

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE**

**OBCHODNÁ FAKULTA**

Evidenčné číslo: 102002/B/2022/36124048426374660

**DIZAJN AKO KLÚČOVÝ FAKTOR DIFERENCIÁCIE**

**V PODNIKOCH CESTOVNÉHO RUCHU**

**BAKALÁRSKA PRÁCA**

2022

Simona Kováčová

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE**

**OBCHODNÁ FAKULTA**

**DIZAJN AKO KLÚČOVÝ FAKTOR DIFERENCIÁCIE**

**V PODNIKOVÝCH CESTOVNÝCH RUCHU**

**BAKALÁRSKA PRÁCA**

**Študijný program:** podnikanie v cestovnom ruchu a službách

**Študijný odbor:** ekonómia a manažment

**Školiace pracovisko:** katedra marketingu

**Vedúci záverečnej práce:** Ing. Renáta Ševčíková

Bratislava 2022

Simona Kováčová



## **Pod'akovanie**

Chcem sa pod'akovať Ing. Renáte Ševčíkovej, vedúcej mojej záverečnej práce, za cenné rady a odbornú pomoc, ktorú mi poskytla pri písaní záverečnej práce.

## Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že záverečnú prácu som vypracovala samostatne a uviedla som všetku použitú literatúru.

14.04.2022

-----  
Simona Kováčová

## ABSTRAKT

KOVÁČOVÁ, Simona: Dizajn ako kľúčový faktor diferenciacie v podnikoch cestovného ruchu. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra marketingu. – Vedúci záverečnej práce: Renáta Ševčíková, Ing. – Bratislava: OF, 2022, 54 strán.

Cieľom našej bakalárskej práce je zistiť ako dizajn ovplyvňuje konečného spotrebiteľa pri výbere podniku ubytovacích služieb a aký význam má využitie dizajnu v podniku cestovného ruchu. Konkrétne sme sa zamerali na spoločnosť Safestay Plc. a jej dcérsku spoločnosť Dream Hostels SK, s.r.o. na Slovensku. Práca je rozdelená do 4 kapitol. Obsahuje 10 grafov, 2 tabuľky, 9 obrázkov a jednu prílohu. Prvá kapitola je venovaná teoretickému vymedzeniu základných pojmov bakalárskej práce - dizajn, ubytovacie zariadenia, hotel, hostel, rozdiely medzi nimi a vysvetleniu konkrétnych oblastí, ktorým sa záverečná práca venuje, akými sú vplyv dizajnu na spotrebiteľov pri výbere ubytovacieho zariadenia či novodobé trendy dizajnu v hotelierstve. V ďalšej časti sa charakterizuje cieľ záverečnej práce, čiastkové ciele teoretickej a praktickej časti, ktorých vymedzenie je potrebné pre dosiahnutie hlavného cieľa. Tretia kapitola je venovaná identifikácií výskumných metód použitých v práci, zadefinovaní výskumných otázok a charakteristike skúmaného objektu- firmy Safestay Plc.. Záverečná kapitola sa zaoberá hodnotením dizajnu vo vybranej pobočke firmy Safestay Plc., spracovaní dotazníka, ktorý bol zameraný na zistenie miery vplyvu dizajnu na výber ubytovacieho zariadenia, dôvody preferencie Safestay Bratislava a pohľad respondentov na momentálny stav dizajnu v Safestay Bratislava. Výsledkom riešenia danej problematiky je dokázanie vplyvu dizajnu na spotrebiteľov pri výbere ubytovacieho zariadenia a navrhnutie odporúčaní pre lepšie využitie dizajnu ako kľúčového faktora diferenciacie v Safestay Plc. a v Safestay Bratislava.

Kľúčové slová: dizajn, hotelový dizajn, Safestay Plc., ubytovacie zariadenia

## **ABSTRACT**

KOVÁČOVÁ, Simona: Design as a key factor of differentiation in tourism enterprises. – University of economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Department of Marketing. – Thesis supervisor: Renáta Ševčíková, Ing. – Bratislava: OF EU, 2022,- 54 pages.

The aim of our bachelor thesis is to find out how design affects the final consumer in the choice of accommodation services company and what is the importance of the use of design in a tourism company. Specifically, we focused on Safestay Plc. and its subsidiary Dream Hostels SK, s.r.o. in Slovakia. Bachelor thesis is divided into 4 chapters. It contains 10 graphs, 2 tables, 9 figures and one appendix. The first chapter is devoted to the theoretical definition of the basic concepts of the bachelor's thesis - design, accommodation facilities, hotel, hostel, differences between them and an explanation of specific areas, which deals with the impact of design on consumers in choosing accommodation or modern design trends in hospitality. The next part characterizes the goal of the final work, the partial goals of the theoretical and practical part, the definition of which is necessary to achieve the main goal. The third chapter is devoted to the identification of research methods used in the work, defining research questions and characteristics of the researched object - Safestay Plc.. The final chapter deals with design evaluation in a selected branch of Safestay Plc. choice of accommodation facilities, reasons for preferences Safestay Bratislava and respondents' view of the current state of design in Safestay Bratislava. The result of solving this problem is to prove the impact of design on consumers when choosing accommodation and to propose recommendations for better use of design as a key differentiation factor in Safestay Plc. and in Safestay Bratislava.

Keywords: design, hotel design, Safestay Plc., Accommodation facilities

## **ZOZNAM TABULIEK**

Tabuľka č. 1 - Konkurencia .....	36
Tabuľka č. 2 - SWOT Analýza .....	43

## **ZOZNAM GRAFOV**

Graf č. 1 – Štruktúra respondentov na základe pohlavia .....	30
Graf č. 2 - Štruktúra respondentov podľa veku .....	31
Graf č. 3 – Štruktúra respondentov podľa sociálneho statusu .....	31
Graf č. 4 – Štruktúra respondentov podľa krajiny pôvodu .....	32
Graf č. 5 - Dôležitosť kategórií pri výbere ubytovacieho zariadenia z pohľadu respondentov .....	37
Graf č. 6 - Vplyv dizajnu na respondentov pri výbere ubytovacieho zariadenia.....	38
Graf č. 7 - Miera vplyvu dizajnu na respondentov pri výbere ubytovacieho zariadenia.....	39
Graf č. 8 - Dôvody respondentov pre uprednostnenie hostela Safestay pred ostatnými hostelmi v Bratislave .....	39
Graf č. 9 - Zhodnotenie súčasného stavu dizajnu v Safestay Bratislava .....	40
Graf č. 10 - Vedomosť respondentov, že spoločnosť Safestay Plc. zámerne odkupuje a vytvára dizajnové hostely a práve tým sa snaží preraziť na trhu.....	41

## **ZOZNAM OBRÁZKOV**

Obrázok č. 1 - Vnútoraná terasa - skutočnosť .....	34
Obrázok č. 2 - Vnútoraná terasa – návrh.....	34
Obrázok č. 3 – Lobby- návrh.....	34
Obrázok č. 4 – Lobby- skutočnosť .....	34
Obrázok č. 5 - Lobby 2 - súčasnosť .....	34
Obrázok č. 6 - Lobby 3 - súčasnosť .....	34
Obrázok č. 7 - Kúpeľňa .....	48
Obrázok č. 8 - Kachličky v lobby .....	48
Obrázok č. 9 - Stoličky v lobby .....	49

# OBSAH

ÚVOD.....	10
<b>1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ .....</b>	<b>11</b>
<b>1.1 Vymedzenie dizajnu, jeho druhy a význam .....</b>	<b>11</b>
<i>1.1.1 Interiérový dizajn .....</i>	<i>13</i>
<i>1.1.2 Hotelový dizajn .....</i>	<i>17</i>
<b>1.2 Cestovný ruch .....</b>	<b>18</b>
<b>1.3 Ubytovacie zariadenia .....</b>	<b>18</b>
<b>1.4 Vplyv dizajnu na spotrebiteľa pri výbere ubytovacieho zariadenia .....</b>	<b>23</b>
<b>1.5 Súčasný trendy dizajnu v hotelierstve .....</b>	<b>25</b>
<b>2 CIEĽ PRÁCE .....</b>	<b>27</b>
<b>3 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA .....</b>	<b>28</b>
<b>3.1. Charakteristika objektu skúmania .....</b>	<b>28</b>
<b>3.2 Charakteristika respondentov .....</b>	<b>30</b>
<b>4 VÝSLEDKY PRÁCE A DISKUSIA .....</b>	<b>33</b>
<b>4.1 Safestay Bratislava .....</b>	<b>33</b>
<i>4.1.1 Hodnotenie dizajnu v Safestay Bratislava .....</i>	<i>33</i>
<i>4.1.2 Konkurencia .....</i>	<i>35</i>
<i>4.1.3 Postoj spotrebiteľov k súčasnému stavu dizajnu v Safestay Bratislava .....</i>	<i>37</i>
<b>4.2 Marketingový mix spoločnosti Safestay Plc. ....</b>	<b>41</b>
<b>4.3 SWOT analýza spoločnosti Safestay Plc. ....</b>	<b>43</b>
<b>4.4 Diskusia .....</b>	<b>46</b>
<b>ZÁVER .....</b>	<b>50</b>
<b>ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY .....</b>	<b>51</b>
<b>PRÍLOHY .....</b>	<b>54</b>

# ÚVOD

S rastom počtu rezervácií hotelov a iných ubytovacích zariadení prostredníctvom rôznych digitálnych platforiem, ako je Booking, Airbnb či súkromná stránka konkrétneho zariadenia, čelia hotely tvrdej konkurencii pri získavaní zákazníkov. So zameraním na ich celkový zážitok majú dnes hoteloví hostia vyššie očakávania a neustále sa meniace prostredie cestovateľov prinieslo množstvo zmien v odvetví cestovného ruchu. V súčasnosti hotely pretvárajú vzhľad, snažia sa zlepšiť dojem a prítťažlivosť svojich ubytovacích jednotiek, pričom používajú dizajn exteriéru a interiéru ako jednu zo svojich rozlišovacích metód na vytváranie jedinečných zážitkov.

Väčšina ľudí si myslí, že dizajn je o tom, aby veci vyzerali pekne – ako dekorácia. Dizajn je však rovnako umenie ako veda. Dizajn je ďalší spôsob komunikácie. Vždy, keď dizajnér alebo umelec niečo vytvorí, snaží sa niečo svetu povedať.

Dizajn uľahčuje komunikáciu, pretože dokáže premietnuť správu jednoduchším spôsobom, aby jej ľudia porozumeli. Zatiaľ čo veda nám môže poskytnúť fakty a štatistiky, dizajn sa dá použiť na preklad toho, čo je pre každého ťažké pochopiť.

Pre každého znamená dizajn niečo iné. V závislosti od toho, ako niečo vyzerá, cítime niečo iné. Baví nás pozerieť sa na krásne výrobky a budovy. To je dôvod, prečo toľko ľudí mína toľko peňazí. Pretože chcú získať veci, ktoré vyzerajú dobre, pretože im to dáva dobrý pocit. Radi obdivujeme alebo používame veci, ktoré vyzerajú dobre. Umenie a dizajn v nás však môžu vyvolať širokú škálu emócií. A osoba vedľa vás môže cítiť niečo iné, aj keď sa pozeráte na to isté.

Cieľom bakalárskej práce je zistiť ako dizajn ovplyvňuje konečného spotrebiteľa pri výbere podniku ubytovacích služieb a aký význam má využitie dizajnu v podniku cestovného ruchu. Pre svoju bakalársku prácu sme si konkrétne zvolili Safestay hostel v Bratislave.

Na úvod našej bakalárskej práce sa zaoberáme teoretickým vymedzením dizajnu, hotelového dizajnu. Rovnako aj charakteristike hotela a hostela. V druhej, teda praktickej, časti našej práce sa zameriavame na charakteristiku a detailný opis spoločnosti Safestay Plc., na analýzu konkurencie a SWOT analýzu. Na základe výsledkov práce na záver navrhujeme odporúčania pre efektívnejšie využitie dizajnu v Safestay hosteli v Bratislave.

# 1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY

Táto kapitola sa venuje základným definíciám a charakteristike dizajnu a cestovného ruchu. Pre svoju bakalársku prácu sme si zvolili ubytovacie zariadenie, konkrétne hostel, a teda sa zameriavame aj na vymedzenie a charakteristiku tohto typu ubytovacieho zariadenia.

## 1.1 Vymedzenie dizajnu, jeho druhy a význam

Dizajn ako slovo pochádza z latinského slova *designo*, *designare* a znamená označovať či vyobrazovať. Ďalej slovo prevzala angličtina, podľa ktorej predstavuje podľa štruktúry významu viaceré činnosti a ich výsledky (Jelenčík, 2017).

Dizajn je aktivita kreativity s cieľom vytvárať rôznorodú kvalitu výrobkov, kvalitu služieb či postupov systémov počas ich životného cyklu. Je to zmes umenia a úžitku (Jelenčík, 2017).

Dizajn je tiež súbor vlastností, ktoré ovplyvňujú vzhľad a fungovanie produktu na základe požiadaviek zákazníka. Dizajn sa vzťahuje na vzhľad výrobku alebo jeho komponentov. Ide najmä o znaky línií, obrysy, farby, tvary, štruktúru a materiál ako taký. Dizajn zaraďujeme medzi najdôležitejšie vlastnosti produktu. Okrem ceny a kvality, aj dizajn veľmi významne ovplyvňuje spotrebiteľov pri nákupnom rozhodovaní. Správne vybraný dizajn sa začína sledovaním a pozorovaním potencionálnych zákazníkov a základom je dôkladné pochopenie jeho potrieb. Dizajn oproti štýlu, smeruje hlbšie. Opisuje akým spôsobom bol produkt navrhnutý, jeho vlastnosti, kde sú umiestnené samotné časti, ktoré sú využité v rámci používania produktu. Štýl stanovuje pocity spotrebiteľa a vzhľad samotného výrobku (Hanuláková, 2022).

## Druhy dizajnu

Rozlišujeme rôzne druhy dizajnov, čo vyplýva z rôznych úrovní kvality vzťahov medzi vonkajšou formou a vnútornou štruktúrou produktu.

- Styling - jednoduchšia povrchová úprava výrobku,
- Redesign - kvalitnejší druh dizajnu oproti stylingu,
- Predesign – súvisí s vyhľadávaním nových konceptov a foriem pre známe aj neznáme výrobky,
- Totálny design – aktivity, ktoré smerujú k prepojeniu koncepcie práce dizajnéra s marketingom v organizácií a ovplyvňujú proces transformácie pri realizovaní návrhu,
- Globálny design – označuje úsilie jednotlivca alebo skupiny riešiť otázky rozvoja trvalej udržateľnosti.

## Odbory dizajnu

Dizajn vieme rozdeliť na nasledovné odbory :

- A. Dizajn výrobkov (dizajn dopravných prostriedkov, dizajn nábytku, prvkový a systémový dizajn sfér obytných a pracovných priestorov),
- B. Grafický dizajn,
- C. Dizajn prostredia (dizajn interiéru, architektonický, urbanistický a dizajn v rámci pracovného prostredia),
- D. Dizajn informačných systémov,
- E. Dizajn výstav,
- F. Firemná identita (vizuálne prvky reprezentujúce identitu firmy) (Jelenčík, 2017).

