemi. Platí pouze pro kategorie Destination Spa a Health Farm. Musí obsahovat zdravé menu vhodné pro vegetariány, vegany, celiaky a pro ty, kteří si hlídají váhu. Opět platí pro vybraná zařízení.

■ *Poloha*

Poloha je specifikována pouze pro zařízení Resort Spa, což znamená mimoměstské venkovské nebo horské útočiště umístěné na venkově, v přírodě nebo u moře, zasazené v prostorném terénu.

■ *Povinnost poskytovat aktivity v rámci objektu*

Týká se zařízení typu Resort Spa, Destination Spa a Health Farm. Může se jednat o aerobické cvičení, jógu, jízdu na kole, rybaření, golf, turistiku apod.

White Flag Award

Ocenění kvality zaručuje vysoké standardy kvality v zařízeních pro zdraví a volný čas schválené Failte Ireland a Irskou federací hotelů (the Irish Hotels Federation).

Kritéria pro získání ocenění kvality White Flag Award

Kvalita se oceňuje dle těchto klíčových kritérií:

- počet hlavního vnitřního i venkovního zařízení a venkovních ploch,
- školení a kvalifikace personálu,
- bezbariérový přístup,
- hygiena bazénu,
- environmentální management,
- kvalita vody,
- informace o léčbě (ošetření) a vzdělání.

Pro získání ocenění „the White Flag“ musí mít každé zařízení pro volnočasové aktivity bezpečný a jednoduchý přístup, udržované okolní prostředí, dodržovat stanovené zdravotní a bezpečnostní standardy, mít kladný vztah k ochraně životního prostředí (např. mít opatření k úspoře energie), kvalifikovaný a proškolený personál apod.

Obrázek 3: Logo White Flag Award



Zdroj:

http://81.17.252.145/~whiteflag/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=1&Itemid=3

8. ČETNOST KONTROL A OBNOVY CERTIFIKÁTU

Kategorie spa a wellness zařízení je přidělována na 2 roky. Poté se provádí opětovná inspekce, která ověří, zda jsou požadavky na danou kategorii dodrženy. Ocenění White Flag Award se uděluje každoročně.

9. PŘÍPADNÁ SPECIFIKA SYSTÉMU

V Irsku je ze zákona povinná kategorizace a klasifikace ubytovacích zařízení, které musí být registrovány u Fáilte Ireland, což vysvětluje první podmínku kategorizace spa a wellness zařízení.

- **platná legislativa související s kvalitou služeb, případně další významné dokumenty**

1. ZÁKLADNÍ POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB

Základní požadavky na kvalitu služeb jsou legislativně zaznamenány zejména v Zákoně na ochranu spotřebitele z roku 2007 (Consumer Protection Act), který do sebe mimo jiné implementoval evropskou Směrnicí číslo 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu. Na dodržování spotřebitelských práv dohlíží Národní spotřebitelská agentura (National Customer Agency, NCA).

2. POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

Zákon zabývající se konkrétně oblastí wellness nebyl vytvořen.

3. PŘÍPADNÁ LEGISLATIVA (DOKUMENTY) SOUVISEJÍCÍ SE SYSTÉMEM KVALITY SLUŽEB

Zákon na ochranu spotřebitele z roku 2007 (Consumer Protection Act).

- **relevantní normy a standardy související s kvalitou služeb v těchto zemích**

1. POUŽÍVANÉ NORMY V SEKTORU WELLNESS

Pro sektor wellness nebyla dosud žádná norma vytvořena. Částečně se oblasti wellness dotýká norma I.S. EN ISO 18513 Tourism Services – Hotels and Other Types of Tourism Accommodation – Terminology.

2. STANDARDY V SEKTORU WELLNESS V DANÉ ZEMI

V Irsku byly dosud vytvořeny dva systémy standardů v sektoru wellness. Je zde zaveden systém kategorizace pro lázeňský a wellness sektor a systém kvality White Flag Award for Spa & Leisure.

○ hlavní cílové skupiny zapojené do systémů kvality v těchto zemích

1. WELLNESS ZAŘÍZENÍ, WELLNESS DESTINACE

Systém kategorizace pro lázeňský a wellness sektor cílí svoje aktivity na provozovatele lázeňských a wellness zařízení, která poté rozdělují do čtyř kategorií a sedmi podkategorií.

Systém White Flag Award se zaměřuje na zařízení určená pro volnočasové aktivity tj. plavecké bazény, sportovní haly, fitness a wellness centra apod.

2. SPOTŘEBITELÉ

Systém kategorizace nastavený organizací Fáilte Ireland byl vytvořen za účelem podat potenciálnímu i současnému spotřebiteli přehled poskytovaných službách a jejich rozsahu a standardu a usnadnit mu tak rozhodování.

3. PROFESNÍ ASOCIACE

Fáilte Ireland při tvorbě standardů vychází z doporučení a spolupráce s profesními organizacemi a soukromými subjekty. White Flag Award je přímo vytvořena a řízena profesní organizací ILAM, která tímto oceněním motivuje zařízení poskytující služby volného času.

○ **institucionální zabezpečení systému kvality služeb v těchto zemích**

1. ODPOVĚDNÁ INSTITUCE NA NÁRODNÍ (REGIONÁLNÍ) ÚROVNI ZA SYSTÉM ŘÍZENÍ KVALITY V ZEMI A JEJÍ KOMPETENCE

Fáilte Ireland

Organizace Fáilte Ireland byla vytvořena v roce 2003 na základě Zákona o národní organizaci na rozvoj cestovního ruchu s cílem propagovat cestovní ruch. Má za úkol poskytovat podporu poskytovatelům služeb a profesionálům v cestovním ruchu na místní, regionální a národní úrovni. Organizace spolupracuje s Tourism Ireland (má na starosti propagaci Irska jako prázdninové destinace na zámořských trzích) a Northern Ireland Tourist Board (organizací zodpovědnou za rozvoj a propagaci cestovního ruchu v Severním Irsku).

Fáilte Ireland má zásadní roli při vytváření kvalitativních standardů v sektoru ubytování a dalších sektorech. V tomto ohledu Fáilte Ireland provádí registraci vybraných zařízení daných zákonem, klasifikaci (udělování hvězdiček) vybraným zařízením cestovního ruchu, kategorizaci pro lepší informovanost zákazníků a osvědčení pro neregistrovaná zařízení, která splňují standardy.

Na základě zákonů o cestovním ruchu (Tourist Traffic Acts) a zákona o rozvoji národního cestovního ruchu (National Tourism Development Act) má organizace specifické pravomoci a funkce při registraci a hodnocení úrovně turistického ubytování. Tato zodpovědnost zahrnuje legislativu týkající se ubytování, monitorování kvality produktu a vztahy se zákazníkem. Fáilte Ireland zároveň musí vést seznam a schvalování ubytovacích zařízení, která nejsou registrována.

2. PROFESNÍ ASOCIACE A JEJICH KOMPETENCE

ILAM

ILAM je orgán sdružující sportovní, fitness, vodní, lázeňská a přidružená zařízení založený v roce 1989 a přeorganizovaný v roce 2006. ILAM vytváří standardy, poskytuje svým členům poradenství a informace, podporu u vlády, kvalifikaci a školení atd.

3. CERTIFIKAČNÍ SPOLEČNOST, SUBJEKT

Kontroly certifikovaných zařízení provádí auditoři schválení Fáilte Ireland.

○ způsob financování kvality služeb v těchto zemích

1. VEŘEJNÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Nezjištěno.

2. SOUKROMÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Soukromými zdroji jsou zejména poplatky za žádost o účast subjektů v systému kategorizace i systému White Flag Award.

○ marketingové a motivační nástroje jednotlivých systémů kvality služeb v těchto zemích

1. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA MARKETINGOVÝCH A MOTIVAČNÍCH NÁSTROJŮ

Zařízení, ucházející se o kategorizaci Fáilte Ireland, jsou motivovány zejména účastí na marketingových aktivitách Fáilte Ireland a možností využívat vzdělávací a školicí programy této organizace určené pro podniky cestovního ruchu. Samotná značka Fáilte Ireland navíc již sama o sobě představuje garanci kvality pro návštěvníky Irska.

2. NEJDŮLEŽITĚJŠÍ NÁSTROJE

Mezi hlavní motivační a marketingové nástroje kategorizace Fáilte Ireland patří:

- používání označení „Approved to Fáilte Ireland Standards“ ve všech svých propagačních materiálech a na svých webových stránkách,

- bezplatné prezentování zařízení na oficiálních internetových stránkách www.discoverireland.ie a www.discoverireland.com, určených pro domácí a zahraniční návštěvníky Irska,
- uvedení zařízení ve specializovaném prospektu týkající se sektoru spa a wellness,
- účast na dalších marketingových aktivitách regionů, turistických destinací nebo Fáilte Ireland či Tourism Ireland,
- získání hodnocení kvality podniku nezávislými a zkušenými profesionály,
- možnost získat poradenství a účastnit se školení připravované Fáilte Ireland pro podniky cestovního ruchu.

3. CÍLENÉ SEGMENTY (ZÁKAZNÍK, PODNIKATEL)

Pro podnikatele provozující dané zařízení, ale také pro zprostředkovatele, kteří jejich produkty dále nabízejí, a jednotlivé destinace v Irsku tento systém přináší výhodu snadnějšího nabízení produktu na trhu, protože jsou jasně definovány obsah produktu a minimální standardy kvality pro tento produkt. Systém kategorizace také těmto subjektům pomáhá identifikovat potenciál nových produktů vycházejících z potřeb zákazníka.

Zákazník naopak získá větší přehled a snadněji se orientuje mezi rozličnými spa a wellness nabídkami, může se tak informovaně rozhodovat a vybrat si produkt, který nejlépe odpovídá jeho potřebám.

7 MAĎARSKO

○ základní atributy a fungování systému kvality služeb v těchto zemích

1. POUŽÍVANÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Zvláštní systém kvality pro oblast wellness v Maďarsku dosud nevznikl. Od roku 2004 je zde však zaváděna značka kvality určená pro hotely a restaurace Magyar Turizmus Minősegy Díj (Maďarská cena kvality pro cestovní ruch). V případě oblasti wellness se jí mohou nechat certifikovat wellness hotely. Do budoucna se uvažuje o rozšíření značky na další sektory včetně lázeňství. V roce 2007 byl maďarský systém akreditován organizací HOTREC.

2. TRADICE POUŽÍVÁNÍ SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB V ZEMI

Systém Magyar Turizmus Minősegy Díj je zaváděn od roku 2004.

3. NÁRODNÍ/REGIONÁLNÍ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Tento systém kvality má celonárodní platnost.

4. SYSTÉM VYCHÁZÍ Z INICIATIVY VEŘEJNÉHO/SOUKROMÉHO SEKTORU

Systém vychází z iniciativy veřejného sektoru.

5. DOBROVOLNOST/POVINNOST SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB

Systém kvality Magyar Turizmus Minősegy Díj je dobrovolný.

6. ÚČAST NA SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB JE BEZPLATNÁ/PLACENÁ

Žádost o akreditaci je zpoplatněna. V případě hotelu činní poplatek 150 000 HUF, v případě restaurace 100 000 HUF. Dále je zpoplatněna také reakreditace, hotel 100 000 HUF, restaurace 10 000 HUF.

7. HODNOCENÁ KRITÉRIA A UDĚLOVANÉ OZNAČENÍ

Při posuzování naplňování požadavků maďarského systému kvality jsou obecně posuzovány všechny relevantní procesy vedoucí ke zvyšování kvality služeb cestovního ruchu. Jejich úspěšná implementace a následná spokojenost. Následná značka je tedy udělena subjektům, které splňují, či dokonce převyšují základní požadavky systému.

Obrázek 4: Logo kvality maďarského cestovního ruchu



Zdroj: http://www.oib.gov.hu/index.php?option=com_content&task=view&id=22&Itemid=64&limit=1&limitstart=0

8. ČETNOST KONTROL A OBNOVY CERTIFIKÁTU

Certifikát je udělován na dobu 3 let. V průběhu tohoto období je alespoň jednou provedena kontrola v místě provozování činnosti certifikovaného subjektu. Kontrolu provádějí pověření zástupci Národního výboru pro cestovní ruch (Nemzeti Turisztikai Bizottság).

9. PŘÍPADNÁ SPECIFIKA SYSTÉMU

Maďarský systém Magyar Turizmus Minőség Díj je od roku 2007 akreditován organizací HOTREC.

- **platná legislativa související s kvalitou služeb, případně další významné dokumenty**

1. ZÁKLADNÍ POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB

Základní požadavky na kvalitu služeb obecně jsou kladeny v oblasti ochrany spotřebitele prostřednictvím Národního úřadu na ochranu spotřebitele (Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság), který je kontrolním i poradním orgánem spotřebitelů.

2. POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

Sektor wellness a související oblasti hotelnictví a lázeňství jsou ošetřeny několika legislativními úpravami. Stěžejní je Zákon č. 45/1998 upravující oblast kategorizace ubytovacích zařízení vydaný Ministerstvem Průmyslu, Obchodu a Cestovního ruchu. Další zákony ošetřující zejména oblast lázeňství jsou Zákon č. 121/1996 a 2/2006.

3. PŘÍPADNÁ LEGISLATIVA (DOKUMENTY) SOUVISEJÍCÍ SE SYSTÉMEM KVALITY SLUŽEB

Obecně kvalitu služeb upravuje Občanský zákoník z roku 1959 ve znění pozdějších úprav, Zákon na ochranu spotřebitele z roku 1997 aktualizovaný a doplněný v roce 2008, Zákon o reklamě 2008, Zákon o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům 2008.

○ **relevantní normy a standardy související s kvalitou služeb v těchto zemích**

1. POUŽÍVANÉ NORMY V SEKTORU WELLNESS

Nebyly zjištěny žádné normy, které by se konkrétně či alespoň částečně věnovaly oblasti wellness.

2. STANDARDY V SEKTORU WELLNESS V DANÉ ZEMI

Standardy byly vytvořeny v rámci maďarského systému kvality Magyar Turizmus Minőség Díj.

○ **hlavní cílové skupiny zapojené do systémů kvality v těchto zemích**

1. WELLNESS ZAŘÍZENÍ, WELLNESS DESTINACE

Wellnes zařízení jako cílová skupina představuje takový subjekt, který má zájem na vlastním rozvoji v oblasti kvality poskytovaných služeb. Díky účasti na maďarském systému kvality získává také konkurenční výhodu v podobě značky a je dále motivován kvalitu poskytovaných služeb udržovat. Zařízení, která jsou součástí systému kvality, jsou pozitivně diskriminována. V současné době je systém Magyar Turizmus Minősegy Díj zaveden pro hotely a restaurace.

2. SPOTŘEBITELÉ

Systém Magyar Turizmus Minősegy Díj je zaměřen za získání a udržení důvěry ze strany spotřebitelů. Spotřebitelé díky zavedení systému kvality služeb cestovního ruchu získávají garanci určité úrovně standardu služeb.

3. PROFESNÍ ASOCIACE

V oblasti wellness působí v Maďarsku asociace Magyar Wellness Tarsasag, avšak její cíle či role se nepodařilo zjistit.

○ **institucionální zabezpečení systému kvality služeb v těchto zemích**

1. ODPOVĚDNÁ INSTITUCE NA NÁRODNÍ (REGIONÁLNÍ) ÚROVNI ZA SYSTÉM ŘÍZENÍ KVALITY V ZEMI A JEJÍ KOMPETENCE

Na celonárodní úrovni působí v oblasti řízení kvality služeb cestovního ruchu Národní výbor pro cestovní ruch (Nemzeti Turisztikai Bizottság), který maďarský systém kvality Magyar Turizmus Minősegy Díj vytvořil. V současné době uděluje značku kvality služeb cestovního ruchu a provádí kontroly.

2. PROFESNÍ ASOCIACE A JEJICH KOMPETENCE

Nebyla zjištěna žádná přímá účast profesních asociací na systému kvality služeb v Maďarsku.

3. CERTIFIKAČNÍ SPOLEČNOST, SUBJEKT

Ocenění a značku vydává Národní výbor pro cestovní ruch (Nemzeti Turisztikai Bizottság).

○ způsob financování kvality služeb v těchto zemích

1. VEŘEJNÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Nezjištěno.

2. SOUKROMÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Soukromé zdroje jsou financovány z poplatků vybíraných při žádosti o udělení ocenění a při reakreditaci. Financovány jsou aktivity související se samotnou certifikací i určitou propagací oceněných subjektů.

○ marketingové a motivační nástroje jednotlivých systémů kvality služeb v těchto zemích

1. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA MARKETINGOVÝCH A MOTIVAČNÍCH NÁSTROJŮ

Motivací subjektů pro žádost o udělení ocenění v rámci maďarského systému kvality je získání konkurenceschopnosti dlouhodobé konkurenční výhody, s čímž souvisí následná pozitivní diskriminace zařízení jak v očích spotřebitelů, tak při propagaci v rámci prezentování maďarského cestovního ruchu v zahraničí.

2. NEJDŮLEŽITĚJŠÍ NÁSTROJE

Nástrojem propagace je udělená značka, kterou subjekty mohou využívat při vlastních marketingových aktivitách. Oceněné subjekty jsou také prezentovány na stránkách národní centrály cestovního ruchu www.hungarytourism.hu.

3. CÍLENÉ SEGMENTY (ZÁKAZNÍK, PODNIKATEL)

Zákazník jako cílený segment je považován za náročného spotřebitele, který při svém rozhodování hledá kvalitní služby. Značka kvality mu toto rozhodování usnadňuje. Podnikatelé jako segment jsou považováni za provozovatele zařízení cestovního ruchu, kteří mají zájem na sebezdokonalování, zvyšování kvality služeb a uspokojování potřeb zákazníků.

8 NĚMECKO

○ základní atributy a fungování systému kvality služeb v těchto zemích

1. POUŽÍVANÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Spolková úroveň:

- **Service Qualität Deutschland**
- **Deutsches Wellness Zertifikat**
- **Wellness Hotels Deutschland**
- **Wellness im Kurort**

Zemská úroveň:

- **Ich Zeit**
- **WellVital**
- **Wellness Stars**
- **VitalUrlaub in Sachsen**
- **Qualitätszeichen für die Themenmarke Wellness und Gesundheit in Thüringen**

V Německu existuje celá řada iniciativ zabývajících se kvalitou služeb cestovního ruchu včetně wellness sektoru, a to jak na celonárodní úrovni, tak v rámci jednotlivých spolkových zemí. Na spolkové úrovni existují vedle sebe komplexní systém certifikace kvality služeb cestovního ruchu, tak několik značek kvality určených pouze pro oblast wellness. Iniciativa *Service Qualität Deutschland* vychází ze švýcarského třístupňového programu kvality služeb v cestovním ruchu a je určena pro malé a střední podniky činné v této oblasti, přitom jednou z preferovaných cílových skupin jsou i podniky a zařízení z oboru rehabilitace, lázeňství, terapie a péče o tělo. Dále je možné nechat si certifikovat wellness zařízení v rámci tří pro tuto oblast vytvořených značek kvality. Nejširší oblast wellness zařízení pokrývá certifikát *Deutsches Wellness Zertifikat*, který uděluje německý wellness svaz Der Deutsche Wellness Verband. Pouze pro wellness hotely nejvyšší třídy je určena značka kvality *Wellness Hotels Deutschland*, jež je výsledkem spolupráce čtyř a pěti

hvězdičkových hotelů působících v oblasti wellness. Lázeňská místa v Německu pak mohou získat značku kvality *Wellness im Kurort*, za kterou stojí německý svaz léčebných lázní Deutscher Heilbäderverband e.V.

Značky kvality *IchZeit*, *WellVital*, *Wellness Stars*, *VitalUrlaub in Sachsen* a *Qualitätszeichen für die Themenmarke Wellness und Gesundheit in Thüringen* vznikly z iniciativy jednotlivých spolkových zemí.

2. TRADICE POUŽÍVÁNÍ SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB V ZEMI

Nejmladší z výše uvedených schémat kvality na spolkové úrovni je program Service Qualität Deutschland. V roce 2007 utvořilo kooperaci pro podporu kvality služeb cestovního ruchu 8 spolkových zemí, od roku 2009 je v systému zapojeno 15 spolkových zemí kromě Hamburku. Deutsches Wellness Zertifikat je udělován od roku 2002, nicméně Der Deutsche Wellness Verband e.V. začal vytvářet kvalitativní standardy pro wellness zařízení již v roce 1993. Značka Wellness Hotels Deutschland funguje od roku 1997 a označení Wellness im Kurort začalo být udělováno v roce 2004.

Značka *IchZeit* vznikla v roce 2009, *WellVital* v roce 2002, *WellnessStars* v roce 2005, *Vitalurlaub in Sachsen* v roce 2006 a *Qualitätszeichen für die Themenmarke Wellness und Gesundheit in Thüringen* funguje od roku 2009.

3. NÁRODNÍ/REGIONÁLNÍ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Service Qualität Deutschland, Deutsches Wellness Zertifikat, Wellness Hotels Deutschland a Wellness im Kurort jsou systémy kvality uznávané na spolkové úrovni, navíc značkou Wellness Hotels Deutschland se mohou nechat certifikovat hotely i v sousedních zemích Německa.

Značka *Ich Zeit* vznikla ve spolkové zemi Porýní-Falc. Značka *WellVital* je používána v Bavorsku. Značka *WellnessStars* původně vznikla v zemi Bádensko-Württembersko, ale rozšířila se i do Severního Porýní-Vestfálska, Švýcarska či jižního Tyrolska. *Vitalurlaub in Sachsen*, jak vyplývá z názvu, má kořeny v Sasku. Podobně *Qualitätszeichen für die Themenmarke Wellness und Gesundheit in Thüringen* pochází ze Štýrska.

4. SYSTÉM VYCHÁZÍ Z INICIATIVY VEŘEJNÉHO/SOUKROMÉHO SEKTORU

Značky kvality pro oblast wellness na národní úrovni (Deutsches Wellness Zertifikat, Wellness Hotels Deutschland a Wellness im Kurort) byly vytvořeny z iniciativy soukromého sektoru, resp. z iniciativy zájmových sdružení a profesních svazů v této oblasti. Program Service Qualität Deutschland můžeme označit jako spolupráci veřejného a soukromého sektoru. Regionální značky kvality vznikly většinou z iniciativy místních organizací cestovního ruchu, které sdružují zástupce veřejného a soukromého sektoru.

5. DOBROVOLNOST/POVINNOST SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB

Certifikace značkou kvality, případně účast na systému kvality služeb v cestovním ruchu, je vždy založena na dobrovolnosti.

6. ÚČAST NA SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB JE BEZPLATNÁ/PLACENÁ

Certifikace zařízení je ve všech případech prováděna za poplatek hrazený zařízením či podnikem, které se chce nechat certifikovat. Náklady¹⁶ na certifikát Service Qualität Deutschland stupeň 1 jsou 295 € (za školicí program „Qualitäts-Coach“), 230 € za certifikát pro podnik do 15 zaměstnanců a 280 € za certifikát pro podnik nad 16 zaměstnanců.

U Deutsches Wellness Zertifikat se vychází z typu zařízení, např. náklady na přezkoušení a certifikaci u wellness hotelu činí 3250 € u vyššího typu certifikátu (Premium) a 1450 € u nižšího certifikátu Basis. Kroně toho se však do celkových nákladů musí započíst i výdaje na cestovné, ubytování kontrolorů apod.

Nejdražším oceněním je certifikát Wellness Hotel Deutschland. Audit společnosti TÜV vyjde na 1400 €, poplatek za přijetí člena na 4000 € a základní příspěvek činí 9170 € včetně příplatků za počet pokojů.

Lázeňská místa se mohou v rámci značky Wellness im Kurort certifikovat za 500 €, každá další certifikace pak bude stát 50 €.

Členové iniciativy WellVital musí ročně přispívat 1100 € do společného rozpočtu, k tomu skládají poplatek za přezkoušení ve výši 250 €. Další náklady jsou pak spjeny s chodem iniciativy, např. vyplývají z naplánovaných marketingových aktivit pro daný rok.

¹⁶ Uvedené ceny jsou platné pro rok 2010.

U programu VitalUrlaub Sachsen činí poplatek za kontrolu od 60 € do 120 € podle typu zařízení, certifikovaná zařízení ročně přispívají na marketingové aktivity 150 až 350 €.

U značky Qualitätszeichen für die Themenmarke Wellness und Gesundheit in Thüringen je hrazen pouze vstupní poplatek do katalogu, další náklady nevznikají.

7. HODNOCENÁ KRITÉRIA A UDĚLOVANÉ OZNAČENÍ

Service Qualität Deutschland

Service Qualität Deutschland je třístupňový systém zlepšování poskytování služeb založený na proškolení nejméně jednoho pracovníka firmy, který se pak bude s kolegy podílet na certifikaci podniku či zařízení.

Cílem stupně 1 je vzbudit v podniku zájem o téma kvality služeb, přičemž nejméně jeden zaměstnanec podniku pověřený kvalitou projde školením (1,5 dne), aby se stal koučem kvality v podniku. Tento stupeň je v zásadě postaven na sebehodnocení podniku.

Výstupem stupně 1 je:

- zavedení nástrojů kvality v podniku,
- zaslání požadovaných podkladů na zkušební místo,
- po vyhodnocení těchto podkladů obdrží podnik hodnotící zprávu,
- na základě pozitivního zhodnocení je podniku udělen certifikát na tři roky,
- výsledky stanovených opatření budou v podniku každoročně kontrolovány a zároveň zkušební místo předloží nový plán zavádění opatření.

Cílem druhého stupně je podnik důkladněji posoudit z vnějšího pohledu a podrobit ho různým objektivním měřením kvality. Kouč kvality by měl projít dalším 1,5 denním školením, aby získal osvědčení trenéra kvality. V tomto případě se jedná (oproti prvnímu stupni) o celkové nezávislé zhodnocení kvality služeb nabízených podnikem. Předpokladem pro získání druhého stupně je platný certifikát Service Qualität stupně 1.

Výstupem stupně 2 je:

- používání a zavedení nástrojů kvality,
- zaslání požadovaných podkladů na zkušební místo,

- po zhodnocení podkladů obdrží podnik hodnotící zprávu. Je nutné dosáhnout minimálního počtu bodů. Na základě zprávy následuje vyhotovení plánu opatření. Podnik obdrží certifikát druhého stupně na tři roky.
- Výsledky zavedení opatření kvality budou každoročně kontrolovány a bude vytvořen nový plán zavádění opatření.

Na stupeň 3 může dosáhnout ten podnik, který vedle účasti na projektu Service Qualität Deutschland praktikuje systematický a udržitelný přístup k managementu kvality (QMS). Na tomto stupni je požadováno dodatečné certifikování podniku v rámci ISO 9001, EFQM a dalších systémů kvality.

Výstupem stupně 3 je:

- každoroční QMS audit certifikačního institutu,
- každoroční dotazníkové šetření mezi zákazníky,
- písemná zpráva o mystery shoppingu buď po 12 nebo po 24 měsících,
- vypracování plánu opatření k zajištění a zlepšování kvality, ve kterém je stanoveno nejméně 8 povinných opatření (každoročně aktualizovaných),
- zaslání vyžadovaných podkladů na zkušební místo,
- po jejich vyhodnocení obdrží podnik hodnotící zprávu a při dosažení minimálních kritérií obdrží certifikát třetího stupně na tři roky.

Podnik či zařízení, které bylo úspěšně certifikováno v rámci programu Service Qualität Deutschland, je oprávněno používat značku kvality Q v rozlišení stupně 1, 2 a 3.

Obrázek 5: Vzor udělovaných značek kvality Service Qualität Deutschland - úroveň 1 až 3



Zdroj: www.servicequalität-deutschland.de

Deutsches Wellness Zertifikat

Der Deutsche Wellness Verband e.V. uděluje dva druhy certifikátu vyjadřující dvě úrovně kvality – Basis (základní) a Premium. Pro získání certifikátu Basis musí držitel splňovat minimální standard kvality, založený na více jak 600 kritériích (konkrétní počet závisí na typu wellness zařízení). Certifikát Premium obdrží pouze exkluzivní poskytovatelé wellness služeb. V tomto případě je zkoumáno kolem 1500 kritériích (opět záleží na typu zařízení). Certifikát Premium má navíc dva stupně - Exzellent a Sehr Gut. Držitel certifikátu Exzellent splňuje 90-100 % předepsaných kritériích, u certifikátu Sehr Gut 75-89 % kritériích.

Uchazeč o certifikát obdrží od svazu nejdříve formulář a dotazník, ve kterém jsou uvedeny všechny požadavky. Pokud zařízení dosáhne stanoveného počtu bodů, obdrží v případě Basis certifikátu schválení k inspekci a v případě Premium certifikátu k mystery shoppingu. Oboje provádí kontrola společnosti Deutsche Wellness GmbH.

Kontrolor uskuteční jedno (u Basis certifikátu) nebo dvě (u Premium certifikátu) přenocování v testovaném zařízení a přezkoušuje veřejné (u Basis) nebo skryté (u Premium) procesy v zařízení podle standardizovaného zkušební postupu. Zkoušející přitom pracují na základě následujícího hodnotícího vzoru, podle kterého sledují tato kritéria:

- kvalitu služeb a informací (na celkovém hodnocení se podílí 8 %),
- orientaci na zákazníka a odborné kompetence (21 %),
- vybavení a nabídku (15 %),
- funkci a kvalitu (22 %),
- péči a čistotu (15 %),
- ochranu zdraví a životního prostředí (11 %),
- očekávání a jejich naplnění (8 %).

Celkový výsledek musí dosáhnout minimálně 75 % z maximálně možného počtu bodů a v každé výše uvedené oblasti musí certifikované zařízení obdržet minimálně 60 % možných bodů.

Pokud podnikatel některé z těchto kritériích nesplní, má možnost přijmout opatření ke zlepšení a podstoupit nové přezkoušení. Neúspěšný uchazeč o certifikát však alespoň získá audit svých schopností, ve kterém budou vytyčeny jeho slabé stránky a možnosti k nápravě.

Pokud je uchazeč úspěšný, získá povolení používat níže uvedený certifikát a slogan: „Zertifiziert vom Deutschen Wellness Verband“ nebo „Zertifiziert vom Deutschen Wellness Verband und mit Exzellent/Sehr gut bewertet“.

