

## MINŐSÉG 2012 – MINŐSÉGBIZTOSÍTÁS A JÖVŐ SZÁLLODÁIBAN



A vendég, amikor a szálláshely választás során döntést hoz, elfogadja a szállodák által használt csillagokat, briliánsokat, napraforgókat vagy a globalizáció hatására a márkanévket. Nem rendelkezik pontos információval a tartalommal illetően, ezért előfordulhat, hogy noha a világ eltérő turisztikai desztinációiban a színvonalat jelképező csillagok száma azonos, de a tartalom eltér.

A globalizáció az utazást, a turizmust és a szállodaipart, amelyek az elmúlt évtized legdinamikusabb ágazatai, jelentősen átalakította. A gyorsabb és egyre hatékonyabb kommunikációs rendszerek és a közlekedés robbanásszerű fejlődésének következtében a tér még inkább összeszűkült, a diszkrecionális jövedelmek emelkedtek, és ezek együttesen megnövelték a mobilitást és az utazási hajlandóságot. Ebben a globális térben van szükség olyan minőségbiztosítási komplex rendszerre, amely megfelel a vendég elvárásainak. A minőségbiztosítás és a környezettudatosság a szállodák esetében versenyképességet növelő marketing eszközként is használhatók.

A szerzők feltételezése szerint a szálláshely kiválasztásnál a minőség illetve a minőségbiztosítás formalizált megléte piaci előnyt jelent. A vizsgálatok és elemzések azt bizonyítják, hogy ezt a funkcióját nem tölti be. A

globalizáció hatásainak ismeretében a szerzők további hipotézise, hogy a minőségbiztosítás fejlődési irányvonala megváltozik. Ennek a változásnak a lehetséges struktúráját vázolja fel a tanulmány.

Általános cél a szálláshely szolgáltatás minőségi rendszereinek felmérése. Elsősorban abból a szempontból, hogy a minőségbiztosítási rendszerek jövőbeli fejlődési irányvonalainál figyelembe kell venni a globalizáció hatásait.

### *Minőség*

A szálloda által felállított követelményekhez való alkalmazkodás mértéke a minőség. A megfelelő színvonal a szállodában nem feltétlenül jelent csúcsmínőséget, sokkal inkább követelmény, hogy a termék (szolgáltatás) homogén színvonalú legyen és igazodjon az adott célpiazi igényekhez.

A minőség a filozófiában a dolgok lényegét jellemző tulajdonságok összessége, köznapi értelemben pedig az igényünk vagy a céljaink kielégítésének mértékeként alkalmazzuk. Napjainkban szokás megfeleléség értelemben is használni, és ez a legjobb értelmezés, mert ha valami a szállodának vagy a vendégnek megfelelő, akkor az a minőség.

A vendéget általában a hibátlan, zökkenőmentes üzemeltetés érdekli, csak a szolgáltatások működésétől függően lesz elégedett vagy elégedetlen. A vendéget önmagában nem érdekli például a személyzet oktatása és képzése, sem az üzleti stratégia megléte, vagy a jogvédővel kötött megállapodás. Valójában a vendég szempontjából irreleváns, hogy a szálloda hogyan érte el, hogy a vendég elégedettségére működjön, őt csak az érdekli, hogy számára megfelelő színvonalú legyen a felszereltség, a szolgáltatás kínálata, a tevékenységek, a munkafolyamatok megfelelően szervezettek és a személyzet udvarias legyen.

A tapasztalat szerint ezek a feltételek együttes megléte jelenti a vendégnek a megfelelő, a minőséget.

### *Vendéglvárások és igények fejlődése a globális világban*

A nemzetgazdaságok globálissá válása a kulturális öntudat megerősödését idézte elő az egyes társadalmakban, de az új helyzet globális, távlati stratégiai gondolkodást is feltételez.<sup>1</sup> A világ egészére kiható folyamatok a vendéglvárásokra és igényekre egységesítő hatással vannak.