## Význam dizajnu

Dizajn pozitívne ovplyvňuje spoločnosť, jednotlivca, rodinu, pracovný kolektív a aj všetkých globálne. Dizajn poľudšťuje prostredie. Z toho dôvodu aj dizajn súvisí s úsilím o lepší a hodnotnejší život človeka a spoločnosti ako takej. Dizajn je mnohokrát vyvolávateľ nových potrieb v rámci trhových segmentov. Rozhoduje aj o výrobnéj kapacite a uplatnení výrobkov na trhu. Priamo tak ovplyvňuje dopyt po zamestnanosti. Dizajnu tiež vďačíme za schopnosť ľudí prekonávať vzdialenosť medzi záujmovými bodmi. Dizajn výslovne obohacuje životy ľudí. Sprevádza nás od narodenia až po smrť (Jelenčík, 2017).

### 1.1.1 Interiérový dizajn

Interiérový dizajn je umenie, ktoré spája prvky kreativity a praktickosti. Skutočne dobre riešený interiér nie je len o estetike, ale musí byť aj pohodlný, bezpečný a hlavne slúžiť praktickému účelu konkrétnej miestnosti v interiéri. Interiéroví dizajnéri musia dodržiavať prísne bezpečnostné normy pri vytváraní návrhov interiérov, ktoré spĺňajú špecifické potreby a očakávania klientov.

Interiérový dizajn často vychádza z rôznych druhov umeleckých/dizajnerských štýlov, pričom zohľadňuje súčasné trendy alebo historické precedensy. Dizajnéri by mali nielen dobre rozumieť histórii interiérového dizajnu, ale predovšetkým musia rozumieť praktickej aplikácii dizajnu.

Interiéroví dizajnéri spolupracujú s klientmi pri hľadaní ich vízie pre finálnu podobu ich vysnívaného interiéru. Dizajnéri musia brať do úvahy aj faktory prostredia, históriu objektu, očakávania vlastníka a normy a pravidlá v 2D alebo 3D dizajne. Interiéroví dizajnéri sa zameriavajú na celkovú estetickú krásu miestnosti, no samozrejme treba zväžiť aj náročnosť celej nehnuteľnosti. Skúšajú rôzne farby, vzory či nábytok, kým nenájdu to správne riešenie. Každý klient je iný, preto by mal interiérový dizajnér pristupovať ku každému klientovi individuálne, aby splnil jeho požiadavky (Lešánek, 2021).

Dizajn interiéru stvárňuje nejakú myšlienku či nápad v stavebnom priestore, za pomoci interiérových prvkov, viacerých materiálov a kombináciou farieb. Interiér je tvorený rôznymi prvkami, drevenými, kovovými, keramikou sklom, textilom, kožou či inými. Tvorba dizajnu interiéru je náročný proces, ktorý sa odporúča prenechať interiérovým dizajnérom v spolupráci s architektmi (Olejníková, 2022).

#### **Farby, ich význam a vplyv na človeka**

Farba je jedným z najdôležitejších znakov dizajnu. Je to najmä preto, že farby na nás podvedome pôsobia a vyvolávajú určité nálady a emócie. Emócie môžu byť najsilnejším faktorom ovplyvňujúcim ľudí. Oplatí sa teda poznať základy psychológie a symboliku farieb (Jurenková, 2021).

Teória farieb je veda a zároveň umenie. Vedieť, ako farby ovplyvňujú väčšinu ľudí je veľmi vzácna odbornosť, ktorú dizajnéri môžu ponúknuť svojim klientom. Niekedy len zmena saturácie farby dokáže vzbudiť úplne iný pocit.

## Teplé farby

Za teplé farby označujeme červenú, oranžovú, žltú a ich rôzne variácie. Červená a žltá farba sú základnými farbami, v ich strede potom vzniká oranžová. Teplé farby v rámci dizajnu odrážajú vášň, šťastie, nadšenie a energiu.

- (1) **Červená farba** je veľmi teplá farba spájaná s ohňom, násilím ale aj láskou a vášňou. Červená farba môže mať naozajstný fyzický vplyv na ľudí, napríklad vyvoláva zvýšenie tlaku alebo zvyšuje frekvenciu dýchania. Červená taktiež znázorňuje nebezpečenstvo. V rámci dizajnu môže byť červená farba veľmi silná. Môže mať ohromujúci vplyv na človeka, najmä ak je vo svojej najčistejšej forme. Červená je taktiež všestranná, pričom jasnejšie kombinácie sú viac energické a tmavšie sú elegantné.
- (2) **Oranžová farba** je veľmi energická a žiarivá farba. Je spájaná so zemou či jeseňou. Kvôli svojmu prepojeniu s meniacimi sa obdobiami, oranžová symbolizuje zmenu a všeobecne pohyb. Je taktiež silno spájaná s kreativitou. Ďalej symbolizuje zdravie a vitalitu vďaka rovnakej farbe ovocia rovnakého mena. V dizajne priťahuje pozornosť bez toho, aby bola taká silná ako červená. Často ju vnímame ako príjemnejšiu.
- (3) **Žltá farba** je známa ako najjasnejšia farba a najviac energická z teplých farieb. Spája sa však s klamstvom a zbabelosťou. Naopak vyjadruje aj nádej. V rôznych krajinách má rôzne významy, napríklad v Egypte smútok či v Japonsku odvahu. V dizajne môže žiarivá žltá vyvolať pocit šťastia a veselosti. Jemnejšie žlté odtiene sa používajú ako rodovo neutrálne farby, napríklad pre bábätká. Svetlé žlté farby tiež vyvolávajú pocit šťastia, ale o niečo pokojnejší. Tmavo žlté a zlato žlté odtiene môžu pôsobiť starožitne a vieme ich využiť v dizajnoch, kde potrebujeme vyvolať pocit stálosti.

## Studené farby

Medzi studené farby zahrňujeme modrú, zelenú a fialovú. Sú to farby noci, vody a prírody. Majú relaxačný a upokojujúci účinok. Modrá farba je ako jediná primárnou farbou zo spektra. Zelená a fialová farba vzniká zmiešaním modrej a jednej z teplých farieb.

- (1) **Modrá farba** je často v anglickom jazyku spájaná so smútkom. Reprezentuje tiež zodpovednosť a pokoj. Spájaná je s mierom a spirituálnym či náboženským významom v rôznych kultúrach. Významy modrej farby sú rôzne v závislosti od odtieňa farby. V rámci dizajnu, zvolený odtieň modrej má veľmi veľký vplyv na vnímanie dizajnu. Svetlo modré farby pôsobia upokojujúco a uvoľňujúco. Jasné modré skôr energicky a osviežujúco. Tmavo modré odtiene sa výborne hodia pre stránky firmy či dizajn, kde je potrebné zvýrazniť silu a spoľahlivosť.
- (2) **Zelená farba** je zemitá farba. Reprezentuje nové začiatky a rast, obnovenie a hojnosť. Môže taktiež symbolizovať závisť, žiarlivosť a nedostatok skúseností. Zelená ma veľa vlastností podobných modrej, avšak obsahuje aj časť žltej. V rámci dizajnu pôsobí vyrovnávajúco a harmonizujúco a je stabilná. Vhodná je aj pre návrhy spojené s bohatstvom a prírodou. Jasná zelená je skôr energetická, naopak olivová zelená symbolizuje prírodu. Tmavo zelené odtiene reprezentujú stabilitu a blahobyt.
- (3) **Fialová farba** je kombináciu modrej a červenej farby, takže obsahuje vlastnosti oboch. Spájaná je s kreativitou a predstavivosťou. V Thajsku je fialová farbou vdov. Tmavá fialová reprezentuje bohatstvo a kráľovskú hodnosť. V rámci dizajnu pôsobí tmavá fialová luxusne a vyžaruje bohatstvo. Bledá fialová symbolizuje jar a romantiku.

## Neutrálne farby

Neutrálne farby nám v dizajne väčšinou vytvárajú pozadie. Najčastejšie sa kombinujú s jasnými farbami s väčším akcentom. Používajú sa však aj samostatne a vytvárajú tak sofistikovaný dizajn. Význam a symbolika neutrálnych farieb je ovplyvnená farbami, ktoré ich obklopujú. Studenými či teplými.

- (1) **Čierna farba** je najsilnejšia z neutrálnych. Spájaná je so silou a eleganciou. Vyjadruje formálnosť. Môže ale symbolizovať aj smrť, zlo či záhadu. Je to

tradičná farba smútenia v mnohých západných krajinách. Spájaná je aj s rebéliou a tiež Halloweenom. Používaná je v elegantných ale aj drsnejších dizajnoch. Môže pôsobiť konzervatívne, moderne, tradične či nekonvenčne, pričom záleží na kombinácii farieb. Používa sa aj na typografiu.

- (2) **Biela farba** je opakom čiernej a hodí sa s každou farbou. Symbolizuje čistotu, cnosť, dobro a spája sa aj so zdravotníctvom. Bielu farbu nosia zvyčajne nevesty v svadobný deň. Na východe sa naopak práve biela farba spája so smútením a je to jediná farba, ktorú smú vdovy v Indii nosiť. Biela sa používa ako neutrálne pozadie pre dizajn a ostatné farby tak pri nej vyniknú. Je obľúbenou farbou v rámci minimalizmu. Znázorňovať môže aj leto či zimu.
- (3) **Šedá farba** je neutrálna a spadá pod chladnú časť spektra. Pôsobiť môže depresívne či náladovo, no vo všeobecnosti ju považujeme za konzervatívnu a formálnu, a teda veľmi sofistikovanú farbu. Šedá je tiež farbou smútku. V dizajne je využívaná často ako pozadie.
- (4) **Hnedá farba** je spájaná so zemou, drevom a kameňom. Je to teplá a prirodzená neutrálna farba symbolizujúca spoľahlivosť, stálosť, zemitosť ale aj nudnosť. Taktiež sa využíva v dizajne ako farba pozadia či v textúrach dreva a kameňa. Do návrhov vnáša pocity tepla a zdravia. Veľmi tmavé odtiene sa používajú ako náhrada čiernej.
- (5) **Béžová farba** je špeciálna farba spektra a nadobúda aj studené aj teplé tóny. Obsahuje teplo z hnedej a chlad z bielej farby. Pôsobí taktiež nudne, ale aj konzervatívne a zbožne. Používa sa výhradne ako pozadie. Zladí sa s farbami okolo seba a má tak malý vplyv na celkový dojem.
- (6) **Krémová farba** alebo slonovinová sú kombináciou hnedej a bielej farby, a teda obsahujú teplo aj chlad. Tieto farebné odtiene sú tiché a pokojné, vyvolávajúce pocit histórie. V rámci dizajnu dodávajú eleganciu a spolu s inými farbami, ako napríklad hnedou či broskyňovou, získavajú zemitú kvalitu (Chapman, 2021).

### 1.1.2 Hotelový dizajn

Pri porovnaní slovenských hotelov a zahraničných, dizajn v zahraničných hoteloch je viac odviazaný v rámci splynutia architektúry s farbami a materiálmi použitými v interiéri. Dizajn hotela ako celok, tvorí mnoho samostatných prvkov. Stavebné materiály, nábytok, farby či použitý materiál v interiéri. V súčasnosti si hostia pred rezervovaním hotela pozrú fotografie interiéru a izieb na internetových stránkach a veľakrát to vplýva na ich rozhodnutie. Prepojenie interiérových prvkov s tými stavebnými je hosťami vnímané ako celok. Prepojenie miestností, štylovosť vybavenia recepcie, hotelovej reštaurácie a najmä izieb, by sa mali dopĺňať. Takisto rozmiestňovanie nábytku má svoj zmysel a prispieva k správne mu toku energie v miestnosti (Olejníková, 2022).

V súčasnosti majú hostia v hoteloch oveľa vyššie očakávania ako v minulosti. Vzhliadajú najmä k osobitnému prístupu a nápaditému dizajnu aj keď ide len o krátky pobyt. Vyhľadávajú pocit útulnosti. Hotelieri sa snažia vytvoriť nezabudnuteľnú atmosféru - vizuálny a emocionálny zážitok, nielen služby a pohodlie. Hostia oceňujú kreativitu pri jedinečných dizajnoch alebo mieru dodatočnej hodnoty. Napríklad hotel ponúka bio produkty a využíva všetky prírodné materiály, a pri jeho prevádzke nevznikajú žiadne nadbytočné odpady. Čoraz viac hostí sa nemá záujem ubytovať v „klasických“ hoteloch. Pre týchto hostí sú dôležité nie len moderné metódy, ale aj motto „zdravý život“ a ekológia. Časy, keď takmer každý hotel vyzeral rovnako, sú preč. Hotelieri sa snažia reflektovať požiadavky doby. Dizajnéri používajú skôr prírodné materiály, od nábytkového kovania cez dekorácie až po výber textilu. Súčasným trendom sa stalo používanie starého dreva a prírodných textílií. Prudko rastie dopyt po lokálnych výrobkoch nesúcich stopy našej kultúry, ako je starožitný nábytok s folklórnymi prvkami, originálne materiály či moderný dizajn (Olejníková, 2022).

#### **Farby v hoteloch**

Farba je jedným z najpodstatnejších nositeľov atmosféry v interiéri, dokáže výrazne zmeniť akýkoľvek priestor, zanecháva dojem a spolu so vzormi a štruktúrou pomáha vytvoriť fascinujúce a krásne miesto na život. Farba je mocná – môže očistiť a oživiť unavené priestory v domoch, zmeniť náladu, pozdvihnúť ducha (Hradecká, 2013).

Rozhodnutie o výbere farieb do hotela chce čas, správnu myšlienku a nápad. Je to investovanie na viac rokov a nie je dobré ho podceňiť. V rámci interiéru hotela dokážu farby vplývať na psychiku hotelových hostí. Farby dokážu meniť priestor, vytvoriť optické zmenšenie či zväčšenie miestnosti, dokážu nalákať ale aj odlákať potencionálnych zákazníkov. Celkovo veľmi vplývajú na prepojenie stavby, interiéru a celkovej myšlienky hotela. Správne využitie farieb by mohlo zvýšiť celkové príjmy hotela.

V hoteloch, ale i v rôznych iných zariadeniach, rozdeľujeme používanie farieb na steny a farebnú zladenosť doplnkov. Farby stien by sme mali voliť opatrnejšie, nakoľko tak môžeme predísť opätovnému maľovaniu. Medzi nové trendy v hoteloch radíme prírodné odtiene, ktoré nájdeme v mnohých novootvorených hoteloch. Ostatné farby tvoria len doplnky interiéru (Olejníková, 2022).