Obrázek 6: Vzor udělovaných Deutsches Wellness Zertifikat - úrovně Premium a Basis



Zdroj: Der Deutsche Wellness Verband

Wellness-Hotels-Deutschland

Každý hotel, který usiluje o získání značky kvality Wellness Hotels Deutschland, musí předem splnit následující kritéria:

- poskytovat služby na úrovni minimálně čtyř až pěti hvězdiček,
- vyjadřovat pohostinnost a jasnou orientaci na wellness hosta,
- disponovat atraktivní a udržovanou spa a wellness zónou, nejlépe s bazénem, saunami, různou nabídkou sportovních, kosmetických či relaxačních služeb,
- mít dostatečně kvalifikovaný personál,
- nabízet wellness kuchyni na gurmetské úrovni,
- disponovat nabídkou kultury a zážitků,
- dodržovat odpovědný přístup k životnímu prostředí,
- smluvně se zavázat k dodržování kvalitativních standardů a absolvování auditů kvality,
- mít nekuřácké pokoje a minimálně jednu nekuřáckou restauraci.

Certifikovaný hotel získá logo kvality v podobě „wellness stromu“.

Obrázek 7: Logo kvality Wellness Hotels Deutschland



Zdroj: www.w-h-d.de

Wellness im Kurort

Lázeňská místa, která chtějí získat tuto značku, musí splnit 10 povinných kritérií, která se týkají:

- celkové lékařské a terapeutické odbornosti,
- státem uznávaných kvalitativních znaků (např. výskyt léčebných pramenů),
- osvědčených konceptů lázeňské kultury,
- vysoké kvality služeb a jejich poskytování,
- infrastruktury lázeňského místa,
- lidského faktoru,
- kulturní nabídky,
- přírodního prostředí,
- nabídky sociálních kontaktů,
- pozitivního životního stylu.

Udělovaná značka kvality vypadá následovně:

Obrázek 8: Logo udělované značky kvality Wellness im Kurort



Zdroj: www.wellness-im-kurort.info

IchZeit

Značka Ich Zeit je určena pro místa a zařízení (hotely, léčebné lázně, kliniky aj.), jež se orientují na zdravotní turistiku. Pro její získání musí uchazeči splňovat následující kritéria:

- být klasifikován podle standardů DeHoGa/Deutscher Tourismus Verband,
- mít platný systém managementu kvality (minimálně Service Qualität Deutschland stupeň 1),
- být napojen na turistickou komunikační síť Porýní-Falcka,
- zapojit lékařsko-psychologické relaxační postupy, které odpovídají doporučením německých psychologů.

Certifikované zařízení obdrží oranžové logo kvality Ich Zeit.

Obrázek 9: Logo IchZeit



Zdroj: www.ichzeit.info

WellVital

Značka je určena pro podniky a lokality v Bavorsku. Kritéria vycházejí z německé hotelové klasifikace a jsou jak povinná tak dobrovolná. Povinná kritéria musí být splněna všechna, u dobrovolných stačí polovina z nich. Kritéria jsou vytvořena tak, aby odrážela požadavky zákazníka, které má před cestou, během cesty a po ní.

„Před cestou“:

- musí být zřejmá orientace WellVital partnera na oblast wellness a zdraví,
- podnik má příjemnou atmosféru a moderní zařízení,
- v podniku je kontaktní osoba kompetentní k celkovému poradenství,

- hotel má věrohodnou a aktuální internetovou prezentaci a aktuální prezentační materiály,
- před zahájením cesty jsou známy informace o termínech pobytu.

„*Během cesty*“:

- zařízení poskytuje služby na úrovni minimálně tří hvězdiček a je umístěno v přírodním prostředí,
- host je osobně uvítán a obdrží informace o průběhu programu,
- minimálně 20 % pokojů je nekuřáckých a všechny ostatní části hotelu mají jasně vyznačenou nekuřáckou zónu, wellness úsek je celý nekuřácký,
- na přání je možné mít v pokoji koupací plášť a koupací boty,
- k dispozici je atraktivní a moderní úsek wellness např. s bazénem, saunou, parní lázní,
- nabídka zahrnuje pohybové, relaxační a výživové kurzy,
- v zařízení je dostatečně kvalifikovaný personál,
- je podávána regionální kuchyně, navíc během doby hlavních jídel musí být podáváno minimálně jedno plnohodnotné jídlo a minimálně jedno vegetariánské, převládá čerstvá zelenina a ovoce, jsou respektovány individuální nároky hostů,
- podává se lehká strava podle výživových doporučení, založená na používání regionálních produktů biologického zemědělství a podle sezónních možností,
- wellness úsek je otevřen sedm dní v týdnu minimálně pět hodin denně,
- wellness procedury jsou po domluvě možné nejméně šest dní v týdnu nejméně pět hodin denně.

„*Po cestě*“:

- WellVital partner projevuje zájem o další zlepšování a zajišťování kvality.

Dobrovolná kritéria se pak týkají např. klidného prostředí (zvláště v noci), nabídky péče o děti či jazykové vybavenosti personálu.

Certifikované zařízení obdrží následující značku kvality.

Obrázek 10: Logo WellVital Bayern



Zdroj: www.bayern.by

WellnessStars

Ocenění Wellness stars je udělováno ve třech kategoriích – Wellness Stars Hotels, Wellness Stars Thermen a Medical Wellness Stars, vždy pro zařízení úrovně tři až pět hvězdiček. Pro každou kategorii a třídu existují zvláštní kritéria, která se však zaměřují na víceméně stejné požadavky: klidná poloha v přírodním prostředí, schopnost poradit a kvalita služeb během rezervace, orientace na životní prostředí, atmosféra v hotelu, vybavení, funkčnost a atmosféra wellness zařízení, tvorba nabídky, vzdělání a kvalifikace personálu v oblasti wellness & spa, nabídka možností pro pohyb a relaxaci, zdravá a chutná kuchyně, individualita a kontinuita.

Kritéria pro kategorii Wellness Stars Hotels

Základem pro hodnocená kritéria jsou kritéria pro wellness hotel vytvořená německým hotelovým svazem IHA a sdružením Wellness Hotels Deutschland. Kromě těchto kritérií se hodnotí i tzv. měkké faktory (kvalita služeb, péče, poradenství, vzdělání personálu atd.).

Kvalitativní kritéria pro wellness stars hotely – úroveň 3 hvězdičky:

Požadavky na vybavení:

- hotel splňuje oficiální kritéria svazu DEHOGA (německý svaz hotelů a restaurací) pro třídu tři hvězdičky,
- nekuřácké pokoje tvoří minimálně 50 % všech pokojů a host je o tom informován,
- neexistují žádné vnější a vnitřní rušivé faktory, které narušují noční spánek,
- wellness úsek v hotelu je přímo dostupný ze všech hotelových pokojů,
- prostor, ve kterém jsou prováděny procedury, je vybaven umývadly a sprchami a jeho plocha je nejméně 10 m², přitom disponuje z 50 % denním osvětlením a dostatečnou možností větrání,
- hotel má nejméně dva druhy saun a dostatečnou relaxační a lůžkovou zónu pro nejméně 15 lidí,
- v hotelu je pravidelně prováděna veškerá předepsaná údržba.

Měkké faktory:

- wellness nabídku stanovuje a provádí kvalifikovaný personál, který se minimálně jednou ročně účastní dalšího vzdělávání,

- k dispozici jsou nejméně 2 nabídky masáží, 3 nabídky z oblasti kosmetických služeb a 1 další z oblasti relaxace, terapie, relaxačních koupelí atd.,
- host může využít nejméně jednu možnost aktivního pohybu (nordic chůze, aqua aerobik, pěší turistika atd.),
- wellness nabídka je utvořena tak, aby umožňovala každodenní příjezdy,
- celý gastronomický a wellness úsek jsou nekuřácké,
- hotel implementoval zásady environmentálního managementu a splňuje nejméně 6 ekologických kritérií,
- hosté jsou seznámeni s pravidly bezpečnosti a hygienickými zásadami při používání saun, solárií atd.,
- kuchyně nabízí nepřetržitou nabídku zdravých pokrmů,
- ve wellness úseku jsou zdarma hostům nabídnuty pitná voda (čaj) a ovoce,
- host je seznámen s účinky a aplikacemi jednotlivých procedur.

Kvalitativní kritéria pro wellness stars hotely - úroveň 4 hvězdičky:

Hotel této třídy musí splňovat požadavky kladené na tříhvězdičkový hotel a k tomu ještě:

- wellness úsek musí být dosažitelný bez nutnosti projít shromažďovacím a restauračním prostorem,
- hotel disponuje krytým plaveckým bazénem, minimálně třemi různými druhy saun a fitness centrem,
- hotel se odlišuje od jiných hotelů speciální nebo různorodou nabídkou procedur a vybavením,
- jsou zde nabízeny nejméně tři různé druhy masáží, jedna nabídka v oblasti relaxace, odpočinku či regenerace, čtyři nabídky z oblasti péče o tělo, a nejméně dvě další nabídky z oblastí relaxace, terapie, atd.
- hotel má výběr z nejméně dvou speciálních výživových/dietních programů,
- úsek procedur a spa je otevřen nejméně šest dní v týdnu, a to nejméně 10 hodin denně v případě spa a 6 hodin v případě terapií,
- hotel má pevně určenou kontaktní osobu, která dokáže hostům poradit a zodpovědět otázky na téma wellness,

- hotel umožňuje jednoduché a bezproblémové možnosti placení za poskytnuté služby.

Kvalitativní kritéria pro wellness stars hotel – úroveň 5 hvězdiček:

Hotel nejvyšší třídy musí splňovat kritéria stanovená pro úroveň 3 a 4 hvězdičky, zvláštní požadavky jsou pak následující:

- vybavení a nabídka ve spa úseku a pro procedury splňuje nejvyšší nároky,
- hotel má nejméně čtyři různé druhy saun a jeden prostor pro fitness nebo tělocvičnu, přitom saunovací prostor má k dispozici venkovní plochu a fitness centrum je osvětleno denním světlem, je dostatečně větratelné a je vybaveno profesionálními cvičebními stroji,
- v hotelu jsou k dispozici dostatečné relaxační plochy uvnitř i venku,
- hostům je k dispozici vnitřní i venkovní bazén,
- místo, kde jsou prováděny procedury, je osvětleno nejméně z 50 % denním světlem,
- bazén je možné využívat 14 hodin denně, saunu 12 hodin a procedury 8 hodin,
- wellness úsek hotelu je otevřen 7 dní v týdnu a také po domluvě mimo oficiální otevírací dobu,
- ve fitness centru je trenér schopný poradit a sestavit tréninkový program,
- host obdrží vstupní poradenství a informace o jednotlivých procedurách,
- hotel má vytvoření speciální koncept wellness a k tomu odpovídající nabídku stravování.

Kritéria pro kategorii Medical wellness

Touto značkou mohou být certifikovány hotely, kliniky, sanatoria nebo zdravotní a rehabilitační centra v lázních, které mají k dispozici jednoho nebo více lékařů a kvalifikovaný zdravotnický a terapeutický personál. Základními předpoklady, jež musí splnit všichni uchazeči o certifikát, jsou:

- umístění ve státem uznaných lázních,
- host má k dispozici jednoho či více lékařů,
- zdravotnický a stravovací úsek splňují kritéria DEHOGA pro minimálně tříhvězdičkový standard,
- zdravotní a wellness procedury jsou logicky provázané,
- zařízení nabízí vstupní pohovor s lékařem na úvod pobytu hosta, vstupní prohlídku a závěrečný pohovor na konci pobytu.

Podobně jako v kategorii Wellness stars hotels, jsou i zde členěna zařízení do tří kvalitativních tříd.

Kvalitativní kritéria pro tříhvězdičkové zařízení Medical Wellness Stars:

- v případě kliniky nebo sanatoria pokoje a gastronomický úsek splňují kritéria DEHOGA pro úroveň minimálně tři hvězdičky,
- lázeňský úsek a úsek procedur jsou určeny jak pro lékařské tak pro wellness procedury,
- úsek medical wellness je otevřen nejméně 5 dní v týdnu,
- zařízení má nejméně dvě různé sauny,
- v zařízení je k dispozici jeden lékař,
- každý host absolvuje vstupní a výstupní pohovor (30 minutový),
- host má možnost podstoupit vyšetření krve a EKG,
- na základě prohlídky je hostu na přání sestaven individuální zdravotní a wellness program,
- vybavení v úseku medical wellness odpovídá vysokému standardu,
- zařízení nabízí zdravou výživu,
- zařízení je otevřeno celoročně a jsou v něm nabízeny nejméně tři různé programy,
- personál má dostatečnou odbornou kvalifikaci a je dále školen,
- v nabídce je nejméně jedna nabídka pro aktivní trávení volného času,
- v převlékárnách jsou dostatečné odkládací plochy,
- je zde možná bezhotovostní úhrada objednaných procedur,
- zařízení provádí pravidelné dotazníkové šetření mezi hosty ohledně kvality služeb,
- host je seznámen s bezpečnostními a hygienickými předpisy.

Kvalitativní kritéria pro zařízení na úrovni čtyř hvězdiček Medical Wellness Stars:

- hostům jsou k dispozici jsou nejméně tři různé sauny a nejméně čtyři prostory pro procedury o ploše nejméně 10 m² s umyvadlem(sprchou),
- jednotlivé úseky v zařízení jsou dosažitelné jednoduše a přímo,
- hostům je k dispozici kontaktní osoba schopná jim poradit a zodpovědět jejich otázky,
- nabídka medical wellness zahrnuje nejméně 2 části, které vyžadují aktivní účast hosta,
- v zařízení je nabízeno minimálně 5 různých nabídek medical wellness,
- v zařízení je vyškolený personál v oboru psychologie,

- medical wellness úsek je dostupný minimálně 6 hodin během otevírací doby,
- jednotlivé nabídky jsou poskytovány kdykoliv během otevírací doby, ne v určitý čas,
- kliniky mají oddělenou jídelnu pro pacienty a pro hosty medical wellness a zároveň pokoje pro hosty medical wellness mají vyšší obytný standard než pokoje pro pacienty.

Kvalitativní standardy pro zařízení Medical Wellness Stars úrovně pět hvězdiček:

- zařízení má všechna běžná povolení od zdravotní pojišťovny,
- minimálně jeden z lékařů může poskytovat kompletní hrazenou lékařskou péči,
- v zařízení jsou nejméně čtyři různé sauny,
- k dispozici je dostatečná nabídka masáží, medical wellness a wellness a v oblasti krásy/léčby.
- je zde nabízeno nejméně sedm odlišných medical wellness nabídek,
- úsek pro procedury je otevřen sedm dní v týdnu a úsek medical wellness je otevřen na přání hosta i mimo otevírací dobu,
- host obdrží informace o přínosech jednotlivých procedur,
- k dispozici je separátní úsek pro masáže, kosmetické procedury atd., které jsou poskytovány převážně za denního světla,
- v zařízení, které disponují fitness centrem, jsou hosté pod dohledem školeného trenéra,
- v případě klinik jsou pokoje pro hosty medical wellness a pro pacienty v oddělených budovách.

Wellness Stars Thermen

Zařízení s tímto označením musí splňovat požadavky na polohu, dosažitelnost lázní, vybavení a nabídku saun, bazénů a procedur, kvalitu a individualitu architektury, atmosféru, funkcionalitu a výkon v jednotlivých úsecích, bezpečnost a čistotu apod. Kritéria pro tuto kategorii jsou velmi obsáhlá, proto následující požadavky představují pouze výtah z nich. I zde jsou rozlišovány tři úrovně oceněných zařízení.

Kvalitativní kritéria pro zařízení Wellness Stars Therme na úrovni tři hvězdiček:

- nabídka spa&wellness je dostupná celoročně,
- zaměstnanci úseku procedur a spa jsou odborně vyškoleni a vzdělávají se dále,

- nejméně třikrát denně je prováděn úklid všech lázeňských úseků a pravidelně veškerá předepsaná údržba,
- hosté si mohou vybrat nejméně mezi dvěma pohybovými aktivitami (fitness, aquaerobic atd.),
- odkládací plochy v převlékárnách a v saunách jsou dostatečné,
- kuchyně nabízí čerstvé a zdravé pokrmy,
- za služby je možné platit bezhotovostně,
- hosté jsou pravidelně dotazováni ohledně kvality služeb.

Kvalitativní kritéria pro zařízení Wellness Stars Therme úrovně čtyř hvězdiček:

Tato zařízení musí splnit kritéria pro úroveň tři hvězdičky a dále:

- jednotlivé úseky v lázních jsou přímo dosažitelné uvnitř budovy,
- gastronomický úsek a úsek pro procedury jsou zcela nekuřácké,
- wellness úsek je během otevírací doby přístupný nejméně šest hodin denně,
- host obdrží informace o používání a účincích jednotlivých zařízení,
- mezi hosty je prováděno šetření ohledně jejich spokojenosti s kvalitou poskytovaných služeb.

Kvalitativní kritéria pro wellness stars therme úrovně pět hvězdiček:

Kromě výše uvedených kritérií pro tři a čtyř hvězdičková zařízení musí nejvyšší třída těchto zařízení splňovat také následující požadavky:

- hostům je k dispozici zvláštní úsek pro masáže, kosmetické procedury atd., které jsou poskytovány převážně za denního osvětlení,
- úsek procedur je otevřen sedm dní v týdnu,
- host má k dispozici pevně určenou kontaktní osobu, která je mu schopná podat informace a poradit,
- ve fitness centru je školený trenér,
- v nabídce jsou nejméně čtyři různé sauny a dostatečná nabídka masáží, relaxačních a zkrášlovacích procedur.

Hodnocené zařízení obdrží logo kvality s „W“, příslušnou kategorií a počtem hvězdiček.

Obrázek 11: Příklady udělovaných log Wellness Stars



Zdroj: <http://www.wellness-stars.de/index.php?language=DE>

Vitalurlaub in Sachsen

V případě programu Vitalurlaub jsou pro wellness zařízení (hotely, lázně apod.) stanovena kritéria zohledňující např.: rozsah péče a poradenství, účast na semináři Service Qualität Sachsen, komplexnost informací o wellness nabídce daného podniku či regionu.

Wellness hotel musí splňovat všeobecné požadavky, jako poskytovat služby a zařízení na úrovni nejméně tři hvězdičky, mít k dispozici úsek wellness, minimálně 20 % pokojů nekuřáckých, přičemž celý nekuřácký je wellness úsek.

Kuchyně hotelu musí být rozmanitá a být založena na typicky regionálních a sezónních produktech, zároveň jsou respektovány zvláštní nároky hostů.

Úsek wellness je k dispozici minimálně šest dní v týdnu a obsahuje minimálně jedno vodní zařízení (např. whirlpool), saunu a parní lázeň a relaxační zónu. Hostovi jsou zde nabídnuty nealkoholické nápoje.

Personál podobného zařízení je vyškolený v oblasti wellness a má oficiálně uznanou kvalifikaci v oboru péče, poradenství a tréninku.

Nabídka wellness hotelu musí obsahovat minimálně pět rozdílných paušálů, ve kterých je zahrnuto využívání sauny a vodních zařízení.

Wellness lázně mají mít jasný koncept wellness, zónu orientovanou na zdraví, atraktivní saunovací úsek, kvalifikovaný personál, odpovídající kuchyni a k dispozici smluvní hotel, přičemž další kritéria jsou v zásadě podobná jako u wellness hotelu.

Zařízení, jenž splňuje kritéria kvality, může používat následující logo.



Obrázek 12: Logo programu Vital Urlaub Sachsen



Zdroj: <http://www.sachsen-tourismus.de/de/vitalurlaub/marke-vitalurlaub.html>

Qualitätszeichen für die Themenmarke Wellness und Gesundheit in Thüringen

Značka je určena pro ubytovací zařízení s nabídkou wellness služeb ve Štýrsku. Kritéria jsou jak povinná tak dobrovolná. Hodnocení je prováděno prostřednictvím dotazníku, který zařízení mající zájem o značku kvality vyplní. Zařízení musí dosáhnout 80 % možných bodů, aby jeho nabídka mohla být uvedena ve Wellness katalogu Štýrska. Je-li dosaženo požadovaného počtu bodů, je uspořádána schůzka se zainteresovanými subjekty, na které se probírá nabídka a produkt hodnoceného zařízení. To pak může prezentovat svoji nabídku pod následujícím logem štýrského programu kvality služeb.

Obrázek 13: Logo Qualitätszeichen für die Themenmarke Wellness und Gesundheit in Thüringen



Zdroj: <http://www.qualitaet-im-deutschlandtourismus.de/index.php?sid=1424&ses=8ce9767c982d4cc985ecbea2d3243c34>

8. ČETNOST KONTROL A OBNOVY CERTIFIKÁTU

Značka Q (Service Qualität Deutschland) je udělována na 3 roky, přičemž je prováděna každoroční aktualizace zaváděných opatření na podporu kvality, která je zdarma. Po třech letech si certifikovaná zařízení podávají novou žádost a absolvují celý proces znovu. Mohou však zároveň požádat o certifikaci vyššího stupně. Podmínkou udržení značky kvality je i to, aby v podniku nadále působil vyškolený zaměstnanec v oblasti kvality. Pokud tento

zaměstnanec ze společnosti odejde, má podnik lhůtu 6 měsíců na vyškolení dalšího zaměstnance, jinak je podniku značka kvality odebrána.

Certifikát Der Deutsche Wellness Verband je platný dva roky, poté je možné požádat o jeho obnovení s tím, že zařízení prochází celým posuzovacím procesem znovu jako na začátku.

V případě, že hotel obdrží značku kvality Wellness Hotels Deutschland, následují každých 18 až 24 měsíců pravidelné audity kvality.

Účastník programu Ich Zeit obdrží smlouvu s platností jeden rok. Pro prodloužení smlouvy je nutné podstoupit nové přezkoušení.

Partner programu WellVital získá partnerskou smlouvu na tři roky. Po uplynutí této doby je možné její prodloužení na základě přezkoušení prováděného sdružením kontrolorů.

Platnost certifikátu Vitalurlaub in Sachsen jsou tři roky, po nichž následuje přezkoušení nezávislými auditory.

Platnost značky kvality „Qualitätszeichen für die Themenmarke Wellness und Gesundheit in Thüringen“ odpovídá platnosti aktuálního Wellness katalogu Štýrska, ve kterém jsou certifikovaná zařízení a jejich nabídky prezentovány. Při přípravě nového katalogu vyplňují zařízení nový dotazník.

9. PŘÍPADNÁ SPECIFIKA SYSTÉMU

Nezjištěno.

o platná legislativa související s kvalitou služeb, případně další významné dokumenty

1. ZÁKLADNÍ POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB

V oblasti kvality služeb působí v Německu řada organizací. Jednou z nich je Spolkové sdružení spotřebitelů (Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., VZBV), což je celostátní organizace, která zastřešuje spotřebitele v 16 spolkových zemích a 26 dalších sdružení spotřebitelů. Spotřebitelům nabízí především spolehlivé informace a prostřednictvím regionálních centrál nezávislé poradenství.

V německém právu neexistuje žádný speciální zákon na ochranu spotřebitele, který by zahrnoval veškerou problematiku v této oblasti. Existuje zde pouze velké množství právních norem, které vymezují jen určitou oblast ochrany spotřebitele, která se navíc často překrývá s jinou problematikou.

Proto je v Německu důležitou normou občanský zákoník (BGB), který se zabývá kvalitou služeb a tedy i ochranou spotřebitele v určitých oblastech např. předpisy o podomním prodeji a nabídce služeb, o smlouvách uzavíraných na dálku, o spotřebním zboží a mnoho dalších.

V roce 2001 vzniklo v Německu Spolkové ministerstvo pro ochranu spotřebitelů, výživu a zemědělství (BMELV). BMELV je nejvyšší orgán ochrany spotřebitelů v Německu. V posledních letech se zabývá především nekalými obchodními praktikami.

V oblasti kvality nabízených služeb se výrazně angažuje také Spolkový úřad pro ochranu spotřebitele a bezpečnost potravin (BVL), jehož hlavním úkolem je řízení rizik. Výbor senátu navíc v Německu pravidelně pořádá ve Světový den práv spotřebitelů spotřebitelské trhy na ochranu spotřebitele.

2. POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

V oblasti wellness hraje zde velmi důležitou roli asociace der Deutsche Wellness Verband, která byla založena v roce 1990. Jedním z jejích klíčových úkolů je ochrana spotřebitelů – svaz jasně formuluje a zveřejňuje požadavky na kvalitu wellness služeb (viz výše). V Německu ale jinak nejsou podmínky v oblasti wellness zákonem vymezeny.

3. PŘÍPADNÁ LEGISLATIVA (DOKUMENTY) SOUVISEJÍCÍ SE SYSTÉMEM KVALITY SLUŽEB

Ve Spolkové republice Německo je zákonem, který se do jisté míry kvalitou služeb zabývá, občanský zákoník (BGB).

o relevantní normy a standardy související s kvalitou služeb v těchto zemích

1. POUŽÍVANÉ NORMY V SEKTORU WELLNESS

Konkrétní norma pro sektor wellness nebyla dosud vytvořena. Do jisté míry charakterizuje některé oblasti sektoru wellness norma DIN EN ISO 18513 Tourismus-Dienstleistungen - Hotels und andere Arten touristischer Unterkünfte - Terminologie.

2. STANDARDY V SEKTORU WELLNESS V DANÉ ZEMI

Standardy v sektoru wellness ve Spolkové republice Německo jsou definovány v systémech řízení kvality ve wellness zařízeních mezi něž patří na národní úrovni: Deutsches Wellness Zertifikat, Wellness Hotels Deutschland, Wellness im Kurort. Na zemské úrovni: Ich Zeit, WellVital, Wellness Stars, VitalUrlaub in Sachsen, Qualitätszeichen für die Themenmarke Wellness und Gesundheit in Thüringen.

o hlavní cílové skupiny zapojené do systémů kvality v těchto zemích

1. WELLNESS ZAŘÍZENÍ, WELLNESS DESTINACE

Každý z výše uvedených systémů kvality si samozřejmě stanovuje vlastní cíle svého systému a přínosy pro certifikovaná zařízení. Obecným cílem u všech aktivit asi je zajistit vysokou kvalitu zúčastněných zařízení a služeb, které poskytují, a to prostřednictvím pravidelných kontrol a školením. Přínosem je i zajištění vysoké transparentnosti služeb pro hosta, zařízení mají zároveň možnost se účastnit společných marketingových aktivit a využívat logo kvality pro vlastní marketingové účely.

2. SPOTŘEBITELÉ

Spotřebitelé jako cílová skupina mohou být definováni jako zákazníci wellness zařízení. Tito zákazníci jsou již do jisté míry zkušení a rostou i jejich nároky na kvalitu jim

poskytovaných služeb. Systém kvality wellness tak dává spotřebitelům přehled o zařízeních, která jsou schopna jim požadovanou kvalitu garantovat.

3. PROFESNÍ ASOCIACE

Profesní organizace jsou jedni z hlavních iniciátorů zavádění systémů kvalit v oblasti wellness v Německu. Obecně je tedy jejich cílem spokojený zákazník, kvalitní členský základna a konkurence schopnost v rámci evropského i světového trhu.

- **institucionální zabezpečení systému kvality služeb v těchto zemích**

1. ODPOVĚDNÁ INSTITUCE NA NÁRODNÍ (REGIONÁLNÍ) ÚROVNI ZA SYSTÉM ŘÍZENÍ KVALITY V ZEMI A JEJÍ KOMPETENCE

Deutscher Tourismus Verband

Jedná se o sdružení místních, regionálních a národních organizací činných v cestovním ruchu v Německu. Má poradní funkci, koordinuje jednotlivé aktivity a působí v oblasti politiky cestovního ruchu. Je financován z příspěvků členů a vlastních zdrojů dceřiné společnosti DTV-Service GmbH.

Koordinaci projektu Service Qualität Deutschland na národní úrovni provádí právě Deutscher Tourismus Verband. V jednotlivých spolkových zemích mají projekt na starosti místní organizace cestovního ruchu.

Zemské organizace cestovního ruchu

Výše uvedené regionální značky kvality vznikly z iniciativ místních organizací cestovního ruchu, které sdružují zainteresované subjekty v dané spolkové zemi:

Značka WellVital je v kompetenci Bayern Tourismus Marketing GmbH. Za Qualitätszeichen für die Themenmarke Wellness und Gesundheit in Thüringen odpovídá Thüringer Tourismus GmbH. Značka aIch Zeit vznikla v rámci Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH. Program Vitalurlaub Sachsen je dílem Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen GmbH. V případě

značky Wellness Stars se jedná o výsledek spolupráce Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg a Heilbäder und Kurorte Marketing Baden-Württemberg GmbH.

2. PROFESNÍ ASOCIACE A JEJICH KOMPETENCE

Der Deutsche Wellness Verband

Tato profesní asociace vytváří již od roku 1993 standardy kvality pro sektor wellness, což je vůbec nejstarší podobná aktivita v Evropě.

3. CERTIFIKAČNÍ SPOLEČNOST, SUBJEKT

System Service Qualität Deutschland mají na starosti, včetně organizace kontrol, jednotlivá zemská koordináční místa.

V případě certifikátu udělovaného Der Deutsche Wellness Verband systém zkoušení a vytváření hodnotících kritérií má v kompetenci společnost Deutsche Wellness GmbH, poradenská a auditorská společnost, zabývající se kvalitou služeb a výrobků z oblasti wellness.

Značka Wellness Hotels Deutschland je udělována po auditu kvality prováděném společnostmi TÜV Rheinland. Přezkušování certifikovaných subjektů provádí management Wellness Hotels Deutschland GmbH společně s TÜV Rheinland.

U značky Wellness im Kurort kontroly provádí zkušební skupina Deutscher Heilbäderverband e.V.

V regionálních systémech kvality kontroly provádějí členové zakládajících subjektů značek kvality (tj. povětšinou organizace cestovního ruchu) nebo nezávislí auditoři.

o způsob financování kvality služeb v těchto zemích

1. VEŘEJNÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Nejsou známy.

2. SOUKROMÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Hlavní podíl na financování systémů kvality v Německu mají soukromé zdroje. Zařízení či podnik, který se chce nechat certifikovat, hradí v podstatě celý proces – od úvodního zhodnocení přes kontrolu splnění kvalitativních standardů až po udělení značky kvality. Z prostředků certifikovaných zařízení jsou hrazeny i průběžné kontroly a jejich další re-certifikace.