### Vendéglvárások

A szállodák már a kezdettől fogva kiemelt figyelmet fordítanak a szolgáltatásaik színvonalára. A vendéglégedettség, a színvonal és a minőség akár csak több száz évvel ezelőtt, ma is releváns sikertényezők. A vendégigény kielégítése a szálláshely szolgáltatás alapkuldetése.

A legnagyobb kihívást az eltérő vendégcsoportok igényeinek megismerése jelenti, a kutatási módszernek a kialakítása, amellyel a

termék vagy szolgáltatásfejlesztés megalapozható. A látens igények, a jövő elvárásainak megismerésében az erős szakmai háttérrel rendelkező szállodaláncok vannak előnyben, például a kutatások finanszírozásával és a nagyszámú kérdőívek elemzése révén. Több szálloda fejlesztési tevékenysége irányul a vendég látens igényeinek kielégítésére. Ilyen lehet például a nagyobb méretű vagy finomabb szövésű törölköző használata, amely bizonyítottan javította a vendégek elégedettségét.

### Vendéglégedettség

Több szinten is mérni kell, hogy a szálloda a vendégigényeknek megfelelően mérte fel és alakította ki a kínálati termékét.

*A felszereltség* az első szint, mint például a szállodai technikai berendezései, bútorzata és műszaki berendezései. *A szolgáltatások kínálatának* szintje a második, ezek közé tartoznak a szálloda kötelező alapszolgáltatásai és kiegészítő szolgáltatásai, ahol a meghatározó piaci verseny folyik. *A szolgáltatás folyamatának* zökkenőmentes, hibátlan lebonyolítása a harmadik szint. A vendéglégedettség megnyilvánulásának ebben a szegmensében van jelen a személyzet udvariassága.

### Vendéglégedettség mérése

A vendégkérdőívek és vendégpanasz értékelések hatékony eszközök a vendégek elégedettségének növelésére. A vendégek megkérdezését arról, hogy mennyire elégedettek a szálloda felszereltségével illetve szolgáltatásaival folyamatosan, egész évben érdemes végezni, ezzel is biztosítva a reprezentativitást. Ügyelni kell arra, hogy az eltérő motivációs vendégcsoportok észrevételeit elkülönítve kezeljük. Részletesebb elemzést

tesz lehetővé, ha nem véletlenszerűen töltik ki a vendégek a kérdőíveket, hanem a távozáskor vagy a tartózkodás utolsó napjaiban a Front Office Manager vagy Public Relation Manager interjú módszert alkalmaz a kérdőív kitöltéshez.<sup>2</sup> A felmerülő elégedetlenségek megszüntetésére a lehetőségek szerint azonnal reagáljon a szálloda.

Az úgynevezett hagyományos vendégkérdőíveket a szállodai szobákban helyezünk el, például az ágyon.<sup>3</sup> A sablonos kérdőívekben a kitöltő adatai, így például e-mail címe, egyben vendéginformációs eszköz.

A vendéglégedettségi rendszerek mérhető elemeket tartalmaznak, így lehetőség van a fejlődés vagy a visszaesés követésére is. A kérdőívek használata akkor válik hatékony vezetői eszközzé, ha értékeljük azokat, és az eredményeket felhasználjuk a fejlesztéseknél, illetve a hiányosság pótlására.

### Minőségbiztosítás

Vendéglégedettség növelése csak úgy valósítható meg, ha a vezetés bizonyos abban, hogy a színvonal és a kínálati ár alapján a fogyasztóknak tett ígérvényeket vagy sugallatokat betartja. Ennek egyik monitoring eszköze a minőségbiztosítás. A minőségbiztosítás a szállodai rendszeren belüli tevékenység, amelynek célja a vezetés meggyőződése, illetve a vendégek és partnerek meggyőzése a színvonal követelmények teljesítését illetően. A szálláshely szolgáltatásban a minőségirányítás nem elkülönült része a vezetésnek. A minőség a piaci gazdálkodás eleme illetve tevékenysége. Ezért a vendéglégedettséggel kapcsolatos célkitűzések a piaci célok kategóriájába tartoznak.