## **1.2 Cestovný ruch**

Cestovný ruch je spoločenský, kultúrny a ekonomický fenomén, ktorý zahŕňa pohyb ľudí do krajín alebo miest mimo ich obvyklého prostredia. Účel ich pohybu môže byť osobný alebo obchodný/profesionálny. Títo ľudia môžu byť turisti, výletníci, rezidenti alebo nerezidenti, známi ako návštevníci a cestovný ruch súvisí s ich aktivitami, ktoré produkujú. Niektoré z činností zahŕňajú výdavky na cestovný ruch, napríklad ubytovanie, ktoré využívajú, alebo na jedlo. Pri cestovaní im ubytovanie poskytuje základňu, z ktorej sa môžu turisti zapojiť do akýchkoľvek aktivít v cieľovom mieste, preto bude cestovanie v prípade absencie ubytovania neúplné (Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert & Wanhill, 2008).

## **1.3 Ubytovacie zariadenia**

*„Ubytovacím zariadením budova, priestor alebo plocha, v ktorom sa verejnosti celoročne poskytuje za úhradu prechodné ubytovanie a s ním spojené služby. Ubytovacie zariadenie je aj sezónne ubytovacie zariadenie poskytujúce ubytovanie a s ním spojené služby najviac deväť mesiacov v roku.“ (Slov-lex, 2022)*

Ubytovanie je základom cestovného ruchu, pretože je dôležitou a základnou súčasťou ponuky cestovného ruchu. Turisti na svojich cestách potrebujú miesto, kde si môžu počas cestovania oddýchnuť a osviežiť sa. V dôsledku toho existujú komerčné ubytovacie zariadenia. Existuje veľká rôznorodosť veľkosti a typu ubytovania. Rozlišujeme aj ubytovania v súvislosti s lokalitou a poskytovanými službami. Služby ubytovacích zariadení sa navzájom líšia v závislosti od cieľových skupín zákazníkov.

Ubytovanie je zďaleka najväčším a najrozšírenejším podsektorom v rámci ekonomiky cestovného ruchu (Cooper, 2008).

Existuje mnoho rôznych typov ubytovania, ktoré vyhovujú rôznym rozpočtom, rôznym druhom turistiky a rôznym typom zákazníkov. Úlohou poskytovateľa ubytovania je poskytnúť turistovi bezpečné miesto na pobyt. Štandardy sa líšia medzi rôznymi poskytovateľmi a podľa rôznych rozpočtov (Stainton, 2021).

**Typy ubytovania možno rozdeliť do dvoch kategórií: so stravovaním a bez stravovania.** Stravované ubytovanie poskytuje turistovi stravu. Jedlo môže, ale nemusí byť zahrnuté v cene hotela. Catering existuje v rôznych tvaroch, veľkostiach a v rôznych množstvách. Polpenzia zvyčajne znamená, že turista dostane raňajky a večeru ako súčasť hotelového balíčka. Plná penzia znamená, že dostanú tri jedlá (raňajky, obed, večeru) a all inclusive znamená, že ubytovaní hostia majú neobmedzenú stravu a nápoje počas celého dňa. Služba bed and breakfast poskytuje iba raňajky. Niektoré ubytovanie sa predáva ako „iba izba“, ale poskytuje turistom možnosť zakúpiť si jedlo za príplatok. Toto je stále klasifikované ako typ ubytovania so stravovaním.

Medzi formy ubytovania so stravou patria:

- Hotely
- Nocľah s raňajkami
- Penzióny a priváty
- Chaty
- Mládežnícke ubytovne

Medzi formy ubytovania s vlastným stravovaním alebo ubytovania bez stravovania patria:

- Chatky
- Apartmány

- Lode
- Zruby
- Chaty
- Motely
- Apartmánové hotely
- Karavany
- Statické alebo cestovné obytné automobily
- Kempingové stany, jurty, atď.
- Ubytovne (Stainton, 2021).

## **Hotel**

*„Hotel je ubytovacie zariadenie slúžiace na prechodné ubytovanie hostí, ktoré má viac ako desať izieb. Hostom poskytuje okrem ubytovania, stravovania aj doplnkové služby, zábavné a spoločenské služby, služby obchodne cestujúcim a rekreačno-športové služby na aktívne trávenie voľného času.“ (Slov-lex, 2008)*

Hotel ponúka krátkodobé pobyty cestovateľom všetkých typov. Obchodníci, unavení výletníci, i iní ľudia zostávajú v hoteloch. V hoteli získate súkromnú izbu, izbovú službu, ak ju chcete, a zvyčajne aj miesto na zaparkovanie auta (Squires, 2021).

Hotely môžu ponúkať mnoho zariadení a majú rôzne úrovne hviezdíčiek, často od 1 do 5, pričom päť je najvyššia úroveň. Počet hviezdíčiek v hoteloch často určuje krajina a nedefinuje ich celosvetová autorita, takže to, čo môže byť v jednej krajine päťhviezdičkové, v inej môže byť iba štvorhviezdičkové.

Vo všeobecnosti bude jednohviezdičkový hotel základnou izbou so základnými potrebami. Okrem izby je nepravdepodobné, že tam bude bazén, bar alebo čokoľvek iné. Keď budete stúpať na vyššie hviezdne úrovne, hotel bude ponúkať výhody, ako napríklad, že zariadenie bude krajšie, budete mať vo svojej izbe viac zariadení a spotrebičov a tiež okolie hotela bude poskytovať viac možností. Vo svojej izbe pravdepodobne dostanete väčšie a lepšie televízory, lepšie zariadenia na prípravu kávy, väčšie a pohodlnejšie posteľe a v niektorých hoteloch vyhrievané záchodové dosky. V okolí hotela môžete využívať bazén, fitnes a kúpeľné zariadenia, bary a viaceré reštaurácie.

S postupujúcim stúpaním sa tiež zlepšia služby, hotely s vyšším hodnotením majú viac personálu, služby komorníka, 24-hodinovú službu vrátnika, a v podstate urobia všetko pre to, aby ste mali ten najúžasnejší pobyt (Travel and destination, 2022).

### **Kategorizácia hotelov**

Kategorizácia hotelov od začiatku slúži na informovanie o základnom zariadení hotela. Na Slovensku sú hotely klasifikované podľa vyhlášky 277/2008 Z. z. a pre hotely sa používa hodnotenie od 1 do 5 hviezdíčiek.

Hotely sa hodnotia podľa vybavenosti izieb a rozsahu služieb v siedmych kategóriách: vstup, pohostenie, ubytovacie priestory, hygienické zariadenia, výmena posteľného prádla, spoločné priestory, fakultatívne znaky. Hotely si počet hviezdíčiek pridelujú sami na základe vyhlášky a následne ich používajú. Kontrolu nad správnym použitím hviezdíčiek vykonáva Slovenská obchodná inšpekcia (Lukáčová, 2016).

### **Hostel**

Hostely možno považovať za kategóriu turistického ubytovania, ktoré ponúka ubytovanie so sociálnym zariadením za prijateľnú cenu v jedinečnom spoločenskom prostredí. Konceptne je hlavnou charakteristikou hostelov to, že majú spoločné prostredie vrátane spoločných izieb, v ktorých obytnou jednotkou na predaj nie je izba (ako v hoteloch), ale posteľ (Andrade, 2014; Satyro a Pinheiro, 2006). V súčasnosti má deväť z desiatich hostelov súkromné izby a zákazníkov potešia aj iným druhom ubytovania, ako sú oddelené izby pre mužov a ženy a izby s vlastnou kúpeľňou. Okrem toho je väčšina z nich online, keďže 70 percent rezervácií sa uskutočňuje prostredníctvom online cestovných kancelárií – OTA (Hostelworld Group, 2016).

Hostely sú cenovo výhodnou, spoločnou možnosťou pre batôžkárov a cestovateľov, ktorí hľadajú miesto, kde by v noci zložili hlavu. Hostely postavené na spoločných priestoroch ponúkajú cenovo dostupný spôsob, ako tráviť čas s ľuďmi zo všetkých spoločenských vrstiev, a často sa nachádzajú na ideálnych miestach.

To je dôvod, prečo sa mnohé hostely označujú ako mládežnícke ubytovne – tieto priestory sú určené pre mladých ľudí, ktorí nemusia mať veľa peňazí na ubytovanie. Pri

slove „mládež“ sa netreba nechať zmiast', pretože hostely sú zvyčajne skvelými možnosťami pre cestovateľov všetkých vekových kategórií.

Aby boli ceny nízke, hostely ponúkajú izby v štýle internátov. V týchto izbách môže spať viac ako 20 cestujúcich na poschodových posteliach, hoci väčšina izieb má kapacitu štyri až desať. V rámci bývania v hosteli, nezdieľa osoba len izbu; je pravdepodobné že zdieľa všetko, vrátane kúpeľne, kuchyne a zvukov a vôní vašich nových priateľov. Z tohto dôvodu si pri spaní v hosteli vezmite štuple do uší a dezodorant.

Pre ľudí, ktorí preferujú ticho a súkromie, je možnosť rezervovať si v hosteli aj súkromnú izbu. Súkromné izby poskytujú oveľa vyššiu úroveň samoty, ako spoločné izby, preto pri potrebe vlastného priestoru, je cena o niečo vyššia (Squires, 2021).

### **Hlavné rozdiely medzi hotelom a hostelom**

V prípade hotelov a hostelov rozoznávame niekoľko hlavných rozdielov. (1) **Hostely ponúkajú menej súkromia ako hotely.** Najväčší rozdiel medzi porovnaním hostela a hotela je s najväčšou pravdepodobnosťou v tom, že hostely ponúkajú oveľa menšie súkromie ako hotely, aj keď si rezervujete súkromnú izbu. Hostely sú prirodzene spoločenské, takže pravdepodobne budete musieť prejsť oblasťami, kde ľudia odpočívajú, len aby ste sa dostali do svojej izby alebo z budovy. S hotelom je oveľa jednoduchšie pohybovať sa životom v anonymite a je nepravdepodobné, že si niekto vytvorí putá s náhodnou osobou ubytovanou vedľa. Tu je zásadný rozdiel medzi hotelom a hostelom. Ak idete do hostela, budete musieť schovať svoje veci do uzamykateľných skriniek a uložiť ich v bezpečí pomocou cestovného zámku. Môže to pôsobiť rušivo a menej súkromne, než keď jednoducho hodíte batoh do hotelovej izby a pokračujete vo svojom dni. (2) **Hotely zvyčajne stoja viac ako hostely.** Hotely stoja v priemere viac ako hostely, najmä kvôli značnej réžii a vybaveniu, ktoré hostely neponúkajú. Dobře vedený hotel má upratovačky, personál recepcie, barmanov, manažérov a ďalších, ktorí zabezpečujú hladký chod budovy. V hosteli zamestnanci často robia veľa rôznych vecí - väčšinou upratujú, robia administratívne práce a môžu obsluhovať za jeden deň. Pretože hostely sú vo všeobecnosti menšie ako hotely, jedna osoba môže urobiť viac práce potrebnej na udržanie prevádzky. Mnoho zamestnancov ubytovní pracuje výmenou za izbu, stravu a možno aj malú mzdu v snahe predĺžiť si cestu. Typ zamestnanca, ktorého nájdete v hosteloch a hoteloch, a ich odmeňovanie predstavuje zásadný rozdiel týchto dvoch foriem ubytovania. (3) **Hotely a hostely sú také rozmanité ako ich klienti.**

Niektoré hostely sú ušité na mieru zvieracej párty a iné sú zamerané na sólo cestovateľov, ktorí dbajú na svoje zdravie a chcú sa dostať do kontaktu sami so sebou. Je tu hostel pre každý typ cestovateľa. Väčšina hostelov ponúka príležitosti na prehliadkové dobrodružstvá, pívne prechádzky a iné spoločenské aktivity, ale celková atmosféra každého hostela sa môže od miesta k miestu veľmi líšiť. (4) **Hostely a hotely priťahujú veľmi odlišné typy cestovateľov.** Pri potrebe stretnúť s ľuďmi zo všetkých kútov sveta a užiť si komunitnejší životný štýl, hostel vyhovuje viac ako hotel. Niektorí ľudia potrebujú len oddychovať. Pravdepodobne sa budú cítiť viac ako doma v hosteli. Iní musia dodržať termíny, vychovať rodiny a veci, ktoré treba urobiť. Pravdepodobne by mali zostať v čistom, tichom a predvídateľnom prostredí hotela a vôbec sa vyhýbať hostelom (Squires, 2021).

#### **1.4 Vplyv dizajnu na spotrebiteľa pri výbere ubytovacieho zariadenia**

Dizajn ovplyvňuje spotrebiteľský rozhodovací proces pretože dokáže vyvolať priaznivé intuitívne a emocionálne reakcie (Norman, 2004). Počiatočné hodnotenie dizajnu produktu sa často vyskytuje podvedome v priebehu milisekúnd (Firzsimous a kol., 2002; Frijda, 2006), aby sa zhodnotila príjemnosť samotného produktu. Dizajn ovplyvňuje emócie, vytvára vzrušenie na rôznych úrovniach, nízkych aj vysokých, čo má za následok nebehaviorálne výsledky, ako je množstvo vynaloženého času a peňazí, počet zakúpených predmetov a lojalita (Mummalaneni, 2005).

Hotelový interiérový dizajn zohráva dôležitú úlohu pri formovaní vnímania zákazníkov, vytváraním pocitu hodnoty, zhromažďovaním symbolických významov a formovaním celkového zážitku. Dizajn hotela je úzko spojený s tvorbou a prenosom správ a významov hosťom; to všetko pridáva dizajnu významnú úlohu ako nástroja segmentácie marketingu, ako aj podpory špecifickej identity v tomto vysoko konkurenčnom odvetví (Kontic, 2017).

Hoteloví zákazníci si rezervujú izbu pred príchodom do destinácie, preto je sprístupnenie vizuálne príťažlivých hotelových obrázkov online tým najspoľahlivejším spôsobom, ako začať vytvárať jedinečný zážitok z rezervácie (Baek, 2016).

Vnímanie jedinečnosti dizajnu hotela je vysoko efektívnym spôsobom, ako zvýšiť očakávania zákazníkov v oblasti hodnoty. Zdôraznenie jedinečných dizajnových aspektov

pri rezervácii môže preto prinútiť zákazníkov hotela očakávať estetickú, spoločenskú a funkčnú hodnotu a v konečnom dôsledku podporiť ich pravdepodobnosť rezervácie a ochotu zaplatiť vyššiu cenu (Baek, 2016).

Thapa (2007) a Mehmetoglu a Slatten (2009) tvrdili, že dizajn je hmatateľný prvok, ktorý môže hosť použiť pri výbere hotela. Tieto hmatateľné prvky vytvárajú v mysliach zákazníkov obraz, ktorý môže následne ovplyvniť ich celkové hodnotenie fyzického prostredia a vyvolať značné vzrušenie.

Zdôraznením štýlu a iných prvkov dizajnu interiéru a exteriéru nehnuteľností, najmä osvetlenia, výzdoby, nábytku, umeleckých diel, hotely priťahujú hostí a prezentujú svoje služby. Keďže spotrebiteľia venujú väčšiu pozornosť novým skúsenostiam a uprednostňujú súčasný dizajn, nové segmenty hotelov, ako sú hotely životného štýlu, sa začali obzvlášť zaujímať o to, ako prvky dizajnu hotela ovplyvňujú reakcie spotrebiteľov a ich rozhodnutia. Hoci správanie spotrebiteľov a rozhodovanie pri nákupe pohostinských služieb online boli skúmané v poslednom desaťročí, pochopenie toho, ako spotrebiteľia vnímajú fyzický dizajn a ako to ovplyvňuje rozhodovanie, zostáva obmedzené. V dôsledku toho je potrebné skúmať vzťahy medzi vedomým a podvedomým hodnotením fyzického dizajnu a rozhodovaním (Baeka, Michael, 2017).

