

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo: 102005/B/2019/36103158106908932

KVALITATÍVNE POŽIADAVKY NA ZARIADENIE
CESTOVNÉHO RUCHU A SPÔSOB ICH HODNOVERNEJ
KOMUNIKÁCIE

Bakalárska práca

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA**

**KVALITATÍVNE POŽIADAVKY NA ZARIADENIE
CESTOVNÉHO RUCHU A SPÔSOB ICH HODNOVERNEJ
KOMUNIKÁCIE**

Bakalárska práca

Študijný program: Podnikanie v cestovnom ruchu a službách

Študijný odbor: Cestovný ruch

Školiace pracovisko: Katedra tovaroznaectva a kvality tovaru

Vedúci záverečnej práce: Ing. Rastislav Strhan, PhD.

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že som túto bakalársku prácu s názvom „Kvalitatívne požiadavky na zariadenie cestovného ruchu a spôsoby ich hodnovernej komunikácie“ vypracovala samostatne, na základe konzultácií a štúdia odbornej literatúry. Neporušila som autorský zákon a všetky podklady, z ktorých som čerpala informácie, sú uvedené v zozname použitej literatúry a citované v texte podľa normy STN ISO 690.

V Bratislave, dňa 25.4.2019

.....

Ema Kintlerová

PodĎakovanie

Chcela by som sa poĎakovať môjmu školiteľovi pánovi Ing. Rastislavovi Strhanovi PhD. za jeho trpezlivosť, pomoc a odborné rady, ktoré mi poskytol pri tvorbe bakalárskej práce.

Abstrakt

KINTLEROVÁ, Ema: *Kvalitatívne požiadavky na zariadenie cestovného ruchu a spôsob ich hodnovernej komunikácie.* – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra tovaroznalectva a kvality tovaru. – Vedúci záverečnej práce: Ing. Rastislav Strhan, PhD.– Bratislava: OF, 2019, 53 strán.

Cieľom záverečnej práce je, na základe analýzy ponuky ubytovacích zariadení v okolí zimného štadióna Ondreja Nepelu v Bratislave, určiť rozdiely medzi nimi, porovnať ponuku služieb vybraných zariadení a následne navrhnúť zlepšenia pri komunikácii a uspokojovaní potrieb. Práca je rozdelená do 4 kapitol a obsahuje 6 tabuliek. Prvá kapitola je venovaná opisu súčasného stavu skúmanej problematiky. V tejto časti vymedzujeme pojmy ako cestovný ruch, služby v cestovnom ruchu, ubytovacie zariadenie, kvalita v cestovnom ruchu a marketingová komunikácia v cestovnom ruchu. V druhej kapitole charakterizujeme hlavný cieľ práce a čiastkové ciele práce. Tretia kapitola obsahuje charakteristiku objektu skúmania, metodiku práce a metódy výskumu. Záverečná kapitola obsahuje zozbierané informácie o ubytovacích zariadeniach v okolí zimného štadiónu a rozbor poskytovaných služieb.

Kľúčové slová:

cestovný ruch, kvalita, ubytovacie zariadenia, hotel, hokejové majstrovstvá

ABSTRACT

KINTLEROVÁ, Ema: *Qualitative requirements for tourism facility and the way of their reliable communication.* – University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Department of Commodity Science and Product Quality – Thesis supervisor: Ing. Rastislav Strhan PhD. – Bratislava: FOC, 2019, 53 pages.

The aim of this thesis is to identify differences between different accommodation facilities in the proximity to Ondrej Nepela Arena in Bratislava, compare the offer of services and propose solutions for improving communication and satisfying the customer's needs. This thesis is divided into four chapters and contains six tables. In the first chapter, we provide a brief description of the studied topic. It contains definition of key terms, including tourism, services, accommodation services, tourism quality and marketing communication in tourism. The second chapter is devoted to characterizing the objective of this thesis as well as its secondary objectives. The third chapter contains a description of the work methodology and research methods. The final chapter contains the full analysis of the accommodation facilities offered in the proximity the Ondrej Nepela Arena as well as all other information obtained, meeting the set objective.