A minőségbiztosítás azon tevékenységek összessége, amelyek biztosítják, hogy a szál-

lodai szolgáltatás a vezetés által meghatározott színvonalon folyamatosan előálljon. Ez különböző módszerek és eszközök segítségével történhet.

### *A minőségbiztosítás eszközei a szállodákban*

A több évezred során a szálláshely szolgáltatás munkafolyamataiba beleivódott a minőségbiztosítás igénye. Természetesen a fejlődés során újabb és újabb módszerek és eszközök kerülnek előtérbe, de a szálláshely szolgáltatás lényege, hogy minden folyamatát, döntését a termék, illetve a szolgáltatás színvonalának állandó javítása köré építette és építi.

Hazánkban a szállodák átlagos szobaszáma 60, ugyanakkor a szállodák háromnegyede 50 szobásnál kisebb. Vegyük sorra, hogy a családi és önálló szállodák vezetésének milyen eszközök állnak rendelkezésére. Az európai átlagos szobaszám a hazainak majd a fele, azaz 30 szoba, az eltérés oka a hazai szerves szervezetfejlődés hosszabb ideig történt megszakítása.

A globális transznacionális szállodavállalatok saját márkájuk állandó színvonalának biztosítása érdekében saját szabványokat alkalmaznak. A nemzetközi szállodavállalatok különösen a corporate és a csoportos üzleti porszegmensen az ISO rendszerek bevezetését fontosnak tartják. A világban mindenhol léteznek a nemzeti minőségi díjak az adott ország szállodapiacára.

### Hazai kategorizálási rendelet

A kereskedelmi és a fizető-vendéglátó szálláshelyek osztályba sorolásáról, valamint a falusi szálláshelyek minősítéséről szóló rendeletet az európai dereguláció hatására 2008-ban hatályon kívül helyezték.<sup>4</sup>

Az osztályba sorolási rendelet a hatósági ellenőrzések és a szállodavezetés alapdokumentuma. Ugyanakkor a vendégek részére nem jelent meghatározó segítséget a szálláshely kiválasztásnál. A csillagok száma jelent némi segítséget, ugyanakkor a vendégek legtöbbször csak a panaszok elbírásakor szembesülnek a rendelet előírásaival.

További nehézséget jelent, hogy sem európai, sem világméretű egységes szabályozás nem létezik. Egy egységes szűkített általános követelmény-rendszer nagy segítség lehet az európai turizmus számára. Ezt a hiányt pótolják saját követelmény-rendszer felállításával a szállodaláncok a márkanévek egységes szolgáltatásaival.

#### Nemzetközi szállodavállalatok márkanév stratégiái

A globalizáció a szállodaiiparban – a legegyszerűbb megközelítésben – az adott vállalat hazai környezetben már nyújtott szolgáltatásainak és szervezeti rendszerének világméretű expanzióját, és ezzel együtt a szóban forgó termékek standardizálását jelenti. Ezen a keretjellegű kontextuson belül az észak-amerikai, európai és ázsiai központokkal rendelkező transznacionális vállalatok külföldi terjeszkedésük során eltérő brand-marketing technológiát vezettek és vezetnek be globális rendszereiken keresztül.

Kutatások<sup>5</sup> során megállapításra került, hogy a '70-es évek végén és a '80-as években a globális vállalatok tevékenységét a regionális integráció és a földrajzi diverzifikáció jellemezte. A geocentrikus stratégia szerint a globális vállalatok műveleteit központi terv által koordinált közös cél irányította.

Az *európai* szálloda-szálláskínálat nagyobb része kis- és középvállalkozás formájában

üzemel. A független egységek tartozhatnak laza együttműködő rendszerekhez is, mint például a *Logis de France*, vagy a *Best Western*, de a legtöbb szálloda megőrizte teljes tulajdoni és operációs önállóságát, mert nagyon sok esetben ez a forma felelt meg leginkább a szolgáltatásokkal szemben tradicionális és kifinomult elvárásokkal rendelkező ügyfélkörnek.