Na základe výsledkov zo štúdie z roku 2017, vonkajšie prvky dizajnu hotela výrazne ovplyvňujú výber hotela. Uvádza to prevažná väčšina respondentov (80 %). Do značnej miery ovplyvňuje dizajn hotela 28 %. Do malej miery ovplyvňuje dizajn hotela 3 % opýtaných hostí. To ukazuje, že vzhľad hotela je veľmi dôležitý, pokiaľ ide o to, aby si klient vybral hotel. Dizajn hotela vytvára hodnotu pre klientov počas ich pobytu, preto je mimoriadne dôležité, aby ľudia, ktorí sa podieľajú na navrhovaní hotela, venovali väčšiu pozornosť účinkom, ktoré majú určité fyzické nastavenia na zákazníkov (Kirito, Makopondo, Mutungi, 2017).

## 1.5 Súčasný trendy dizajnu v hotelierstve

Keďže v roku 2022 cestovný ruch a pohostinstvo ožívajú, držať krok s najnovším trendom dizajnu je dôležitejšie ako kedykoľvek predtým. Teraz sa hotely musia snažiť nielen odlíšiť sa od konkurencie, ale aj prilákať zákazníkov bezpečným a ústretovým spôsobom.

Vybavenie, služby a dôležitý prvok - výber dizajnu, to všetko sú kľúčové rozhodnutia, ktoré musia hotely urobiť, aby prilákali zákazníkov a získali opakované obchody.

Pri pohľade na súčasné trendy hotelového dizajnu sa mnohí snažia vytvoriť príjemnejší priestor, ktorý navodzuje pocit „domova ďaleko od domova“. Podpora tejto pohodlnej, relaxačnej – a tiež bezpečnej – atmosféry dáva hosťom pozitívny názor na hotel, ktorý môžu zdieľať v recenziách alebo so svojimi priateľmi či rodinou.

Mnohé hotely dokonca navrhujú so zreteľom na sociálne siete, inštalujú pútavé prvky alebo zeleň, ktoré môžu inšpirovať hostí, aby urobili fotografiu a zdieľali ju.

Mnohé hotely začleňujú do svojich komerčných priestorov pohodlné a príjemné dizajnové prvky obytného domu. Tento trend v oblasti hotelového dizajnu je obzvlášť dôležitý pre izby pre hostí, kde je potrebné vytvoriť prostredie, v ktorom sa hostia budú cítiť bezpečne a uvoľnene – či už človek cestuje za prácou alebo zábavou. Rovnako dôležité je to aj vo vonkajších priestoroch, pretože mnohí hostia si často chcú vychutnať občerstvenie na balkóne alebo si oddýchnuť pred ďalším stretnutím.

Navyše, pomôcť hosťom cítiť sa pohodlne a uvoľnene je skvelý spôsob, ako v nich zanechať priaznivý dojem z hotelového priestoru a značky.

*„Hoteloví hostia hľadajú dizajny, ktoré sú pohodlné a prístupné, čo je posun oproti minulým desaťročiam,“ povedala Charlotte Blue, interiérová dizajnérka. „Krbové salóniky a vonkajšie priestory, kde sa obchodní cestujúci môžu cítiť pohodlne pri kontrole e-mailov na svojich zariadeniach, sa stali priemyselným štandardom.“*

Nižšie sú uvedené niektoré zo vzrušujúcich trendov, ktoré vidíme v hotelovom priemysle a ktoré by hotely mali zvážiť pri svojom ďalšom dizajne.

- (1) **Lobby** zvyčajne slúžilo jednému účelu: ako miesto, kde sa môže hosť prihlásiť do svojej izby a získať informácie z recepcie. Výzdoba bola minimálna, s občasným gaučom a príručným stolíkom pripraveným pre hostí. V priebehu rokov lobby zvýšili svoju estetiku dizajnu a zmenili sa tak, aby lepšie slúžili a zapájali všetkých hostí. Teraz, pre zvýšenú úroveň bezpečnosti a ochrany, mnohé hotely začleňujú sanitárne stanice, digitálne spôsoby registrácie a bezdotykové funkcie, ako sú klávesnice výťahov a automaty na kreditné karty, ktoré hosťom poskytujú komfort a bezpečnosť.
- (2) Čoraz viac vidíme dizajnérov, ktorí do ubytovacích priestorov začleňujú **podlahové výrobky s dreveným vzhľadom**. Vo vstupnej hale si vyberajú prírodné rustikálne drevo pre nadčasové, sofistikované riešenie a do izieb pre hostí volia podlahu s dreveným vzhľadom. Nielenže drevené podlahy a podlahy s dreveným vzhľadom prichádzajú v rôznych farbách, aby zodpovedali akémukoľvek estetickému dizajnu, ale obe sú mimoriadne odolné podlahy – ideálne pre hotely.
- (3) **Coworkingové priestory** sa stále objavujú v hoteloch a s tým prichádza aj viac technológií. Zvýšená kapacita Wi-Fi, viac dostupných zásuviek na pripojenie zariadení a ďalšie technické možnosti sú teraz pre hotely nevyhnutnosťou. S rastúcim využívaním technológií niektoré hotely začleňujú iPady, aby sa ľudia mohli prihlásiť namiesto toho, aby museli čakať v rade a prihlasovať sa pri stole. Tablety sú tiež súčasťou izieb pre hostí, takže ľudia sa môžu dozvedieť viac o miestnej oblasti a preskúmať možnosti.
- (4) V mnohých odvetviach sa vyvíja veľký tlak na udržateľnosť – a cestovný ruch nie je výnimkou. Niektoré nápady šetrné k životnému prostrediu zahŕňajú inštaláciu čerpacích staníc na fľaše s vodou vo vstupnej hale (alebo na viacerých poschodiach) a pridávanie nápisov do miestností na podporu opätovného použitia osušiek. **Bezklúčový vstup do izby s aplikáciou pre smartfón** znižuje potrebu plastových kariet a automatické osvetlenie a izbové senzory môžu pomôcť znížiť spotrebu energie (Fitzgerald, 2022).

## 2 CIEĽ PRÁCE

Cieľom našej bakalárskej práce je zistiť ako dizajn ovplyvňuje konečného spotrebiteľa pri výbere podniku ubytovacích služieb a aký význam má využitie dizajnu v podniku cestovného ruchu. Konkrétne sme sa zamerali na spoločnosť Safestay Plc. a jej dcérsku spoločnosť Dream Hostels SK, s.r.o. na Slovensku.

Záverečná práca sa zaoberá významom a úlohou dizajnu ako nástroja diferenciácie vo vybraných podnikoch cestovného ruchu. Poukazuje na súčasný stav a trendy v podnikoch cestovného ruchu na Slovensku a v zahraničí, záujem a postoj spotrebiteľa a oboznamuje o význame a potenciáli dizajnu. Na základe získaných údajov z dotazníka navrhuje riešenia a odporúčania na využitie dizajnu ako kľúčového faktora diferenciácie vo vybraných podnikoch cestovného ruchu.

Na dosiahnutie hlavného cieľa je potrebné splniť čiastkové ciele, ktoré môžeme rozdeliť do dvoch kategórií:

### **Ciele v teoretickej časti:**

- Teoretické vymedzenie dizajnu
- Identifikácia druhov dizajnu
- Teoretické vymedzenie hotelov a hostelov
- Objasnenie významu dizajnu v podnikoch ubytovacích zariadení
- Identifikácia trendov v hotelovom dizajne

### **Ciele v praktickej časti:**

- Charakteristika spoločnosti Safestay Plc. a jej dcérskej spoločnosti Dream Hostels Sk, s.r.o.
- Identifikácia konkurencie firmy Dream Hostels Sk, s.r.o. v Bratislave
- SWOT analýza firmy Safestay Plc., zhodnotenie jej silných a slabých stránok
- Zistenie postoja spotrebiteľov k dizajnu v Safestay v Bratislave pomocou štruktúrovaného dotazníka
- Návrhy a odporúčania na využitie dizajnu ako kľúčového faktora v Safestay Plc.

## **3 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA**

V našej bakalárskej práci sme využili metódu výskumu – kazuistiku, tzv. prípadovú štúdiu. Táto výskumná metóda je vedecké spracovanie praktického a hlavne konkrétneho prípadu z reálneho života. Je založená na opisovaní, teda deskripcii. Prípadová štúdia sa analyzuje z hľadiska jej vývoja v čase. Od určitého bodu po súčasnosť.

Pri tejto výskumnej metóde sme uplatnili aj kombinácie iných metód ako napríklad - kvalitatívne metódy, analýzy, pozorovanie, porovnávanie.

Pri spracovávaní teoretickej časti sme využívali vedecké a odborné štúdie, knihy a články od dizajnérov. Teoretickú časť sme spracovali pomocou systematizácie poznatkov a zovšeobecnením danej problematiky.

Naše výskumné otázky sú:

- Ako dizajn ovplyvňuje respondentov pri výbere ubytovacieho zariadenia?
- Aký význam má využitie dizajnu v podniku cestovného ruchu - Safestay Plc.?

Pre zistenie postoja spotrebiteľov k súčasnému stavu dizajnu v Safestay Bratislave sme použili výskumnú metódu - dotazník. Dotazník bol rozposlaný pomocou sociálnych sietí. Našimi respondentmi boli bývalí hostia Safestay hostela v Bratislave. Dotazník vyplnilo spolu 60 respondentov.

Objektom nášho skúmania je firma Safestay Plc. a jej dcérska spoločnosť Dream Hostels SK, s.r.o. v Bratislave. Túto firmu sme si vybrali najmä kvôli jej prístupu k dizajnu a kvôli priamemu prístupu k informáciám, vďaka pracovnému vzťahu k danej firme.

### **3.1. Charakteristika objektu skúmania**

Safestay Plc. je akciová spoločnosť založená 29.1.2014. Spolu so svojimi dcérskymi spoločnosťami tvorí medzinárodnú sieť hotelov a hostelov v Európe. Spoločnosť sídli v Londýne v Anglicku, kde otvorila svoje prvé pobočky. Spoločnosť založil Larry Lipman,

výkonný predseda predstavenstva. Ďalšími dôležitými ľuďmi sú Nuno Sacramento, prevádzkový a výkonný riaditeľ a Paul Hingston, finančný riaditeľ a tajomník spoločnosti.

Safestay nájdeme v 12 mestách a spolu má 20 pobočiek. Všetky pobočky sa nachádzajú vo veľkých európskych mestách ako Praha, Bratislava, Londýn, York, Glasgow, Edinburgh, Madrid, Lisabon, Viedeň, Brusel, Atény, Berlín, Barcelona, Pisa. V niektorých zo spomínaných miest sa nachádza aj viac ako len jedna pobočka. Ako posledné pobočky odkúpili hostel vo Varšave a v Bratislave od ukrajinskej spoločnosti Dream Hostels.

Hlavným cieľom spoločnosti je zmeniť pohľad a postoj ľudí k hostelom. Vedenie spoločnosti odkupuje a dizajnovovo vytvára miesta, na ktorých by „sami chceli zostať“. Spoločnosť sa sústreďuje na dizajn, čistotu, bezpečnosť a prostredie svojich pobočiek. Za posledné dva roky odkúpila niekoľko nových pobočiek. Svoje nové hostely si vyberá hlavne podľa polohy a dizajnu. Safestay vytvára novú koncepciu štýlových hostelov, ktoré svojou kvalitou a čistotou vynikajú nad všetkými ostatnými miestnymi hostelmi (Safestay PLC, 2022).

Cieľový trh spoločnosti sú mladí ľudia, cestovatelia, skupiny a študenti. Zatiaľ len niečo vyše 20 % hostí je vo veku nad 34 rokov. Ceny sú upravené tak, aby bolo ubytovanie dostupné pre každého. Hostely či hotely sú často súčasťou historickej budovy či architektonickej pamiatky.

Rezervácie každý hotel či hostel prijíma z viacerých rezervačných portálov, akým je Booking, Hostel-World, Airbnb, Hostels Club, Agoda, Expedia a iné.

### **Safestay Bratislava**

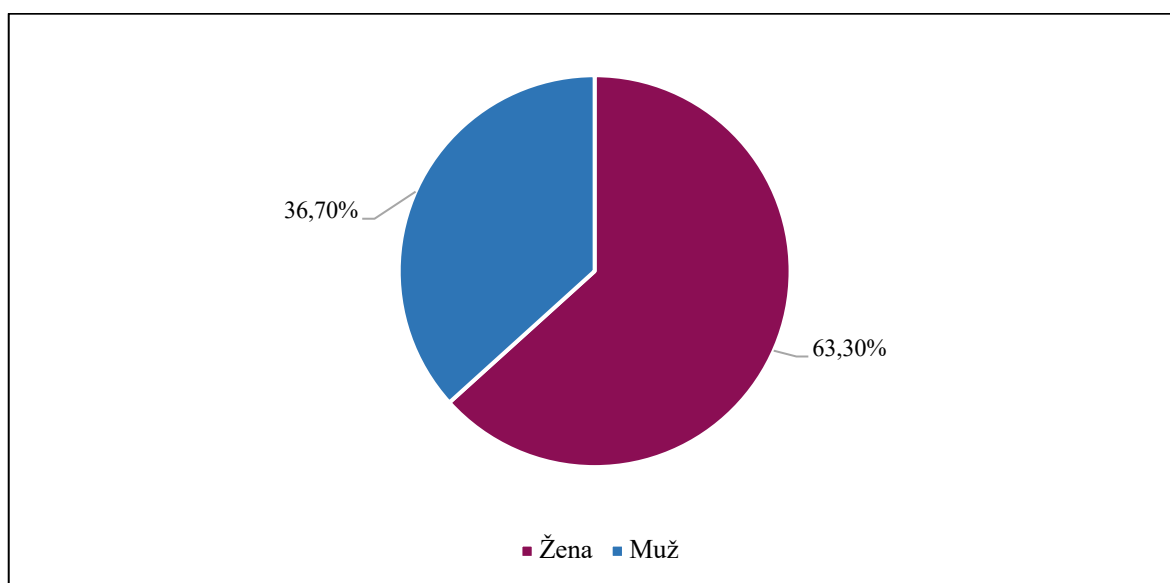
Firma Dream Hostels SK, s.r.o. je dcérskou spoločnosťou firmy Safestay Plc. a pobočka, teda priamo hostel nesie názov Safestay Bratislava. Nachádza sa na Leškovej 9/A v Bratislave. Hostel má recepciu na mínus prvom poschodí a 4 poschodia s izbami. Na mínus prvom poschodí ďalej disponuje pracovňou, barom, kuchyňou pre hostí a miestnosťou na odkladanie batožiny. Má 24 izieb a spolu 124 lôžok.