Key words:

tourism, quality, accommodation services, hotel, world ice hockey championship

Obsah

ÚVOD	8
1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí.....	9
1.1 Cestovný ruch a služby	9
1.1.1 Ubytovacie služby.....	10
1.1.2. Hotel.....	13
1.2. Kvalita v cestovnom ruchu	14
1.3. Marketingová komunikácia v cestovnom ruchu	17
1.3.1. Komunikačný mix	18
2 Cieľ práce.....	21
3 Metodika práce a metódy skúmania	22
3.1. Charakteristika objektu skúmania- ubytovacie zariadenia v Bratislave	22
3.2. Metodika výskumu	23
4 Výsledky práce a diskusia.....	25
4.1. Ubytovacie zariadenia v blízkosti zimného štadióna Ondreja Nepelu v Bratislave	25
4.2. Komunikácia a vnímanie kvality vybraných ubytovacích zariadení	34
4.3. Vplyv MS v ľadovom hokeji na turizmus a komunikácia udalosti	46
4.4. Odporúčania	48
Záver	50
Zoznam použitej literatúry	52

ÚVOD

Ubytovacie zariadenia sa od čias svojho vzniku výrazne menili avšak ich najdôležitejšou úlohou je stále poskytovať ľuďom odpočinok, stravu a bezpečie. Sú považované za jeden zo základných predpokladov uspokojovania základných potrieb účastníkov cestovného ruchu, ktoré sú cieľom ich cestovania.

Veľmi dôležitým faktorom pre rozvoj cestovného ruchu a ubytovacích zariadení je kvalita služieb, ktoré zariadenie poskytuje. Zákazník predpokladá, že mu budú poskytnuté kvalitné služby, za ktoré si zaplatil. Pre ubytovacie zariadenie je veľmi dôležité, aby poskytovali služby čo v najlepšej kvalite, pretože zákazníci majú tendenciu si zapamätať nepriaznivé udalosti, ktoré zažili a hovoriť o nich svojim známym, čo pre podnik nepredstavuje dobrú propagáciu.

Taktiež je pre zákazníka ubytovacieho zariadenia dôležitý rozsah poskytovaných služieb. Niektorým hosťom stačia základné služby ako ubytovanie a stravovanie, iní však od ubytovania vyžadujú množstvo rôznych doplnkových služieb. Požiadavky zákazníkov na kvalitu ubytovacieho zariadenia sa teda veľmi líšia.

Cieľom našej bakalárskej práce je na základe analýzy ponuky ubytovacích zariadení, v okolí zimného štadióna Ondreja Nepelu v Bratislave, porovnať ponuku služieb a následne navrhnúť zlepšenia v komunikácii a uspokojovaní potrieb. Taktiež zhodnotíme kvalitu služieb vo vybraných ubytovacích zariadeniach na základe recenzií.

V prvej kapitole záverečnej práce sa budeme venovať charakteristike základných pojmov ako je cestovný ruch, ubytovacie zariadenie alebo kvalita služieb v cestovnom ruchu.

V druhej kapitole si určíme hlavný cieľ práce a čiastkové ciele práce a v tretej kapitole popíšeme metodiku práce a metódy výskumu.

V poslednej kapitole, teda v praktickej časti analyzujeme ponuku ubytovacích zariadení v blízkosti zimného štadiónu a taktiež porovnáme vybrané zariadenia z hľadiska rozsahu poskytovaných služieb, z hľadiska hodnotenia kvality prostredníctvom recenzií, analyzujeme vplyv športovej udalosti na turizmus danej lokality a identifikujeme pripravenosť ubytovacích zariadení a mesta Bratislava na MS v ľadovom hokeji 2019.

1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

1.1 Cestovný ruch a služby

Cestovný ruch má v dnešnej dobe trvalé miesto v spoločenskom i hospodárskom živote. Každý rok sa ho zúčastnia milióny účastníkov, ktorí chcú počas dovolenky načerpať nové sily ale aj spoznať niečo nové (Orieška, 2010).

Definícií cestovného ruchu existuje niekoľko. Všeobecná definícia cestovného ruchu hovorí, že je to krátkodobý presun ľudí z miesta ich trvalého bydliska na iné miesta, za účelom vykonávania príjemných činností. Táto definícia je jednoduchá, avšak nie je veľmi výstižná (Horner, Swarbrooke, 1996).

Podľa Oriešku sa účasťou na cestovnom ruchu uspokojujú rôzne potreby, ktoré súvisia s cestovaním a pobytom na inom mieste než je trvalé bydlisko. Účastníci zvyčajne cestujú vo svojom voľnom čase, za účelom získania zážitku, odpočinku, poznávaním, zdravím, rozptýlením a zábavou alebo kultúrnym a športovým vyžitím (Orieška, 2010).