○ marketingové a motivační nástroje jednotlivých systémů kvality služeb v těchto zemích

1. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA MARKETINGOVÝCH A MOTIVAČNÍCH NÁSTROJŮ

Základními motivačními nástroji pro wellness zařízení v Německu na účasti v systému kvality jsou zejména marketingové možnosti, které se jim otevírají. Zkušenosti hosté požadují kvalitu poskytovaných služeb, certifikace kvality služeb tak dává zařízením konkurenční výhodu a zákazníkům garanci.

2. NEJDŮLEŽITĚJŠÍ NÁSTROJE

Certifikovaná zařízení:

- Mohou používat značku kvality (Q, strom wellness atd.) v propagačních materiálech jako např. průvodci po Německu, prospekty atd., mohou ji umístit svém zařízení apod.
- Jsou uváděna a lze je vyhledávat na společných internetových stránkách jednotlivých projektů (např. www.w-h-d.de,).
- Např. W-H-D dále vydává každoročně společný katalog s nabídkou certifikovaných hotelů.
- Certifikovaná zařízení se účastní na společných marketingových aktivitách jednotlivých regionů.

3. CÍLENÉ SEGMENTY (ZÁKAZNÍK, PODNIKATEL)

Cílem všech iniciativ je vytvářet nabídku pod jednou značkou, mířit na vybrané cílové skupiny (zákazníky), vytváření inovativních produktů orientovaných na zákazníka, síťování, umístování značky kvality na trhu a transparentnost (tj. na základě kritérií) pro zákazníka.

9 NIZOZEMSKO

○ základní atributy a fungování systému kvality služeb v těchto zemích

1. POUŽÍVANÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Nově vytvořená profesní asociace Dutch Spa & Wellness Association má jako jeden z cílů vytvoření značky kvality. Značka je stále ve vývoji, proto další informace zatím nejsou známy. Jiný systém kvality wellness služeb v Nizozemsku nebyl objeven.

2. TRADICE POUŽÍVÁNÍ SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB V ZEMI

Není známo.

3. NÁRODNÍ/REGIONÁLNÍ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Není známo.

4. SYSTÉM VYCHÁZÍ Z INICIATIVY VEŘEJNÉHO/SOUKROMÉHO SEKTORU

Není známo.

5. DOBROVOLNOST/POVINNOST SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB

Není známo. Ale předpokladem je, že systém bude dobrovolný.

6. ÚČAST NA SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB JE BEZPLATNÁ/PLACENÁ

Není známo.

7. HODNOCENÁ KRITÉRIA A UDĚLOVANÉ OZNAČENÍ

Není známo.

8. ČETNOST KONTROL A OBNOVY CERTIFIKÁTU

Není známo.

9. PŘÍPADNÁ SPECIFIKA SYSTÉMU

Není známo.

- **platná legislativa související s kvalitou služeb, případně další významné dokumenty**

1. ZÁKLADNÍ POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB

Není známo.

2. POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

Není známo.

3. PŘÍPADNÁ LEGISLATIVA (DOKUMENTY) SOUVISEJÍCÍ SE SYSTÉMEM KVALITY SLUŽEB

Není známo.

- **relevantní normy a standardy související s kvalitou služeb v těchto zemích**

1. POUŽÍVANÉ NORMY V SEKTORU WELLNESS

Není známo.

2. STANDARDY V SEKTORU WELLNESS V DANÉ ZEMI

Není známo.

- **hlavní cílové skupiny zapojené do systémů kvality v těchto zemích**

1. WELLNESS ZAŘÍZENÍ, WELLNESS DESTINACE

Není známo.

2. SPOTŘEBITELÉ

Není známo.

3. PROFESNÍ ASOCIACE

Není známo.

○ **institucionální zabezpečení systému kvality služeb v těchto zemích**

■ ODPOVĚDNÁ INSTITUCE NA NÁRODNÍ (REGIONÁLNÍ) ÚROVNI ZA SYSTÉM ŘÍZENÍ KVALITY V ZEMI A JEJÍ KOMPETENCE

Není známo.

■ PROFESNÍ ASOCIACE A JEJICH KOMPETENCE

Dutch Spa & Wellness Association

Sdružení bylo založeno v roce 2009 z iniciativy tří profesních organizací:

- **ANBOS** (Agemene Nederlandse Brancheorganisatie voor de Schoonheidsverzorging) – jedná se o sdružení založené v roce 1949 a působící v oblasti krásy;
- **KHN** (Koninklijke Horeca Nederland) – jedná se o sdružení profesionálů podnikajících v hotelovém průmyslu;
- **RECRON** (Vereniging van Recreatieondernemers Nederland) – jedná se o sdružení podnikatelů v rekreačním průmyslu.

Cíle DSWA jsou zajištění a zvyšování kvality, zvyšování znalostí a dovedností svých členů, působit jako centrální a kontaktní místo pro wellness sektor.

■ CERTIFIKAČNÍ SPOLEČNOST, SUBJEKT

Není známo.

○ způsob financování kvality služeb v těchto zemích

1. VEŘEJNÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Není známo.

2. SOUKROMÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Není známo.

○ marketingové a motivační nástroje jednotlivých systémů kvality služeb v těchto zemích

1. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA MARKETINGOVÝCH A MOTIVAČNÍCH NÁSTROJŮ

Není známo.

2. NEJDŮLEŽITĚJŠÍ NÁSTROJE

Není známo.

3. CÍLENÉ SEGMENTY (ZÁKAZNÍK, PODNIKATEL)

Je zřejmé, že jako u každého již zkoumaného systému kvality, budou hlavní cílovou skupinou vytvářeného systému zákazník a podnikatel. Zákazníkovi bude deklarována určitá úroveň služeb a bude vědět, co má od certifikovaného zařízení očekávat. Podnikatel získá možnost, jak jím nabízené služby zkvalitňovat, a řadu nástrojů k prezentaci široké veřejnosti.

10 RAKOUSKO

○ základní atributy a fungování systému kvality služeb v těchto zemích

1. POUŽÍVANÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

- **Best Health Austria**
- **Alpine Wellness**

V Rakousku byly pro oblast wellness vytvořeny dvě značky kvality – *Best Health Austria* a *Alpine Wellness*. Značka *Best Health Austria* je jediné státem uznávané označení kvality pro podniky z oblasti zdraví a wellness, značku však mohou získat i destinace a kooperace podnikatelů. Od roku 2009 však mohou být touto značkou certifikovány podniky i mimo Rakousko v rámci TÜV Rheinland Best Health International Standards. Značka *Alpine Wellness* je nadnárodní projekt zahrnující celý alpský region.

2. TRADICE POUŽÍVÁNÍ SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB V ZEMI

Značka *Alpine Wellness* byla zavedena v roce 2003.

3. NÁRODNÍ/REGIONÁLNÍ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Značka *Best Health Austria* je používána v rámci celého Rakouska, nicméně je určena i pro zahraniční wellness zařízení. *Alpine Wellness* je nadnárodní projekt týkající se celého regionu Alp, tj. kromě rakouské části jsou do něj zapojeny i švýcarská, německá a italská strana.

4. SYSTÉM VYCHÁZÍ Z INICIATIVY VEŘEJNÉHO/SOUKROMÉHO SEKTORU

Značka *Best Health Austria* vzešla z iniciativy ministerstva průmyslu a ministerstva zdravotnictví, organizací cestovního ruchu a vedoucích podniků z oblasti zdravotního cestovního ruchu v Rakousku.

Značka kvality *Alpine Wellness* původně vzešla z iniciativy wellness zařízení v rakouských spolkových zemích Salcbursko, Tyrolsko a Korutansko.

5. DOBROVOLNOST/POVINNOST SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB

Oba dva systémy kvality jsou založené na dobrovolnosti.

6. ÚČAST NA SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB JE BEZPLATNÁ/PLACENÁ

Certifikovaná zařízení obou systémů přispívají do systému, hlavně formou poplatků za kontrolu.

7. HODNOCENÁ KRITÉRIA A UDĚLOVANÉ OZNAČENÍ

Best Health Austria

Kontrola hotelů, lázní a rehabilitačních podniků a klinik se provádí ročně podle E-normy 45011. Je posuzováno více jak 130 kritérií, která se zaměřují na oblasti, jež jsou pro hosty obtížně hodnotitelné, jako vzdělání terapeutů, používání regionálních surovin a potravin, hygiena či slibovaný účinek léčebných terapií. Systém Best Health Austria má dva stupně: Partner a Premium Partner.

Kritéria pro stupeň Partner

V případě stupně Partner kritéria posuzují např. tyto požadavky:

- vedoucí pracovníci musí mít státem uznané vzdělání v oboru zdravotnictví,
- všichni pracovníci zařízení mají odborné vzdělání a dále se vzdělávají,
- hotel nabízí nejméně tři různé nabídky pro „tělo, mysl a ducha“,
- hosté mají k dispozici kompetentní poradenství,
- lze prokázat výroky o účincích terapií,
- podnik se společensky angažuje v regionu i mezi zaměstnanci,
- kuchyně využívá regionální produkty a zařízení spolupracuje s regionálními dodavateli,
- podnik dodržuje přísné hygienické standardy.

Kritéria pro stupeň Premium Partner

Premium Partner musí splňovat kritéria jako Partner a kromě toho navíc musí minimálně:

- nabízet pět různých nabídek pro „tělo, mysl a ducha“,
- každý rok zavádět minimálně dvě nové procedury,

- používat přírodní kosmetiku,
- mít zaměstnance schopné se domluvit více cizími jazyky,
- disponovat bazénem a saunou,
- nabízet vnitřní odpočinkovou zónou pro minimálně 75 % hostů,
- provádět intenzivní školení zaměstnanců,
- zajisti, aby minimálně 75 % zaměstnanců mělo státem uznané vzdělání.

Certifikované zařízení obdrží značku kvality Best Health Austria pro úroveň Partner (stupeň 1) či Premium Partner (stupeň 2).

Obrázek 14: Vzor udělované značky kvality Best Health Austria - úroveň 1 a 2



Zdroj: <http://www.besthealthaustria.com/bha/index2.asp>

Alpine Wellness

Certifikace Alpine Wellness hotelu je založena na čtyřech pilířích:

- Alpine Charakter (tj. charakter, ráz),
- Alpine Verwöhnen (tj. rozmazlování),
- Alpine Fitness (tj. fitness),
- Alpine Gesundheit (tj. zdraví).

Označení *Alpine Charakter* zdůrazňuje umístění zařízení v blízkosti pohoří Alp a jeho vztah k místní kultuře. To se mimo jiné odráží v architektuře zařízení, v dekoracích a úpravě okolních ploch.

Obrázek 15: Logo Alpine Charakter



Zdroj: <http://www.alpinewellness.com/en/>

Pilíř *Alpine Verwöhnen* klade důraz na používání regionálních přírodních produktů (kosmetika, masáže, lázeňské kúry) a místních kulinářských specialit.

Obrázek 16: Logo Alpine Verwöhnen



Zdroj: <http://www.alpinewellness.com/en/>

Pilíř *Alpine Fitness* zahrnuje organizované aktivity a cvičení jak na čerstvém vzduchu tak pod dohledem specialistů v hotelech.

Obrázek 17: Logo Alpine Fitness



Zdroj: <http://www.alpinewellness.com/en/fitness.shtml>

Označení *Alpine Gesundheit* vyjadřuje tvorbu programů na míru specifickým potřebám jednotlivých hostů, které jsou založené na posledních výzkumech z oblasti lékařství a terapie.

Obrázek 18: Logo Alpine Gesundheit



Zdroj: <http://www.alpinewellness.com/en/gesundheit.shtml>

Certifikované zařízení musí splnit základní wellness kritéria kvality a k tomu alpská kritéria kvality, která je odlišují od ostatních běžných wellness zařízení. Na základě zhodnocení předpokladů je certifikovanému zařízení doporučeno se specializovat v jedné oblasti – Verwöhnen, Fitness nebo Gesundheit.

Základní kritéria kvality momentálně vycházejí z národních požadavků jednotlivých zapojených zemí. V Rakousku vycházejí z kritérií značky Best Health Austria. V budoucnu se však počítá se sjednocením těchto kritérií.

Zvláštní kritéria Alpine wellness se zaměřují na umístění a atmosféru zařízení, jeho typické alpské/regionální charakteristiky, aplikaci alpské wellness filosofie, přírodní prostředí, místní gastronomii apod. V rámci toho se hodnotí i speciální kritéria podle zaměření zařízení, tzn. vytvořené sportovní, fitness či zdravotní balíčky pro hosty.

8. ČETNOST KONTROL A OBNOVY CERTIFIKÁTU

V případě Best Health Austria je certifikát kvality udělován na tři roky, přičemž po 12 až 24 měsících je provedena první kontrola certifikovaného podniku. Po třech letech může být provedeno hodnocení pro re-certifikaci, u nějž je průběh stejný jako u úvodního procesu.

V případě Alpine Wellness se tuto informaci nepodařilo zjistit.

9. PŘÍPADNÁ SPECIFIKA SYSTÉMU

Nebyla zjištěna.

- **platná legislativa související s kvalitou služeb, případně další významné dokumenty**

1. ZÁKLADNÍ POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB

Ochrana spotřebitele v Rakousku je zajištěna zákonem č. 140/1979 Konsumentenschutzgesetz. Relevantním zákonem k zajištění kvality služeb je i občanský zákoník (ABGB - Allgemeines Bürgerliches Gesetzbuch (ABGB)).

2. POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

Zvláštní požadavky na kvalitu služeb v sektoru wellness nebyly zjištěny.

3. PŘÍPADNÁ LEGISLATIVA (DOKUMENTY) SOUVISEJÍCÍ SE SYSTÉMEM KVALITY SLUŽEB

Nebylo zjištěno.

- **relevantní normy a standardy související s kvalitou služeb v těchto zemích**

1. POUŽÍVANÉ NORMY V SEKTORU WELLNESS

Zvláštní norma pro sektor wellness vytvořena v Rakousku nebyla.

2. STANDARDY V SEKTORU WELLNESS V DANÉ ZEMI

Zvláštní standardy pro sektor wellness v Rakousku nebyly vytvořeny, jedinými standardy jsou uvedené Best Health Austria a Alpine Wellness.

○ **hlavní cílové skupiny zapojené do systémů kvality v těchto zemích**

1. WELLNESS ZAŘÍZENÍ, WELLNESS DESTINACE

Jasná vodítka a pravidla poskytnou podnikateli nástroje ke zlepšování kvality jím poskytovaných služeb, dále získají uznávanou značku kvality, kterou budou moci využít při sebepropagaci.

2. SPOTŘEBITELÉ

Obě značky mají zákazníkovi jasně deklarovat, jaké služby a v jaké kvalitě obdrží.

3. PROFESNÍ ASOCIACE

○ **institucionální zabezpečení systému kvality služeb v těchto zemích**

1. ODPOVĚDNÁ INSTITUCE NA NÁRODNÍ (REGIONÁLNÍ) ÚROVNI ZA SYSTÉM ŘÍZENÍ KVALITY V ZEMI A JEJÍ KOMPETENCE

Best Health Austria GmbH

Společnost Best Health Austria GmbH je seskupení hlavních aktérů v oblasti zdravotního a wellness cestovního ruchu v Rakousku (hotely, organizace cestovního ruchu, lázně atd.).

Alpine Wellness International GmbH

Alpine Wellness International GmbH je složena z Bayern Tourismus Marketing GmbH, Alpine Wellness Austria association, Schweiz Tourismus a Südtirol Marketing Gesellschaft jako společná platforma pro rozvoj a kompetence.

2. PROFESNÍ ASOCIACE A JEJICH KOMPETENCE

Nejsou známy.

3. CERTIFIKAČNÍ SPOLEČNOST, SUBJEKT

Hodnocení a kontroly (audity) u Best Health Austria provádí experti z organizace ÖQA - Österreichische Arbeitsgemeinschaft zur Förderung der Qualität. Součástí hodnocení je však i zpětná vazba od zákazníků např. prostřednictvím každoročního dotazníkového šetření.

U značky Alpine wellness tato informace nebyla zjištěna.

o způsob financování kvality služeb v těchto zemích

1. VEŘEJNÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Nejsou známy.

2. SOUKROMÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Jako u jiných systémů kvality, i zde hlavní finanční podíl leží na soukromém sektoru, resp. na certifikovaných zařízeních. Konkrétní výše poplatků, které musí zařízení za značky zaplatit, se však nepodařilo zjistit.

o marketingové a motivační nástroje jednotlivých systémů kvality služeb v těchto zemích

1. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA MARKETINGOVÝCH A MOTIVAČNÍCH NÁSTROJŮ

Motivační a marketingové nástroje spoléhají na možnost prezentace certifikovaného zařízení pod známo značkou kvality a podporu certifikovaných zařízení v oblasti dalšího vzdělávání a poskytování informací.

2. NEJDŮLEŽITĚJŠÍ NÁSTROJE

V případě Best Health Austria jsou hlavními výhodami zapojení do systému pro podnikatele:

- možnost dosažení vzdělání v rámci státem uznávaných expertů zdravotního cestovního ruchu,
- přístup k partnerské síti Best Health Austria,
- větší důvěryhodnost při jednání s partnery (např. bankami),
- účast na benchmarking systému Best Health Austria,
- prezentace na stránkách www.besthealthaustria.com

U Alpine Wellness je hlavním marketingovým nástrojem možnost najít a rezervovat certifikované zařízení podle jednotlivých charakteristik na stránkách projektu www.alpinewellness.com.

3. CÍLENÉ SEGMENTY (ZÁKAZNÍK, PODNIKATEL)

Značka kvality zákazníkovi garantuje to, že obdrží službu v takové kvalitě a úrovni, v jaké očekával. Službu si může vyhledat a rezervovat prostřednictvím specializovaných internetových portálů.

Podnikatel získá díky značce kvality a přidruženým marketingovým nástrojům možnost zákazníka oslovit s konkrétní nabídkou a možnost zacílit na jim požadovaný segment.

11 ŘECKO

○ základní atributy a fungování systému kvality služeb v těchto zemích

1. POUŽÍVANÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Podle dostupných informací speciální systém kvality služeb pro wellness sektor v Řecku dosud zaveden nebyl. Kvality wellness zařízení se může dotýkat národní systém hotelové klasifikace, která je v zemi povinná, případně možnost certifikovat se v rámci programu kvality pro podniky cestovního ruchu, který je shodný se švýcarským systémem.

Podle údajů Schweizer Tourismus Verband je v Řecku postupně implementován švýcarský systém kvality služeb v cestovním ruchu. Podniky, které tento systém aplikovaly, v současné době dosahují stupně 1 (jedno Q).

2. TRADICE POUŽÍVÁNÍ SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB V ZEMI

Švýcarský model kvality služeb v cestovním ruchu je v Řecku implementován od roku 2007.

3. NÁRODNÍ/REGIONÁLNÍ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Systém klasifikace hotelů je platný celonárodně.

4. SYSTÉM VYCHÁZÍ Z INICIATIVY VEŘEJNÉHO/SOUKROMÉHO SEKTORU

Iniciativa vychází z veřejného sektoru.

5. DOBROVOLNOST/POVINNOST SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB

Systém národní klasifikace je povinný.

6. ÚČAST NA SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB JE BEZPLATNÁ/PLACENÁ

Zařízení se na systému finančně podílejí, konkrétní výše poplatků však není známa.

7. HODNOCENÁ KRITÉRIA A UDĚLOVANÉ OZNAČENÍ

Předmětem klasifikace hotelů jsou rozměry pokojů, počty pokojů, jejich vybavení, poskytované služby a okolí hotelu. Klasifikovaná ubytovací zařízení jsou po splnění minimálních požadavků zařazována do tříd označených od 1 do 5 hvězd.

V případě certifikace v rámci systému kvality služeb cestovního ruchu, musí akreditované zařízení splnit požadavky definované pro stupeň 1 (viz Švýcarsko) a obdrží značku Q.

8. ČETNOST KONTROL A OBNOVY CERTIFIKÁTU

Kontroly jsou v případě hotelové klasifikace prováděny náhodně.

9. PŘÍPADNÁ SPECIFIKA SYSTÉMU

Nejsou známa.

o platná legislativa související s kvalitou služeb, případně další významné dokumenty

1. ZÁKLADNÍ POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB

Nejsou známy.

2. POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

Nejsou známy.

3. PŘÍPADNÁ LEGISLATIVA (DOKUMENTY) SOUVISEJÍCÍ SE SYSTÉMEM KVALITY SLUŽEB

Prezidentský výnos (P.D. nebo II.Δ.) 43/2002 Klasifikace základních ubytovacích zařízení hotelového typu na základě systému hvězd a jeho technických standardů (FEK A 43/07.03.2002) ve znění pozdějších úprav

○ relevantní normy a standardy související s kvalitou služeb v těchto zemích

1. POUŽÍVANÉ NORMY V SEKTORU WELLNESS

Pro sektor wellness v Řecku nebyly zvláštní normy vytvořeny.

2. STANDARDY V SEKTORU WELLNESS V DANÉ ZEMI

a. Oficiální jednotná klasifikace

Je zavedena jednotná národní klasifikace, která je pro subjekty povinná a závazná.

b. Podrobná charakteristika

Zařízení poskytující přechodné ubytování jsou rozdělena do dvou hlavních skupin:

Základní (principal) – zahrnuje hotely standardního typu, motely, vybavené apartmány, hotely zvláštního typu, studia, suity, bungalovy a organizované kempy.

Vedlejší (secondary) – zahrnuje všechny druhy pokojů, apartmánů či domů pronajímaných jako přechodné ubytování turistům.

Klasifikovaná ubytovací zařízení jsou dále rozdělena do pěti tříd označených hvězdami, přičemž nejvyšší třída je označena pěti hvězdami. Dnes již neplatná předchozí klasifikace rozdělovala ubytovací zařízení do 6 tříd označených písmeny (L = 5*, A = 4*, B = 3*, C = 2*, D a E = 1*).

○ hlavní cílové skupiny zapojené do systémů kvality v těchto zemích

1. WELLNESS ZAŘÍZENÍ, WELLNESS DESTINACE

2. SPOTŘEBITELÉ

System jednotné klasifikace byl vytvořen pro zvýšení přehlednosti v oblasti přechodného ubytování. Spotřebitelé jsou díky standardizaci a stanovení minimálních

požadavků chránění a díky následné klasifikaci a označení vědí, co mohou od daného zařízení očekávat.

3. PROFESNÍ ASOCIACE

○ **institucionální zabezpečení systému kvality služeb v těchto zemích**

1. ODPOVĚDNÁ INSTITUCE NA NÁRODNÍ (REGIONÁLNÍ) ÚROVNI ZA SYSTÉM ŘÍZENÍ KVALITY V ZEMI A JEJÍ KOMPETENCE

Organizace zodpovědná za národní systém klasifikace ubytovacích zařízení je Řecká národní organizace cestovního ruchu (Greek National Tourism Organisation, GNTO) www.gnto.gr. GNTO jako úřad řízený ministerstvem kultury a cestovního ruchu pro organizaci cestovního ruchu v republice má za úkol samotnou tvorbu, řízení, kontrolu a aktualizaci národní klasifikace.

2. PROFESNÍ ASOCIACE A JEJICH KOMPETENCE

Profesním svazem podléjícím se na klasifikaci řeckých ubytovacích zařízení je Řecká komora hotelů (Hellenic Chamber of Hotels), která slouží jako poradní orgán pro podnikatele působící v oblasti ubytování i spotřebitele.

3. CERTIFIKAČNÍ SPOLEČNOST, SUBJEKT

Certifikát o splnění podmínek národní klasifikace vydává GNTO.

○ **způsob financování kvality služeb v těchto zemích**

1. VEŘEJNÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Nejsou známy.

2. SOUKROMÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Nejsou známy.

- **marketingové a motivační nástroje jednotlivých systémů kvality služeb v těchto zemích**

1. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA MARKETINGOVÝCH A MOTIVAČNÍCH NÁSTROJŮ

Účast hromadných ubytovacích zařízení je v národním systému klasifikace reprezentovaném GNTO a Řeckou komorou hotelů povinná. Motivačním faktorem na účasti v něm je tedy jeho povinnost.

Jiné neoficiální systémy, například švýcarský Q-Program řídící kvalitu služeb v cestovním ruchu, operují s významem jejich značky, která může být atraktivní pro potenciální zákazníky stejně tak je motivací pro provozovatele držet určitý standard služeb a být za toto úsilí odměněn.

2. NEJDŮLEŽITĚJŠÍ NÁSTROJE

Nejsou vytvořeny.

3. CÍLENÉ SEGMENTY (ZÁKAZNÍK, PODNIKATEL)

12 SLOVENSKO

○ základní atributy a fungování systému kvality služeb v těchto zemích

1. POUŽÍVANÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

■ Kategorizace a klasifikace ubytovacích zařízení

Vyhláška č. 277/2008 Z.z. Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky z 26. júna 2008, ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia pri ich zaradovaní do kategórií a tried medzi kategoriemi ubytovacích zařízení uvádí i lázeňský a wellness hotel, pro které zároveň stanovuje seznam volitelných a povinných kritérií.

*Wellness hotel je na základě této vyhlášky „ubytovací zařízení kategorie hotel určené především na specifické přechodné pobyty spojené s odbornou péčí a rehabilitací hostů. Wellness hotel je vybaven funkčními sportovními a rekreačními zařízeními, která jsou hostům k dispozici. Wellness hotel nabízí racionální stravu. Wellness hotel hostům poskytuje rozsah služeb stanovený pro příslušnou třídu hotelu. Jako wellness hotel se může označit pouze hotel, který splní požadavky nejméně hotelové třídy ***. Musí splnit z celkového minimálního počtu bodů ve fakultativních znacích i minimální počet bodů stanovených speciálně pro wellness služby.“*

*Lázeňský hotel je potom „ubytovací zařízení kategorie hotel. Nachází se v místech, které mají statut lázeňského místa. Hostům poskytuje rozsah služeb stanovený pro příslušnou třídu hotela s nabídkou léčebné péče. V lázeňském hotelu je k dispozici lékař pro hosty. Jako lázeňský hotel je možné označit pouze hotel, který splňuje požadavky nejméně hotelové třídy ***.“*

2. TRADICE POUŽÍVÁNÍ SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB V ZEMI

Definice kategorie wellness či lázeňský hotel a příslušné znaky pro klasifikaci jsou používány od roku 2008, kdy byla přijata nová, výše zmíněná, vyhláška č. 277/2008 Z.z. Ministerstva hospodářství SR.

3. NÁRODNÍ/REGIONÁLNÍ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Jedná se o národní systém kvality služeb.

4. SYSTÉM VYCHÁZÍ Z INICIATIVY VEŘEJNÉHO/SOUKROMÉHO SEKTORU

Jedná se o iniciativu veřejného sektoru. Původní oborové normy, které řešily technické požadavky na ubytovací zařízení, byly přepracovány do formy vyhlášek Ministerstva hospodářství SR.

5. DOBROVOLNOST/POVINNOST SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB

Systém je povinný a je založený na vyhlášce Ministerstva hospodářství.

6. ÚČAST NA SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB JE BEZPLATNÁ/PLACENÁ

Kategorizace a klasifikace hotelů není nijak zpoplatněna, zpoplatněné nejsou ani prováděné kontroly. Jejich provádění vyplývá ze zákona.

7. HODNOCENÁ KRITÉRIA A UDĚLOVANÉ OZNAČENÍ

Kategorizaci a klasifikaci ubytovacího zařízení provádí podnikatel sám pomocí povinných a fakultativních požadavků uvedených ve vyhlášce tak, jak svým charakterem, rozsahem a úrovní poskytovaných služeb odpovídá příslušné kategorii a třídě. O kategorii a třídě ubytovacího zařízení podnikatel informuje hosty na vhodném a viditelném místě. Paragrafy 5 a 6 vyhlášky stanovují obecné požadavky na ubytovací zařízení a na vybavení jejich jednotlivých částí, jež jsou platné pro všechny kategorie wellness a lázeňské hotely nevyjímaje. Příloha 1 vyhlášky pak stanovuje konkrétní klasifikační znaky hotelů pro jejich zařazování do pěti tříd. Požadavky jsou kladeny na:

- vstupní prostory,
- pohostinská odbytová střediska,
- ubytovací prostoru (vybavení a předsíň),
- hygienické zařízení,
- výměnu prádla,
- společenské prostory.

Seznam fakultativních znaků a jejich minimální hodnotu stanovenou speciálně pro wellness služby obsahuje příloha č. 9 vyhlášky. Wellness hotel musí dosáhnout minimálně 80 bodů ve fakultativních znacích. Dobrovolná kritéria se orientují na:

■ vybavení hotelu:

krytý bazén (30 bodů), koupaliště s vyhřívanou vodou nebo termální koupaliště (25 bodů), vířivka (15 bodů), parní lázeň (10 bodů), sauna (10 bodů), solárium (5 bodů), posilovna s minimálně čtyřmi přístroji (5 bodů)

■ nabídku procedur a terapií:

vodoléčba (10 bodů), masáž (5 bodů), relaxační technika, resp. relaxační terapie (5 bodů), sportovní terapeut (5 bodů), pohybová gymnastika (5 bodů), každá další wellness služba (3 body)

■ léčebnou péči:

lékař v objektu (10 bodů), nabídka léčebné péče (10 bodů)

■ kuchyni:

nabídka dietní kuchyně nebo kuchyně zaměřené na zdravou výživu (5 bodů), nabídka tradičních jídel charakteristických pro daný region (3 body)

■ nabídku z oblasti péče a relaxace:

kosmetika v objektu (5 bodů), kadeřnictví v objektu (5 bodů), manikúra v objektu (5 bodů), pedikúra v objektu (5 bodů), prostory na ochlazení (3 body), prostory na odpočinek (3 body)

8. ČETNOST KONTROL A OBNOVY CERTIFIKÁTU

Kontrolu dodržování ustanovení vyhlášky Ministerstva hospodářství SR jsou pověřené živnostenské úřady a Slovenská obchodní inspekce. Kontroly jsou prováděny každoročně.

9. PŘÍPADNÁ SPECIFIKA SYSTÉMU

Nebyla zjištěna.

o platná legislativa související s kvalitou služeb, případně další významné dokumenty

1. ZÁKLADNÍ POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB

Zákon č. 445/1991 Zb. o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) stanovuje druhy živností a požadavky pro získání živnostenského oprávnění.

2. POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

Zákon NR SR č. 355/2007 Z.z. o ochrane, podpore a rozvoji verejného zdravia a o zmene a doplnení niektorých zákonov

Pro oblast wellness mají význam zejména § 19 týkající se vody na koupání, přírodních a umělých koupališť, § 22 upravující požadavky na tělovýchovně-sportovní zařízení, § 23 stanovující požadavky na zařízení péče o lidské tělo a § 43 zabývající se kosmetickými výrobky a jejich výrobou, dovozem a uváděním do oběhu.

Fyzická osoba podnikatel a právnická osoba provozující umělé nebo přírodní koupaliště jsou povinny

- a) zabezpečit, aby voda na koupání splňovala požadavky podle zákona,
- b) zabezpečit kontrolu kvality vody na koupání,
- c) vést evidenci o výsledcích kontroly kvality vody na koupání a uchovávat je pět let,
- d) předkládat výsledky kontroly kvality vody regionálnímu úřadu veřejného zdravotnictví,
- e) zabezpečit požadavky na vybavení, prostory, dispoziční řešení a na provoz koupaliště,
- f) zabezpečit údržbu a čištění prostorů koupaliště,
- g) vypracovat provozní řád a předložit ho regionálnímu úřadu veřejného zdravotnictví ke schválení,
- h) zpřístupnit obyvatelstvu na dostupném místě v bezprostřední blízkosti vody na koupání aktuální informace o kvalitě vody na koupání,
- i) vyznačit a umístit na viditelném místě před vstupem do areálu koupaliště oznámení o zákazu vstupu se zvířaty.

Fyzická osoba podnikatel a právnická osoba, které provozují umělé koupaliště jsou dále povinny zabezpečit

- a) čištění bazénů a vyšetření sedimentů a porostů v bazénech,
- b) technické a prostorové požadavky na umělé koupaliště a bazény,
- c) osvětlení, tepelně-vlhkostní mikroklima, vytápění a větrání při provozu krytého koupaliště,
- d) místnost na poskytování první pomoci a na její provoz, na viditelných místech vyvěsit pokyny na poskytování první pomoci a zabezpečit dostatečný počet plavčků na poskytování první pomoci.

Zařízeními péče o lidské tělo jsou zejména kadeřnictví, holičství, kosmetika, manikúra, pedikúra, solárium, masážní salon, sauna, tetovací salon, zařízení na poskytování regeneračních a rekondičních služeb. Zařízení musí splňovat požadavky na stavebně-technické řešení, prostorové uspořádání, vybavení a vnitřní členění.

Fyzická osoba podnikatel a právnická osoba, které provozují toto zařízení, jsou povinny

- a) používat také pracovní postupy, přístroje, pracovní nástroje, pomůcky a přípravky, aby při poskytování služby nedošlo k ohrožení zdraví nebo k poškození zdraví,
- b) mít k dispozici lékárničku první pomoci,
- c) poučit osobu, které je služba poskytována, o riziku spojených s poskytovanou službou,
- d) vypracovat provozní řád a předložit ho regionálnímu úřadu veřejného zdravotnictví na schválení.

Fyzická osoba podnikatel a právnická osoba provozující solárium jsou kromě toho povinny dodržovat limity ultrafialového záření, vést provozní dokumentaci, umístit na viditelném místě poučení pro osoby, kterým poskytuje služby.

Podnikatelé provozující saunu jsou dále povinni zabezpečit kvalitu vody v ochlazovacím bazénu tak, aby splňovala limity ukazatelů kvality vody na koupání, pravidelnou výměnu vody v tomto bazéně a jeho pravidelné čištění a kontrolu vody v bazéně.

Tělovýchovně-sportovní zařízení je krytý anebo otevřený objekt určený na tělovýchovné a sportovní aktivity v rámci tělesné kultury. Tělovýchovně-sportovní zařízení se umísťuje tak, aby jeho činnost neovlivňovala nepříznivě okolí, zejména obytnou zástavbu hlukem prachem nebo světlem.

Fyzická osoba podnikatel a právnická osoba, které provozují tělovýchovně-sportovní zařízení jsou povinny

- a) zabezpečit požadavky na vnitřní prostředí, prostorové uspořádání a funkční členění, vybavení a na provoz zařízení.
- b) používat jenom takové tělovýchovné nářadí a zařízení, aby se při jejich používání podle návodu výrobce neohrozilo nebo nepoškodilo zdraví jejich uživatelů,
- c) vypracovat provozní řád a předložit ho regionálnímu úřadu veřejného zdravotnictví na schválení.

Výrobce, dovozce, distributor a prodejce kosmetických výrobků je povinný

- a) uvádět do oběhu pouze kosmetické výrobky bezpečné pro veřejné zdraví,
- b) dodržovat požadavky na výrobu, dovoz a uvádění do oběhu kosmetických výrobků v zájmu ochrany spotřebitele při volném pohybu kosmetických výrobků v souladu se zvláštním předpisem,
- c) dodržovat při výrobě kosmetických výrobků správnou výrobní praxi,
- d) sledovat zdravotní bezpečnost kosmetických výrobků i po jejich umístění na trh a prodeji spotřebiteli a po zjištění, že kosmetický výrobek je nebezpečný, je povinný upozornit na tuto skutečnost úřad veřejného zdravotnictví a vykonat opatření na odstranění rizika, které obsahují, pokud je to potřebné, stáhnutí výrobku z oběhu, přiměřené a účinné upozornění spotřebitele nebo stáhnutí výrobku od spotřebitele.

Prováděcími předpisy k zákonu jsou následující vyhlášky specifikující požadavky na zařízení zaměřené na péči o lidské tělo a sportovní zařízení.

Vyhláška MZ SR č. 554/2007 Z.z. zo 16. augusta 2007 o podrobnostiach o požiadavkách na zariadenia starostlivosti o ľudské telo

Vyhláška stanovuje podrobné požadavky na stavebně-technické řešení, prostorové uspořádání, vybavení a vnitřní členění zařízení pro péči o lidské tělo, pracovní postupy, přístroje a nástroje, pomůcky a přípravky, které jsou používány v zařízení, provoz zařízení a náležitosti provozního řádu zařízení.

Vyhláška MZ SR č. 525/2007 Z.z. o podrobnostiach o požiadavkách na telovýchovno-športové zariadenia

Vyhláška upravuje podrobnosti o požadavkách na osvětlení, mikroklima, vytápění a větrání, plochu, prostorové uspořádání a funkční členění, vybavení a provoz tělovýchovných zařízení včetně náležitostí provozního řádu zařízení.

Vyhláška MZ SR č. 72/2008 Z.z. o podrobnostiach o požiadavkách na kvalitu vody kúpalísk, vody na kúpanie a jej kontrolu a na kúpaliská

Vyhláška se vztahuje pouze na umělá koupaliště a upravuje požadavky na kvalitu vody na koupání, rozsah a početnost kontroly této vody, vybavení, prostory, dispoziční řešení a provoz umělých koupališť a náležitosti jejich provozního řádu.

3. PŘÍPADNÁ LEGISLATIVA (DOKUMENTY) SOUVISEJÍCÍ SE SYSTÉMEM KVALITY SLUŽEB

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

- **relevantní normy a standardy související s kvalitou služeb v těchto zemích**

1. POUŽÍVANÉ NORMY V SEKTORU WELLNESS

Nebyly vytvořeny.

2. STANDARDY V SEKTORU WELLNESS V DANÉ ZEMI

Jediným standardem, který může být aplikován i na sektor wellness, je výše uvedená klasifikace a kategorizace ubytovacích zařízení.

○ **hlavní cílové skupiny zapojené do systémů kvality v těchto zemích**

1. WELLNESS ZAŘÍZENÍ, WELLNESS DESTINACE

Jelikož je systém povinný, týká se každého podnikatele v sektoru bez výjimek.

2. SPOTŘEBITELÉ

Spotřebitel ví, co má od poskytnuté služby očekávat. Při nedodržení stanovených požadavků může informovat příslušné dozorové orgány, aby sjednaly nápravu.

3. PROFESNÍ ASOCIACE

Profesní asociace může zastupovat zájmy svých členů u veřejného sektoru a při přípravě nové či úpravě stávající legislativy. Informuje své členy o případných změnách v pravidlech.

○ **institucionální zabezpečení systému kvality služeb v těchto zemích**

1. ODPOVĚDNÁ INSTITUCE NA NÁRODNÍ (REGIONÁLNÍ) ÚROVNI ZA SYSTÉM ŘÍZENÍ KVALITY V ZEMI A JEJÍ KOMPETENCE

Ministerstvo hospodářství Slovenské republiky

Je ústředním orgánem pro oblast cestovního ruchu. Připravuje vyhlášky týkající se kategorizace a klasifikace ubytovacích zařízení.

2. PROFESNÍ ASOCIACE A JEJICH KOMPETENCE

Zváz hotelov a reštaurácií Slovenskej republiky

Působí jako profesní asociace pro hoteliéry a restaurátéry na Slovensku. Hájí zájmy svých členů před veřejným sektorem.

3. CERTIFIKAČNÍ SPOLEČNOST, SUBJEKT

Zařazení ubytovacího zařízení do kategorie a třídy provádí sami jejich provozovatelé.

○ způsob financování kvality služeb v těchto zemích

1. VEŘEJNÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Nejsou známy.

2. SOUKROMÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Nejsou známy.

○ marketingové a motivační nástroje jednotlivých systémů kvality služeb v těchto zemích

1. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA MARKETINGOVÝCH A MOTIVAČNÍCH NÁSTROJŮ

Jelikož se jedná o systém povinný, hlavní motivací pro podnikatele, aby se jej účastnili, jsou případné sankce za nedodržení podmínek.

2. NEJDŮLEŽITĚJŠÍ NÁSTROJE

Nejsou vytvořeny.

3. CÍLENÉ SEGMENTY (ZÁKAZNÍK, PODNIKATEL)

Nejsou.

13 INDIE

○ základní atributy a fungování systému kvality služeb v těchto zemích

1. POUŽÍVANÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

- Akreditační program pro wellness centra
- Akreditační program pro zdravotnická zařízení typu AYUSH (Ayurveda, Yoga Unani, Siddha, Homeopathy)

Zdravotně orientovaný cestovní ruch zažívá v posledních několika letech v Indii doslova boom. Tento sektor byl však více méně neregulovaný, na což doplácel především zákazník. V roce 2005 proto začal Národní akreditační výbor pro nemocnice a poskytovatele zdravotní péče (NABH) za podpory ministerstva zdravotnictví a soukromého sektoru zavádět akreditaci různých poskytovatelů zdravotní péče v Indii. Mimo jiné byly vytvořeny standardy pro akreditaci wellness center a zdravotnických zařízení typu AYUSH, která aplikují tradiční indickou medicínu. Standardy se zaměřují na všechny aspekty poskytovaných služeb, tzn. od ochrany spotřebitele, přes vzdělávání, hygienická pravidla a bezpečnost, po procesy a kontrolu a shodu s požadavky.

Za wellness centra se považují všechna zdravotnická zařízení poskytující vědecky prověřené fyzické postupy, které mají opakující se pozitivní výsledky zlepšení za účelem dosažení stavu wellness jedincem, např. se může jednat o tělocvičny, lázně, centra péče o pleť či kosmetické péče, fitness centra, imunizační centra.

2. TRADICE POUŽÍVÁNÍ SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB V ZEMI

Program akreditace wellness center byl spuštěn na konci roku 2008. Program akreditace AYUSH nemocnic je aktuální iniciativa NABH započatá v roce 2010.

3. NÁRODNÍ/REGIONÁLNÍ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Systém je platný v rámci celé Indie. Uvažuje se o jeho přenesení i do dalších zemí.

4. SYSTÉM VYCHÁZÍ Z INICIATIVY VEŘEJNÉHO/SOUKROMÉHO SEKTORU

Na tvorbě standardů se podílela platforma expertů složená se zástupců státu a soukromého sektoru.

5. DOBROVOLNOST/POVINNOST SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB

System je založený na dobrovolnosti.

6. ÚČAST NA SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB JE BEZPLATNÁ/PLACENÁ

Akreditační systém je placený. Akreditovaná zařízení zejména platí za poskytnutí standardů a provedení auditů. Všechny požadované platby musí uhradit před udělením certifikátu.

7. HODNOCENÁ KRITÉRIA A UDĚLOVANÉ OZNAČENÍ

Postup akreditace a okruh hodnocených standardů je shodný pro všechna zdravotnická zařízení (tj. wellness centra i AYUSH nemocnice). Standardy jsou rozděleny do deseti kapitol, část je zaměřena na pacienta a část na organizaci. Pro každé zařízení je nicméně stanoven různý počet standardů a objektivních kritérií (viz Tabulka 3). Každá hodnocená organizace musí dosáhnout stanoveného počtu bodů dokládající splnění kritérií. Podmínkou zařazení AYUSH zařízení do akreditačního programu je mít minimálně deset lůžek. Standardy pro tato zařízení jsou navíc rozděleny na dva druhy – akreditační a strukturální. Akreditační standardy se skládají ze tří částí – struktury, procesu a výsledku. Tyto standardy měří kvalitu a bezpečnostní aspekty péče poskytované pacientům. Strukturální standardy se zabývají infrastrukturálními požadavky. Pro každou specializaci ayurveda, homeopatie, unani, siddha, jóga a naturopatie existují zvláštní standardy.

Akreditační standardy pro wellness centra a AYUSH nemocnice se týkají těchto deseti oblastí:

1. Přístup, hodnocení a kontinuita péče,
2. Péče o pacienta,
3. Management léčby,
4. Práva pacientů a vzdělávání,
5. Infekční kontrola,
6. Permanentní zlepšování kvality,

7. Povinnosti managementu,
8. Facility management,
9. Management lidských zdrojů,
10. Systém informačního managementu.

Tabulka 3: Počet standardů a objektivních kritérií podle typu zařízení

Typ zařízení	Počet standardů	Počet objektivních kritérií
Wellness centra	84	396
Ayurveda nemocnice	94	489
Homeopatické nemocnice	87	435
Unani nemocnice	94	491
Siddha	92	475
Jóga a naturopatické nemocnice	51	229

Zdroj: www.qcin.org/nabh

Pokud chce zařízení získat akreditaci, mělo by se nejprve připravit na akreditační proces tím, že stanoví plán akcí pro získání akreditace a určí odpovědné osoby. Za poplatek získá od NABH kopii standardů. Po obdržení standardů musí zájemce vykonat sebehodnocení, a to alespoň tři měsíce před zasláním přihlášky. Poté, co je přihláška přezkoumána, dochází k předběžnému auditu organizace. Ta obdrží zpětnou vazbu v podobě doporučení pro nápravné kroky. Následuje konečný audit a posouzení hodnotící zprávy. Je-li na základě výsledků schváleno doporučení k akreditaci, zařízení získá akreditační certifikát.

Aby např. wellness centrum získalo akreditaci, musí splnit následující podmínky:

- musí zcela odpovídat zákonným požadavkům,
- žádný individuální standard nesmí být ohodnocen více než jednou nulou,
- průměrný výsledek pro individuální standardy nesmí být menší než pět bodů,
- průměrný výsledek pro individuální kapitoly nesmí být menší než sedm bodů,
- celkový průměrný výsledek pro všechny standardy musí přesáhnout sedm bodů.

8. ČETNOST KONTROL A OBNOVY CERTIFIKÁTU

Proces ověřování dodržování požadavků a obnovy certifikátu je opět shodný pro všechny typy akreditovaných zařízení. Akreditace se uděluje na tři roky. Akreditační orgán NABH v tomto období provede jeden dozorový audit, nejčastěji po 18 měsících akreditace. Alespoň šest měsíců před uplynutím platnosti certifikátu může zařízení požádat o obnovení akreditace.

NABH si také vyhrazuje právo na neohlášenou kontrolu, a to z jakéhokoliv důvodu nebo na základě vážného pochybení certifikovaného subjektu ohlášeného jednotlivcem, organizací nebo médií.

9. PŘÍPADNÁ SPECIFIKA SYSTÉMU

Nebyla zjištěna.

- **platná legislativa související s kvalitou služeb, případně další významné dokumenty**

1. ZÁKLADNÍ POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB

- Consumer Protection Act 1986 (Zákon na ochranu spotřebitele z roku 1986, ve znění pozdějších předpisů)
- V procesu schvalování je zákon o klinických zařízeních, který by umožňoval jejich registraci, akreditaci a regulaci. Některé indické státy již však určitým způsobem regulují zařízení poskytující zdravotní péči (např. stát Kerala).

2. POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

Podle informací od pana dr. B. K. Rany, zástupce ředitele NABH, v Indii legislativa týkající se oblasti wellness neexistuje. I to bylo jedním z důvodů zavedení akreditačních standardů.

3. PŘÍPADNÁ LEGISLATIVA (DOKUMENTY) SOUVISEJÍCÍ SE SYSTÉMEM KVALITY SLUŽEB

Není.

○ **relevantní normy a standardy související s kvalitou služeb v těchto zemích**

1. POUŽÍVANÉ NORMY V SEKTORU WELLNESS

Pro oblast wellness speciální normy vytvořeny nebyly, a to ani s národní či mezinárodní platností. Některá wellness zařízení v Indii jsou certifikována podle norem ISO řady 9001.

2. STANDARDY V SEKTORU WELLNESS V DANÉ ZEMI

Standardy vytvořené NABH pro wellness centra jsou první svého druhu v Indii. Před předběžným hodnocením zařízení provádí sebehodnocení na základě dotazníku, který má zjistit existenci dokumentace a integraci požadovaného kritéria do managementu organizace. Zařízení se u každého požadavku hodnotí 0, 5 nebo 10 body. Základem je deset celkových standardů uvedených již v bodě 7, doplněné o jednotlivé (individuální) standardy a dílčí kritéria. Vzhledem k rozsahu (téměř 400 dílčích kritérií) jsou v následujícím výčtu uvedeny pouze hodnocené standardy. Kompletní dotazník je součástí přílohy.

1) Přístup a plánování služeb

- Organizace definuje a prezentuje služby, které může poskytnout.
- Organizace má dobře definovaný proces pro identifikace zákazníka využívajícího jejich služeb.
- Při poskytování služeb by organizace měla mít procesy pro check in a check out zákazníka a během poskytnutí služby.
- Kdykoliv organizace nemůže uspokojit potřeby zákazníka, má definovanou politiku a procesy odmítnutí nebo přesměrování zákazníka jinam.
- Proces poskytnutí služby sleduje definovaný proces a je jasně zprostředkován zákazníkovi způsobem a v jazyce, kterému rozumí.
- U jakékoliv poskytnutí služby, která je využívána zákazníkem, se hodnotí vhodnost a přijatelnost služby před jejím poskytnutím.

- Pokud je v poskytované péči kontinuita, organizace definuje procesy pro znovu hodnocení poskytnuté služby s ohledem na její vhodnost a přínos pro zákazníka.
- Organizace identifikuje a/nebo rozmístí příslušné laboratorní a diagnostické služby tam, kde je k nim vyžadován přístup a monitorování poskytnutí služby.
- Existuje kalibrace vybavení a programu zajištění kvality diagnostických přístrojů/laboratoře.
- Organizace definuje a šíří program bezpečnosti diagnostických služeb.
- Péče o zákazníka je kontinuální a pokud je potřeba, tak i multidisciplinární.
- Organizace má zdokumentovaný check out proces.
- Organizace definuje obsah výstupního shrnutí.

2) Práva zákazníků a vzdělávání

- Organizace chrání zákazníka a jeho práva během poskytování služeb.
- Spotřebitelská práva podporují individuální víru, hodnoty, osobní důstojnost a soukromí a zahrnují zákazníka a spotřebitele do rozhodovacího procesu.
- Existuje zdokumentovaný proces získávání zákaznickova souhlasu pro informované rozhodnutí o jejich péči.
- Zákazníci a spotřebitelé mají právo na informace a seznámení s jejich potřebami.

3) Péče o zákazníky

- Péče o zákazníky se řídí platnými zákony a další legislativou.
- Ambulantní služby by měly být dostupné podle rozsahu služeb poskytovaných organizací.
- Politiky a procedury usměrňují péči o zákazníky vyžadující kardio-plicní resuscitaci.
- Pokud zaměření organizace zahrnuje péči o zranitelné zákazníky (starší, děti, fyzicky a mentálně postižení a vysoce riziková pacienta), politiky a procedury by měly usměrňovat péči o ně.
- Pokud zaměření organizace zahrnuje péči o pacienty před porodem, měly by ji usměrňovat politiky a procedury.
- Pokud zaměření organizace zahrnuje péči o pediatrické pacienty, politiky a procedury by ji měly usměrňovat.
- Politiky a procedury usměrňují péči o pacienty pod mírnými sedativy a místní anestézií.
- Politiky a procedury usměrňují péči o pacienty podstupující chirurgické zákroky. Chirurgické zákroky nezahrnují nutnost přenocování.

- Politiky a procedury usměrňují vhodné zvládnutí bolesti.
- Pokud zaměření organizace zahrnuje výzkumné aktivity, politiky a procedury usměrňují totéž.

4) Management léčiv, poživatin a vybavení

- Politiky a procedury usměrňují organizaci farmaceutických služeb a užívání léčiv.
- Existuje organizační formulář přizpůsobený místním jednotkám.
- Politiky a procedury usměrňují skladování poživatin, léčiv a kosmetiky.
- Politiky a procedury usměrňují předepisování léčiv.
- Politiky a procedury usměrňují dávkování léčiv.
- Jsou definovány procedury pro administraci léčiv.
- Zákazníci a rodinní příslušníci jsou poučeni o bezpečném užívání léčiv a možné interakci s dalšími léky či potravinami.
- Zákazníci jsou monitorováni po administraci léčiv.
- Politiky a procedury usměrňují používání narkotik a psychotropních látek.
- Organizace by měla mít strukturovaný program pro management inventáře poživatin a nástrojů.
- Politiky a procedury usměrňují používání lékařských plynů.

5) Infekční kontrola

- Organizace má dobře připravený, obsáhlý a koordinovaný program infekční kontroly zaměřený na minimalizaci rizika nákazy zákazníka, návštěvníka a poskytovatele služeb.
- Organizace má vytvořený manuál infekční kontroly, který je pravidelně aktualizovaný v definovaných intervalech.
- Tým infekční kontroly je zodpovědný za dohled nad aktivitami v identifikovaných oblastech organizace.
- Organizace podniká kroky k prevenci nebo zmírnění rizika výskytu infekcí spojených s lékařskou péčí jak u zákazníků, tak u zaměstnanců.
- Příslušná zařízení a adekvátní zdroje jsou poskytnuty pro podporu programu infekční kontroly.
- Organizace činí příslušné kroky, aby kontrolovala vypuknutí infekce.
- Existují zdokumentované procedury pro sterilizační aktivity v organizaci.
- Zákonné požadavky na bio zdravotnický odpad jsou v souladu s činností organizace.

- Program infekční kontroly je podporován managementem organizace a zahrnuje školení personálu a zdraví zaměstnanců.

6) Neustálé zvyšování kvality

- V organizaci existuje strukturované zajištění kvality a program neustálého monitorování.
- Organizace identifikuje klíčové indikátory, aby monitorovala strukturu služeb, procesů a výstupů.
- Program na zvyšování kvality je podporován managementem.
- V organizaci je založený systém auditu služeb péče o zákazníka.
- Mimořádné události jsou intenzivně analyzovány.

7) Odpovědnosti managementu

- Jsou definovány odpovědnosti managementu.
- Služby poskytované každým oddělením jsou zdokumentovány.
- Organizace je řízena etickým způsobem.
- Příslušně kvalifikovaný a zkušený jedinec řídí služby organizace.
- Vedoucí organizace zajišťují, aby aspekty bezpečnosti zákazníka a otázky risk managementu byly integrální součástí péče o zákazníka a systému managementu organizace.

8) Facility management a bezpečnost

- Organizace zná a je v souladu s relevantními pravidly a legislativou a požadavky inspekce.
- Prostředí a zařízení organizace zajišťuje bezpečnost zákazníkům, jejich rodinám, zaměstnancům a návštěvníkům.
- Organizace má program pro procedury a management vybavení pro podpůrné služby.
- Organizace má opatření pro bezpečnost vody, elektřiny a lékařských plynů.
- Organizace má protipožární plán.
- Organizace má plán na zacházení s nebezpečnými materiály.
- Organizace disponuje systémem poskytující bezpečné prostředí.

9) Management lidských zdrojů

- Organizace má zdokumentovaný systém plánování lidských zdrojů.
- Personál organizace je společenský a orientovaný na prostředí organizace.
- V organizaci existuje trvalý program pro profesionální školení a rozvoj zaměstnanců.

- Členové personálu, studenti a dobrovolníci mají příslušné školení pro své povinnosti nebo odpovědnosti s ohledem na bezpečnost.
- Jako integrální součást procesu managementu lidských zdrojů existuje oceňovací systém hodnocení výkonu zaměstnanců.
- Organizace má zdokumentované disciplinární procedury.
- V organizaci existuje mechanismus na vyřizování stížností.
- Organizace bere v úvahu zdravotní potřeby zaměstnanců.
- Každý zaměstnanec má doložený osobní záznam.
- Je zavedený proces sběru, ověřování a hodnocení pověřovacích listin (vzdělání, registrace, školení a zkušenosti) pracovníků poskytujících péči zákazníkům bez dozoru.
- Existuje proces pověřování profesionálů poskytujících institucionalizované procedury zákazníkům a další vyžadované služby s ohledem na jejich kvalifikaci/školení/zkušenosti.

10) Systém managementu informací

- V organizaci jsou takové politiky a procedury, které naplňují informační potřeby poskytovatelů péče, management organizace a jiných agentur, které vyžadují data a informace od organizace.
- Organizace má zavedené procesy pro efektivní správu dat.
- Organizace má kompletní a přesné záznamy o zákaznících.
- Záznamy o zákaznících zobrazují kontinuitu péče.
- Jsou stanoveny politiky a procedury pro zajištění důvěrnosti, integrity a bezpečnosti informací.
- Politiky a procedury existují pro retenční čas záznamů, dat a informací.
- Organizace pravidelně provádí audit záznamů.

o hlavní cílové skupiny zapojené do systémů kvality v těchto zemích

1. WELLNESS ZAŘÍZENÍ, WELLNESS DESTINACE

Akreditace by měla podporovat neustálé zvyšování kvality poskytovaných služeb wellness centrem i AYUSH nemocnic, což zvyšuje důvěru zákazníků. Poskytuje také

příležitost srovnávat se s těmi nejlepšími. Zaměstnanci wellness centra jsou neustále vzdělávání a profesionálně rozvíjeni. Partneři zařízení (pojišťovny, dodavatelé, zprostředkovatelé) získají spolehlivé a certifikované informace o zařízení, infrastruktuře a úrovni péče.

2. SPOTŘEBITELÉ

K wellness zařízením se v Indii přistupuje jako k součásti místního zdravotního systému. Akreditace má proto spotřebitelům garantovat vysokou úroveň péče a bezpečnosti a obsluhu pouze kvalifikovaným personálem, srozumitelnou komunikaci či ochranu jeho práv. Součástí systému je i pravidelné hodnocení spokojenosti zákazníků.

3. PROFESNÍ ASOCIACE

Není známa.

o **institucionální zabezpečení systému kvality služeb v těchto zemích**

1. ODPOVĚDNÁ INSTITUCE NA NÁRODNÍ (REGIONÁLNÍ) ÚROVNI ZA SYSTÉM ŘÍZENÍ KVALITY V ZEMI A JEJÍ KOMPETENCE

Quality Council of India (QCI, Indická rada pro kvalitu)

QCI byla založena v roce 1997 jako společná iniciativa indické vlády (Ministerstvo obchodu a průmyslu je ústředním orgánem pro QCI) a indického průmyslu (sdruženími Associated Chambers of Commerce and Industry of India, Confederation of Indian Industry, Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry), jejímž cílem je podporovat důvěru v indické zboží a služby a zvyšovat jejich konkurenceschopnost na mezinárodních trzích.

Jedná se o neziskovou nezávislou organizaci, která má 31 členů z řad vlády, průmyslu a spotřebitelů. Předseda je jmenován premiérem na doporučení vlády a soukromého sektoru. Rada usiluje o založení akreditační struktury v zemi, poskytuje informace o kvalitě a standardech a šíří obecné povědomí o kvalitě.

V rámci rady fungují národní akreditační výbory s různým zaměřením: National Accreditation Board for Certification Bodies, National Accreditation Board for Education and Training, National Accreditation Board for Hospitals & Healthcare Providers, National Board for Quality Promotion, National Accreditation Board for Testing and Calibration Laboratories.

National Accreditation Board for Hospitals and Healthcare Providers (NABH)

NABH je jedním z výborů QCI, který vytváří a spravuje akreditační program pro organizace poskytující zdravotní péči. Výbor se skládá z akreditační komise, technické komise, komise pro odvolání, sekretariátu a panelu hodnotitelů a expertů. Technická komise připravuje návrhy standardů a průvodní dokumenty. Panel hodnotitelů a expertů sdružuje školené auditory wellness center a AYUSH nemocnic.

Kromě vytváření standardů a certifikace, NABH také poskytuje školicí workshopy pro zaměstnance zájemců o akreditaci a pořádá jednodenní vzdělávací program napříč Indií. Poskytuje také poradenství organizacím na různém stupni akreditace.

Department of Ayurveda, Yoga & Naturopathy, Unani, Siddha and Homoeopathy (AYUSH)

Odbor je součástí Ministerstva zdravotnictví a péče o rodinu, založený v roce 1995. Jeho úkolem je podílet se na rozvoji vzdělávání a výzkumu v oblasti systémů ayurveda, jóga a naturopatie, unani, siddha a homeopatie. Odbor spolupracoval s NABH na vytváření akreditačních standardů pro AYUSH nemocnice.

2. PROFESNÍ ASOCIACE A JEJICH KOMPETENCE

Na přípravě standardů se účastnily následující obchodní komory: Associated Chambers of Commerce and Industry of India, Confederation of Indian Industry a Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry

3. CERTIFIKAČNÍ SPOLEČNOST, SUBJEKT

Certifikaci provádí experti školení NABH, kteří hodnotí soulad wellness centra či AYUSH nemocnice se standardy NABH. Skládají se z hlavního auditora (který je

jmenovaný) a týmu auditorů. Jejich počet závisí na počtu lůžek a poskytovaných služeb hodnoceného zařízení.

o způsob financování kvality služeb v těchto zemích

1. VEŘEJNÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Nejsou známy.

2. SOUKROMÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Vzhledem k tomu, že účast na systému akreditace je placená, hlavní část financování leží na zařízeních, která mají zájem o certifikaci. Poskytnutí akreditačních standardů pro wellness centra stojí 2500 rupií, standardy pro Ayurveda, Unani, Homeopatické a Siddha nemocnice stojí 750 rupií, pro Jóga a Naturopatické nemocnice 500 rupií.