### 3.2 Charakteristika respondentov

Záver dotazníka (otázky 9 až 12) bol venovaný zisteniam pohlavia a veku respondentov. Pýtali sme sa aj na to, či naši respondenti študujú alebo pracujú a z ktorej krajiny pochádzajú.

Ženy tvorili 63,3% respondentov, bolo ich 38 a 36,70% našich respondentov, 22, bolo mužov (graf č.1).

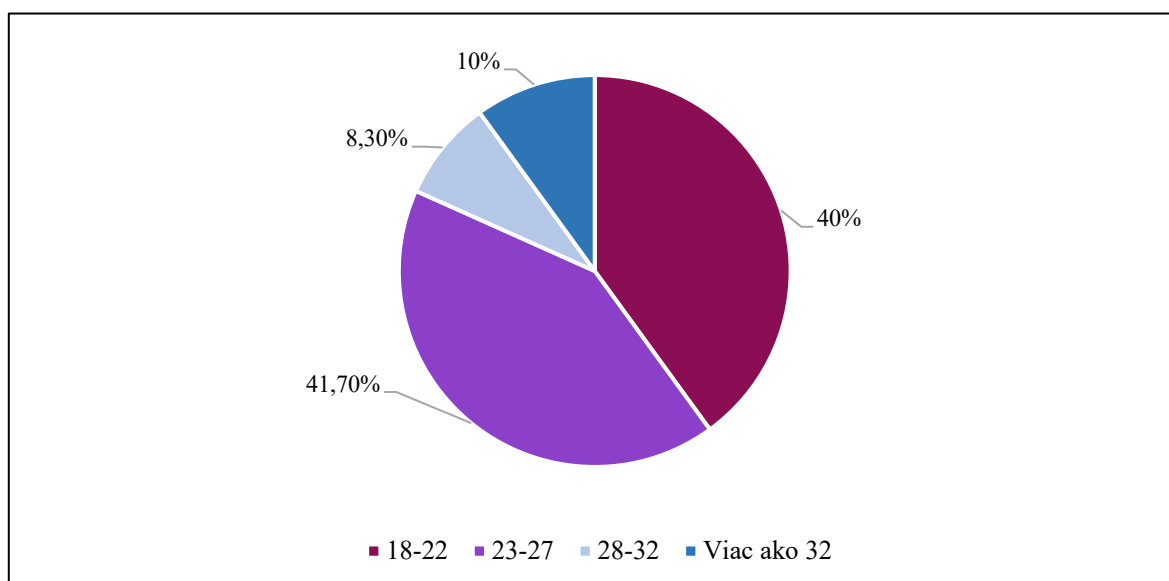
**Graf č. 1 – Štruktúra respondentov na základe pohlavia**



Zdroj: Vlastné spracovanie

Najviac respondentov, 25, malo od 23 do 27 rokov , 24 respondentov, 41,7 %, bolo vo veku od 18 do 22 rokov. Len 10% našich respondentov , 6, bolo starších ako 32 rokov. Najmenej respondentov, 5, bolo vo veku od 28 do 32 rokov, čo predstavuje 8,3 % (graf č.2).

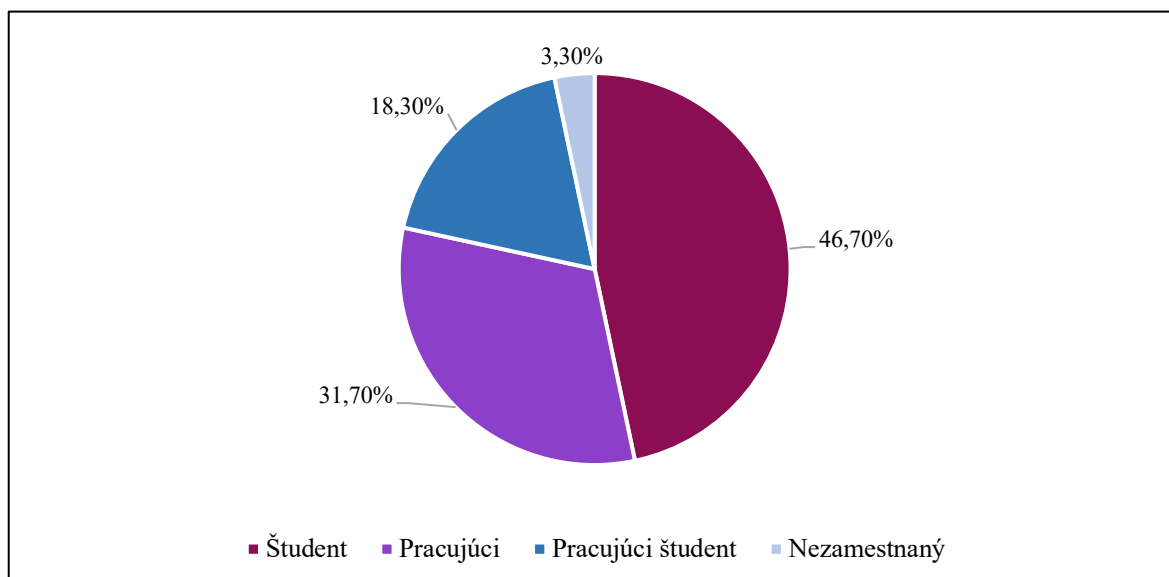
**Graf č. 2 -Štruktúra respondentov podľa veku**



Zdroj: Vlastné spracovanie

Najviac našich respondentov, 28, boli študenti, až 46,70%. Za nimi nasledovali pracujúci, 19 respondentov, 31,70%. Pracujúci študenti, 11, tvorili časť 18,30% respondentov a 3,30% , 2 respondenti boli nezamestnaní (graf č.3).

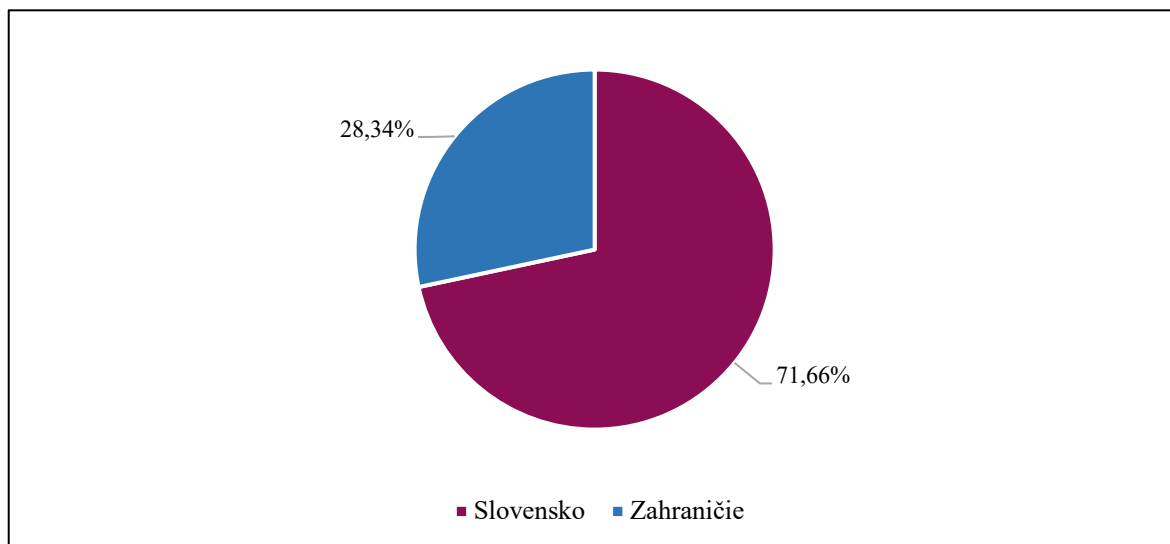
**Graf č. 3 – Štruktúra respondentov podľa sociálneho statusu**



Zdroj: Vlastné spracovanie

Najviac našich respondentov, 43, bolo zo Slovenska a teda až 71,66%. 17 našich respondentov pochádzalo zo zahraničia, teda 28,34 %. Medzi nimi boli krajiny - Francúzsko, Španielsko, Belgicko, Grécko, Mexiko, Nemecko, Portugalsko, Ukrajina, Írsko (graf č.4).

**Graf č. 4 – Štruktúra respondentov podľa krajiny pôvodu**



Zdroj: Vlastné spracovanie

## 4 VÝSLEDKY PRÁCE A DISKUSIA

Táto kapitola sa venuje opisu skúmanej firmy. Opisuje súčasný stav dizajnu v jej konkrétnej pobočke v Bratislave, obsahuje SWOT analýzu firmy a opisuje jej konkurenciu, s ktorou následne firmu porovnáva. V závere kapitoly sú uvedené návrhy a odporúčania pre lepšie využitie dizajnu a jeho vylepšenie vo vybranej pobočke firmy.

### 4.1 Safestay Bratislava

V tejto podkapitole sa zameriavame priamo na pobočku v Bratislave. Opisujeme súčasný stav dizajnu v nej, jej konkurenciu a vyhodnocujeme výsledky štruktúrovaného dotazníka.

#### *4.1.1 Hodnotenie dizajnu v Safestay Bratislava*

Vybavenie a nábytok sa vo všetkých pobočkách, ako aj v Bratislave sa časom inovuje a v súčasnosti disponuje novými posteľami, vymenenými v roku 2020, novými vankúšmi a doplnkami v spoločenskej miestnosti či novými nápismi a tabulami pred vchodom.

Interiér je útulný a zladený v čiernej, bielej a modrej farbe. Nakoľko pobočka bola predtým Dream Hostel, kúpeľne a izby boli ladené vo farbách Dream Hostelu. Niektoré hlavné znaky, ako napríklad recepcia či vchod, boli prerobené a nesú ružovú, fialovú či bordovú farbou, ktoré sú farbami spoločnosti Safestay. Na jednotlivých poschodiach sú na stenách rôzne citáty a v izbách štýlové posteľe a zrkadlá. Všetky zdieľané izby majú na posteliach závesy, ktoré zabezpečujú hosťom súkromie.

Dizajn Dream Hostelu bol pôvodne navrhnutý ukrajinskou dizajnérskou spoločnosťou SedArte, ktorá sídli v Kyjeve. Na nasledujúcich fotografiách môžeme vidieť rozdiel medzi návrhom dizajnu a napokon skutočné prevedenie pri otvorení hostela. Ako príklad sme zvolili spoločenskú miestnosť. Vidíme viacero prvkov, ktoré nezodpovedajú pôvodnému plánu, no napriek tomu sa podarilo uskutočniť veľkú väčšinu z neho.

Obrázok č. 1 - Vnútorná terasa – návrh



Zdroj: SEDARTE DESIGN, 2011.

Obrázok č. 2 - Vnútorná terasa - skutočnosť



Zdroj: Safestay PLC, 2022

Obrázok č. 3 - Lobby - návrh



Zdroj: SEDARTE DESIGN, 2011

Obrázok č. 4 - Lobby - skutočnosť



Zdroj: Safestay PLC, 2022

V priebehu posledných mesiacov sa do interiéru pridalo niekoľko doplnkov, nových vankúšov a priestor sa viac zútulnil. Na ďalších fotografiách môžeme vidieť priestor ako vyzerá dnes. Modré farby doplnila čierna a biela.

Obrázok č. 5 - Lobby 1 - súčasnosť



Zdroj: Vlastné spracovanie

Obrázok č. 6 - Lobby 2 - súčasnosť



Zdroj: Vlastné spracovanie

### 4.1.2 Konkurencia

V Bratislave sa nachádza mnoho ďalších hostelov, hotelov či iných ubytovacích zariadení. Niekoľko hostelov, ktoré boli pre Safestay konkurenciou, napríklad hostel Brickyard, ktorý sa nachádzal len 210 metrov od Safestay, v priebehu posledných rokov ukončilo svoju prevádzku z dôvodu pandémie covid-19. Najväčšiu konkurenciu však predstavuje Patio hostel a art butique hostel CHORS. Spolu so Safestay všetky tri hostely disponujú kuchyňou pre hostí, wifi pripojením, nepretržitou recepciou či anglicky hovoriacimi recepčnými. Lokalitu môžeme u všetkých troch hostelov zhodnotiť ako veľmi dobrú. Z každého z nich je veľmi jednoduché dostať sa na hlavnú stanicu v Bratislave či do centra starého mesta.

#### **Patio Hostel**

Patio Hostel sa nachádza v centre mesta na Kamennom námestí v Bratislave. Disponuje zdieľanými izbami ako aj súkromnými. Izby sú zariadené veľmi jednoducho a v rôznych farbách. Jeho mínusom je, že nepodáva raňajky, ponúka len raňajkový balíček s cenou 2 €. Ceny má o niečo nižšie vzhľadom na ponúkané služby či značku. Postel'né prádlo kladú na posteľ a hostia si ho navliekajú sami. Ako jediný z pomedzi spomínaných hostelov, nemá v zdieľaných izbách závesy na posteliach či iný druh oddelenia, ktorý by hosťom poskytol súkromie.

Naopak plusom je televízia, ktorá sa nachádza v spoločenskej miestnosti či výťah, ktorým Safestay Bratislava nedisponuje. Navyše má aj vonkajšiu terasu na sedenie. Parkovanie zabezpečuje za 10 € na deň. Safestay nemá vlastné parkovisko, avšak v blízkosti sa nachádza niekoľko platených parkovísk, ktoré sú po určitej poobedňajšej hodine zadarmo. Oficiálne je Patio hostel označený ako 1- hviezdičkový hotel, naopak Safestay Bratislava ako 2- hviezdičkový (Patio, 2022).

#### **CHORS Hostel**

Hostel CHORS sa nachádza na Obchodnej ulici v Bratislave. Ide o art butique hostel, ktorý vyniká svojím luxusným interiérom a snaží sa prezentovať ako hotel. Skutočne jeho súkromné izby môžeme ich štýlom a dizajnom prirovnať ku skvelým hotelovým izbám. CHORS sa radí medzi najlepšie v Európe. V roku 2020 vyhral cenu za najlepší art butique

hostel v Bratislave. V skutočnosti je prvým art boutique hostelom s kapsulovými posteľami v Európe.

Ponúka zmiešané aj súkromné izby. Navyše má v ponuke aj apartmány, v ktorých sa nachádza malá kuchynka. Ceny sú podstatne vyššie ako v Safestay Bratislava, približne o 25% . Ponúka aj skvelé kontinentálne raňajky, ktoré však nie sú zahrnuté v cene ubytovania. Sú k zakúpeniu za cenu 7,90 €. Safestay momentálne ponúka raňajky formou bufetu s cenou 5 €. CHORS nemá vlastné parkovisko a keďže sa nachádza v pešej zóne, vstup autom priamo pred hostel je časovo obmedzený. Najbližšie parkovisko je iba v 100 metrovej vzdialenosti a je platené (CHORS, 2022).