*Észak-Amerikában* a fogyasztók erőteljesen kötődnek a márkanév által fémjelzett standardokhoz. A szállodaiipar menedzsment-szerződések, franchising és hotel-motel láncok formájában működik. A fogyasztót a tulajdoni szerkezet tekintetében az érdekli, hogy milyen az adott szálloda vagy márkanév által kínált szolgáltatás színvonala, a minőség állandósága és mindezért mennyit kell fizetnie.

Az *Ázsia-Pacifikum* piacán a növekedés és a fejlődés explozív módon ment-megy végbe, és éppen a turisztikai ipar legszervezettebb oldalán koncentrálnak. A városközpontokban és a tengerpartokon található szállodák esetében is egységesnek mondható a regionális vagy globális láncokhoz illetve hálózatokhoz történő csatlakozás irányába mutató trend.

Minden transznacionális szállodavállalat kialakítja saját brandjét és annak a színvonalát. Kérdés, hogy globális standardokhoz közelítő szolgáltatások nyújtására kényszeríti-e ez a családi és önálló szállodákat vagy sem. A törekvés megfigyelhető az állandó színvonal nyújtására, de a saját rendszerek kidolgozása csak a szállodavállalatoknál tekinthető egységesnek.<sup>6</sup>

#### Nemzetközi Szabványügyi Szervezet

Az ISO (International Organization for Standardization), a Nemzetközi Szabványügyi Szervezet 157 ország nemzeti szabványügyi tes-

tületeinek hálózata, országonként egy taggal. A világ legnagyobb szabványügyekkel foglalkozó szervezete 1947 óta működik. A nemzetközi minőségbiztosítási szabvány, egy gyakorlati eszközrendszer, amely garantálja, hogy a szervezet saját maga által felállított követelményeinek (minőség) konzisztensen megfelel.

Az ISO 9001 egy generikus menedzsment rendszer szabvány, amelynél a generikus azt jelenti, hogy minden szervezetben és bármely tevékenységi szektorban alkalmazható. Ez a minőségbiztosítási szabvány a termékeket és szolgáltatásokat létrehozó folyamatokra vonatkozik. A hangsúly a hibák megelőzésén van (hibátlan szolgáltatás), a szabványok az előállítás folyamatára koncentrálnak. Az ISO 2000-ben kiadott ISO 9001 új változatát, a Magyar Szabványügyi Testület 2001-ben vette át. Az új szabvány alapján kiépülő rendszereket minőségirányítási rendszernek hívják. Magyarországon, a világ más országaéhoz képest magasabb arányú az ISO 9001 tanúsított vállalatok száma.

### Magyar Nemzeti Minőségdíj

Magyarországon 1996-ban alapították ezt a díjat, amelyet termelő és szolgáltató vállalatok pályázhatnak meg. A magyar modell is az európai díjmodellen alapul, és 2000-től a közszolgálati szférára is kiterjed (oktatás, egészségügy). A pályázók itthon is az önértékelési anyag bemutatásával vehetnek részt a versenyben. Nem adta be pályázatát egy turisztikai vagy szálláshely szolgáltató szervezet sem az elmúlt tizenkét évben.

### Magyar Turizmus Minőségi Díj

2006-ban került bevezetésre Magyarországon a hazai turisztikai szolgáltatások

értékelésére szolgáló díj. A Magyar Turizmus Rt. keretein belül 2001-ben indult meg az a munka, amely egy teljesen új, minden szolgáltatási folyamatra kiterjedő minősítési rendszer kialakítását célozta meg. László József<sup>7</sup> kiemelkedő munkásságának és kitartásának köszönhető, hogy a turizmus minőség díj bevezetésre került hazánkban.

A próbaprogram eredményes lebonyolítása után az Országos Idegenforgalmi Bizottság 2006 januárjában meghirdette a Magyar Turizmus Minőségi Díj programot a hazai szállodák és éttermek részére. A pályázat gyakorlatilag egy ellenőrző lista 603 kérdéssel. 2007. november végén a Magyar Turizmus Minőségi Díj megkapta a HOTREC-től az European Hospitality Quality (EHQ) minősítést.