Poplatky za akreditaci se liší podle počtu aktivit wellness centra, přičemž pro rezorty a destinační lázně platí pouze poslední kategorie, případně podle počtu lůžek v nemocnicích. V poplatcích nejsou zahrnuty cestovné a výdaje na ubytování auditorů, které rovněž hradí auditované zařízení.

Kromě samotné akreditace si může organizace také zakoupit školení pro své zaměstnance pořádané NABH.

Tabulka 4: Zpoplatnění akreditačního programu wellness center v Indii

Aktivity	Poplatek za přihlášení	Roční akreditační poplatek
Do 5 aktivit	15 000 rupií	50 000 rupií
5-8 aktivit	25 000 rupií	60 000 rupií
9-15 aktivit	35 000 rupií	75 000 rupií

Zdroj: www.qcin.org/nabh/apwc

Tabulka 5: Zpoplatnění akreditačního programu pro AYUSH nemocnice

<i>Ayurveda, Homeopatie, Unani, Siddha</i>		
Počet lůžek	Poplatek za přihlášení	Roční akreditační poplatek
10-49	10 000 rupií	50 000 rupií
50-99	20 000 rupií	100 000 rupií
100-200	30 000 rupií	130 000 rupií
Více než 200	40 000 rupií	160 000 rupií
<i>Jóga a Naturopatie</i>		
Počet lůžek	Poplatek za přihlášení	Roční akreditační poplatek
10-15	5000 rupií	20 000 rupií
15-20	10 000 rupií	35 000 rupií
Více než 20	15 000 rupií	50 000 rupií

Zdroj: www.qcin.org/nabh/iapah

o marketingové a motivační nástroje jednotlivých systémů kvality služeb v těchto zemích

1. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA MARKETINGOVÝCH A MOTIVAČNÍCH NÁSTROJŮ

Hlavním motivačním i marketingovým nástrojem je garance kvality pro zákazníka i obchodní partnery akreditovaného zařízení, včetně zajištění správně fungujících procesů při chodu organizace.

2. NEJDŮLEŽITĚJŠÍ NÁSTROJE

Nebyly vytvořeny.

3. CÍLENÉ SEGMENTY (ZÁKAZNÍK, PODNIKATEL)

System akreditace je zaměřený především na podnikatele a zákazníka a je jim i takto prezentován.

14 ŠVÝCARSKO

○ základní atributy a fungování systému kvality služeb v těchto zemích

1. POUŽÍVANÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

- **Wellness Destination**
- **Značka kvality pro podniky cestovního ruchu (Quality. Our Passion.)**

Švýcarsko má již více než 10 let zavedený systém kvality pro podniky cestovního ruchu, který se stal inspirací i pro podobné programy v některých dalších evropských zemích (např. Německo, Řecko). Tato značka kvality (Quality. Our Passion.) je určena i pro podniky a zařízení z oblasti wellness, za něž můžeme považovat wellness a lázeňské hotely, sportovní centra, lázně, kliniky apod.

Speciálně pro oblast wellness vznikla značka Wellness Destination, která je zaměřená na prázdninové rezorty a destinace, které vytvářejí kvalitní wellness nabídku.

2. TRADICE POUŽÍVÁNÍ SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB V ZEMI

Značka a program kvality Q pro podniky v cestovním ruchu funguje od roku 1997. Značka Wellness Destination byla vytvořena v roce 2008 a její platnost je omezena zatím do roku 2011.

3. NÁRODNÍ/REGIONÁLNÍ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Oba systémy fungují na národní úrovni.

4. SYSTÉM VYCHÁZÍ Z INICIATIVY VEŘEJNÉHO/SOUKROMÉHO SEKTORU

Na obou systémech kvality se podílejí subjekty jak z veřejného tak soukromého sektoru.

5. DOBROVOLNOST/POVINNOST SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB

Účast na obou systémech kvality je dobrovolná.

6. ÚČAST NA SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB JE BEZPLATNÁ/PLACENÁ

Na obou systémech kvality služeb se musí certifikovaná zařízení podílet finančně. Poplatky za kontroly v případě Wellness Destination jsou pevně stanoveny pro období 2008-2011 na 4 050 švýcarských franků pro členy Schweizer Tourismus Verband a 5 500 švýcarských franků pro nečleny. K tomu existuje ještě příplatek 500 CHF za každé další místo v destinaci, jenž má být do značky kvality zahrnuto.

Náklady na značku kvality Q se odvíjejí od toho, zda je či není certifikovaný podnik členem jedné z odpovědných organizací programu (tj. Schweizer Tourismusverband, Schweiz Tourismus, GastroSuisse, hotelliesuisse, Seilbahnen Schweiz, Verband öffentlicher Verkehr, Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren, Verband Schweizer Tourismusmanager, Car Tourisme Suisse, Swiss Snowsports, Hotel&Gastro Union, Schweizerische Beratungstelle für Unfallverhütung) a jaký je obrat podniku. Obecně platí, že členové a společnosti s nižším obratem mají náklady menší. Poplatek za přezkoušení a hodnocení zahrnuje přezkoušení dokumentů, potenciální namátkovou kontrolu místa, sadu Q Kleber, osvědčení, prospekty pro hosty, provedení mystery shoppingu. Kromě toho je součástí celkových nákladů i poplatek za kurz pro kouče či trenéra kvality a za používání některého z nástrojů programu.

7. HODNOCENÁ KRITÉRIA A UDĚLOVANÉ OZNAČENÍ

Značka kvality pro podniky cestovního ruchu (Quality. Our Passion.)

Značka kvality pro podniky cestovního ruchu je založena na třech na sebe navazujících stupních.

Stupeň 1 je zaměřený na rozvoj kvality služeb v rámci podniku a motivaci jeho zaměstnanců ke kvalitě. Výstupy prvního stupně jsou:

- zakotvení tématu kvalita v týmu,
- optimalizace vnitřních pochodů firmy a odstranění slabých stránek,
- motivovaní a efektivnější zaměstnanci,
- optimální základ pro zavádění managementu kvality.

Aby zařízení dosáhlo prvního stupně kvality, musí zároveň splňovat určité předpoklady, a to fungovat minimálně půl roku, spolupracovat s koučem kvality (vlastní

zaměstnanec podniku), který absolvoval příslušný kurz Schweizer Tourismus, zavést a používat stanovené pracovní nástroje (řetězec služeb, reklamace, akční plán a profil kvality), být připraven neustále zvyšovat kvalitu, odeslat požadované podklady na zkušební místo a zaplatit poplatek, připravit se na namátkovou kontrolu, předložit aktualizovaný akční plán po jednom, resp. dvou letech (akční plán obsahuje opatření na zlepšování kvality, termíny jejich realizace a odpovědné osoby).

Na základě přezkoumání žádosti podniku a konzultace s regionální komisí kvality je podniku udělena značka kvality stupně 1 v podobě jednoho modrého písmene Q.

Stupeň 2 je zaměřený na řízení kvality v podniku. Základními předpoklady k dosažení tohoto stupně je mít certifikát kvality prvního stupně minimálně jeden rok a spolupracovat s trenérem kvality (pověřený zaměstnanec podniku, který absolvoval příslušný dva a půl denní kurz). Podnik dále musí zavést a používat nástroje kvality pro stupeň dva (tj. vypracovaný profil vedení a zaměstnanců, dotazník pro hosty, dotazník pro zaměstnance, mystery shopping, hodnotící zpráva a akční plán), zaplatit příslušný poplatek, dosáhnout minimální známky z celkového hodnocení a předložit aktualizovaný akční plán obsahující položky viz stupeň jedna.

Při splnění všech podmínek a jejich přezkoumání zkušebními místy obdrží podnik značku kvality pro stupeň dva v podobě dvou modrých Q.

Stupeň 3 počítá se zavedením komplexního systému řízení kvality. Může se např. jednat o zavedení systémů řízení kvality podle norem ISO 9000 či EFQM modelu. Předpokladem pro získání značky kvality stupně 3 je, aby v podniku byla osoba zabývající se kvalitou (která absolvovala kurz kouče/trenéra kvality, případně jiné programem uznávané školení), úspěšná implementace uznávaného systému managementu kvality, připravenost neustále zlepšovat kvalitu a každoročně provádět sebekontrolu pomocí odpovídajících nástrojů, zpracovat příslušné dokumenty a zaplatit poplatky za přezkoušení a certifikaci a každoročně předkládat zprávy z auditu certifikačního institutu. Zařízení splňující tyto požadavky obdrží značku kvality v podobě tří modrých písmen Q.

Obrázek 19: Vzor udělované značky kvality Q - stupeň 1, 2 a 3



Zdroj: http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=939

Wellness Destination

Destinace provádějí sebehodnocení prostřednictvím dotazníku, který obsahuje kritéria týkající se osmi oblastí:

- charakteristika a poloha destinace,
- strategické směřování destinace,
- organizace cestovního ruchu,
- komunikace,
- wellness infrastruktura,
- nabídka sportovních aktivit,
- kompetence a poradenství,
- zvláštnosti.

Obrázek 20: Vzor udělovaného označení pro destinace wellness



Zdroj: http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=943

8. ČETNOST KONTROL A OBNOVY CERTIFIKÁTU

Certifikát Wellness-Destination byl zatím vydán s platností pro období 2008-2011.

Značku kvality Q stupně 1 až 3 obdrží podnik na tři roky. Během této doby zkušební místo kontroluje akční plány týkající se kvality a jejich implementaci prostřednictvím namátkových kontrol na místě. Po uplynutí tří let je nutné požádat o re-certifikaci, případně o certifikaci na vyšší stupeň.

9. PŘÍPADNÁ SPECIFIKA SYSTÉMU

Nejsou známa.

- **platná legislativa související s kvalitou služeb, případně další významné dokumenty**

1. ZÁKLADNÍ POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB

Nebylo zjištěno.

2. POŽADAVKY NA KVALITU SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

Nebylo zjištěno.

3. PŘÍPADNÁ LEGISLATIVA (DOKUMENTY) SOUVISEJÍCÍ SE SYSTÉMEM KVALITY SLUŽEB

Nebylo zjištěno.

- **relevantní normy a standardy související s kvalitou služeb v těchto zemích**

1. POUŽÍVANÉ NORMY V SEKTORU WELLNESS

Pro oblast nebyly vytvořeny.

2. STANDARDY V SEKTORU WELLNESS V DANÉ ZEMI

Zvláštní standardy nebyly zjištěny. Za možný standard lze považovat zmíněná kritéria pro wellness destinace.

- **hlavní cílové skupiny zapojené do systémů kvality v těchto zemích**

1. WELLNESS ZAŘÍZENÍ, WELLNESS DESTINACE

Ze systému kvality těží jak zařízení, tak wellness destinace. Jednak díky celoevropsky známé značce, tak možností zavést do řízení organizace ověřené a správné postupy.

2. SPOTŘEBITELÉ

Spotřebiteli jsou garantovány jasné postupy a kvalita, zaštitěná známou značkou kvality.

3. PROFESNÍ ASOCIACE

Profesní asociace se aktivně podílí na tvorbě systému.

- **institucionální zabezpečení systému kvality služeb v těchto zemích**

1. ODPOVĚDNÁ INSTITUTE NA NÁRODNÍ (REGIONÁLNÍ) ÚROVNI ZA SYSTÉM ŘÍZENÍ KVALITY V ZEMI A JEJÍ KOMPETENCE

Schweiz Tourismus je národní organizace, která mimo jiné řídí kvalitu služeb v oblasti cestovního ruchu ve Švýcarsku. Působí také jako marketingový orgán zajišťující propagaci Švýcarska jako turistické destinace.

2. PROFESNÍ ASOCIACE A JEJICH KOMPETENCE

Profesní asociace zapojené do systému kvality služeb cestovního ruchu ve Švýcarsku jsou Schweizer Tourismusverband, GastroSuisse, hotelliesuisse, Seilbahnen Schweiz, Verband öffentlicher Verkehr, Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren, Verband Schweizer Tourismusmanager, Car Tourisme Suisse, Swiss Snowsports, Hotel&Gastro Union, Schweizerische Beratungstelle für Unfalverhütung. Tyto organizace se aktivně podílejí na spoluvytváření standardů kvality.

3. CERTIFIKAČNÍ SPOLEČNOST, SUBJEKT

Zkušebním místem je Schweizer Tourismusverband, jehož zaměstnanec přezkoumává daná kritéria. Nezávislý kontrolor pak kontroluje uvedené skutečnosti a dává doporučení komisi kvality, která rozhoduje o udělení označení.

Komise je složena ze zástupců Schweizer Tourismus Verband, Schweiz Tourismus, rezortu, který získal označení kvality, hotelliersuisse a wellSwiss Management.

○ způsob financování kvality služeb v těchto zemích

1. VEŘEJNÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Nezištěno.

2. SOUKROMÉ ZDROJE, FINANCOVANÉ AKTIVITY

Soukromé zdroje financování systémů kvality služeb cestovního ruchu ve Švýcarsku představují zejména poplatky žadatelů o získání této certifikace popsané výše.

○ marketingové a motivační nástroje jednotlivých systémů kvality služeb v těchto zemích

1. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA MARKETINGOVÝCH A MOTIVAČNÍCH NÁSTROJŮ

Oba ve Švýcarsku zavedené systémy kvality služeb bředstavují významný prostředek zvýšení konkurenceschopnosti pro zařízení, která jej zavedou. Provozovatelé jsou motivováni možnostmi sebezdokonalování a zvyšování kvality, což je následně oceněno udělením značky.

2. NEJDŮLEŽITĚJŠÍ NÁSTROJE

Nástrojem propagace systémů i samotných subjektů, které je již zavedly jsou internetové prezentace organizace Schweiz Tourismus v několika jazykových mutacích i stránky profesních asociací zapojených v obou švýcarských systémech. Dalším nástrojem je samotná značka těchto systémů, která má značný význam v očích spotřebitelů.

3. CÍLENÉ SEGMENTY (ZÁKAZNÍK, PODNIKATEL)

Marketingové aktivity jsou zaměřeny jak na zákazníka, který požaduje garanci kvalitních služeb, tak podnikatele, kteří mají zájem na zvyšování kvality svých zařízení.

e) MOŽNOSTI ZAVEDENÍ SYSTÉMU KVALITY V SEKTORU WELLNESS V ČR

- **základní atributy a možnost fungování systému kvality služeb v sektoru wellness v ČR (např. vztah mezi vytvářeným standardem kvality služeb a systémy řízení kvality dle ISO, možnosti využití informací z oblasti systémů řízení kvality dle norem ISO pro vytvářený standard kvality služeb)**

1 VÝCHODISKA SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

Zavádění jednotné národní standardizace a certifikace v oblasti kvality služeb v zařízeních cestovního ruchu a příprava a realizace „Národního programu kvality cestovního ruchu ČR“ je obsažena v Prioritě č. 2 Rozšiřování a zkvalitňování infrastruktury a služeb cestovního ruchu, Opatření č. 3 Zkvalitňování služeb cestovního ruchu Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013.

Vytvářený systém kvality v sektoru wellness by měl být zcela kompatibilní s normami ISO a modelem EFQM, jež představují univerzální a celosvětově platné modely řízení kvality. Výhodami těchto přístupů k řízení kvality jsou vytvořené soubory norem a jasně definované požadavky, které každá organizace usilující o zavedení systému řízení kvality musí splnit.

2 SYSTÉM ŘÍZENÍ KVALITY DLE ISO 9000

Normy ISO řady 9000 jsou používány více jak dvacet let. Poprvé byly přijaty v roce 1987. Doporučení pro systém managementu kvality jsou uvedena v několika normách ISO, kde každá z nich má jinou funkci. Podrobněji o tom viz kapitola Normy související se systémem řízení kvality.

Stěžejní normou této řady je norma ISO 9001, protože obsahuje kritéria, podle kterých se provádí zavádění, udržování a také prověřování (auditování) implementovaného systému kvality. Tato norma je také označována jako norma kritériální, tzn., že její požadavky musí organizace splnit, aby mohla prokázat úspěšné fungování managementu kvality. Tato norma je určena jak pro interní, tak i externí strany, které posuzují schopnosti organizace plnit požadavky zákazníka, požadavky zákonů a předpisů aplikovaných na produkt nebo službu a vlastní požadavky organizace. V současné době je v České republice platná norma ČSN EN ISO 9001:2009.

2.1 Principy managementu kvality

Pro úspěšné vedení a fungování organizace je třeba, aby byla vedena a řízena systematickým a transparentním způsobem. Také z tohoto důvodu bylo popsáno 8 principů managementu kvality, které mohou vedení dopomoci ke zvýšení výkonnosti, a to konkrétně:

1. zaměření na zákazníka,
2. vedení a řízení lidí (vůdčí role),
3. zapojení zaměstnanců,
4. procesní přístup,
5. systémový přístup k řízení,
6. neustálé zlepšování,
7. přístup k rozhodování zakládající se na faktech,
8. vzájemně prospěšné dodavatelské vztahy.

Zákazník je klíčová entita, protože jsou odběrateli výsledků aktivit organizace, a každá organizace je proto na nich závislá. V rámci systému managementu kvality se pracuje s několika skupinami zákazníků:

- interní zákazníci – tj. pracovníci organizace, kteří využívají výsledků svých kolegů jako vstupy pro své procesy,
- zprostředkovatelé – tj. prodejci, velkoobchody, sklady apod.,
- externí zákazníci – jiné organizace nebo fyzické osoby využívající dodané výstupy, ne vždy jsou však jejich konečnými uživateli,
- koneční uživatelé – koneční spotřebitelé produktů a služeb organizace.

U všech skupin zákazníků by organizace měla dosáhnout maximalizace míry jejich spokojenosti a loajality. Z praktického pohledu to znamená:

- systematicky zkoumat požadavky všech skupin zákazníků,
- rychle a efektivně naplňovat jejich zjištěné požadavky,
- provázat cíle organizace s potřebami a očekáváními všech skupin zákazníků,
- systematicky měřit spokojenost a loajalitu všech skupin zákazníků,
- rozvíjet a řídit vztahy se všemi skupinami zákazníků,
- rozvíjet vztahy i s dalšími zainteresovanými stranami (např. vlastníci, veřejná správa).

Pokud je princip orientace na zákazníka správně aplikován, může organizace přinést zvýšení obrátu, podílu na trhu, efektivnější využívání zdrojů a získání podkladů pro dosahování loajality zákazníků.

Druhý princip zaměřený na vedení a řízení lidí se vztahuje na vedoucí manažery organizace, kteří by měli vytvářet interní prostředí, kde se mohou lidé zapojit při dosahování cílů organizace. Pro dosažení tohoto principu manažeři musí:

- deklarovat vizi, politiky a cíle organizace v souladu s požadavky všech skupin zákazníků a dalších zainteresovaných stran,
- vytvářet prostředí vzájemné důvěry mezi jednotlivými skupinami zaměstnanců,
- poskytovat příležitosti zaměstnancům k vlastní aktivní práci,
- a motivovat zaměstnance k týmové práci a k procesům zlepšování.

Základem každé organizace jsou její zaměstnanci a je proto nezbytné jejich plné zapojení do procesů organizace. Vedoucí manažeři tak musí:

- neustále vysvětlovat důležitost veškerých činností zaměstnanců pro výsledky organizace,
- vést zaměstnance k tomu, aby odhalovali slabá místa ve své výkonnosti,
- trvale vzdělávat všechny zaměstnance,
- odměňovat úsilí zaměstnanců ke zvyšování výkonnosti,
- hodnotit naplňování osobních cílů zaměstnanců a při jejich plnění jim pomáhat.

Zřejmě nejdůležitějším principem systému managementu kvality je procesní přístup. Procesní přístup lze chápat jako uskupení činností, které mají logický výstup s užitkem pro zákazníka. Přednost se dává kvalitě procesů proto, že právě řízení činností a zdrojů jako proces dosahuje efektivnějších výsledků, než když je řízena pouze kvalita produktů (výstupů).

Procesní přístup zahrnuje 3 fáze:

1. Identifikace procesů, zmapování jejich vnitřního složení a vazeb k okolí.
2. Analýza procesů, ve které probíhá zjištění způsobu dokumentování procesu, časový průběh procesu, určení chybějících a přebytečných činností v rámci procesu, rozpoznání nedostatků apod.
3. Napřímení procesů, tzn. přijetí takových opatření, které zásadně nemění podobu procesu, ale usilují o racionalitu jejich průběhu. Naproti tomu redesign procesů znamená radikální změnu, která může spočívat v novém definování procesů.

Systémový přístup k managementu znamená identifikovat jednotlivé procesy, porozumět a řídit vzájemně související procesy jako systém. Řízení těchto souvisejících procesů jako systém má totiž organizaci přinést zvýšenou efektivnost a účinnosti při dosahování cílů. Aby organizace mohla aplikovat tento přístup, musí:

- definovat strukturu procesů,
- identifikovat návaznost definovaných procesů a tuto propojenost také deklarovat,
- identifikovat nezávislost některých procesů,
- zjištěné procesy popsat tak podrobně, jak je nutné pro jejich efektivní vykonávání.

Cílem jakékoliv organizace by mělo být neustálé zlepšování celkové výkonnosti. Efektem pak je nejen zlepšení samotné výkonnosti procesů i systému managementu kvality a zvýšená schopnost pružné reakce, ale také vytvoření optimálního prostředí k proaktivnímu jednání zaměstnanců.

Princip přístupu k rozhodování zakládající se na faktech představuje činění rozhodnutí pouze na základě využití vhodně analyzovaných údajů a informací.

Vzhledem k tomu, že jsou dodavatelé a odběratelé vždy do určité míry vzájemně závislí, má opodstatnění i poslední přístup vzájemně prospěšných dodavatelských vztahů, který zvyšuje jejich schopnost vytvářet vyšší hodnotu.

Požadavky na dokumentaci

Důležitou součástí systému řízení kvality je dokumentace, která umožňuje kontrolovat soulad činností se záměry a zajišťovat konzistenci těchto činností. Kromě dokumentace je třeba vést záznamy, které poskytnou důkaz o splnění předepsaných postupů.

V systému managementu kvality se používají následující dokumenty:

- příručky kvality – dokumenty, které poskytují konzistentní informace o systému managementu kvality v organizaci,
- plány kvality – dokumenty, které popisují, jak se systém managementu kvality aplikuje na specifický produkt, projekt nebo smlouvu,
- specifikace – dokumenty, ve kterých jsou uvedeny požadavky,
- směrnice – dokumenty, ve kterých jsou uvedena doporučení nebo návrhy,
- dokumentované postupy, pracovní instrukce a výkresy – dokumenty, které poskytují informace o tom, jak provádět činnosti a procesy konzistentním způsobem,
- záznamy – dokumenty, které poskytují objektivní důkazy o provedených činnostech nebo o dosažených výsledcích.

Rozsah dokumentace se může v jednotlivých organizacích lišit a je ovlivněn především její velikostí, druhem činností, složitostí procesů v organizaci a jejich vzájemného působení a odbornou způsobilostí zaměstnanců.

Srovnání ISO 9000 a modelu EFQM

Model excellence EFQM představuje jeden z modelů systému řízení dle koncepce TQM, přičemž je považován za nejnáročnější, ale na druhé straně i nejdokonalejší metodický materiál k rozvoji systémů managementu. Model se skládá z 9 hlavních a 32 dílčích kritérií a vychází z předpokladu, že vynikajících výsledků může organizace dosáhnout pouze tehdy, jsou-li maximálně spokojeni její externí zákazníci, vlastní zaměstnanci a zároveň respektuje okolí.

Obrázek 21: Model EFQM



Zdroj: <http://www.csq.cz/cs/model-excelence-efqm/model-efqm/kriteria-modelu-excelence-efqm.html>

Jak model excelence EFQM tak ISO 9000 jsou nástroje, které pomáhají organizacím zvyšovat kvalitu nejen produktů a služeb, ale i samotné firmy. V rámci ISO 9000 je posuzována shoda s touto normou vůči procesům probíhajícím v organizaci. Na rozdíl od toho model excelence EFQM představuje jakýsi ideál (cestu) k dosažení excelence ve všech činnostech firmy, tedy i jejích produktů. Tento model představuje komplexní přístup – bere v úvahu společnost, která obklopuje organizaci, a další zainteresované strany (zákazníky, zaměstnance, partnery, dodavatel atd.). Naproti tomu ISO 9000 vyžaduje pouze spokojenost zákazníků firmy.

Základní koncepty obou modelů je možné shrnout do následující tabulky:

Tabulka 6: Srovnání konceptů modelu excelence EFQM a ISO 9000

Model excelence EFQM	ISO 9000
1. Vedení	1. Zaměření na zákazníka
2. Politika a strategie	2. Vedení a řízení lidí (vůdčí role)
3. Pracovníci	3. Zapojení zaměstnanců
4. Partnerství a zdroje	4. Procesní přístup
5. Procesy	5. Systémový přístup k řízení
6. Pracovníci – výsledky	6. Neustálé zlepšování
7. Zákazníci - výsledky	7. Přístup k rozhodování zakládající se na faktech
8. Společnost - výsledky	8. Vzájemně prospěšné dodavatelské vztahy
9. Klíčové výsledky výkonnosti	-

Zdroj: MAG Consulting s.r.o.

V základních principech, na kterých jsou oba přístupy postaveny, lze nalézt shodu, nicméně hlavní rozdíl spočívá právě ve větší komplexnosti modelu excelence EFQM. Hlavním rozdílem je orientace na výsledky u modelu excelence EFQM – organizace dosáhne přidané hodnoty pro všechny zainteresované strany a zabezpečí si tak dlouhodobý úspěch.

Další koncept, který není zahrnut v ISO normách, je sociální odpovědnost firmy – etický přístup k podnikání. Firma je vůči svým zainteresovaným stranám transparentní a zodpovědná, uvažuje o sociální odpovědnost a ekologické udržitelnosti, což přispívá k rostoucí hodnotě firemní značky, loajality zákazníků a zvýšené důvěře zainteresovaných stran.

V organizaci mohou fungovat oba přístupy společně. Obecně lze říci, že tam, kde končí norma, plynule navazuje model excelence EFQM. Norma vyžaduje popis procesů v organizaci, zatímco Model se snaží o pochopení širších souvislostí jejich fungování.

Využití obou přístupů řízení kvality pro vytvářený standard kvality služeb

Pro vytvářený standard kvality služeb má význam zahrnout zmíněné přístupy řízení kvality. Zejména oba přístupy akcentují orientaci na zákazníka, o kterého jde v první řadě. Produkt, který organizace vytváří, se přizpůsobuje jeho potřebám, a ne že se zákazník přizpůsobuje potřebám organizace. Oba přístupy vyžadují, aby organizace pravidelně sledovala spokojenost svých zákazníků.

Důležitým aspektem je procesní přístup k řízení organizace. Na základě definování vstupů jednotlivých procesů, určení, kdo procesy provádí, a zodpovědnosti za ně je vždy zajištěn stejný výstup procesu pro zákazníka, čímž se eliminuje možný výskyt chyb a je garantována určitá úroveň kvality. Takovým procesem může být např. reklamace poskytnutých služeb.

V neposlední řadě je pro organizaci přínosné vytváření související dokumentace (příručky, manuály apod.), která je aktuální, jsou s ní seznámeni všichni zaměstnanci a pomáhá při správném řízení procesů v organizaci.

3 ZÁKLADNÍ ATRIBUTY SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS V ČR

3.1 Způsob zapojení do systému kvality služeb

Zapojení do systému kvality služeb v sektoru wellness, tzn. certifikace těchto zařízení, může být uskutečněno na dvou principech:

1. Dobrovolná certifikace – každý provozovatel se rozhodne, zda certifikaci podstoupí či nikoliv.
2. Povinná certifikace – všichni provozovatelé mají povinnost podstoupit certifikaci, která vyplývá nejčastěji ze zákona.

Dobrovolná certifikace – výhody a nevýhody

Princip dobrovolné certifikace je běžný ve většině zemí, kde zavedli nějaký systém kvality služeb. Je založen na předpokladu, že kvalita by měla být něco exkluzivního a dostupného jen pro ty nejlepší podniky. V úvodu byla kvalita zmíněna jako konkurenční výhoda na trhu. Tento přístup k certifikaci tedy vychází ze soutěživosti podniků a jejich přesvědčení i závazku kvalitu neustále zvyšovat.

Základní nevýhodou dobrovolné certifikace je možná nízká ochota podnikatelů certifikaci podstupovat, která vyplývá zejména z jejich přesvědčení, že proces certifikace je administrativně a finančně náročný. Podnikatelé také mohou proces certifikace považovat za subjektivní, protože podle jejich názoru auditoři nehodnotí ani ne tak podle objektivních kritérií, ale spíše podle vlastního uvážení. Certifikace jim proto nemá ve výsledku nic přinést.

Tyto nevýhody lze jistě zmírnit vytvořením vhodných motivačních nástrojů pro zapojení podnikatelů do certifikace (např. databáze certifikovaných podniků), jasným definováním pravidel procesu certifikace a stanovením transparentních a veřejně přístupných kritérií, na jejichž tvorbě se budou podílet i zástupci podnikatelského sektoru.

Povinná certifikace – výhody a nevýhody

Tento způsob certifikace je obvykle zakotven v legislativě, čímž je zajištěna jeho vymahatelnost a snadná kontrola splnění požadavků. Kontrolní mechanismus by byl zřejmě v kompetencích stávajících dozorových orgánů. V celém sektoru je tak zajištěna daná úroveň kvality a zákazník by neměl narazit na vyloženě „špatné“ zařízení.

Pokud však budou všechny podniky certifikované, ztrácí certifikace význam něčeho navíc (vyhrazeného pouze pro exkluzivní poskytovatele služeb), což je více méně jejím smyslem. Závazek podniku neustále zvyšovat kvalitu svých poskytovaných služeb tak ztrácí na významu. Další nevýhodou je také zdoluhavý legislativní proces, který brání pružně reagovat na změny v požadavcích zákazníků i na změny na trhu.

3.2 Základní přínosy systému kvality služeb

Vytvoření jednotného systému kvality nejen v sektoru wellness, ale i v ostatních sektorech cestovního ruchu přináší s sebou mnohé přínosy a výhody nejen pro samotné podniky, které certifikaci podstoupí, ale i pro jejich zákazníky.