**Tabuľka č. 1 - Konkurencia**

	Safestay	Patio	CHORS
Skvelá lokalita	Áno	Áno	Áno
Súkromné izby	Áno	Áno	Áno
Raňajky	Áno	Nie	Áno
Bezplatné parkovanie	Nie	Nie	Nie
Miestnosť na odkladanie batožiny	Áno	Áno	Áno
Bar	Áno	Áno	Áno
Súkromie v zdieľaných izbách	Áno	Nie	Áno
Nonstop recepcia	Áno	Áno	Áno
Navlečené posteľe	Áno	Nie	Áno
WIFI pripojenie	Áno	Áno	Áno
Práčovňa	Áno	Áno	Áno
Kuchyňa	Áno	Áno	Áno
Dôraz na dizajn	Áno	Nie	Áno

Zdroj: Vlastné spracovanie

### 4.1.3 Postoj spotrebiteľov k súčasnému stavu dizajnu v Safestay Bratislava

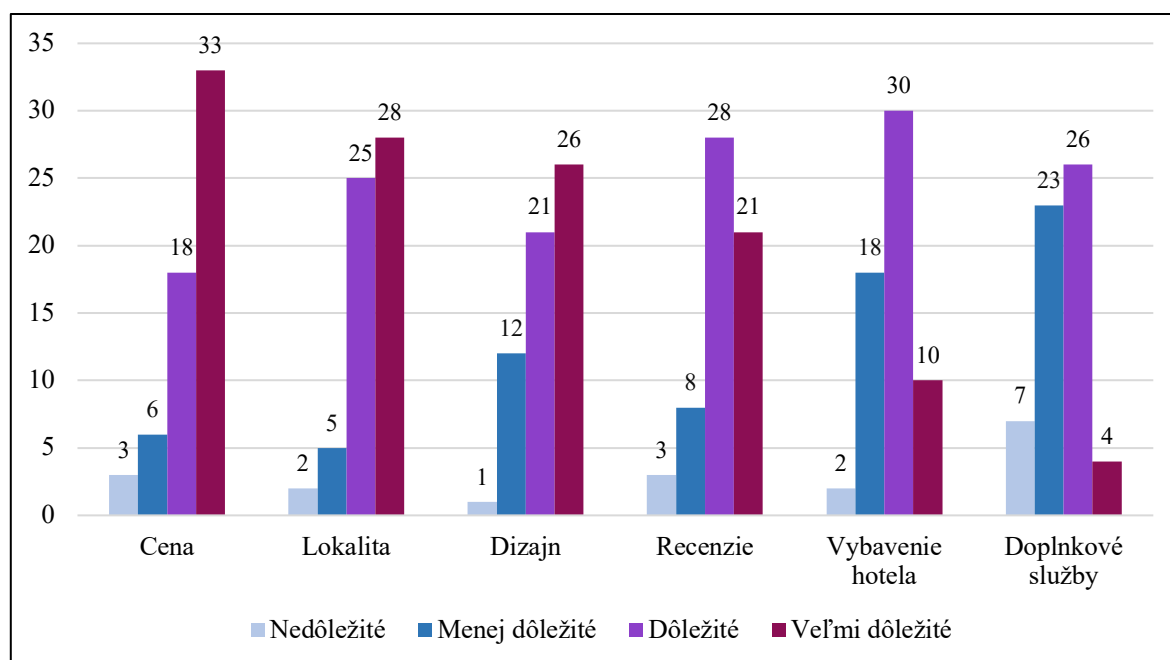
Pre zistenie postoja sme použili nasledujúci dotazník. V prvej časti dotazníka sme sa snažili zistiť akú dôležitosť prikladajú spotrebiteľia dizajnu pri výbere ubytovacieho zariadenia a ako vnímajú interiérový dizajn v Safestay Bratislava.

#### Spracovanie dotazníka:

Na začiatku nášho dotazníka sme sa pýtali našich respondentov, akú dôležitosť prikladajú jednotlivým kategóriám pri výbere ubytovacieho zariadenia. Z grafu č.5 môžeme usúdiť, že najdôležitejším faktorom bola pre našich respondentov cena, ktorú označila viac ako polovica, 33 z nich, za veľmi dôležitú. Po nej nasledovala lokalita, 28 ľudí ju označilo za veľmi dôležitú. Na treťom mieste je dizajn s 26 hlasmi a na štvrtok recenzie s 21 hlasmi.

Za najmenej dôležité považovalo najviac respondentov, 7, doplnkové služby. Až 23 ľudí ich označilo ako menej dôležité (graf č.5).

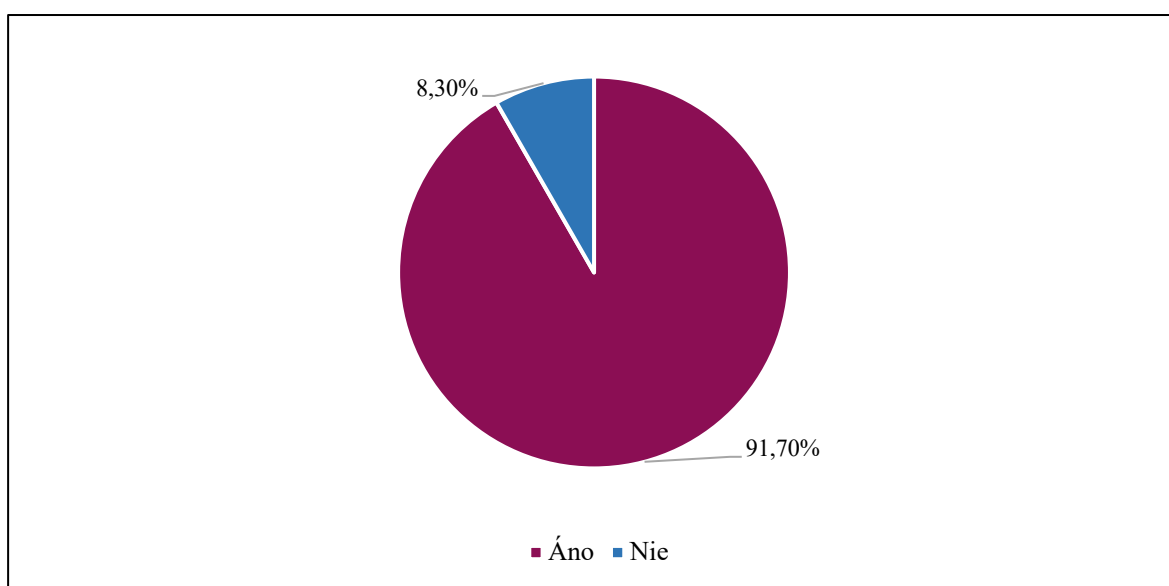
**Graf č. 5 - Dôležitosť kategórií pri výbere ubytovacieho zariadenia z pohľadu respondentov**



Zdroj: Vlastné spracovanie

V druhej otázke sme sa pýtali konkrétne, či našich respondentov ovplyvňuje dizajn pri výbere ubytovacieho zariadenia. Veľká väčšina našich respondentov, 91,70%, odpovedalo že áno, a teda môžeme vyhodnotiť že dizajn je pri výbere naozaj dôležitý. Len 5 respondentov, čo predstavuje 8,3 %, odpovedali nie. Môžeme teda povedať, že väčšinu ľudí dizajn pri výbere ubytovacieho zariadenia naozaj ovplyvňuje a zvyknú si aj podľa dizajnu vyberať, kde sa ubytujú (graf č.6).

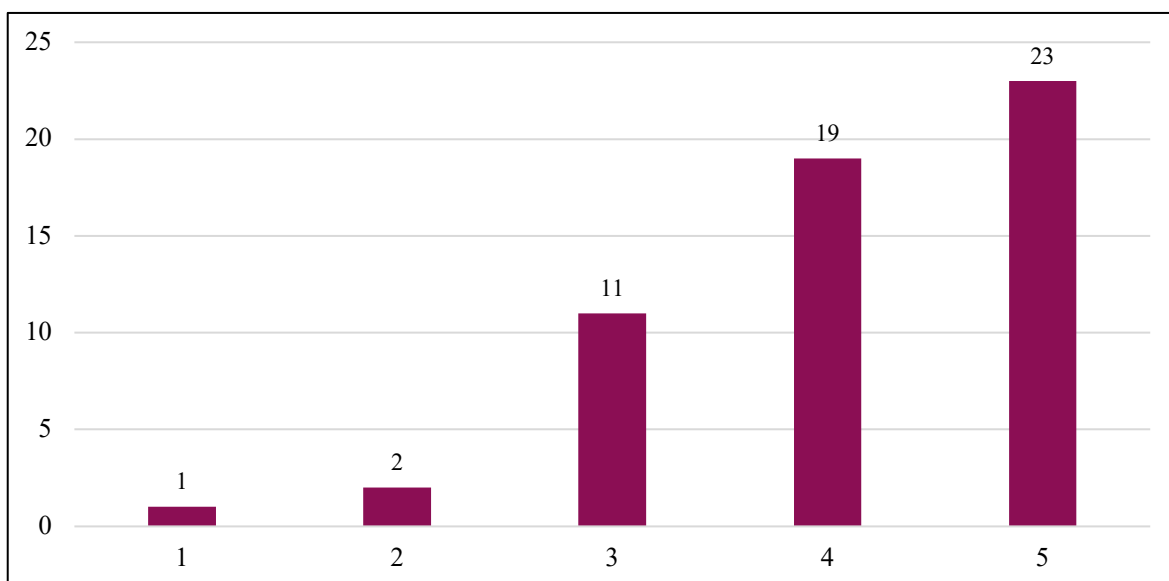
**Graf č. 6 - Vplyv dizajnu na respondentov pri výbere ubytovacieho zariadenia**



Zdroj: Vlastné spracovanie

Pri tretej otázke nás zaujímalo, ako veľmi si myslia naši respondenti, že ich dizajn ovplyvňuje. Na túto otázku nám odpovedalo 56 respondentov. Zvolili sme škálu od 1 do 5, pri čom 1 znamená vôbec a 5 znamená veľmi. 23 respondentov zvolilo číslo 5, a teda že dizajn ich skutočne veľmi ovplyvňuje. 19 respondentov zvolilo 4, čo znamená, že ich dizajn ovplyvňuje viac, 11 respondentov číslo 3, a teda že ich dizajn ovplyvňuje do určitej miery. Číslo dva zvolili 2 respondenti, a teda ich dizajn ovplyvňuje len málo a jeden respondent sa vyjadril číslom 1, a teda že ho dizajn pri výbere neovplyvňuje skoro vôbec (graf č.7).

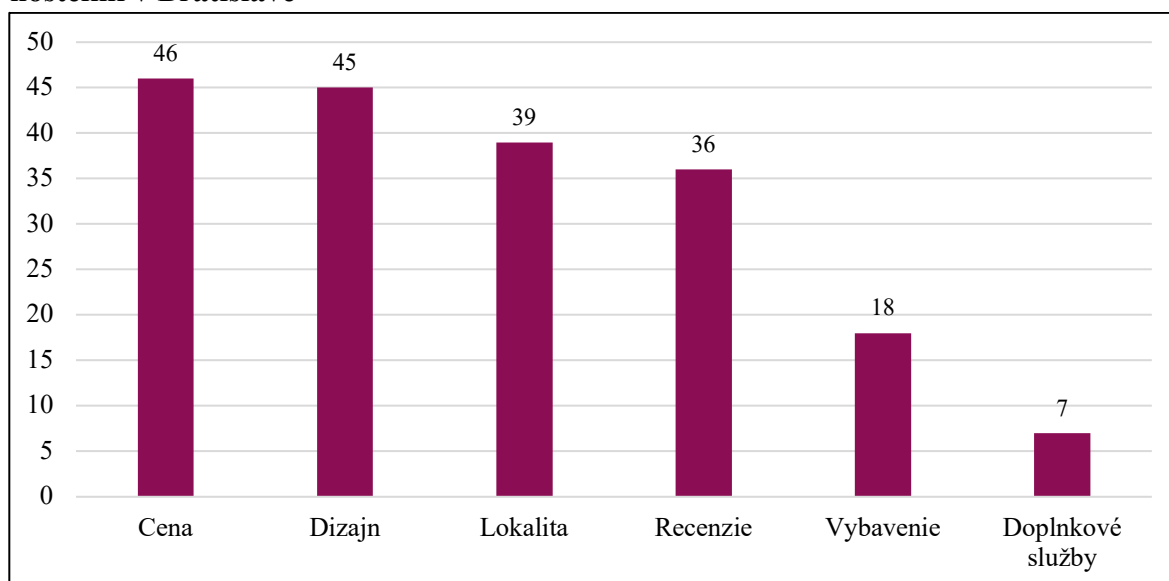
**Graf č. 7 - Miera vplyvu dizajnu na respondentov pri výbere ubytovacieho zariadenia**



Zdroj: Vlastné spracovanie

V otázke číslo štyri sme sa snažili zistiť, prečo pri výbere ubytovacieho zariadenia uprednostnili práve Safestay pred ostatnými hostelmi v Bratislave. Ako najčastejšiu odpoveď môžeme vidieť Cenu, ktorú uviedlo 46 respondentov. Hneď po nej uviedlo 45 respondentov dizajn a následne 39 respondentov lokalitu, 36 recenzie 18 vybavenie. Najmenej častá odpoveď boli doplnkové služby, ktoré označilo len 7 respondentov (graf č.8).

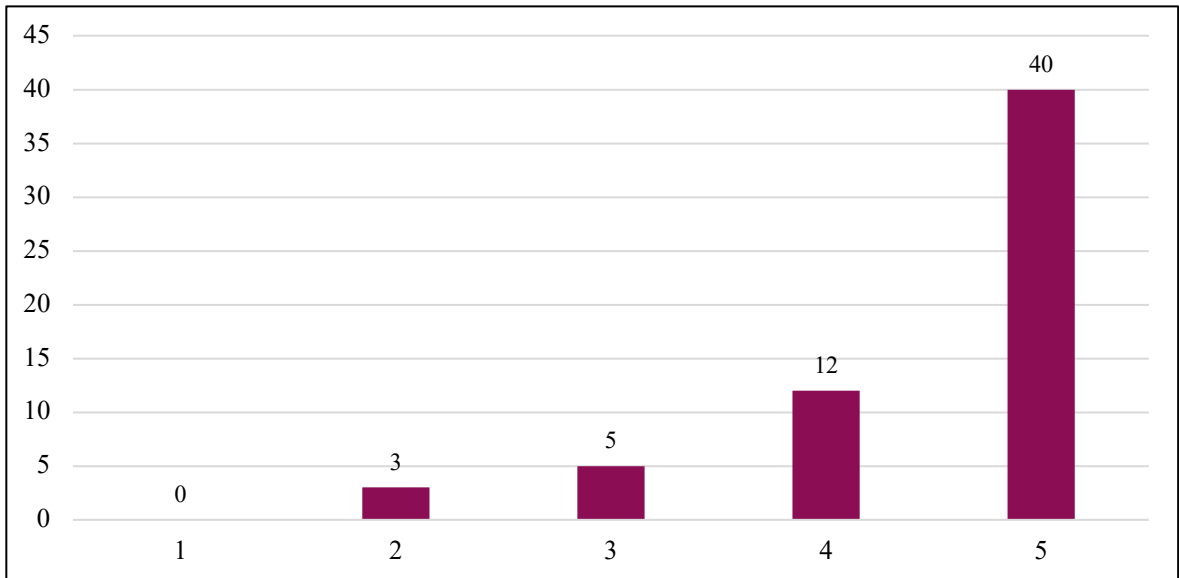
**Graf č. 8 - Dôvody respondentov pre uprednostnenie hostela Safestay pred ostatnými hostelmi v Bratislave**



Zdroj: Vlastné spracovanie

Piata otázka slúžila na vyhodnotenie súčasného stavu dizajnu v Safestay Bratislava podľa našich respondentov. Viac ako polovica vyhodnotila, že dizajn v Safestay Bratislave je vo veľmi dobrom stave (graf č.9).