Tanulmányunk megírásának célja az volt, hogy megismertessük, az eltérő rendszerek mennyire felelnek meg, a vendég, a hatóságok és a szállodaüzemeltető elvárásainak.

- A *vendég* szempontjából akkor tekinthető előnyösnek a rendszer, ha segíti az eligazodását, és megbízható segítséget nyújt a szálláshely kiválasztásnál. A gyakorlat igazolta, hogy ezt az elvárást leginkább a szállodaláncok márkanamevei elégítik ki.

- A *hatóság* azt tekinti jó rendszernek, amelyik egyszerű és egyértelmű, és ezzel biztosítja az ellenőrzés objektivitását. Akár azzal is, hogy a rendelethez való eltérés esetén a szankciókat is ismerteti. A rendelet ennek az elvárásnak kisebb finomítások után akár meg is felelhet.

- A *szállodaüzemeltetők* szempontjából előnyös, ha egyszerű és egyértelmű az alapkövetelményi rendszer, mert ez segítséget jelent a szállodáknak a folyamatszervezésben és a saját követelmény rendszer kialakításában.

## ISO a szállodaiparban

Az európai szállodaipart tömörítő HOTREC álláspontja szerint a szállodaiparban a szabványosításra vonatkozó igény messze nem annyira egyértelmű, mint a termelt árak esetében. A szállodai szolgáltatások területén az eltérőség tükrözi az eltérő kultúrákat és földrajzi helyszíneket, és a vendégek számára éppen ez az eltérőség jelenti az egyik legnagyobb vonzerőt. A HOTREC álláspontjának ellentmond a szállodaláncok márkanéveinek piaci elismertsége és keresettsége. Az ISO jellemzően nem csak a termelt árakra vagy szolgáltatásokra vonatkozó előírásokat tartalmaz. Ugyanakkor a nemzeti osztályba sorolási rendeletek is tartalmazzák a termékre vonatkozó fizikai, termelt árura jellemző kötelezettségeket.

A Magyar Szállodaszövetség a következő álláspontot alakította ki az ISO 9000-rel kapcsolatban: „Az ISO 9000 tanúsítás segít a fogyasztó bizalmának megőrzésében. Marketing eszközként kiválóan felhasználható. Ugyancsak jó eszköz lehet a munkavállalók motiválására. Fennáll ugyanakkor az a veszély, hogy az utazásszervezők esetleg megkövetelik, hogy azok a szállodák, amelyekkel együttműködnek, rendelkezzenek az ISO 9000 tanúsítással. Az ISO tanúsítás megszerzése bonyolult és drága folyamat, és ezért komoly terhet jelent a kis- és középvállalkozások számára.”<sup>8</sup>

Mint látjuk, a szállodaszövetség nem pártolja az egységes minőség-biztosítási rendszert. Aggodalmukat fejezik ki, hogy a vendég vagy az utazásszervező azt a szállodát részesíti előnyben, ahol bizonyítottan odafigyelnek a szolgáltatások zökkenőmentes lebonyolításra, a minőségre.

Kimondatlanul is igaz, hogy a nemzetközi szálláshely-szolgáltatás elsődleges színvonal-

meghatározó vezetési eszközei az osztályba sorolási rendeletek. Minden szálloda és szállodavállalat a saját belső vagy a nemzetközi szabványosítás elé helyezi az irányadó kategorizálási rendeleteket. Meglehetősen sok egység, családi szálloda az itt megfogalmazott követelményeket tekinti saját elvárásainak is.

A szállodavállalatok esetében a magas szintű szolgáltatások (dizájn, komfort, professzionalizmus) nyújtása, a szálloda márkanéve bizonyos meghatározott minőségi szintet garantál, amely egyben kompetitív előnyt is jelent.

A Magyar Turizmus Minőségi Díjat nehéz összevetni más minőségbiztosítási rendszerekkel. Ha csak marketing eszköznek tekintjük, a díj egy viszonylag kis befektetéssel megszerezhető bizonyítvány. Ez a rendszer elsősorban az üzemeltető szervezetek tagjainak szakmai szerepét erősíti. A díj marketing haszna csekély, számszerűsíteni pedig szinte lehetetlen.