Hlavním přínosem (a rovněž i cílem celého systému kvality) je záruka kvality produktů a služeb, větší jistota pro zákazníky při výběru zařízení nebo větší účinnost podnikatelských nástrojů.

Dílním přínosem pro sektor wellness by byla nutnost jasně definovat pojmy související s tímto sektorem a jejich obsah. Tuto potřebu ostatně dokládá průzkum mezi zákazníky společností Incoma Gfk (viz kapitola Hodnocení kvality ze strany zákazníka (uživatelé)). V první řadě by měly být vymezeny nejčastější pojmy – wellness, wellness centrum a wellness hotel.

V další fázi by mělo dojít k vymezení samotných procedur poskytovaných ve wellness zařízeních, a to zejména jejich průběh, přínos pro zákazníka a možná rizika spojená s jejich aplikací.

4 FUNGOVÁNÍ SYSTÉMU KVALITY SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS V ČR

4.1 Vytvoření systému kvality služeb a jeho institucionální zabezpečení

Systém kvality služeb v sektoru wellness v ČR bude součástí národního systému kvality služeb cestovního ruchu. Ze zahraniční zkušenosti vyplývá, že na systému kooperují různé subjekty, většinou z obou sektorů – veřejného a soukromého.

Pravidlem bývá, že ministerstvo zodpovědné za oblast cestovního ruchu funguje minimálně jako garant, případně koordinátor systému. Na systému se může účastnit personálně, případně jej i finančně podporovat. V některých zemích jsou do systému zapojeny i regionální orgány (vlády). V podmínkách České republiky to však není obvyklé. Systém může být vytvořen s celonárodní platností bez regionálních výjimek.

Za propagaci systému a související marketingové aktivity bývá zodpovědná národní organizace cestovního ruchu, která navíc podporuje certifikovaná zařízení prostřednictvím

zvláštního internetového portálu či jim umožňuje prezentaci na mezinárodních výstavách a veletrzích.

Vlastní standardy, kritéria a postup certifikace jsou často výsledkem činnosti expertní platformy složené většinou ze zástupců státních orgánů, podnikatelů, profesních svazů, spotřebitelů a expertů přes kvalitu. V některých případech však byla pro tento účel vytvořena i zvláštní organizace (institut). Působí jako nezávislá a nezisková instituce, na jejíž činnost dohlíží výše uvedené zainteresované strany a jež je financována částečně ze státních prostředků, částečně z výnosů certifikace. Mezi další aktivity takové organizace pak může patřit i marketingová podpora certifikovaných subjektů.

Proces certifikace (auditu) vždy provádí nezávislý subjekt (akreditovaný certifikační orgán). V řadě případů tyto subjekty nejsou žádným způsobem vybírány a fungují na základě volné soutěže na trhu. Nicméně např. ve Španělsku je stanoven pevný počet šesti subjektů, které fungují jako certifikační orgány místního systému kvality Calidad Turistica. Výhody nebo nevýhody takového přístupu nelze jednoznačně identifikovat, stálo by však za zvážení stanovení alespoň minimálních požadavků na certifikační orgán, tj. mít akreditaci a prokázat orientaci na cestovní ruch.

V podmínkách České republiky by systém mohl být postaven na stávající institucionální struktuře a vytvořen ve spolupráci konkrétních subjektů: Ministerstva pro místní rozvoj (odbor cestovního ruchu), příspěvkové agentury CzechTourism a nově vytvořeného subjektu Institut kvality cestovního ruchu (IKCR). Institut kvality cestovního ruchu by byla odborná a nezávislá organizace, která bude koordinovat systém kvality všech sektorů cestovního ruchu, vytvářet a vydávat sektorové normy (standardy kvality), provádět jejich revize a především vydávat na základě provedených auditů certifikáty. Institut by byl vlastníkem značky kvality. Institut by spadl pod Ministerstvo pro místní rozvoj, které ho založí jako obecně prospěšnou společnost a dozoruje. Institut rovněž úzce spolupracuje s agenturou CzechTourism, která je zodpovědná za propagaci a medializaci národního systému kvality služeb cestovního ruchu.

4.2 Vytvoření standardů kvality služeb

V současné době neexistuje žádný systém hodnocení kvality služeb v sektoru wellness, proto je nutné vytvořit komplexní systém standardů. Česká asociace wellness

dlouhodobě plánuje zavedení standardů kvality, nicméně tyto standardy prozatím nebyly zavedeny a nejsou ani zveřejněna kritéria hodnocení. ČAW však plánovala zavedení sedmi základních kritérií s označením bronz, silver a gold.

Rovněž byla navázána spolupráce s AHR ČR, která v nové klasifikaci definuje wellness hotel jako specifické hotelové zařízení. V tomto případě se jedná o takové ubytovací zařízení, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii Hotel 3* - 5* a zároveň poskytuje wellness služby. Tyto wellness služby však musí být certifikovány dle nově zavedeného standardu kvality pro sektor wellness.

Nově vytvořený standard by měl v zásadě obsahovat obecnou část, která by byla společná pro všechna zařízení zahrnutá do systému kvality služeb (tj. nejen pro wellness), a specifické požadavky pro jednotlivé sektory (pro wellness sektor budou uvedeny dále). Obecná část by čistě upravovala systém řízení kvality v podniku s tím, že jedním z možných kritérií by bylo zavedení systému řízení kvality dle normy ISO 9001 nebo modelu EFQM. Předpokladem ale je, aby na to dosáhly pouze ty nejlepší podniky. Je proto vhodné uvažovat minimálně o dvoustupňové certifikaci – pro standardní podniky a pro excelentní podniky. Standardní podniky by musely v rámci řízení kvality respektovat určité principy odvozené z norem ISO či modelu EFQM, např. co se týče požadavků na dokumentaci, vytvořené manuály činností, proces reklamace a vztah k zákazníkovi.

4.3 Proces certifikace

Následujících 14 bodů shrnuje možný proces certifikace. Vychází ze zkušeností jiných zemí, které již nějaký systém kvality služeb zavedly.

1. Na úvod musí vzniknout rozhodnutí zařízení o zapojení se do systému kvality (v případě dobrovolné certifikace), které může deklarovat např. formou vyplnění formuláře/dotazníku.
2. Zařízení obratem obdrží příručku s požadavky a formulář k sebehodnocení.
3. Zařízení je seznámeno s požadavky na certifikaci.
4. Zařízení provede sebehodnocení dle obdrženého formuláře a ten zašle odpovědné instituci (certifikačnímu orgánu).
5. Zařízení podá žádost o certifikaci, certifikační orgán vyhotoví nabídku.
6. Zařízení zajistí proškolení pracovníků, kteří budou odpovědní za dodržování požadavků.

7. Budou vytvořeny plány – dokumentace, způsob zavádění a nástroje.
8. Následuje předaudit.
9. Po předaudit jsou odstraněny případné neshody.
10. Následuje samotný certifikační audit.
11. Z certifikačního auditu je vydána zpráva o auditu a předána instituci odpovědné za vydání certifikátu kvality.
12. Vydání certifikátu s platností 3 roky.
13. Dozorový audit bude prováděn 1x ročně, kromě toho jsou možné náátkové kontroly.
14. Recertifikační audit probíhá každé 3 roky.

4.4 Auditování systému kvality služeb

Audit systému kvality bude provádět certifikovaný auditor, který musí být řádně vyškolen ze strany MMR ČR, případně Institutem (pokud bude zřízen) v požadavcích systému kvality. Tito auditoři rovněž musí procházet průběžným doškolováním. Auditor musí být nestranný a zcela objektivní a musí dokonale znát pravidla a postupy pro provádění auditu.

Certifikační orgán, který auditory bude zaměstnávat nebo najímat, musí získat akreditaci k certifikování národního systému kvality služeb cestovního ruchu. Podmínkou získání akreditace by měla být prokazatelná zkušenost subjektu z oblasti cestovního ruchu. Je možné také zvážit španělský model určení vybraných certifikačních společností, které jediné budou moci systém kvality certifikovat. Ve Španělsku byly vybrány na základě svých dlouholetých zkušeností, zaměření na cestovní ruch a mezinárodní působnosti.

○ **návrh případných změn legislativy související s kvalitou služeb**

1 PŘÍPADNÁ ÚPRAVA STÁVAJÍCÍ LEGISLATIVY

V případě, že by certifikace v sektoru wellness byla povinná, je třeba tuto povinnost začlenit do legislativy. Nejlepším způsobem by bylo upravit tuto problematiku v rámci komplexního zákona o cestovním ruchu a prováděcích vyhlášek, které by obsahovaly práva a

povinnosti certifikovaných subjektů a požadovaná kritéria, která musí splnit. Jako základ zákona o cestovním ruchu lze využít stávající legislativy v podobě zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů, který je po poslední novele velmi flexibilní pro novou úpravu.

Povinná certifikace by se jistě také dotkla zákona na ochranu spotřebitele, správního či trestního řádu, pokud by byly stanoveny sankce za nedodržení podmínek, a legislativy upravující činnost dozorových orgánů (zákon o České obchodní inspekci, apod.).

V případě certifikace založené na dobrovolnosti by bylo rovněž vhodné systém kvality určitým způsobem začlenit do zákona o cestovním ruchu, resp. zákona č. 159/1999 Sb., jednalo by se např. o upravení kvalifikace auditorů, podmínky přidělení akreditace certifikačním orgánům.

2 NOVÁ LEGISLATIVA

Nově je třeba legislativně upravit vznik a fungování Institutu kvality cestovního ruchu, pokud by byl vytvořen. Větší množství nové legislativy se dá očekávat spíše v případě povinné certifikace.

o **definování hlavních cílových skupin vytvářeného systému kvality služeb**

1 PODNIKATELSKÉ SUBJEKTY PŮSOBÍCÍ V SEKTORU WELLNESS

Podnikatelské subjekty jsou aktivně zapojeny do systému kvality služeb, protože jsou objektem certifikace a samy se podílejí na tvorbě standardu. Zároveň využívají nově vzniklou značku kvality v rámci vlastních marketingových aktivit a při propagaci systému. Systém kvality služeb také (pozitivně) ovlivňuje vztahy mezi podnikateli (dodavateli).

2 PROFESNÍ ASOCIACE

Profesní asociace zastupují podnikatele v platformě expertů vytvářející standardy kvality služeb. Mohou působit na své členy, aby podstoupili certifikaci, poskytovat jim poradenství v této oblasti a organizovat školení.

3 SPOTŘEBITELÉ

Z nového systému kvality by rovným dílem měli profitovat jak podnikatelé, tak spotřebitelé. Systém kvality služeb zvýší jejich orientaci na trhu a jistotu správného výběru služby, tzn. že obdrží takovou službu v takové kvalitě, kterou očekávali. Spotřebitelé se také podílí na tvorbě standardů kvality.

○ **návrh institucionálního zabezpečení systému kvality služeb pro sektor wellness**

1 SUBJEKTY ZAPOJENÉ DO SYSTÉMU KVALITY

Institucionální zabezpečení nového systému kvality služeb by mělo vycházet ze stávající struktury. Do systému kvality se proto předpokládá zapojit následující subjekty:

- MMR ČR, které by fungovalo jako garant projektu a případně by systém finančně podporovalo.
- Rada kvality ČR, kterou by bylo možné využít jako platformu pro navrhování nových standardů a jako odborný hlas.
- CzechTourism, jenž by zajišťoval marketingovou podporu systému, zejména s orientací na zahraniční trhy.
- Institut kvality cestovního ruchu (nově vytvořená instituce), jež by naplňovala úkoly uvedené dále.
- Profesní organizace, které by měly své zástupce v Institutu kvality cestovního ruchu a případně platformě navrhující standardy. Mohou také pozitivně působit na své členy, aby podstoupili certifikaci.
- Zájmové organizace (např. spotřebitelská sdružení) se budou účastnit při tvorbě standardů.

2 VYTVOŘENÍ INSTITUTU KVALITY CESTOVNÍHO RUCHU

Hlavní institucí, která by zabezpečovala chod a fungování systému kvality služeb nejen pro sektor wellness, ale i pro ostatní sektory cestovního ruchu, bude nově vytvořený Institut kvality cestovního ruchu, který bude zřízen Ministerstvem pro místní rozvoj jako obecně prospěšná společnost, bude nezávislou a neziskovou organizací. Činnost Institutu kvality cestovního ruchu bude pokrývat pět hlavních úkolů:

- normalizaci,
- certifikaci,
- propagaci,
- školení,
- zavádění nových standardů a aktualizaci stávajících.

Za normalizaci bude zodpovědný expertní panel složený ze zástupců zainteresovaných stran a expertů přes řízení kvality. Certifikace v tomto případě neznamena samotný proces auditování, ale stanovení podmínek certifikace a požadavků na auditory a vystavení certifikátu úspěšným podnikům. Za propagaci by byl Institut zodpovědný zejména na domácím trhu, přitom by úzce spolupracoval s CzechTourismem, který by spíše propagoval systém kvality v zahraničí. Institut by dále poskytoval školení jak pro auditory národního systému kvality služeb CR, tak pro samotné podnikatele a jejich zaměstnance, kteří chtějí systém kvality zavést nebo podstoupit recertifikaci. Činnost institutu by zřejmě pokrývala více sektorů cestovního ruchu, tudíž by vypracovával pro každý sektor nové standardy a aktualizoval stávající podle vzniklé potřeby.

○ **návrh způsobu financování systému kvality v sektoru wellness – posouzení efektivity vytvářeného systému**

1 FINANCOVÁNÍ POVINNÉ CERTIFIKACE

V případě, že certifikace bude povinná (tzn. daná ze zákona), bude systém kvality financován z veřejných zdrojů. V první fázi se bude jednat o zdroje z ERDF (Evropský fond regionálního rozvoje) a státního rozpočtu, poté pouze ze státního rozpočtu.

2 FINANCOVÁNÍ DOBROVOLNÉ CERTIFIKACE

V případě dobrovolné certifikace bude **zavedení** systému kvality financováno z veřejných zdrojů, stejně jakou u povinné certifikace zejména z ERDF a státního rozpočtu. Samotné fungování systému kvality bude financováno z velké části z poplatků certifikovaných organizací, případně částečně i z veřejných zdrojů (např. agentura Czech Tourism obdrží příspěvek na propagaci systému kvality služeb).

Otázkou ovšem je, jak nastavit systém poplatků za certifikaci, aby nebyl demotivující, zejména pro malé a střední podniky z důvodu finanční, administrativní, personální aj. zátěže. Lze opět vycházet z příkladu jiných zemí. Poplatky mohou být odstupňovány a stanoveny např. na základě velikosti podniku (počtu zaměstnanců, ročního obrátu), počtu poskytovaných aktivit, podle stupně certifikace v případě více úrovní certifikátu.

Bylo by vhodné, i jako motivační nástroj, aby podnikatelé měli možnost žádat o finanční příspěvek alespoň na první certifikaci. Pro to by ale bylo třeba stanovit určité požadavky, např. že o dotaci mohou žádat držitelé certifikátu ISO, jedná se o významného zaměstnavatele v lokalitě, podnikatel zaměstnává znevýhodněné skupiny osob. Přesná kritéria je nutné vytvořit.

o možnosti prosazení nových pravidel do praxe – motivační nástroje

Motivačních nástrojů bude třeba zejména v první fázi zavádění systému kvality služeb, kdy bude nově vznikající systém budit určitou nedůvěru jak na straně podnikatelů, tak na straně spotřebitelů služeb. Motivační nástroje by tuto nedůvěru měly pomoci překonat.

1 MOTIVAČNÍ NÁSTROJE PŘI POVINNÉ CERTIFIKACI

V případě, že bude certifikace povinná, povinnost zapojit se do systému kvality služeb vyplývá ze zákona a tudíž není třeba motivačních nástrojů. Hlavním „motivačním“ nástrojem by v tomto případě byl systém sankcí za nedodržení zákonných podmínek.

Ale i v tomto případě by bylo vhodné uvažovat o podpoře certifikovaných zařízení, např. vytvořením specializovaného informačního systému na internetových stránkách agentury CzechTourism.

2 MOTIVAČNÍ NÁSTROJE PŘI DOBROVOLNÉ CERTIFIKACI

V případě, že bude certifikace dobrovolná, jsou hlavními motivačními nástroji pro účast v systému kvality výhody pro certifikovaná zařízení, které tento systém přináší:

- zvýhodněná cena za certifikaci a přislíbená možnost finanční podpory ze strany státu, zejména pro první fázi zavádění,
- zařazení do specializovaného informačního systému certifikovaných zařízení na internetových stránkách agentury CzechTourism nebo vlastních stránkách systému kvality,
- používání značky kvality jako nástroje propagace a prodeje,
- nový pohled na certifikovaná zařízení (spolehlivost, efektivnost procesů v organizaci atd.),
- zvýšení účinnosti podnikatelských nástrojů,
- větší proškolení personálu,
- větší uspokojení zákazníků (systém umožňuje lépe poznat jejich očekávání).

○ návrh využití marketingových nástrojů na podporu zavedení systému

Marketingové nástroje by měly být používány po celou dobu fungování systému kvality. Jejich nasazení by mělo být intenzivnější při spuštění systému, kdy jejich úkolem je především „osvěta“ jak podnikatelů, tak spotřebitelů (českých i zahraničních), tj. seznámení obou stran se všemi aspekty systému. V následujících obdobích by měly sloužit k udržení povědomí o systému kvality a poptávky po certifikovaných zařízeních. Ovšem v případě malého zájmu o certifikaci by jejich použití mělo být opět masivnější.

1 VYUŽITÍ MARKETINGOVÝCH NÁSTROJŮ Z HLEDISKA PODNIKATELSKÝCH SUBJEKTŮ

- Pro podnikatele má zásadní význam možnost využití značky kvality při vlastních marketingových aktivitách (např. formou samolepky, na propagačních materiálech certifikovaného zařízení).

- Stát může garantovat propagaci certifikovaných zařízení, např. prostřednictvím aktivit CzechTourismu (webové stránky, veletrhy, tisk), odborného tisku a webových stránek (např. www.spa-wellness.cz), což by snížilo náklady certifikovaných poskytovatelů služeb na propagaci.
- Přínosem pro podnikatele by také bylo jejich zařazení do specializovaného informačního systému na internetových stránkách agentury CzechTourism nebo vlastních stránkách systému kvality s možností rezervace jejich služeb.

2 VYUŽITÍ MARKETINGOVÝCH NÁSTROJŮ Z HLEDISKA PROFESNÍCH ASOCIACÍ

- Profesní asociace by měly možnost se účastnit konferencí a workshopů o systému kvality a působit na své členy, aby certifikaci přijali.
- Systém kvality může zvýšit pravděpodobnost mezinárodní spolupráce s profesními asociacemi jiných zemí, které mají vytvořeny vlastní systémy kvality.

3 VYUŽITÍ MARKETINGOVÝCH NÁSTROJŮ Z HLEDISKA SPOTŘEBITELŮ

- Pro spotřebitele (domácí, zahraniční zákazníci, ale i dodavatele a zprostředkovatele) je nutné připravit informační kampaň před spuštěním systému, jež je seznámí s výhodami a přínosy systému a spojenou značkou kvality.
- V rámci toho by byly pořádány různé workshopy, pro odbornou veřejnost konference, jež by systém kvality představily.
- Pokud bude mít systém kvality jasně definovanou značku, spotřebitel se bude snáze orientovat při nákupu služeb.
- Vytvoření speciálního informačního systému, kde by byly dostupné všechny potřebné informace pro spotřebitele o systému kvality a možnost rezervace certifikovaných služeb.

○ posouzení role zákazníka jako spotřebitele služeb v novém systému kvality

1 VÝHODY SYSTÉMU KVALITY PRO ZÁKAZNÍKA/SPOTŘEBITELE

Každý poskytovatel služeb v sektoru wellness by měl ve své nabídce vycházet z potřeb a požadavků své cílové skupiny zákazníků. Jen tak může být úspěšný a může přežít na dnešním konkurenčním trhu a v turbulentním prostředí. Z pohledu zákazníka/spotřebitele mu zaváděný systém kvality přináší mnoho výhod:

- větší transparentnost na trhu nabízených služeb,
- větší jistota při výběru zařízení (certifikát kvality zaručuje, že jsou zde dodržovány určité postupy),
- poskytnutí záruky kvality produktů a služeb,
- nabízené produkty/služby více akceptují očekávání a nároky zákazníka,
- větší účast zákazníka na zlepšování služeb prostřednictvím zpětné vazby, která by měla být základní součástí standardu kvality,
- spotřebitel bude mít své zastoupení v platformě připravující standardy kvality.

2 ZÁKAZNÍK/SPOTŘEBITEL V ROLI ZPĚTNÉ VAZBY

Ve správně řízeném systému kvality hraje zákazník/spotřebitel významnou roli ve zpětné vazbě, kterou dává podnikateli. Na tom je postavený i jeden z principů řízení kvality dle normy ISO 9001 (orientace na zákazníka). Naslouchá-li podnikatel zákazníkovi, může pak zejména:

- nastavit efektivnější způsob vyřizování reklamací (jasně stanovený postup, termíny, odpovědnost apod.),
- a do větší míry respektovat zákaznickovy potřeby (nabízí více služeb na míru apod.).

Zpětná vazba od zákazníka by tak měla být nedílnou součástí každého systému kvality, protože bez ní nelze dodržet závazek podniku neustále zvyšovat kvalitu.

○ rizika spojená se zavedením nového systému kvality

Jednotlivá rizika jsou v následujícím výčtu uvedena včetně jejich pravděpodobnosti a opatření k jejich snížení (eliminaci). Pravděpodobnost výskytu daného jevu je definována v rozmezí:

- 0 % (nulová pravděpodobnost výskytu),
- 25 % (nízká pravděpodobnost výskytu),
- 50 % (střední pravděpodobnost výskytu),
- 75 % (vysoká pravděpodobnost výskytu),
- 100 % (jistota výskytu).

1 RIZIKA NA STRANĚ SPOTŘEBITELŮ/ZÁKAZNÍKŮ

1) Počáteční nedůvěra ve funkci systému

Pravděpodobnost výskytu tohoto jevu se rovná téměř jistotě, protože se jedná o zcela novou, neznámou iniciativu. Zmírnit nedůvěru spotřebitelů/zákazníků lze intenzivní informační kampaní, která vysvětlí podstatu a principy systému kvality a zejména výhody pro zákazníky. Pro sektor wellness je však důležité zároveň informovat spotřebitele o obsahu samotného pojmu wellness, souvisejících produktech a činnostech vzhledem k obecnému nízkému povědomí veřejnosti.

2) Nedůvěra ke značce kvality

Pravděpodobnost výskytu tohoto jevu se rovná opět téměř jistotě z výše uvedených důvodů. Pro zákazníky by bylo přínosné vytvořit v rámci informační kampaně speciální internetové stránky, kde budou uvedeny všechny nutné informace o značce kvality. Důležité ovšem je, aby zákazníci o těchto stránkách věděli a také aby byly přístupné i zahraničním návštěvníkům České republiky (tj. byly v různých jazykových mutacích). Zároveň by sama certifikovaná zařízení měla být schopná vysvětlit zákazníkům, v čem spočívá jejich výjimečnost.

3) Neefektivní marketingové aktivity

Pravděpodobnost výskytu jevu je poměrně vysoká. Systém kvality služeb se nemusí dostat do širšího povědomí spotřebitelů jak domácích, tak zahraničních. Důležité je zvolit vhodné informační kanály pro každou cílovou skupinu systému (např. TV spoty, sociální sítě,

pro odborníky, odborný tisk a workshopy). Systém kvality by měl mít vlastní informační systém včetně rezervačního systému pro jednotlivá certifikovaná zařízení. Přínosné by byly různé jazykové mutace.

2 RIZIKA NA STRANĚ PODNIKATELŮ

1) Počáteční nedůvěra ve funkci systému

Existuje vysoká pravděpodobnost výskytu tohoto jevu. Ačkoliv by hlavní iniciativa k zavádění systému kvality služeb měla vycházet z řad soukromého sektoru, podnikatelé nemají jistotu, že systém bude fungovat, jak si představovali nebo budou mít obavy z různých překážek zapojení (administrativa, finanční náročnost apod.). Systému se proto raději účastnit nebudou. Zmírnit jejich obavy a nedůvěru lze jejich přímým podílem na vytváření pravidel a fungování celého systému. Zároveň je nutné vytvořit účinné motivační nástroje pro zapojení se do systému.

2) Podnikatelé nebudou dostatečně motivováni se do systému zapojit

Existuje vysoká pravděpodobnost výskytu tohoto jevu. Zejména malé a střední podniky (které ovšem v oblasti cestovního ruchu početně dominují) budou mít obavy z celkové náročnosti zapojení do systému. Vhodným motivačním nástrojem jsou např. finanční pobídky pro první certifikaci, poskytování poradenství (nejen na počátku, ale v průběhu celého certifikačního období) a školení podnikatelů a zaměstnanců.

3) Nedostatečná koordinace zainteresovaných subjektů

Výskyt tohoto jevu má střední pravděpodobnost. Je zřejmé, že bude trvat určitou dobu, než se naleznou vhodné komunikační kanály mezi zainteresovanými subjekty. Je proto nutné vymezit jasně kompetence, stanovit pravidla pro komunikaci, pořádat pravidelné poradní schůzky.

4) Neefektivní marketingové aktivity

Existuje střední pravděpodobnost výskytu jevu. Z pohledu podnikatelů marketingové aktivity nepřináší takové užitky, které očekávali (např. se nedostavil zvýšený zájem o jejich zařízení ze strany spotřebitelů). Způsobem jak zmírnit tento jev je zapojení podnikatelů do tvorby marketingových aktivit. Ostatně se budou na systému kvality z velké části finančně podílet.

3 RIZIKA NA STRANĚ VEŘEJNÉHO SEKTORU

1) Problémy s financováním

Pravděpodobnost výskytu tohoto jevu je střední. Systém bude ze začátku financován z fondů EU, v dalším průběhu se větší část břemene přenesne na podnikatele, kteří za certifikaci budou platit. Dále je možné určit pevný podíl ze státního rozpočtu (což by mohlo být zakotveno v zákoně o cestovním ruchu) financující vybrané aktivity spojené se systémem kvality (např. marketing).

2) Nedostatečná koordinace zainteresovaných subjektů

Výskyt tohoto jevu má střední pravděpodobnost. Je zřejmé, že bude trvat určitou dobu, než se naleznou vhodné komunikační kanály mezi zainteresovanými subjekty. Je proto nutné vymezit jasně kompetence, stanovit pravidla pro komunikaci, pořádat pravidelné poradní schůzky všech zainteresovaných subjektů.

3) Neefektivní marketingové aktivity

Pravděpodobnost výskytu tohoto jevu je vysoká. Ke zmenšení této pravděpodobnosti je nutná spolupráce se soukromým sektorem, při plánování aktivit, a to s ohledem na potřeby podnikatelů. Je vhodné vytvořit mechanismus sledování efektivnosti systému kvality služeb mezi cílovými segmenty (tj. sledování počtu zapojených subjektů, vývoj spokojenosti zákazníků atd.).

4) Příliš dlouhá implementace systému

Pravděpodobnost výskytu tohoto jevu je vysoká, zejména vzhledem k legislativním průtahům, změně personálního obsazení na kompetentních místech, změně vládních priorit, nemožnosti dohodnout se se soukromým sektorem či problémy s financováním. Zabránit těmto jevům lze alespoň částečně stanovením závazného harmonogramu aktivit a personální zodpovědnosti.

5) Nedostatek kvalifikovaných auditorů (certifikátorů)

Pravděpodobnost tohoto jevu je nízká vzhledem k počtu subjektů na trhu věnujícím se auditování systémů managementu kvality. Zvýšit počet kvalifikovaných auditorů lze pořádáním speciálních školení.

f) RÁMCOVÝ NÁVRH STANDARDU KVALITY SLUŽEB PRO SEKTOR WELLNESS

V současné době neexistuje žádný systém hodnocení kvality služeb v sektoru wellness (ačkoliv se o něm mluví již dlouho), proto je nutné s ohledem na zájmy spotřebitelů vytvořit komplexní systém standardů.

Návrh standardů kvality je již dlouhodobě v jednání České asociace wellness, nicméně tyto standardy stále ještě nebyly schváleny a ani nebyla zveřejněna případná kritéria. ČAW však počítá se sedmi základními kritérii a označením bronz, silver a gold.

Významným vodítkem by mohl být systém kvality sektoru wellness např. v Německu, kde tento systém již dlouhodobě úspěšně funguje.

o návrh základních součástí a atributů nového standardu kvality služeb

1 ZÁKLADNÍ SOUČÁSTI NOVÉHO STANDARDU KVALITY SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

Součástí standardu by měly být obecné požadavky na řízení kvality v podniku, prakticky shodné pro všechny sektory zahrnuté v systému kvality služeb, a specifické nároky na jednotlivé sektory. V rámci specifických požadavků by měly být posuzovány nejen hmotné, ale i nehmotné faktory, což dokládá i analýza standardů ve zkoumaných zemích. Ty jsou právě založené ve většině případů na požadavcích týkajících se hmotných faktorů (vybavení, interiéry zařízení, aj.) tak nehmotných (tzv. měkkých) faktorů s ohledem na personál, styk se zákazníkem, poskytované služby apod. Nově vytvářené standardy by proto měly obsahovat oba aspekty. Navíc tento přístup bude aplikovatelný pro všechny typy wellness zařízení od wellness center po wellness hotely ovšem s tím, že by se pro každý typ zařízení standard příslušně modifikoval s ohledem na velikost zařízení, rozsah poskytovaných služeb, náročnost procedur atd.

Vytvářený standard by tedy měl minimálně řešit následující základní okruhy požadavků na kvalitu wellness zařízení:

1) Závazek k řízení kvality

Zařízení by mělo jasně deklarovat svůj závazek ke kvalitě a jejímu neustálému zvyšování. Management organizace a její zaměstnanci by měli být seznámeni s tímto závazkem. Součástí naplňování závazku je pravidelné dotazování hostů i zaměstnanců o kvalitě služeb, pracovním prostředí apod. Řešeny by měly být i vztahy s partnery (dodavatelé, zprostředkovatelé) a řízení reklamací. Zařízení by mělo mít zdokumentované procesy a vytvořené manuály činností. Jedním z kritérií (určeném ale pouze pro excelentní zařízení) by bylo certifikace systému řízení kvality v podniku podle normy ISO 9001 nebo modelu EFQM.