**Graf č. 9 - Zhodnotenie súčasného stavu dizajnu v Safestay Bratislava**



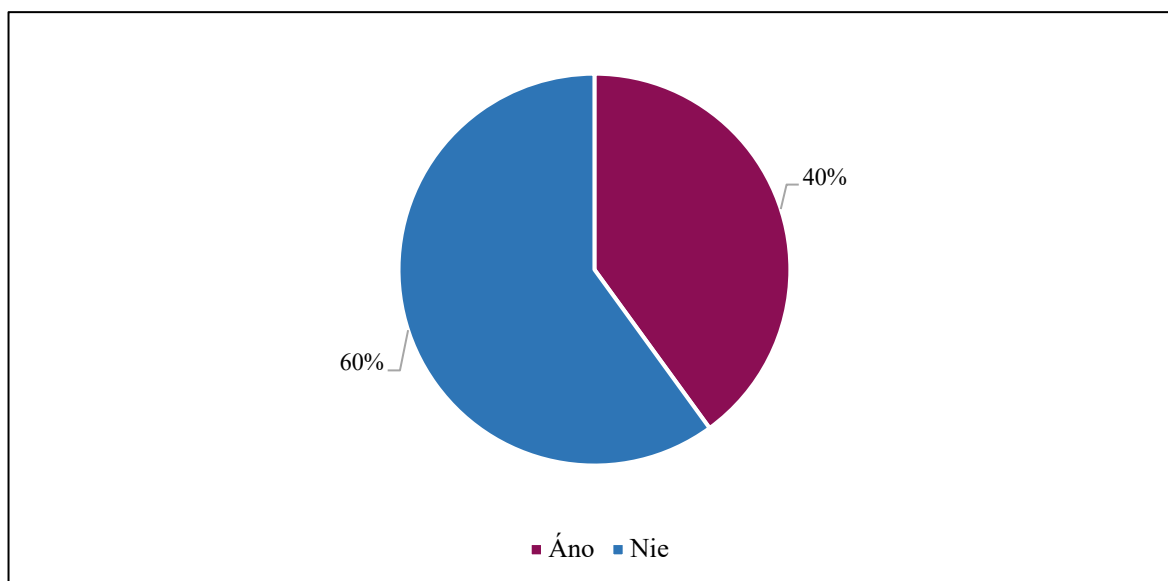
Zdroj: Vlastné spracovanie

V otázke číslo šesť sme sa pýtali na konkrétne veci, ktoré sa našim respondentom na dizajne v Safestay Bratislava páčili. Najčastejšou odpoveďou bolo v tomto prípade všetko. Ďalšími častými odpoveďami bolo lobby alebo spoločenská miestnosť, farby, izby, citáty na stenách, hojdacie kreslá a stôl, recepcia, moderný štýl či mapa Európy.

V siedmej otázke nás zaujímalo čo sa im naopak nepáčilo. Najčastejšou odpoveďou bolo nič. Až 9 respondentov reagovalo na kúpeľne. Ďalšími odpoveďami boli biele stoličky, kuchynka, žlté svetlá na recepcií, potreba zútulniť priestor či doplniť viac vankúšov, kuchynka, dizajn baru, posteľe v zdieľaných izbách.

Otázku číslo osem sme využili na zistenie, či naši respondenti vedeli že firma Safestay sa zameriava na dizajnové hostely a tým sa snaží preraziť na trhu. Viac ako polovica, 36, našich respondentov odpovedalo že o tejto skutočnosti nevedeli. Teda časť 60%. 24 respondentov, 40%, odpovedalo, že o tom nevedeli (graf č.10).

**Graf č. 10 - Vedomosť respondentov, že spoločnosť Safestay Plc. zámerne odkupuje a vytvára dizajnové hostely a práve tým sa snaží preraziť na trhu**



Zdroj: Vlastné spracovanie

## 4.2 Marketingový mix spoločnosti Safestay Plc.

### Produkt

Safestay Plc. sídli v niekoľkých metropolitných mestách Európy, disponuje spolu 18 hostelmi a 2 hotelmi, konkrétne vo Viedni a v Berlíne. V rámci každého hostela ponúka niekoľko možností ubytovania. Od jednolôžkových a dvojlôžkových súkromných izieb až po 10 lôžkové zdieľané izby, kde si zákazník rezervuje len jednu posteľ. Ponuka izieb sa môže v jednotlivých hosteloch líšiť. Napríklad v Bratislave sú na výber izby dvojlôžková so súkromnou kúpeľňou, dvojlôžková so zdieľanou kúpeľňou, zmiešaná štvorlôžková izba, zmiešaná alebo ženská šesť lôžková izba a zmiešaná desať lôžková izba.

Safestay taktiež ponúka raňajky za dodatočný poplatok 5 €, predáva občerstvenie, hygienické potreby, suveníry a iné produkty, ako napríklad adaptéry, dáždniky či USB káble. Navyše poskytuje doplnkové služby ako pranie za 4€ či zapožičanie uteráka za 2€.

## **Cena**

Ceny ubytovania v každej pobočke sú korigované vedením spoločnosti v Londýne, v Anglicku. Sú prehodnocované pravidelne podľa sezóny, dopytu a cien konkurencie. Cena tej istej postele či izby sa tak môže líšiť každý deň. Ceny tovarov k zakúpeniu na recepcii či v bare rovnako ako ceny doplnkových služieb sú korigované generálnymi manažérmi. V zásade sa cena stanovuje tak, aby kúpna cena tvorila 35% z ceny predajnej.

## **Distribúcia**

Safestay spolupracuje so všetkými väčšími medzinárodnými rezervačnými portálmi, akými sú napríklad Booking.com, Hostelworld, Expedia, Airbnb, Agoda a ďalšie. Najvyužívanejšou rezervačnou stránkou je momentálne Booking.com. Spoločnosť usiluje o získanie čo najvyššieho počtu rezervácií priamo cez ich stránku [www.safestay.com](http://www.safestay.com), aby sa tak vyhli plateniu vysokých provízií a aby tak podporili svoj marketing. Na stránke môžu hostia nájsť aj iné potrebné informácie, blog či aktuálne zľavy a akcie.

## **Propagácia**

Spoločnosť v minulosti zriadilo marketingové oddelenie, ktoré sa stará o sociálne siete a marketing firmy, teda aj všetky promo akcie či súťaže. Safestay sa momentálne objavuje na všetkých dostupných sociálnych sieťach akými sú Facebook, Instagram, LinkedIn, Tik tok a iné. Najväčší dôraz kladie na instagramový profil, ale aj webovú stránku.

Spoločnosť taktiež uzatvorila, a aj naďalej uzatvára, spolupráce s viacerými influencerami, ktorí za vytváranie a zdieľanie fotografií či videí z hotelov a hostelov Safestay na sociálnych sieťach môžu využívať zľavnené či bezplatné ubytovanie od závislosti na predošlej dohode.

### 4.3 SWOT analýza spoločnosti Safestay Plc.

Na základe dostupných informácií a zdrojov sme vypracovali SWOT analýzu firmy Safestay Plc.. Rozpoznali sme spolu 8 silných stránok, 3 slabé stránky, 2 príležitosti a 5 ohrození.

Tabuľka č. 2 - SWOT Analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"><li>• Číslo 1 na trhu vo Veľkej Británii</li><li>• Skúsený manažment na najvyšších pozíciách</li><li>• Skvelé umiestnenie všetkých pobočiek v európskych metropolách</li><li>• Súkromné/dvojlôžkové izby v hosteloch, konkurujúce hotelom</li><li>• Väčšie cenové rozpätie, od zmiešaných 10-lôžkových izieb až po súkromné izby s kúpeľňou</li><li>• Rozvíjajúce sa spolupráce s influencermi</li><li>• Reputácia spoločnosti</li><li>• Moderný a štýlový interiér</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vyššie ceny ako v lokálnych, nie sieťových, hosteloch</li><li>• Pobočky, nachádzajúce sa v dovolenkových destináciách sú počas zimy veľmi málo vyhľadávané</li><li>• Málo pobočiek disponuje vlastným parkoviskom</li></ul>
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"><li>• Politické a iné konflikty v susedných krajinách</li><li>• Nedostatok internátnych lôžok pre zahraničných študentov</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pandémia Covid- 19</li><li>• Rastúca konkurencia</li><li>• Politické a iné konflikty</li><li>• Zvýšenie cien energií</li><li>• Zvýšenie cien tovarov a služieb od dodávateľov</li></ul>

Zdroj: Vlastné spracovanie

## **Silné stránky**

Spoločnosť Safestay Plc. je číslo 1 na trhu s hostelmi vo Veľkej Británii, kde sú jej hlavné pobočky. Má teda veľmi dobré postavenie na trhu. Na vedúcich pozíciách spoločnosti sú ľudia s dlhoročnými skúsenosťami v oblasti manažmentu, podnikania a cestovného ruchu, ktorí svoje skúsenosti ďalej prenášajú na nižších manažérov, ktorí sa tak môžu ďalej pracovne rozvíjať.

Všetky hotely a hostely Safestay, nielen že sa nachádzajú v metropolách Európy, nájdeme ich vždy v centre mesta s vynikajúcou dostupnosťou na všetky dôležité miesta v okolí.

Vo všetkých hosteloch Safestay nájdeme aj súkromné izby so súkromnými kúpeľňami, a tak ale i vďaka nižšej cene, dokáže Safestay skvelo konkurovať aj hotelom.

V hosteloch nájdeme 10 lôžkové, 8 lôžkové, 6 lôžkové či 4 lôžkové izby, s rôznymi cenami, vďaka čomu si zákazník vie zvoliť práve tú izbu, ktorá mu kapacitou aj cenou najlepšie vyhovuje.

Vďaka rozvíjajúcim sa sociálnym sieťam, vie Safestay cez spolupráce s influencermi prilákať množstvo nových hostí. Influenceri zdieľajú fotografie a videá z jednotlivých navštívených hostelov a za túto službu im Safestay poskytuje bezplatné ubytovanie.

Reputácia je niečo, na čom si spoločnosť veľmi zakladá a čo si stráži. V Európe Safestay pozná už veľa ľudí, ktorí Safestay navštevujú pravidelne, nech idú do ktoréhokolvek mesta, kde sa nachádza. Tak isto vďaka reputácií a odporúčaniam si Safestay buduje stále väčšiu a väčšiu klientelu.

Každý jeden hotel či hostel sa vedenie spoločnosti snaží udržať v modernom a sviežom štýle. Dizajn a čistota je to, vďaka čomu vynikajú nad konkurenciou.

## **Slabé stránky**

Safestay, keďže je na medzinárodnej úrovni, má ceny podstatne vyššie ako iné hostely. Niektorých potencionálnych zákazníkov tento rozdiel v cene môže napriek iným výhodám, ktoré Safestay ponúka, odradiť a radšej si teda zaplatia len malú sumu a prespia v menšej izbe či horšej lokalite.

V rámci Safestay lokalít, nájdeme aj destinácie, ktoré sú ľuďmi obľubované najmä v lete. Z tohto dôvodu, s príchodom zimy klesne ich obsadenosť veľmi nízko a spoločnosť na tom stráca.

Hostely sa síce nachádzajú v centre miest, kvôli tomu však má len veľmi málo z nich k dispozícii vlastné parkovisko či parkovisko v blízkosti.

### **Príležitosti**

Pri súčasnej situácii v Ukrajine, sa veľa ľudí rozhodlo túto krajinu opustiť a na ceste do svojej cieľovej destinácie, bola práve Praha, Varšava či Bratislava miestom, cez ktoré títo ľudia prechádzali a potrebovali ubytovanie.

V rámci programu Erasmus+ či iných výmenných pobytov a štúdií, každoročne hľadá ubytovanie v zahraničí veľké množstvo študentov, pre ktorých už nezostalo miesto v internátnych zariadeniach. Safestay tak vie ponúknuť alternatívu a poskytnúť pre nich ubytovanie so zvýhodnenou cenou pre dlhodobejšie rezervácie. V hosteli majú všetko čo potrebujú, od pracovných stolov a wifi pripojenia, až po práčovňu a kuchyňu.

### **Ohrozenia**

Stále veľkú hrozbu pre Safestay predstavuje pandémia vírusu Covid-19, ktorá spôsobila veľmi vysoké finančné straty pre celý sektor cestovného ruchu. Situácia ohľadom pandémie sa stále mení a v krajinách sa zavádzajú rôzne opatrenia pre zastavenie šírenia sa vírusu, ktoré ale majú veľmi veľký dopad na firmu. Niekoľkokrát bol Safestay nútený zatvoriť hneď niekoľko pobočiek a táto situácia sa môže zopakovať.

V rámci trhu s hostelmi Safestay stále vyniká, avšak hostely stále pribúdajú a teda v každom meste konkurencia stále rastie.

Vojna alebo iné konflikty môžu zasiahnuť aj štáty a mestá s pobočkami spoločnosti, čo by spôsobilo nielen úplné zastavenie prílevu turistov do týchto miest ale aj odchod lokálnych ľudí.

Veľmi dôležitým faktorom sú stále stúpajúce ceny energií, ktoré priamo ovplyvňujú náklady spoločnosti či už ide o elektrinu, plyn, vodu ale aj zvýšené ceny všetkých tovarov a služieb dodávaných od dodávateľských subjektov, nakoľko sa zvyšujú náklady na ich produkciu.

Na základe SWOT analýzy, môžeme vyhodnotiť, že silné stránky firmy prevyšujú nad slabými, avšak ohrozenia prevyšujú nad príležitosťami. Vedenie firmy by sa tak malo zamerať najmä na hľadanie nových príležitostí a snažiť sa eliminovať dopad ohrození.

#### 4.4 Diskusia

V našej bakalárskej práci sa nám podarilo splniť všetky stanovené čiastkové ciele a rovnako aj hlavný cieľ. Zodpovedanie výskumných otázok:

*Ako dizajn ovplyvňuje respondentov pri výbere ubytovacieho zariadenia?*

Môžeme povedať, že dizajn v značnej miere ovplyvnil našich respondentov pri výbere ubytovacieho zariadenia. Podľa výsledkov dotazníka sme vyhodnotili, že dizajn je pre našich respondentov druhým najdôležitejším faktorom pri výbere ubytovacieho zariadenia a vo väčšine prípadov prikladajú naši respondenti dizajnu vysokú mieru vplyvu.

Pri množstve konkurencie je dôležité vedieť zaujať potencionálnych hostí. Dizajn je v dnešnej dobe dôležitejší ako kedykoľvek predtým. Už zo psychológie vieme, že dizajn ovplyvňuje vnímanie hostí.