## *Minőség 2012*

A szállodákban várhatóan négy szinten jelenítik meg a színvonalukat jelentő minőséget. A minőségbiztosítás a jövő szállodáiban négy pilléren alapszik, a jogszabályi, a szakmai, a nemzetközi és a minőség díjakon.

A *jogszabályi szint* alapszint, ahol a feltételek, az alapfelszereltség és kötelező alapszolgáltatások kerülnek meghatározásra, olyan módon, hogy az kielégítse a minőségbiztosítás alapját is.

A szálláshely szolgáltatás területén a különböző meglévő rendszerek összehangolása teljessé válhat akkor, ha az alapokat és csakis az alapok szabályozását az osztályba sorolási rendeletre bízuk. A felszereltség és a kötelező szolgáltatások hozzárendelése az eltérő színvonalú létesítményekhez.

Az osztályba sorolási rendelet a hatóságok céljainak kell hogy megfeleljen. Olyan feltételrendszert kell kialakítani, amely könnyen és hatékonyan ellenőrizhető.

A rendelet nem marketing-, hanem jogszabály-orientált. Olyan jogszabályi szint, amit vezetői eszközként tud használni a szálláshely vezetése üzemeltetési és minőségbiztosítási területen is.

*Vendég orientált* elemeket a szakmai szint tartalmaz. A kötelező egy vagy több szakszövetséghez való tartozás a minimális szakfelszereltséget és szakszolgáltatást követeli meg, és adja a lehetőséget a megkülönböztető cím használatára. Nem kötelező csatlakozni, de annak hiányában nem használhatja a wellness megnevezést a szálloda. A szakszövetségek szerveződése alulról építkezik kistérségi turisztikai szinten. Az eltérő színvonalú felszereltséget, kényelmet és fakultatív szolgáltatást a szakszövetség rangsorolja különböző szintekre. Ezek a szakmai besorolások az emblémával és regiszter számmal már használhatók marketing eszközként és a vendégnek segítségére van a szálláshely kiválasztásnál.

A fakultatív szolgáltatásokat a szakszövetségek hatáskörébe kerülve sorolja be a szállodákat a vendég szálláshely választását megkönnyítve és elsődlegesen a vendégigényre összpontosítva. A városi, üzleti, apartman, butik, konferencia, wellness, sport, üdülő, termál vagy gyógy megnevezést vagy ezek egy altípusát csak az a szálloda használhatja, amelyik a szakszövetség tagja és a szövetség előírásainak megfelel.

A wellness elnevezést csak az a szálloda használhatja, amelyik a szakszövetség tagja. *Premium* megnevezést csak az a szálloda használhatja, amelyik rendelkezik természetes termálvízzel és legalább 0.5-0.99 négyzetmé-

ter vízfelület jut egy vendégre. Amennyiben egy szállodai férőhelyre 1 négyzetméternél több vízfelület jut, akkor használhatja az Executive szakszövetségi márkanévet. A vendéglégedettség relevánsan növekedhet, mert a vendég tudja, hogy egy négy csillagos wellness klasszikus, vagy wellness premium és wellness executive szálloda között mi a valós különbség.

A szállodák egy vagy két, de akár három szakszövetségnél is tagok lehetnek és ezzel a piac számára is jelezve, hogy megfelelt a wellness és konferencia feltételeknek is.

#### Nemzetközi szint

ISO-9000 (minőségbiztosítási) szabvány-családok használhatók a szálláshely szolgáltatás területén is. Több nemzetközi szálloda illetve szállodalánc is alkalmazza már a rendszert. A világon háromszázszor több szervezet használja a rendszert, mint ahány szálláshely szolgáltató van Magyarországon. A rendszernek kimutatható előnyei vannak. Mai ismereteink alapján az a jövőkép alakul ki, hogy a minőségbiztosítási és környezetvédelmi szabványok akkreditálása szükséges lesz a turisztikai szolgáltatók számára.