2) Základní požadavky na wellness služby

Základní povinností každého typu zařízení bude splnění všech zákonných požadavků dotýkajících se poskytování wellness služeb, tzn. zařízení by mělo být ve shodě s bezpečnostními, hygienickými a protipožárními předpisy apod.

3) Požadavky na exteriéry a interiéry zařízení (hmotné faktory)

Všechny exteriéry i interiéry zařízení by měly být v souladu s filosofií wellness (navozovat pocity pohody). Exteriéry by měly poskytovat možnost outdoorových aktivit.

4) Požadavky na vybavenost zařízení (hmotné faktory)

V závislosti na typu zařízení existují požadavky na vybavení zařízení bazénem (vnitřním, venkovním), fitness centrem včetně kardio zóny a strečinkové zóny, vitálního světa (tj. spa zóna, saunový svět), vybavení a počet místností pro procedury, odpočinkovou zónu pro minimální počet zákazníků, možnost parkování klientů atd.

5) Přístup k zákazníkovi (nehmotné faktory)

Přístup k zákazníkovi by měl být budován již před cestou zákazníka až po ukončení jeho pobytu v zařízení. Zákazník by měl obdržet aktuální a dostatečné informace o vlastním zařízení, jeho nabídce, otevírací době, cenách, možnosti si objednat procedury předem atd. Zařízení by mělo jasně deklarovat své wellness zaměření. Dále sem spadá proces rezervace služby a přijetí hosta včetně seznámení hosta s obsahem jednotlivých procedur a jejich přínosy a riziky pro jeho zdraví. Hostovi je k dispozici po celou dobu kontaktní osoba, na kterou se může obrátit v případě doplňujících informací a poskytnutí rady.

6) Personál (nehmotné faktory)

Jednotlivé procedury by měly být prováděny pod dohledem kvalifikovaného personálu. Personál by se měl pravidelně dále vzdělávat a školit. Mohou existovat požadavky na jazykové znalosti personálu.

7) Poskytované služby (nehmotné faktory)

V závislosti na typu zařízení se odvíjí požadavky na počet a druh poskytovaných procedur, možnosti outdoorových aktivit a dalších služeb. Host si může objednat poradenství v oblasti stravného a pitného režimu nebo podstoupit diagnostickou prohlídku, na základě které je mu sestaven program „na míru“. Další službou může být cvičení hosta ve fitness centru pod dohledem kvalifikovaného trenéra a možnost sestavení individuálního cvičebního plánu. Stravování hosta by mělo být v souladu se zásadami zdravé výživy. Host by měl mít možnost zajistit si ubytování. Čerpání procedur je umožněno i mimo oficiální otevírací dobu a host může využít bezhotovostní způsoby placení.

8) Ekologický aspekt (nehmotné faktory)

Moderní zařízení by mělo mít kladný vztah k životnímu prostředí. Využívá energeticky úsporná zařízení, šetrné prací a dezinfekční prostředky, podporuje recyklaci. Excelentní zařízení směřují k dobrovolní certifikaci systémů environmentálního managementu nebo k získání některé z eko značek (Green Key, Eco Label).

2 ZÁKLADNÍ ATRIBUTY NOVÉHO STANDARDU KVALITY SLUŽEB V SEKTORU WELLNESS

Mezi základní atributy nového standardu patří:

■ Definovaná kritéria

Kritéria se týkají jak obecného závazku řízení kvality v podniku, tak reflektují specifické požadavky na wellness služby zaměřené na hmotné a nehmotné faktory poskytovaných služeb.

■ Povinná a dobrovolná kritéria

Počet kritérií je odvozen od typu zařízení. Existují kritéria povinná a dobrovolná, každému kritériu odpovídá určitý počet bodů.

■ Stanovená bodová hranice

Zařízení musí získat stanovený počet bodů, aby získalo certifikát kvality.

■ **Existuje více stupňů certifikátu**

Aby certifikace byla umožněna širokému počtu podniků, lze udělovat několik typů certifikátů, např. standardní a excelentní, pro jejichž získání zařízení musí splňovat jiný počet kritérií (dosáhnout jiného počtu bodů).

■ **Pravidelná aktualizace (revize) kritérií**

Požadavky na wellness zařízení jsou pravidelně revidovány s ohledem na jejich efektivnost (splnitelnost) a změny na trhu a v potřebách zákazníků.

■ **Značka kvality**

Značka kvality sděluje zákazníkovi, že organizace splnila stanovená kritéria. Může mít několik verzí podle úrovně splnění kritérií (Q pro standardní zařízení a Q pro excelentní zařízení). Uděluje se na tři roky.

ZÁVĚR

Vysoké konkurenční tlaky, informovaní zákazníci, odpovědnější postoj ke spotřebě, to byly identifikovány jako hlavní důvody pro zavedení systému kvality služeb cestovního ruchu. Toto platí i v případě sektoru wellness, který je sice relativně mladým, ale bezesporu významným, odvětvím cestovního ruchu.

Sektor wellness má oproti ostatním sektorům určité zvláštnosti a možná je i znevýhodněn, protože se jedná, alespoň v podmínkách České republiky, o relativně „novou“ a stále se rozvíjející oblast cestovního ruchu. Nemůže tak čerpat z dlouholetých zkušeností poskytovatelů služeb jako hoteliéři a restauratéři a nový systém kvality nemůže stavět ani na oborových standardech kvality, jejichž tvorba je i v jiných zemích Evropy a zbytku světa záležitostí několika posledních let. Jako první úkol při přípravě systému kvality pro tento sektor však vidíme vůbec seznámit zákazníka s pojmem wellness a jeho obsahem a připravit kategorizaci wellness zařízení, která by usnadnila přípravy standardu kvality služeb v tomto sektoru.

Řešitelský tým analyzoval stávající situaci v otázce kvality v sektoru wellness v České republice a v zahraničí. V České republice byly identifikovány základní legislativní předpisy se sektorem wellness související, institucionální a finanční zabezpečení případného systému kvality služeb wellness.

Mnohem náročnější úkol byl však zhodnotit stav kvality služeb v sektoru wellness v zahraničí. Řešitelský tým se snažil analyzovat tuto problematiku v deseti zemích Evropské unie a dvou zemích mimo unii a ne vždy se mu podařilo zjistit relevantní a úplné informace. V každé zemi bylo nutné zjistit základní atributy a fungování systému kvality služeb wellness, související platnou legislativu a relevantní normy a standardy. Zkoumány rovněž byly hlavní cílové skupiny zapojené do systému kvality, institucionální zabezpečení systému kvality služeb wellness a způsoby financování tohoto systému. Jako poslední byly analyzovány marketingové a motivační nástroje systému kvality služeb v jednotlivých zemích.

Z výstupů této analýzy lze shrnout těchto několik poznatků pro sektor wellness:

- 1) Zájem o sektor wellness a úpravu kvalitativních standardů se v Evropě zvyšuje, jedná se však ve většině případů o iniciativy v horizontu několika málo posledních let. Česká republika proto v této snaze příliš nezaostává.
- 2) Existuje několik přístupů deklarování a zajištění kvality v sektoru wellness. V některých zemích existují speciální značky kvality pro wellness sektor, které mají sloužit zejména pro marketingové účely (např. Dánsko), nejedná se tedy o systémový přístup k řízení kvality. Naopak v jiných zemích je wellness sektor zahrnut do národních systémů kvality služeb cestovního ruchu (např. Švýcarsko). Důraz je přitom kladen na řízení kvality v organizaci v souladu s principy norem ISO řady 9000 nebo modelu EFQM. Některé země se zase vydaly cestou kategorizace wellness služeb (např. Irsko) a vytvořením standardů pro jednotlivé kategorie.
- 3) Většina vytvořených standardů kvality služeb wellness v sobě zahrnuje jak technické požadavky na wellness zařízení (*hard* faktory), tak na *soft* faktory týkající se řízení podniku, lidského faktoru (odbornost personálu, vzdělávání zaměstnanců) či nabídky služeb.
- 4) Z příkladu Švýcarska lze uvažovat o značce kvality nejen pro jednotlivé podniky, ale také pro celé wellness destinace.

Řešitelský tým se ve své analýze zaměřil na způsob zajištění kvality ve wellness sektoru v Dánsku, Estonsku, Francii, Irsku, Maďarsku, Německu, Nizozemsku, Rakousku, Řecku, Slovensku, Švýcarsku a v Indii.

Vyjdeme-li z výše uvedeného shrnutí, **značku kvality pro wellness služby**, případně standardy, zavedly tyto země:

- Dánsko (Wellness Denmark), Německo – celkem 8 značek jak na národní úrovni (Der Deutsche Wellness Zertifikat aj.), tak na úrovni některých spolkových zemí (např. Ich Zeit, Wellness Stars), Rakousko (Best Health Austria, Alpine Wellness), Indie (akreditační programy pro wellness centra a zařízení typu AYUSH), Švýcarsko (Wellness Destination);

Národní systém kvality služeb cestovního ruchu (někde ovšem bez wellness sektoru) funguje v těchto zemích:

- Francie (Qualité Tourisme), Maďarsko (Magyar Turizmus Minösegi Díj), Německo (Service Qualität Deutschland), Švýcarsko (Quality. Our Passion);

Kategorizace wellness zařízení vytvořily:

- Estonsko, Irsko, Slovensko pouze wellness hotel.

Některé země zatím wellness sektor **nijak neupravují**, i když o tom uvažují:

- Francie, Maďarsko, Nizozemsko, Řecko.

Při zvažování možnosti zavedení systému kvality v sektoru wellness řešitelský tým vycházel ze stávajících možností v České republice a ze zkušeností zjištěných v ostatních zemích. Není asi účelné, ani efektivní, aby byl vytvářen zcela nový model fungování systému kvality služeb, ale měl by vycházet ze současných možností a využít „nejlepší praxe“.

Základními atributy systému kvality by podle názoru řešitelského týmu měly být: soulad se systémy řízení kvality podle norem ISO 9000 a modelu EFQM, protože se jedná o osvědčené a na světě asi nejúspěšnější modely v této oblasti; dobrovolnost jako záruka neustálého zvyšování kvality; institucionální zabezpečení by mělo využít stávající struktury, standard kvality služeb a unifikovaný proces certifikace a auditování certifikovaných subjektů.

Řešitelský tým navrhuje takový standard, aby byla umožněna minimálně dvoustupňová certifikace – základní a pro excelentní podniky. Standard by měl obecnou část společnou pro všechny sektory zahrnuté do systému kvality a specifickou část pro jednotlivé sektory. To umožňuje vysokou flexibilitu systému v zapojení nových sektorů cestovního ruchu.

Obecný standard by se týkal řízení kvality v podniku a vycházel by z principů obsažených v normách ISO řady 9000 či modelu EFQM. Cílem stupně pro excelentní podniky by bylo plné zavedení těchto modelů řízení kvality v organizaci.

Specifický standard by stanovoval kritéria na jednotlivé sektory cestovního ruchu, v tomto případě na sektor wellness. Zahrnutá kritéria by reflektovala jak hmotné faktory wellness služeb (požadavky na vybavení zařízení), tak nehmotné faktory (jako personál, nabízené služby a procedury apod.).

Jako nový příspěvek navrhované systému kvality služeb je i vytvoření zvláštní instituce, která by měla tento systém na starosti, Institutu kvality cestovního ruchu.

ZDROJE

Monografie

- 1) NENADÁL, J. a kol.: *Moderní systémy řízení jakosti*. ISBN 80-7261-071-6. Praha: Management Press, 2002
- 2) ORIEŠKA, J.: *Metodika činnosti průvodce cestovního ruchu*. ISBN 80-85970-30-9. Praha: Idea Servis, konsorcium, 1999
- 3) PALATKOVÁ, M.: *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. ISBN 80-247-1014-5. Praha: Grada Publishing, a.s. 2006,
- 4) PAYNE, A.: *Marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 1996
- 5) PODĚBRADSKÝ, J.: *Wellness v ČR*. Praha: EPO consult, s.r.o., 2008
- 6) SEATON, A. V. – BENNETT M. M.: *The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issue and Cases*. London: International Thomson Business Press, 1996
- 7) SMITH, M. a PUCZKÓ, L.: *Health and wellness tourism*. Butterworth-Heinemann, 2009

Sborníky

- 1) NEUMAN, J.: Wellness a aktivity v přírodě. In *Wellness jako odbornost*. Sborník sdělení z mezinárodní konference: „Východiska pro odborné vzdělávání wellness specialistů“. Hošek, Václav a Tilinger, Pavel (eds.). Praha: Vysoká škola tělesné výchovy a sportu Palestra, s.r.o., 2010; str. 19
- 2) NEUWIRTH, Richard: Úloha manažera při poskytování wellness služeb. In *Wellness jako odbornost*. Sborník mezinárodní konference „Východiska pro odborné vzdělávání wellness specialistů“, VŠTVS Palestra, s.r.o., 2009
- 3) VACKOVÁ, Ludmila: Pro koho připravujeme wellness specialisty? Kdo jsou zákazníci? In *Wellness jako odbornost*. Sborník Mezinárodní konference „Východiska pro odborné vzdělávání wellness specialistů“. VŠTVS Palestra, s.r.o., 2009

Dokumenty

- 1) Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007-2013
- 2) Strategie národní politiky kvality 2008-2013

Normy

- 1) ČSN EN ISO 18513 Služby cestovního ruchu – Hotely a ostatní kategorie turistického ubytování – Terminologie

Zákony a další předpisy

- 1) Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů
- 2) Zákon č. 96/2004 Sb., o podmínkách získávání a uznávání způsobilosti k výkonu nelékařských zdravotnických povolání a k výkonu činností souvisejících s poskytováním zdravotní péče a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o nelékařských zdravotnických povoláních), ve znění pozdějších předpisů
- 3) Vyhláška č. 135/2004 Sb., kterou se stanoví hygienické požadavky na koupaliště, sauny a hygienické limity písku v pískovištích venkovních hracích ploch, ve znění pozdějších předpisů
- 4) Vyhláška č. 137/2004 Sb., o hygienických požadavcích na stravovací služby a o zásadách osobní a provozní hygieny při činnostech epidemiologicky závažných, ve znění pozdějších předpisů
- 5) Vyhláška č. 252/2004 Sb., kterou se stanoví hygienické požadavky na pitnou a teplou vodu a četnost a rozsah kontroly pitné vody, ve znění pozdějších předpisů
- 6) Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví, ve znění pozdějších předpisů
- 7) Nařízení vlády č. 278/2008 Sb., o obsahových náplních jednotlivých živností
- 8) Vyhláška č. 409/2005 Sb., o hygienických požadavcích na výrobky přicházející do přímého styku s vodou a na úpravu vody
- 9) Vyhláška č. 424/2004 Sb., kterou se stanoví činnosti zdravotnických pracovníků a jiných odborných pracovníků, ve znění pozdějších předpisů
- 10) Vyhláška č. 448/2009 Sb., o stanovení hygienických požadavků na kosmetické prostředky
- 11) Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů
- 12) Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů
- 13) Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

Další zdroje

- 1) INCOMA Gfk: *Závěrečná souhrnná zpráva: Průzkum potřeb zákazníků pro sektor wellness*. Incoma Gfk: duben 2010

Internetové zdroje

Česká republika

<http://portal.gov.cz/wps/portal/s.155/6966/place>

<http://www.spa->

[wellness.cz/main.php?lnk=2a2b2c2d2f2f101112121515161718181a1b1c1d1e1f000102](http://www.wellness.cz/main.php?lnk=2a2b2c2d2f2f101112121515161718181a1b1c1d1e1f000102)

www.npj.cz

www.mmr.cz

Dánsko

<http://www.aktivdanmark.dk/danmark/da->

[dk/menu/danskturisme/Aktiviteter/aktivdanmark/velkommen-hos-aktivdanmark](http://www.aktivdanmark.dk/menu/danskturisme/Aktiviteter/aktivdanmark/velkommen-hos-aktivdanmark)

<http://www.visitdenmark.com/international/en-gb/menu/turist/turistforside.htm>

Estonsko

<http://www.estonianspas.eu/>

Francie

<http://www.qualite-tourisme.gouv.fr/>

Irsko

<http://www.failteireland.ie/>

<http://www.ilam.ie/>

Maďarsko

<http://www.oib.gov.hu/>

Německo

<http://www.qualitaet-im-deutschlandtourismus.de/index.php>

<http://www.servicequalitaet-deutschland.de/>

<http://www.wellnessverband.de/>

<http://www.w-h-d.de/>

<http://www.wellness-im-kurort.info/>

<http://www.wellness-stars.de/>

<http://www.bayern.by/de/index.html>

<http://www.ichzeit.info/>

<http://www.sachsen-tourismus.de/>

<http://www.thuringen-tourismus.de/cps/rde/xchg/thuringen-tourismus/hs.xsl/index.html>

Nizozemsko

<http://www.dswa.nl/home>

Rakousko

<http://www.besthealthaustria.com/bha/>

http://www.besthealthaustria.com/intranet_english/vision/vision.asp

<http://www.alpinewellness.com/en/>

Řecko

www.gnto.gr

Slovensko

<http://www.economy.gov.sk/>

http://jaspi.justice.gov.sk/jaspiw1/jaspiw_maxi_fr0.htm

Švýcarsko

http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=939

Indie

www.qcin.org

Ostatní

<http://www.cen.eu/cen/pages/default.aspx>

<http://www.cenelec.eu/Cenelec/Homepage.htm>

<http://www.etsi.org/WebSite/homepage.aspx>

<http://www.iso.org/iso/home.html>

<http://ec.europa.eu>

http://ec.europa.eu/enterprise/index_en.htm

SEZNAMY

Seznam schémat

<i>Schéma 1: Spektrum zdravotního cestovního ruchu</i>	11
--	----

Seznam tabulek

<i>Tabulka 1: GAP model kvality služeb s aplikací na wellness sektor</i>	20
<i>Tabulka 2: Profil návštěvníka wellness</i>	23
<i>Tabulka 3: Počet standardů a objektivních kritérií podle typu zařízení</i>	169
<i>Tabulka 4: Zpoplatnění akreditačního programu wellness center v Indii</i>	178
<i>Tabulka 5: Zpoplatnění akreditačního programu pro AYUSH nemocnice</i>	179
<i>Tabulka 6: Srovnání konceptů modelu excellence EFQM a ISO 9000</i>	193

Seznam obrázků

<i>Obrázek 1: Logo Wellness Denmark</i>	78
<i>Obrázek 2: Logo Qualité Tourisme</i>	85
<i>Obrázek 3: Logo White Flag Award</i>	103
<i>Obrázek 4: Logo kvality maďarského cestovního ruchu</i>	110
<i>Obrázek 5: Vzor udělovaných značek kvality Service Qualität Deutschland - úroveň 1 až 3</i>	119
<i>Obrázek 6: Vzor udělovaných Deutsches Wellness Zertifikat - úrovně Premium a Basis</i>	121
<i>Obrázek 7: Logo kvality Wellness Hotels Deutschland</i>	122
<i>Obrázek 8: Logo udělované značky kvality Wellness im Kurort</i>	122
<i>Obrázek 9: Logo IchZeit</i>	123
<i>Obrázek 10: Logo WellVital Bayern</i>	124
<i>Obrázek 11: Příklad udělovaných log Wellness Stars</i>	131
<i>Obrázek 12: Logo programu Vital Urlaub Sachsen</i>	132
<i>Obrázek 13: Logo Qualitätszeichen für die Themenmarke Wellness und Gesundheit in Thüringen</i>	132
<i>Obrázek 14: Vzor udělované značky kvality Best Health Austria - úroveň 1 a 2</i>	146
<i>Obrázek 15: Logo Alpine Charakter</i>	147
	222

<i>Obrázek 16: Logo Alpine Verwöhnen</i>	147
<i>Obrázek 17: Logo Alpine Fitness</i>	147
<i>Obrázek 18: Logo Alpine Gesundheit</i>	148
<i>Obrázek 19: Vzor udělované značky kvality Q - stupeň 1, 2 a 3</i>	183
<i>Obrázek 20: Vzor udělovaného označení pro destinace wellness</i>	183
<i>Obrázek 21: Model EFQM</i>	192

PŘÍLOHY

Indie – dotazník pro sebehodnocení wellness zařízení pro akreditační programy

Self Assessment Toolkit

Organisation is required to provide self assessment report in the format 'Self Assessment Toolkit' given below. All the entries are to be properly filled up. Regarding scoring following criteria would be applicable.

Compliance to the requirement: 10

Partial compliance to the requirement: 5 (if any of the sample is found to be noncomplying out of total samples selected)

Non-compliance to the requirement: 0

Not Applicable: NA

Evaluation Criteria during final assessment:

- No individual standard should have more than one zero to qualify. However, no zero is accepted in the regulatory/ legal requirements.
- The average score for individual standard must not be less than 5.
- The average score for individual chapter must not be less than 7.
- The overall average score for all standards must exceed 7.

Special Note:

Self assessments should be done by the hospital in a stringent manner and if at the time of Pre assessment it is found that there is a significant difference between the self assessment and the pre assessment report then organisations can apply for final assessment not earlier than six months from the date of completion of Pre assessment.

SELF ASSESSMENT TOOLKIT						
	Elements		Documen- tation (Yes/ No)	Implement ation (Yes/ No)	Evidence (cross reference to document s/ manuals etc.)	Scores (0/ 5/ 10)
	CHAPTER 1 Access and Planning of Services (APS)					
	APS.1. The organization defines and displays the services that it can provide.					
	1.1.1. The services provided are.					

	a. Clearly defined.					
	b. Communicated in an understandable manner to customer and the personnel (permanent and temporary).					
	c. The organization accepts the customer only if it can successfully service his needs.					
	APS.2. The organization has a well defined process for identification of the customer who is availing the services.0					
	1.2.1. The organization has accordingly provided the trainings as identified or has included in the its overall training activities/calendar. The organization has a well defined process for identification of the customer.					
	1.2.2. The process for recalling the details of the customer exists, if the process of services delivery has a component of continuity.					
	1.2.3. The staff is aware of these processes.					
	APS.3. Wherever services are delivered, the organization shall have a process for check in for services, service delivery and check out of the customer.					
	1.3.1. Standardized policies and procedures exist for check in, stay and check out of the customer where appropriate.					
	1.3.2. Customers with appointment and customers that walk into the organization without any appointment are managed in a consistent and uniform manner.					
	1.3.3. When it is likely that there will be significant delay in the customer's assessment and treatment, the customer is informed and presented with alternatives if available.					
	1.3.4. The staff is aware of these processes.					
	APS.4. Wherever customer's needs are not met by the organization, it has a defined policy and process to refuse or redirect the customer.					
	1.4.1. Whenever desired needs of customers are/ cannot be met by the organization, policies are present to guide the customers to another facility in an appropriate manner.					



1.4.2. The organization gives a summary of customer's condition whenever the customer is transferred or referred by the organization.					
APS.5. The service process delivery follows a defined process and is clearly communicated to the customer in a manner and language which is understood by the customer.					
1.5.1. The customers are explained about the proposed service delivery.					
1.5.2. The customers are explained about the expected results.					
1.5.3. The customers are explained about the possible complications.					
1.5.4. The customers are explained about the expected costs.					
APS.6. Any service delivery that is to be availed by the customer is assessed for appropriateness and acceptability of services before being delivered to customer.					
1.6.1. The organization defines the content of the assessments for the customers.					
1.6.2. The organization determines who can perform the assessments.					
1.6.3. The assessment process for customers with special needs is appropriately modified to reflect their needs or risks.					
1.6.4. The organization defines the time frame within which the initial assessment is completed.					
1.6.5. Initial assessment includes screening for all applicable and relevant aspects.					
1.6.6. The initial assessment results in a documented plan of service being provided.					
1.6.7. When an assessment relevant to the customer care is conducted outside the organization, the findings are available.					
1.6.8. Assessment findings are integrated and documented in the customer's record and readily available to those responsible for customer care.					
1.6.9. The plan of service shall also include preventive and promotive aspects of the care, wherever relevant.					



1.6.10. The organization gives a summary of customer's condition whenever the customer is transferred or referred by the organization.					
APS.7. If there is continuity of care, the organization defines processes for reassessment of the service delivery, with respect to appropriateness and benefit to the customer.					
1.7.1. All customers are reassessed at appropriate intervals.					
1.7.2. Staff involved in direct service delivery document reassessments and actions taken under reassessment.					
1.7.3. Customers are reassessed to determine their response to service (s) provided and to plan further level of service delivery or check out.					
1.7.4. Policies and procedures ensure the uniform level of care for all customers.					
APS.8. The organization identifies and/or deploys appropriate laboratory and diagnostic services, wherever required to assess and monitor the service delivery.					
1.8.1. Scope of the laboratory and diagnostic services is commensurate to the services provided by the organization and meets the quality standards of the organization.					
1.8.2. Adequately qualified and trained personnel perform and/or supervise the investigations.					
1.8.3. Policies and procedures guide collection, identification, handling, safe transportation and disposal of specimens as appropriate and as per regulatory requirements.					
1.8.4.. Laboratory/diagnostic results are available within a defined time frame.					
1.8.5. Critical results are defined and intimated immediately to the concerned personnel.					
1.8.6. Laboratory and diagnostic services not available in the organization are outsourced to organization(s) based on their quality assurance system.					
1.8.7. All legal, regulatory and other requirements are complied with.					



APS.9. There is an established equipment calibration and diagnostic/laboratory quality assurance programme.					
1.9.1. The diagnostic quality assurance programme is documented.					
1.9.2. The programme addresses verification and validation of test methods.					
1.9.3. The programme addresses surveillance of test results.					
1.9.4. The programme includes periodic calibration and maintenance of all equipments.					
1.9.5. The programme includes the documentation of corrective and preventive actions.					
APS.10. The organization defines and deploys a safety program for diagnostic services.					
1.10.1. The diagnostic safety programme is documented.					
1.10.2. This programme is integrated with the organization's safety programme.					
1.10.3. Written policies and procedures guide the handling and disposal of infectious and hazardous materials.					
1.10.4. Staff is appropriately trained in safe practices.					
1.10.5. Staff is provided with appropriate safety equipment / devices.					
1.10.6. Radiation safety devices are periodically tested and test results are documented.					
1.10.7. Safety programme includes relevant signage are prominently displayed in all appropriate locations.					
1.10.8. Policies and procedures guide the safe use of radioactive isotopes for imaging services.					
APS.11. Customer Care is continuous and where necessary is multidisciplinary in nature.					
1.11.1. During all phases and aspects of care, there is a qualified individual(s) identified as responsible for the customer's care.					
1.11.2. Care of customers is coordinated and documented in all care settings within the organization.					
1.11.3. The customer's record (s) is					



	available to the authorized care providers to facilitate the exchange of information.					
	1.11.4. Policies and procedures guide the referral of customers to other departments/specialties.					
	APS.12. The organization has a documented check-out process.					
	1.12.1. The customer's check out process is planned.					
	1.12.2. Policies and procedures exist for coordination of various departments and agencies involved in the check out process.					
	1.12.3. Policies and procedures are in place for customers leaving against policies and processes of the service provider and this should be documented.					
	1.12.4. Whenever relevant, a detailed check out summary is given to all customers at the time of check out (including customers leaving against policies and processes of the service provider).					
	APS.13. Organization defines the content of the check-out summary.					
	1.13.1. Check out summary is provided to the customers at the time of check out.					
	1.13.2. Check out summary contains the reasons for check in, significant findings and diagnosis and the customer's condition at the time of check out.					
	1.13.3. Check out summary contains information regarding investigation results, any procedure performed, medication/products and other services provided.					
	1.13.4. Check out summary contains follow up advice, medication and other instructions in an understandable manner.					
	1.13.5. Check out summary incorporates instructions about when and how to obtain urgent care.					
	1.13.6. In case of death the summary of the case also includes the cause of death.					
	1.13.7. Customer records also contain a copy of the check out summary.					
	CHAPTER 2 Customer Rights and Education (CRE)					

CRE.1. The organization protects customer and consumer rights during service delivery.					
2.1.1. Customer and consumer rights are documented.					
2.1.2. Customer and consumer's rights are informed of their rights in a format and language that they can understand.					
2.1.3. The organization's leaders protect customer and consumer rights.					
2.1.4. Staff is aware of their responsibility in protecting customer's rights.					
2.1.5. Violation of customer rights is reviewed and corrective/preventive measures taken.					
CRE.2. Customer rights support individual beliefs, values, personal dignity and privacy and involve the customer and consumer in decision making processes.					
2.2.1. Customer rights include respect for personal dignity and privacy during examination, procedures and other services provided.					
2.2.2. Customer rights include protection from physical abuse or neglect.					
2.2.3. Customer rights include keeping information of the customer confidential.					
2.2.4. Customer rights include receiving information regarding competence of staff delivering core services.					
2.2.5. Customer rights include refusal of procedures/ services at any stage of the service.					
2.2.6. Customer rights include informed consent before anesthesia, and any invasive/high risk procedures/treatment and will follow laws and regulations.					
2.2.7. Customer rights include information and consent before any research protocol is initiated.					
2.2.8. Customer rights include information on how to voice a complaint.					
2.2.9. Customer rights include information on the expected cost of the procedure/ service.					
2.2.10. Customer has a right to have an access to his/her records.					



CRE.3. A documented process for obtaining Customer and/or consumer consent exists for informed decision making about their care.					
2.3.1. Consent for defined services being provided by the organization shall be obtained when the customer is accepted for service delivery by the organization.					
2.3.2. Customer and/or consumer are informed of the scope of such consent.					
2.3.3. The organization has listed those procedures and services where informed/special consent is required.					
2.3.4. Consent includes information on risks, benefits, alternatives and as to who will perform the requisite procedure in a language that they can understand. This will also be applicable to the procedures where implied consent is taken.					
2.3.5. The policy describes who can give consent when consumer is incapable of independent decision making.					
CRE.4. Customer and consumer have a right to information and education about their service needs.					
2.4.1. When appropriate, customer and consumer are educated about the safe and effective use of medication and recommended products and their potential side effects.					
2.4.2. Customer and consumer are educated about health and lifestyle i.e. diet, activity, stress, smoking, alcohol and nutrition, wherever relevant.					
2.4.3. Wherever applicable, customer and consumer are educated about immunizations					
2.4.4. Customer and consumer are educated about their specific health associated issues, complications and prevention strategies, wherever relevant.					
2.4.5. Customers and families are educated about preventing infections, wherever relevant.					
2.4.6. Customers and consumers are taught in a language and format that they can understand.					
CHAPTER Care of Customers (COC)	3				
COC.1. Care of customer is guided by the applicable laws and regulations.					