*Aký význam má využitie dizajnu v podniku cestovného ruchu - Safestay Plc.?*

Keďže Safestay Plc. sa zameriava hlavne na mladých ľudí a cestovateľov, dizajn je pre spoločnosť veľmi dôležitým faktorom, bez ktorého by spoločnosť zďaleka nebola taká úspešná. Spoločnosť chápe dôležitosť štýlu a moderného dizajnu, ktorý ovplyvňuje potencionálnych hostí pri jej výbere. Prvé, čo totiž potencionálny zákazník uvidí sú fotografie na webovej stránke či rezervačnom portáli. Recenzie sú taktiež dôležitým faktorom pri výbere, odrážajú celkový dojem hostí, v ktorom hrá dizajn veľmi dôležitú úlohu. Fotografie na internete sa musia rovnať skutočnosti. Vedenie spoločnosti si dáva záležať na detailoch interiéru, ako sú napríklad vankúše či iné doplnky, ktoré zútulňujú priestor a dotvárajú celkovú atmosféru.

Z dotazníka vyplynulo, že respondenti uprednostnili hostel Safestay pred ostatnými hostelmi aj kvôli dizajnu, ako hneď druhému z dôvodov, vďaka čomu má Safestay svojich stálych hostí, ktorí neustále pribúdajú.

Hostia sa pravidelne vyjadrujú, že v „krajšom či štýlovejšom hosteli“ ešte nespali. Oceňujú dizajn a čisté prostredie jednotlivých pobočiek siete. Dizajn celkovo pridáva spoločnosti na hodnote a vysoko prispieva k jej úspechom.

## **Návrhy a odporúčania na využitie dizajnu ako kľúčového faktora v Safestay Bratislava**

Spoločnosť Safestay Plc. by sa v rámci zlepšovania svojho postavenia, ako siete dizajnových hostelov, mala zamerať na potreby zákazníka a hľadať tak nápady na dekorácie či dizajnové prvky, ktoré v iných hosteloch nenájdu a túto skutočnosť by tak využila vo svoj prospech.

V rámci vylepšení a návrhov pre Safestay Plc. odporúčame sledovať súčasné trendy dizajnu v rámci hotelov a iných ubytovacích zariadení. V dnešnej dobe je veľmi dôležitá udržateľnosť a jej zakomponovanie v rámci dizajnu.

Jedným z hlavných prvkov, ktoré odporúčame, je používanie aplikácie na vstup do izby pre všetky hotely a hostely Safestay. Tento systém sa už aplikoval v Safestay v Bruseli. Poskytuje komfortné otvorenie dverí pomocou nástroja Bluetooth. Pred príchodom do destinácie si hosť stiahne aplikáciu, kde už vopred nájde číslo izby, ktorá mu bola pridelená. Počas prihlásenia sa na recepcii mu bude aktivovaný prístup do izby. Takto hosť nemôže stratiť plastovú hotelovú kartu či kľúč od izby a hotel tak nebude produkovať zbytočný odpad neustálym objednávaním nových kariet.

Na základe výsledkov z dotazníka by sme odporučili niekoľko možných vylepšení, ktoré by pomohli Safestay v Bratislave využiť dizajn ako kľúčový nástroj diferenciacie a dostať sa tak do popredia spomedzi iných hostelov:

- Do budúcnosti odporúčame prerobenie kúpeľní, konkrétne výmenu zelených a čiernych kachličiek, ktoré boli v dotazníku viackrát spomenuté ako niečo, čo by spotrebiteľia vymenili (obrázok č.7). Safestay by mal zvoliť vhodnejšie farby, ktoré by pôsobili krajšie a modernejšie, a aby zároveň ladili s farbami spoločnosti. Navrhujeme použiť bielu farbu, nakoľko biela farba symbolizuje čistotu. Hostia tak majú pocit neustále čistého prostredia a cítia sa luxusne.

Obrázok č. 7 - Kúpeľňa



Zdroj: Safestay PLC, 2022

- Naším ďalším odporúčaním je výmena svetiel v spoločenskej miestnosti. Výmena žltého svetla za biele by spôsobila optické otvorenie priestoru a skrášlila priestor. Prijemným a prirodzeným svetlom, by sa mohol zvýšiť záujem hostí o trávenie času v tomto priestore a podporil by sa tak aj predaj občerstvenia.
- V rámci baru by sme navrhovali, aby kachličky z baru ďalej nezasahovali do spoločenskej miestnosti. Odporúčali by sme ich odstrániť z nadväzujúcej steny a ponechať ich len v oblasti baru. Stena, z ktorej sa odstránia, by sa namaľovala rovnakou farbou, akú majú ostatné steny (obrázok č.8).

Obrázok č. 8- Kachličky v lobby



Zdroj: Vlastné spracovanie

- Ako posledný bod by sme odporučili premaľovať stoličky v centre spoločenskej miestnosti na čierne. Momentálna biela farba pôsobí fádne a premaľovaním na čiernu by sa zútulnil priestor a stoličky by ladili so zvyšným nábytkom a ostatnými stoličkami. Biela farba momentálne pôsobí nudne a nezaujímavo (obrázok č.9).

Obrázok č. 9 - Stoličky v lobby



Zdroj: Vlastné spracovanie

## ZÁVER

Témou našej bakalárskej práce bolo využitie dizajnu ako kľúčového faktora diferenciácie v podnikoch cestovného ruchu. Tému sme aplikovali na spoločnosť Safestay Plc. a konkrétnejšie sme sa zamerali na pobočku Safestay v Bratislave.

Cieľom našej bakalárskej práce bolo zistiť, ako dizajn vplýva na konečného spotrebiteľa pri výbere ubytovacieho zariadenia a aký význam má využitie dizajnu v Safestay Plc. a Safestay Bratislava.

Safestay sa zameriava na vytváranie dizajnových hotelov a hostelov, ktoré svojím dizajnom konkurujú aj hotelom. Dizajn je pre Safestay dôležitým aspektom pre zaujatie potencionálnych hostí.

Bakalársku prácu sme rozdelili na dve časti. Na teoretickú časť a praktickú časť. V teoretickej časti sme sa zamerali na charakteristiku dizajnu, cestovného ruchu a ubytovacích zariadení. Zamerali sme sa aj na charakteristiku hotelov, hostelov a hlavné rozdiely medzi nimi. V praktickej časti sme sa zamerali na spoločnosť Safestay ako celok, na jej bratislavskú pobočku, jej konkurenciu a marketingový mix. Praktická časť taktiež obsahovala štandardizovaný dotazník, ktorý bol zameraný na zistenie dôležitosti dizajnu pri výbere ubytovacieho zariadenia pre našich respondentov, rovnako ako na zistenie postoja respondentov k súčasnému stavu dizajnu v Safestay v Bratislave.

Štandardizovaný dotazník pozostával z 12 otázok a bol rozposlaný bývalým hosťom Safestay hostela v Bratislave. Výsledky dotazníka sme spracovali do grafov v programe Excel. Na základe výsledkov sme navrhli odporúčania a vylepšenia pre efektívnejšie využitie dizajnu v Safestay v Bratislave. Navrhli sme aj niekoľko vylepšení zo súčasných trendov v rámci hotelového dizajnu.

Na základe výsledkov práce sme zistili, že ciele, ktoré sme si pre našu bakalársku prácu nastavili, sa nám podarilo dosiahnuť.

V súčasnosti je pre hotely a prevádzky poskytujúce ubytovanie veľmi dôležité vyniknúť a odlíšiť sa od konkurencie. Dizajn je vhodný nástroj na zaujatie potencionálnych hostí už pri rezervácii hotela cez internet, kde sú nahraté fotografie. Hostia si tak vytvárajú očakávania, ktoré dúfajú, že budú pri ich príchode naplnené.

## ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

ANDRANDE, Eduardo. Business Hostel : A New Opportunity for the Hostel Industry. In *A Work project, presented as part of the requirements for the award of a masters degree in management from the nova – school of business and economics* [online]. 01. 2014. [cit. 2022-01-08]. Dostupné na : [https://run.unl.pt/bitstream/10362/11749/1/Andrade\\_2014.pdf](https://run.unl.pt/bitstream/10362/11749/1/Andrade_2014.pdf)

BAEK, Jooa. The impact of hotel design uniqueness on booking intention and willingness to pay. In *International Journal of Tourism and Hospitality Research* [online] School of Tourism and Hospitality Management, Fox School of Business, Temple University, Philadelphia, PA 19122, USA, 2016, s. 13. [cit. 2022-03-18]. ISSN(Print): 1738-3005 Dostupné na: <http://ijthr.or.kr/xml/10836/10836.pdf>

CHORS. Chors Hostel. In *cho.rs* [online]. 2022. [cit. 2022-02-14]. Dostupné na: <https://www.cho.rs/>

COOPER, Cris - FLETCHER, John - FYALL, Alan., GILBERT, David., WANHILL Stephen. *Tourism principle and practice*. 4. vyd. Harlow : FT Prentice Hall, 2008. 704 s. ISBN 9780273711261 0273711261

FITZGERALD, Roche. 2022 Hotel Industry Design Trends. In *parterreflooring.com* [online]. 2022. [cit. 2022-03-05]. Dostupné na: <https://parterreflooring.com/hotel-design-trends/>

HANULÁKOVÁ, Eva a kolektív. *Marketing: Nástroje, stratégie, ľudia a trendy*. 1.vyd. Bratislava : Wolters Kluwer, 2021. 364 s. ISBN 978-80-571-0438-4

HRADECKÁ, Jana a kolektív. *Škola interiérového designu*. 1.vyd. Praha : GRADA Publishing, a. s. , 2013. 256 s. ISBN 978-80-247-3559-7

CHAPMAN, Cameron. Color Theory for Designers, Part 1: The Meaning of Color. In *smashingmagazine.com* [online]. 20. 05. 2021. [cit. 2022-01-04]. Dostupné na:

<https://www.smashingmagazine.com/2010/01/color-theory-for-designers-part-1-the-meaning-of-color/>

JELENČÍK, Branislav. *Dizajn. Čo by ste sa ešte radi dozvedeli: teória a metodológia dizajnu pre tých, ktorí nemajú čas*. 1.vyd. Bratislava : Nakladateľstvo STU v Bratislave, 2017. 241 s. ISBN 978-80-227-4193-4

JURENKOVÁ, Lucia. Ako využiť psychológiu farieb v dizajne? In *sketcher.startitup.sk* [online]. 13. 01. 2021. [cit. 2022-01-03]. Dostupné na: <https://sketcher.startitup.sk/vyuziti-psychologiu-farieb-dizajne/>

THAPA, (2007) , MEHMETOGLUE, SLATTEN (2009) in KIRITO KIRIMA, Rachel-MAKOPONDO, Richard- MUTUNGI, Mary. Effect of external hotel design features on customer attraction and retention. In *International Academic Journal of Human Resource and Business Administration* [Online].28.05.2017. [cit. 2022-03-19]. ISSN 2518-2374. Dostupné na: [https://www.iajournals.org/articles/iajhrba\\_v2\\_i3\\_282\\_289.pdf](https://www.iajournals.org/articles/iajhrba_v2_i3_282_289.pdf)

KONTIC, Aleksandar. The role of perceptions of hotel interior design in forming customer satisfaction . In *The College of Hotel Management* /online]. Belgrade, Serbia, 2017, s. 8. [cit. 2022-03-14]. Dostupné na: <http://www.vhs.edu.rs/dokumenti/HL/068.pdf>

LEŠÁNEK, Ľudmila. Interiérový dizajn – čo to vlastne je? In *LL design interior, s. r. o. : Interiérový dizajn*, Blog [online]. 9. 04. 2021. [cit. 2022-01-03]. Dostupné na: <https://lldesign.sk/interierovy-dizajn-co-to-vlastne-je/>

LUKÁČOVÁ, Martina. Ako fungujú hviezdčky hotelov? O kvalite nič nehovoria. In *cestovanie.sme.sk* [online]. 17. 03. 2016. [cit. 2022-01-08]. Dostupné na: <https://cestovanie.sme.sk/c/20117141/ako-funguju-hviezdicky-hotelov-o-kvalite-nic-nehovoria.html>

MUMMALANENI, NORMAN in BAEKA, Jooa - MICHAEL OK, Chihyung. The power of design: How does design affect consumers' online hotel booking?. In *International Journal of Hospitality Management* [online]. 27. 01. 2017. [cit. 2022-03-22]. Dostupné na: <https://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/141139.pdf>

OLEJNÍKOVÁ, Kamila. Farby v hotelových interiéroch. In *ovitex.sk* [online]. 2022. [cit. 2022-01-05]. Dostupné na: <http://www.ovitex.sk/hotelovy-dizajn-a-farby-v-interieri/>

OLEJNÍKOVÁ, Kamila. Nové hotelové trendy. In *ovitex.sk* [online]. 2022. [cit. 2022-01-05]. Dostupné na: <https://www.ovitex.sk/nove-hotelove-trendy/>

PATIO. Patio Hostel. In *patiohostel.com* [online]. 2022. [cit. 2022-02-16]. Dostupné na: <https://www.patiohostel.com/>

POUDEL, Surya. The influence of the accommodation sector on tourism development and its sustainability. In *Case Study: Strand Camping, Larsmo. Thesis : Centria University of Applied Sciences : Degree programme in Tourism* [online]. 05. 2013. [cit. 2022-01-06]. Dostupné na:

[https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/61014/Thesis\\_Final\\_SP.pdf?sequence](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/61014/Thesis_Final_SP.pdf?sequence)

SAFESTAY. About us. In *safestay.com* [online]. 2022. [cit. 2022-01-11]. Dostupné na: <https://www.safestay.com/investors/about-us/>

SEDARTE. Dream Hostel Bratislava. In *saderte.com* [online]. 2022. [cit. 2022-02-17]. Dostupné na: <https://sedarte.com.ua/dream-hostel-bratislava/>

SLOV-LEX. 277/2008 Z. z. Vyhlásené znenie. In *slov-lex.sk* [online]. 26. 06. 2008. [cit. 2022-01-06]. Dostupné na: [https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2008/277/vyhlasene\\_znenie.html](https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2008/277/vyhlasene_znenie.html)

SQUIRES, Ryan. Hostel vs Hotel: Differences, Safety & What's Right for You. In *thepackablelife.com* [online]. 06. 08. 2021. [cit. 2022-01-07]. Dostupné na: <https://www.thepackablelife.com/travel/tips/hostel-vs-hotel>

STANTON, Hayley. Types of accommodation - Made simple. In *tourismteacher.com* [online]. 19. 05. 2021. [cit. 2022-01-07]. Dostupné na: <https://tourismteacher.com/types-of-accommodation/>

TRAVEL AND DESTINATION. What are the different accommodation types available for your travels . In *travelanddestinations.com* [online]. 2022.[cit. 2022-01-07]. Dostupné na: <https://www.travelanddestinations.com/what-are-the-different-accommodation-types-available-for-your-travels/>

# **PRÍLOHY**

Príloha č.1 – Štruktúrovaný dotazník