A szobakiadásra vonatkozó szolgáltatási szabvány legkorábban is csak 2012-ben lesz elérhető. 2012 után már elvárják, hogy a szálloda rendelkezzen a minőségbiztosítás és a szobakiadás szabványával. A vállalati partnerek, akik az üzleti szegmenst alkotják és ismerik az ISO tanúsítványokat, egyre gyakrabban fogják előnyben részesíteni azokat a szállodákat, amelyek hasonlóan gondolkodnak a minőségről, mint ők.

Végül, de nem utolsó sorban a globalizáció hatására a vendégek a környezettudatosság után a minőségtudatosság felé fordulnak, és

így az ár, a termék és a minőség harmóniáját helyezik előtérbe. Ez pedig a nemzetközi minőségi vagy szolgáltatási szabványokkal rendelkező szállodák piaci előnyét jelenti.

A szálláshely szolgáltatóknak fel kell készülni arra, hogy az előny évek múlva elvárás, majd kötelező lehet. A hazai minőségi szervezeteknek és szakmai szervezeteknek azon kell lennie, hogy a tanúsítvány elérhető legyen minél szélesebb körben a szálláshely szolgáltatók számára.

### Magyar Turizmus Minőségi Díj

A magyar minőségi díj akkor lenne valós elismerés, ha egy-egy szálloda nyerné el a díjat egy-egy típusban a szakszövetség ajánlásával. Marketing alapú díj maradna. Ez nagy kihívás a szakma részére, mert szorosabban együttműködve az elismertebb minőség díj rendszerekkel hatékonyabb rendszert lehet kiépíteni. A kevesebb néha több, legyen az listakérdés szám vagy díjazott szálloda. Sajnálatos, hogy

a magyar turizmus szakállamtikársága nem képes felkarolni és finomítani a rendszert. A jövőben a Magyar Turizmus Minőségi Díjat a „minősíti a minőséget” szlogen szerint tényleg csak a legkiválóbb szállodák nyerhetnék el egy-egy jellegben (utaztatás), kategóriában (csillag) és típusban (gyógy-szálloda). Ennek a szakmai díjnak lenne marketing (piaci) és szakmai becsülete is.

A megjelenő hármas szint (alap, szakmai, nemzetközi) harmóniája biztosítja a vendégek számára az elégedettséget. A szállodák számára annak a lehetőségét, hogy szolgáltatásaikat zökkenőmentesen és hibátlanul bonyolítsák le. Az a szálláshely szolgáltató, amely ezen a területen kiváló eredményeket ér el, pályázhatja meg az elismerő szakmai Magyar Turizmus Minőségi Díjat.

A hármas szint és a szakmai díj együttesen biztosítják a jövő szállodáinak minőségét. Azt a szubjektív benyomást, amit a vendégek ellenértékben megfizetnek, valamint a lojalitásukkal meghálálnak.





## HIVATKOZÁSOK

- <sup>1</sup> J. NAISBITT (1982): *Megatrends*, Warner Bross, New York.
- <sup>2</sup> Ez a módszer különösen előnyös a rekreációs szállodák esetében.
- <sup>3</sup> A szállodák motiválják a vendégeket és a munkatársakat a lehető legtöbb információ elérése érdekében.
- <sup>4</sup> 54/2003 (VIII.29.) GKM rendelet
- <sup>5</sup> Dr. Szalók Csilla PhD kutatása (2008): *A globalizálódó idegenforgalmi piac – szállodaiipari trendek és magyarországi érvényesülésük*
- <sup>6</sup> A transznacionális szállodavállalatok komolyabban veszik figyelembe a kategorizálási elvárásokat, mint adott esetben a családi szállodák.
- <sup>7</sup> László József a SAS légitársaság hazai vezetője volt, majd a KVIFK oktatója.
- <sup>8</sup> A korábbi, 2007-es álláspont ellenére az európai egységes színvonal-szabályozás alapjainak lerakásán dolgoznak már bizottságok.