3.1.1. Service/Care delivery is uniform when similar care is provided in more than one setting or location.					
3.1.2. Uniform Service/care is guided by policies and procedures which reflect applicable laws and regulations.					
3.1.3. The service provided should be authorized by competent personnel and should be signed, named, timed and dated.					
3.1.4. Evidence based services traceable to regional/national/international best practice guidelines are adopted for service delivery wherever available.					
COC.2. The ambulance services shall be made available as per the requirement in commensurate with the scope of the services provided by the organization.					
3.2.1. There is adequate facility to provide ambulance service when needed.					
3.2.2. If the organization is deploying ambulance service ensure that these facilities are available					
a. Appropriately equipped.					
b. Trained personnel.					
c. There is a checklist of all equipment and emergency medications.					
d. Equipment are checked on a daily basis.					
e. Emergency medications are checked daily and prior to dispatch.					
f. The ambulance(s) has a proper communication system.					
COC.3. Policies and procedures guide the care of customers requiring cardio-pulmonary resuscitation.					
3.3.1. Documented policies and procedures guide the uniform use of resuscitation throughout the organization.					
3.3.2. Staff providing direct customer care is trained and periodically updated in cardio pulmonary resuscitation and has the requisite equipment present.					
3.3.3. The events during a cardio-pulmonary resuscitation are recorded.					
3.3.4. A post-event analysis of all cardiac arrests is done by a multi-disciplinary committee.					

3.3.5. Corrective and preventive measures are taken based on the post-event analysis.					
3.3.6. Organizations providing services that can affect cardiovascular system shall have complete resuscitative setup which will include adequately trained personnel and equipment.					
COC.4. If the scope of organization includes the care of vulnerable customers (elderly, children, physically and/or mentally challenged and high risk customers), policies and procedures should guide the care.					
3.4.1. Policies and procedures are documented and are in accordance with the prevailing laws and the regional, national and international guidelines.					
3.4.2. The organization defines the high risk patients as per clinical guidelines that will be accepted.					
3.4.3. Care is organized and delivered in accordance with the policies and procedures.					
3.4.4. The organization provides for a safe and secure environment and appropriate equipment for this vulnerable group.					
3.4.5. A documented procedure exists for obtaining informed consent from the appropriate legal representative.					
3.4.6. Staff is trained to care for this vulnerable group.					
COC.5. If the scope of organization includes the care of obstetric customers, policies and procedures guide the care.					
3.5.1. The organization defines and displays whether obstetric cases can be cared for or not.					
3.5.2. Persons caring for obstetric cases are competent.					
3.5.3. Obstetric customers assessment also includes maternal nutrition.					
COC.6. If the scope of organization includes the care of pediatric customers, policies and procedures guide their care.					
3.6.1. The organization defines and displays the scope of its pediatric services.					



3.6.2. The policy for care of neonatal customers is in consonance with the regional, national and international guidelines.					
3.6.3. Those who care for children have age specific competency					
3.6.4. Provisions are made for special care of children.					
3.6.5 Customer assessment includes detailed nutritional, growth, psychosocial and immunization assessment.					
3.6.6. Policies and procedures prevent child/neonate abduction and abuse					
3.6.7. The children's family members are educated about nutrition, immunization and safe parenting and this is documented in the customer record.					
COC.7. Policies and procedures guide the care of customers undergoing moderate sedation and topical anaesthesia.					
3.7.1. Competent and trained persons perform sedation under the guidance of qualified personnel.					
3.7.2. During performance of the procedure intermittent monitoring of the sedation shall be done and recorded.					
3.7.3. Intra-procedure monitoring includes at a minimum the pulse rate and rhythm, respiratory rate, blood pressure, oxygen saturation and level of sedation.					
3.7.4. Customers are monitored after sedation and suitably advised on precautions.					
3.7.5. Criteria are used to determine appropriateness of transfer from the procedure area.					
3.7.6. Equipment and manpower are available to rescue customers from a deeper level of sedation than intended.					
3.7.7. Whenever topical/local/infiltrative anaesthesia is used appropriate care shall be provided as per Best Clinical Practices under the guidance of qualified person.					
COC.8. Policies and procedures guide the care of customers undergoing surgical procedures. Surgical procedures do not include overnight medical stay.					
3.8.1. The organization defines and displays whether surgical procedures can be done in the facility or not.					
3.8.2. The policies and procedures are					

	documented.					
	3.8.3. Customers undergoing procedures have a pre procedure assessment and a provisional diagnosis documented prior to surgery.					
	3.8.4. An informed consent is obtained by the surgeon prior to the procedure					
	3.8.5. Documented policies and procedures exist to prevent adverse events like wrong site, wrong customer and wrong procedure.					
	3.8.6. Only persons qualified by law are permitted to perform the procedures.					
	3.8.7. A brief note on the procedure is documented prior to transfer of customers from procedure area.					
	3.8.8. The personnel document the post-procedure plan of care where appropriate.					
	3.8.9. A quality assurance program is followed for the procedures.					
	3.8.10. The quality assurance program includes surveillance of the procedure room environment.					
	3.8.11. The plan also includes monitoring of procedure site infection rates.					
	COC.9. Policies and procedures guide appropriate pain management					
	3.9.1. Documented policies and procedures guide the management of pain.					
	3.9.2. The organization respects and supports the appropriate assessment and management of pain (wherever relevant) for all customers.					
	3.9.3. Customers (and family, wherever relevant) are educated on various pain management options.					
	COC.11. If the scope of organization includes research activities, policies and procedures shall guide the same.					
	3.10.1. Documented policies and procedures guide all research activities in compliance with national and international guidelines.					
	3.10.2. The organization has a linkage to ethics committee to oversee all research activities.					
	3.10.3. The committee has the powers to discontinue a research trial when risks outweigh the potential benefits.					

3.10.4. Customer's informed consent is obtained before entering them in research protocols.					
3.10.5. Customers are informed of their right to withdraw from the research at any stage and also of the consequences (if any) of such withdrawal.					
3.10.6. Customers are assured that their refusal to participate or withdrawal from participation will not compromise their access to the organization's services.					
CHAPTER 4 Management of Medication, Consumables and Equipment (including Instruments) (MOMCEI)					
MOMCEI.1. Policies and procedures guide the organization of pharmacy services and usage of medication.					
4.1.1. There is a documented policy and procedure for pharmacy services and medication usage.					
4.1.2. These comply with the applicable laws and regulations.					
4.1.3. A multidisciplinary committee guides the formulation and implementation of these policies and procedures.					
MOMCEI.2. There is an organization formulary, customized to local units.					
4.2.1. A list of medication appropriate for the customers and organization's service needs is developed.					
4.2.2. The list is developed collaboratively by the multidisciplinary committee.					
4.2.3. There is a defined process for acquisition of these medications.					
4.2.4. There is a process to obtain medications not listed in the formulary.					
MOMCEI.3. Policies and procedures guide the storage of consumables, medication and cosmetics.					
4.3.1. Documented policies and procedures exist for storage of medication/consumables/cosmetics.					
4.3.2. The organization shall also ensure that the storage requirements of the drug as specified by the manufacturer are adhered to.					

4.3.3. Sound inventory control practices guide storage of the medications.					
4.3.4. Medications are secured/protected from loss or theft or misuse.					
4.3.5. Sound alike and look alike medications are stored separately.					
4.3.6. There is a method to obtain medication when the pharmacy is closed.					
4.3.7. Emergency medications are available all the time, whenever necessary.					
4.3.8. Emergency medications are replenished in a timely manner when used.					
MOMCEI.4. Policies and procedures guide the prescription of medications.					
4.4.1. Documented policies and procedures exist for prescription of medications.					
4.4.2. The organization determines who can write orders.					
4.4.3. Orders are written in a uniform location in the customers records.					
4.4.4. Where ever consumable, which is not a medicine, is used in performance of procedures, it needs to be recorded at the appropriate place in the customer's record.					
4.4.5. Medication orders are clear, legible, dated, named and signed.					
4.4.6. Policy on verbal orders is documented and implemented.					
4.4.7. The organization defines a list of high risk medication.					
4.4.8. High risk medication orders are verified prior to dispensing.					
MOMCEI.5. Policies and procedures guide the safe dispensing of medications.					
4.5.1. Documented policies and procedures guide the safe dispensing of medications.					
4.5.2. The policies include a procedure for medication recall.					
4.5.3. Expiry dates are checked prior to dispensing.					
4.5.4. Labeling requirements are documented and implemented by the					

organization.					
MOMCEI.6. There are defined procedures for medication administration.					
4.6.1. Medications are administered by those who are permitted by law to do so.					
4.6.2. Prepared medication are labeled prior to preparation of a second drug.					
4.6.3. Customer is identified prior to administration.					
4.6.4. Medication is verified from the order prior to administration.					
4.6.5. Dosage is verified from the order prior to administration.					
4.6.6. Route is verified from the order prior to administration.					
4.6.7. Timing is verified from the order prior to administration.					
4.6.8. Medication administration is documented.					
4.6.9. Policies and procedures govern customer's self administration of medications by parental route.					
4.6.10. Policies and procedures govern customer's medications brought from outside the organization.					
MOMCEI.7. Customers and family members are educated about safe medication and food-drug interactions.					
4.7.1. Customer and family are educated about safe and effective use of medication.					
4.7.2. Customer and family are educated about food-drug interactions.					
MOMCEI.8. Customers are monitored after medication administration.					
4.8.1. Customers are monitored after medication administration and this is documented.					
4.8.2. Adverse drug events are defined.					
4.8.3. Adverse drug events are reported within a specified time frame.					
4.8.4. Adverse drug events are collected and analyzed.					
4.8.5. Policies are modified to reduce adverse drug events when unacceptable trends occur.					

MOMCEI.9. Policies and procedures guide the use of narcotic drugs and psychotropic substances.					
4.9.1. Documented policies and procedures guide the use of narcotic drugs and psychotropic substances.					
4.9.2. These policies are in consonance with regional, local and national regulations.					
4.9.3. A proper record is kept of the usage, administration and disposal of these drugs.					
4.9.4. These drugs are handled by appropriate personnel in accordance with organization's policies and regulatory requirements.					
4.9.5. There is a procedure for storage, securing, preparation, prescription, dispensing, administration, and post administration protocols.					
MOMCEI.10. Organization shall have a structured program for inventory management of consumables and instruments.					
4.10.1. There is a documented policy and procedure for consumables and instrument procurement and usage.					
4.10.2. These comply with the applicable laws and regulations.					
4.10.3. A list of medicinal, material consumables and instruments appropriate for the procedures and organization's resources is developed.					
4.10.4. The list is developed collaboratively by the multidisciplinary committee.					
4.10.5. There is a defined process for acquisition of instruments.					
4.10.6. There is a process to obtain Instruments not listed in the inventory catalog.					
4.10.7. Instruments are protected from loss or theft.					
4.10.8. Staff is educated about safe and effective use of Instruments.					
MOMCEI.11. Policies and procedures guide the use of medical gases					
4.11.1. Documented policies and procedures govern procurement, handling, storage, distribution, usage and replenishment of medical gases.					

	4.11.2. The policies and procedures address the safety issues at all levels.				
	4.11.3. Appropriate records are maintained in accordance with the policies, procedures and legal requirements.				
	CHAPTER 5 Infection Control (IC)				
	IC.1. The organization has a well-designed, comprehensive and coordinated Infection Control (IC) programme aimed at reducing/eliminating risks to customers, visitors and providers of services.				
	5.1.1. The organization has a multi-disciplinary infection control committee.				
	5.1.2. The organization infection control programme is documented and implemented.				
	5.1.3. The organization has designated and qualified infection control officer for this activity.				
	5.1.4. The organization has a trained infection control team depending on profile of the organization.				
	IC.2. The organization has an infection control manual, which is periodically updated at defined intervals.				
	5.2.1. The manual identifies the various high-risk areas.				
	5.2.2. It outlines methods of surveillance in the identified high-risk areas.				
	5.2.3. It focuses on adherence to standard precautions at all times.				
	5.2.4. Equipment cleaning and sterilization practices are included.				
	5.2.5. Wherever appropriate, an appropriate antibiotic policy is established and implemented.				
	5.2.6. Laundry and linen management including disposable linen management processes need to be defined by the organization.				
	5.2.7. Kitchen sanitation and food handling issues are included in the manual.				
	5.2.8. Engineering controls to prevent infections are included.				

IC.3. The infection control team (or officer, as applicable) is responsible for surveillance activities in identified areas of the organization.					
5.3.1. Surveillance activities are appropriately directed towards the identified high-risk areas.					
5.3.2. Collection of surveillance data is an ongoing process.					
5.3.3. Verification of data is done on regular basis by the infection control team.					
5.3.4. In cases of notifiable diseases, information (in relevant format) is sent to appropriate authorities.					
5.3.5. Scope of surveillance activities incorporates tracking and analyzing of infection risks, rates and trends.					
IC.4. The organization takes actions to prevent or reduce the risks of Health Care Associated Infections (HCAI) in customers and employees.					
5.4.1. The organization monitors procedure site infections where appropriate.					
5.4.2. The organization identifies and corrects use of unsterile instruments during procedures.					
5.4.3. The organization identifies and corrects unhygienic service delivery conditions or environment.					
5.4.4. Appropriate feedback regarding HCAI rates are provided on a regular basis to service staff and management.					
IC.5. Proper facilities and adequate resources are provided to support the infection control programme.					
5.5.1. Adequate hand care facilities in all customer care areas are accessible to service providers.					
5.5.2. Compliance with proper hand care is monitored regularly.					
5.5.3. Adequate gloves, masks, soaps, antiseptic and disinfectants are available and used correctly.					
IC.6. The organization takes appropriate action to control outbreaks of infections.					
5.6.1. Organization has a documented procedure for handling such outbreaks.					
5.6.2. This procedure is implemented					

	during outbreaks.					
	5.6.3. After the outbreak is over appropriate corrective actions are taken to prevent recurrence.					
	IC.7. There are documented procedures for sterilization activities in the organization.					
	5.7.1. There is adequate space available for sterilization activities.					
	5.7.2. Regular validation tests for sterilization are carried out and documented.					
	5.7.3. There is an established recall procedure when breakdown in the sterilization system is identified.					
	IC.8. Statutory provisions with regard to Bio-medical Waste (BMW) management are complied with, wherever applicable.					
	5.8.1. The organization is authorized by prescribed authority for the management and handling of Bio-medical Waste.					
	5.8.2. Proper segregation and collection of Bio-medical Waste from all customer care areas of the organization is implemented and monitored.					
	5.8.3. The organization ensures that Bio-medical Waste is stored and transported to the site of treatment and disposal in proper covered vehicles within stipulated time limits in a secure manner.					
	5.8.4. Bio-medical Waste treatment facility is managed as per statutory provisions (if in-house) or outsourced to authorized contractor's).					
	5.8.5. Requisite fees, documents and reports are submitted to competent authorities on stipulated dates.					
	5.8.6. Appropriate personal protective measures are used by all categories of staff handling Bio-medical Waste.					
	IC.9. The infection control programme is supported by organization management and includes training of staff and employee health.					
	5.9.1. Management makes available resources required for the infection control programme.					
	5.9.2. The management regularly earmarks adequate funds from its annual budget in this regard.					

5.9.3. It conducts regular pre-induction training for appropriate categories of staff before joining concerned department(s).					
5.9.4. It also conducts regular “in-service” training sessions for all concerned categories of staff at least once in a year.					
5.9.5. Appropriate pre and post exposure prophylaxis is provided to all concerned staff members.					
CHAPTER 6 Continual Quality Improvement (CQI)					
CQI.1. There is a structured quality assurance and continuous monitoring programme in the organization.					
6.1.1. The quality assurance programme is developed, implemented and maintained by a multi-disciplinary committee.					
6.1.2. The quality assurance programme is documented.					
6.1.3. There is a designated individual for coordinating and implementing the quality assurance programme.					
6.1.4. The quality assurance programme is comprehensive and covers all the major elements related to quality assurance and risk management.					
6.1.5. The designated programme is communicated and coordinated amongst all the employees of the organization through proper training mechanism.					
6.1.6. The quality assurance programme is reviewed at predefined intervals and opportunities for improvement are identified.					
6.1.7. The quality assurance programme is a continuous process and reviewed at least twice in a year.					
CQI.2. The organization identifies key indicators to monitor the service structures, processes and outcomes.					
6.2.1. Monitoring includes and is not limited to					
a. Appropriate customer assessment.					
b. Diagnostics services' safety and quality control programmes.					
c. All invasive procedures.					
d. Adverse drug events.					
e. Use of anesthesia.					

f. Availability and content of customer records.					
g. Infection control activities.					
h. Clinical research.					
i. Service outcome					
CQI.3. The organization identifies key indicators to monitor the managerial structures, processes and outcomes.					
6.3.1. Monitoring includes and is not limited to					
a. Procurement.					
b. Reporting of activities as required by laws and regulations.					
c. Risk management.					
d. Utilization of facilities.					
e. Customer satisfaction.					
f. Employee satisfaction.					
g. Adverse events.					
h. Data collection to support further study for improvements.					
i. Data collection to support evaluation of the improvements.					
CQI.4. The quality improvement programme is supported by the management.					
6.4.1. The management makes available adequate resources required for quality improvement programme.					
6.4.2. The management earmarks adequate funds from its annual budget in this regard.					
6.4.3. Appropriate statistical and management tools are applied whenever required.					
CQI.5. There is an established system for audit of customer care services					
6.5.1. Service staff participates in this system.					
6.5.2. The parameters and periodicity to be audited are defined by the organization.					
6.5.3. Customer and service provider anonymity is maintained.					
6.5.4. All audits are documented.					
6.5.5. Remedial measures are implemented.					
CQI.6. Sentinel events are intensively analyzed.					



6.6.1. The organization has defined sentinel events.					
6.6.2. The organization has established and implemented processes for intense analysis of such event.					
6.6.3. Actions are taken upon findings of such analysis.					
CHAPTER 7 Responsibilities of Management (ROM)					
ROM.1. The responsibilities of the management are defined					
7.1.1. The organization has a documented organogram.					
7.1.2. Those responsible for governance appoint the senior leaders in the organization.					
7.1.3. Those responsible for governance support the quality improvement plan.					
7.1.4. The organization complies with the laid down and applicable legislations and regulations.					
7.1.5. Those responsible for governance address the organization's social responsibility.					
ROM.2. The services provided by each department are documented.					
7.2.1. Each organizational program, service, site or department has effective management.					
7.2.2. Scope of services of each department is defined					
7.2.3. Administrative policies and procedures for each department is maintained					
7.2.4. Departmental leaders are involved in quality improvement.					
ROM.3. The organization is managed by the leaders in an ethical manner.					
7.3.1. The leaders make public the mission statement of the organization.					
7.3.2. The leaders establish the organization's ethical management.					
7.3.3. The organization discloses its ownership.					
7.3.4. The organization honestly portrays the services which it can and cannot provide.					
7.3.5. The organization accurately bills for					



	its services based upon a standard billing tariff.					
	ROM.4. A suitably qualified and experienced individual heads/manages the services of the organization.					
	7.4.1. The designated individual has requisite and appropriate industry relevant technical qualifications and administrative qualifications/ experience.					
	ROM.5. Leaders ensure that customer safety aspects and risk management issues are an integral part of customer care and organization management system.					
	7.5.1. The organization has an interdisciplinary group assigned to oversee the organization wide safety programme.					
	7.5.2. The scope of the programme is defined to include adverse events ranging from “no harm” to “sentinel events”.					
	7.5.3. Management ensures implementation of systems for internal and external reporting of system and process failures.					
	7.5.4. Management provides resources for proactive risk assessment and risk reduction activities.					
	CHAPTER 8 Facility Management and Safety (FMS)					
	FMS.1. The organization is aware of and complies with the relevant rules and regulations, laws and byelaws and requisite facility inspection requirements.					
	8.1.1. The management is conversant with the laws and regulations and knows their applicability to the organization.					
	8.1.2. Management regularly updates any amendments in the prevailing laws of the land.					
	8.1.3. The management ensures implementation of these requirements.					
	8.1.4. There is a mechanism to regularly update licenses/ registrations/ certifications.					
	FMS.2. The organization’s environment and facilities operate to ensure safety of customers, their families, staff and visitors.					



8.2.1. There is a documented operational and maintenance (preventive and breakdown) plan.					
8.2.2. Up-to-date drawings are maintained and displayed at appropriate places which detail the site layout, floor plans and fire escape routes.					
8.2.3. The provision of space shall be in accordance with the available literature on good practices (National or International Standards) and directives from government agencies.					
8.2.4. There are designated individuals responsible for the maintenance of all the facilities.					
8.2.5. Maintenance staff is contactable for emergency repairs.					
8.2.6. Response times are monitored from reporting to inspection and implementation of corrective actions.					
FMS.3. The organization has a program for procedure and support service equipment management.					
8.3.1. The organization plans for equipment in accordance with its services and strategic plan.					
8.3.2. Equipment is selected by a collaborative process and are periodically inspected and calibrated for their proper functioning.					
8.3.3. All equipment is inventoried and proper logs are maintained as required.					
8.3.4. Qualified and trained personnel operate and maintain the equipment. There is a documented operational and maintenance (preventive and breakdown) plan					
FMS.4. The organization has provisions for safe water, electricity and medical gases.					
8.4.1. Potable water and electricity are available during operational hours.					
8.4.2. Alternate sources are provided for in case of failure.					
8.4.3. The organization regularly tests the alternate sources.					
FMS.5. The organization has plans for fire and non-fire emergencies within the facilities.					
8.5.1. The organization has plans and provisions for early detection, abatement					

	and containment of fire and non-fire emergencies.					
	8.5.2. The organization has a documented safe exit plan in case of fire and non-fire emergencies.					
	8.5.3. Staff is trained for their role in case of such emergencies.					
	8.5.4. Mock drills are held at least twice in a year.					
	FMS.6. The organization has a plan for management of hazardous materials.					
	8.6.1. Hazardous materials are identified within the organization.					
	8.6.2. The organization implements processes for sorting, handling, storage, transporting and disposal of hazardous material.					
	8.6.3. There is a plan for managing spills of hazardous materials.					
	8.6.4. Staff is educated and trained for handling such materials.					
	FMS.7. The organization has systems in place to provide a safe and secure environment.					
	8.7.1. The organization has a safety committee to identify the potential safety and security risks.					
	8.7.2. This committee coordinates development, implementations, and monitoring of the safety plan and policies.					
	8.7.3. Facility inspection rounds to ensure safety are conducted at least twice in a year in customer care areas and at least once in a year in non-customer care areas.					
	8.7.4. Inspection reports are documented and corrective and preventive measures are undertaken.					
	8.7.5. There is a safety education programme for all staff.					
	CHAPTER 9 Human Resource Management (HRM)					
	HRM.1. The Organization has a documented system of human resource planning					
	9.1.1. The organization maintains an adequate number and mix of staff to meet the needs of the customer as required for the service delivery of the organization.					
	9.1.2. The required job specifications and job description are well defined for each					

	category of staff.					
	9.1.3. The recruitment, selection and appointment system ensures the skill mix and competence of staff in order to meet the needs of the organization.					
	9.1.4. The organization verifies the antecedents of the potential employee with regards to criminal/negligence background.					
	HRM.2. The staff joining the organization is socialized and oriented to the organization environment (including outsourced staff also)					
	9.2.1. Each staff member, employee student/trainee/voluntary worker is appropriately oriented to the organization's mission and goals.					
	9.2.2. Each staff member is made aware of organization wide policies and procedures as well as relevant department/unit/service/programme's policies and procedures.					
	9.2.3. Each staff member is made aware of his/her rights and responsibilities					
	9.2.4. All employees are educated with regard to customers' rights and responsibilities.					
	9.2.5. All employees are oriented to the service standards of the organization.					
	HRM.3. There is an ongoing programme for professional training and development of the staff (including outsourced staff also)					
	9.3.1. A documented training and development policy exists for the staff.					
	9.3.2. Training also occurs when job responsibilities change/new equipment is introduced.					
	9.3.3. Feedback mechanisms for assessment of training and development programme exist.					
	HRM.4. Staff members, students and volunteers are adequately trained on specific job duties or responsibilities related to safety (including outsourced staff also).					
	9.4.1. All staff is trained on the risks within the organization environment.					
	9.4.2. Staff members can demonstrate and take actions to report, eliminate/minimize					

	risks.					
	9.4.3. Staff members are made aware of procedures to follow in the event of an incident.					
	9.4.4. Reporting processes for common problems, failures and user errors exist.					
	HRM.5. An appraisal system for evaluating the performance of an employee exists as an integral part of the human resource management process.					
	9.5.1. A well-documented performance appraisal system exists in the organization.					
	9.5.2. The employees are made aware of the system of appraisal at the time of induction.					
	9.5.3. Performance is evaluated based on the performance expectations described in job description.					
	9.5.4. The appraisal system is used as a tool for further development.					
	9.5.5. Performance appraisal is carried out at pre defined intervals and is documented.					
	HRM.6. The organization has a well-documented disciplinary procedure.					
	9.6.1. A written statement of the policy of the organization with regard to discipline is in place.					
	9.6.2. The disciplinary policy and procedure is based on the principles of natural justice.					
	9.6.3. The policy and procedure is known to all categories of employees of the organization.					
	9.6.4. The disciplinary procedure is in consonance with the prevailing laws.					
	9.6.5. There is a provision for appeals in all disciplinary cases.					
	HRM.7. A grievance handling mechanism exists in the organization.					
	9.7.1. The employees are aware of the procedure to be followed in case they feel aggrieved.					
	9.7.2. The redress procedure addresses the grievance.					
	9.7.3. Actions are taken to redress the grievance.					

HRM.8. The organization addresses the health needs of the employees.					
9.8.1. A pre-employment medical examination is conducted on all the employees.					
9.8.2. Health problems of the employees are taken care of in accordance with the organization's policy.					
9.8.3. Regular health checks of staff dealing with direct customer care are done at-least once a year and the findings/ results are documented.					
9.8.4. Occupational health hazards are adequately addressed.					
HRM.9. There is a documented personal record for each staff member.					
9.9.1. Personal files are maintained in respect of all employees.					
9.9.2. The personal files contain information regarding the employee's qualification, disciplinary background and health status.					
9.9.3. All records of in-service training and education are contained in the personal files.					
9.9.4. Personal files contain results of all evaluations.					
HRM.10. There is a process for collecting, verifying and evaluating the credentials (education, registration, training and experience) of service professionals permitted to provide customer care without supervision.					
9.10.1. Service professionals permitted by law, regulation (wherever it exists) and the organization to provide customer care without supervision are identified.					
9.10.2. The education, registration, training and experience of the identified service professionals is documented and updated periodically.					
9.10.3. All such information pertaining to the service professionals is appropriately verified when possible.					
HRM.11. There is a process for credentialing all service professionals to perform institutionalized procedures on customers and provide other required services in commensurate with their qualifications/ training/ experiences.					

9.11.1. Service professionals deliver services to customers as per the laid down policies/procedures and authorization of the organization.					
9.11.2. The services provided by the service professionals are in consonance with their qualification/training/experience.					
9.11.3. The requisite services to be provided by the service professionals are known to them as well as the various departments/units of the organization.					
CHAPTER 10 Information Management System (IMS)					
IMS.1. Policies and procedures exist to meet the information needs of the care providers, management of the organization as well as other agencies that require data and information from the organization.					
10.1.1. The information needs of the organization are identified and are appropriate to the scope of the services being provided by the organization and its complexity.					
10.1.2. Policies and procedures to meet the information needs are documented.					
10.1.3. These policies and procedures are in compliance with the prevailing laws and regulations.					
10.1.4. All information management and technology acquisitions are in accordance with the policies and procedures.					
10.1.5. The organization contributes to external databases in accordance with the law and regulations.					
IMS.2. The organization has processes in place for effective management of data.					
10.2.1. Formats for data collection are standardized.					
10.2.2. Necessary resources are available for analyzing data.					
10.2.3. Documented procedures are laid down for timely and accurate dissemination of data.					
10.2.4. Documented procedures exist for storing and retrieving data.					
10.2.5. Appropriate service and managerial staff participates in selecting, integrating and using data.					



IMS.3. The organization has a complete and accurate Customer record.					
10.3.1. Every customer record has a unique identifier.					
10.3.2. Organization policy identifies those authorized to make entries in customer record.					
10.3.3. Every customer record entry is dated and timed.					
10.3.4. The author of the entry can be identified.					
10.3.5. The contents of customer record are identified and documented.					
10.3.6. The record provides an up-to-date and chronological account of customer care.					
IMS.4. The customer record reflects continuity of care.					
10.4.1. Operative and other procedures performed are incorporated in the customer record.					
10.4.2. Care providers have access to current and past customer record.					
IMS.5. Policies and procedures are in place for maintaining confidentiality, integrity and security of information.					
10.5.1. Documented policies and procedures exist for maintaining confidentiality, security and integrity of information.					
10.5.2. Policies and procedures are in consonance with the applicable laws.					
10.5.3. The policies and procedures incorporate safeguarding of data/ record against loss, destruction and tampering.					
10.5.4. The organization has an effective process of monitoring compliance of the laid down policy.					
10.5.5. The organization uses developments in appropriate technology for improving confidentiality, integrity and security.					
10.5.6. Privileged health and customer information is used for the purposes identified or as required by law and not disclosed without the customer's authorization.					



10.5.7. A documented procedure exists on how to respond to customers/service providers and other public agencies' requests for access to information in the customer record in accordance with the local and national law.					
IMS.6. Policies and procedures exist for retention time of records, data and information.					
10.6.1. Documented policies and procedures are in place on retaining the customer's records, data and information.					
10.6.2. The policies and procedures are in consonance with the local and national laws and regulations.					
10.6.3. The retention process provides expected confidentiality and security.					
10.6.4. The destruction of customer's records, data and information is in accordance with the laid down policy.					
IMS.7. The organization regularly carries out records audits.					
10.7.1. The customer records are reviewed periodically.					
10.7.2. The review uses a representative sample based on statistical principles.					
10.7.3. The review is conducted by identified service providers.					
10.7.4. The review focuses on the timeliness, legibility and completeness of the records.					
10.7.5. The review points out and documents any deficiencies in records.					
10.7.6. Appropriate corrective and preventive measures taken are documented.					