Účastníci cestovného ruchu svoje potreby uspokojujú voľnými statkami, službami, tovarom a verejnými statkami, ktoré spolu predstavujú produkt cestovného ruchu. Medzi voľné statky patrí väčšina prírodných statkov, ktoré sa využívajú v rekreačnom cestovnom ruchu. Pod pojmom tovar rozumieme výrobok, ktorý je určený na trh, resp. na predaj. V oblasti cestovného ruchu sa medzi tovar zaraďujú jedlá a nápoje, turistické mapy, automapy, suveníry a rôzne iné statky. Verejné statky predstavujú statky, ktoré sú určené pre kolektívnu spotrebu. To znamená, že úžitok je nedeliteľný. Patria sem napríklad mestské plochy, niektoré atraktivity a pamiatky. Najdôležitejšou súčasťou produktu cestovného ruchu sú služby (Orieška, 2010).

Služby sú v súčasnosti považované za najrýchlejšie rozvíjajúcu sa súčasť ekonomiky. Sú efektom činnosti ľudí (zariadení), ktorí poskytujú úžitok jednotlivcovi alebo skupine podľa dohodnutých podmienok a pravidiel. Služby teda tvoria efekt pre klienta alebo jeho majetok (Gúčik, Gajdošík, Lencséssová, 2016).

Služby predstavujú ekonomické statky, ktoré sú charakteristické svojimi znakmi. Medzi všeobecné znaky služieb patrí:

- Nehmotnosť služieb
- Vysoká spotreba živej práce
- Začlenenie vonkajšieho faktora do procesu poskytovania služieb

- Súlad produkcie a spotreby
- Pominuteľnosť služby

Pre služby cestovného ruchu sú typické tieto špeciálne znaky:

- Časová a miestna viazanosť služieb na primárnu ponuku cestovného ruchu
- Komplexnosť a komplementárnosť cestovného ruchu
- Zastupiteľnosť služieb
- Mnohodborový charakter služieb
- Nevyhnutnosť sprostredkovanie služieb
- Dynamika a sezónnosť dopytu po službách
- Nevyhnutnosť poskytovania informácií o službách a ich kvalite
- Neanonymita spotrebiteľa služieb

Ján Oriška rozdeľuje služby cestovného ruchu podľa viacerých kritérií. Podľa druhu ich delí na informačné, dopravné, ubytovacie, stravovacie, športovo-rekreačné, kultúrno-spoločenské, kúpeľné, kongresové, sprievodcovské, asistenčné, animátorské, organizátorské a sprostredkovateľské služby. Podľa fázy realizácie delí služby na tie, ktoré účastník cestovného ruchu vyžaduje, ktoré nakupuje a spotrebováva v jeho trvalom bydlisku, počas cesty, počas pobytu, atď. Z časového hľadiska ich delí na služby poskytované v sezóne alebo mimo sezóny, sezónne služby v letnej alebo zimnej turistickej sezóne. Podľa uspokojovaných potrieb rozlišuje základné a doplnkové služby cestovného ruchu. Ďalším kritériom je charakter spotreby, podľa ktorého služby delí na osobné a vecné. Posledným kritériom je ekonomické hľadisko, podľa ktorého Oriška delí služby na platené a neplatené (Oriška, 2010).

1.1.1 Ubytovacie služby

Poskytovanie ubytovacích služieb je základom pre rozvoj najmä pobytového cestovného ruchu. Ich hlavným cieľom je zabezpečiť prenocovanie alebo dočasné ubytovanie účastníkom cestovného ruchu v cieľovom mieste. Súčasťou ubytovacích služieb, sú aj ďalšie služby, ktoré súvisia s pobytom hostí, ako napríklad poskytovanie informácií, úschovňa batožiny, predaj suvenírov, atď. (Oriška, 2010).

Podľa § 2 ods. 1, písm. a) vyhlášky č. 277/2008 Z. z. sa ubytovacím zariadením rozumie „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“.

Ubytovanie je možné poskytovať mnohými spôsobmi. Jednotlivé ubytovacie zariadenia sa môžu od seba líšiť druhom, rozsahom a kvalitou poskytovaných služieb. Z hľadiska sezónnosti sa tieto zariadenia delia na tie, ktoré sú v prevádzke po celý rok alebo tie, ktoré sú v prevádzke maximálne 9 mesiacov, tzv. sezónne. Z hľadiska druhu sa delia na hotelové a nehotelové zariadenia, z hľadiska veľkosti na malé, stredné a veľké. Podľa spôsobu výstavby rozlišujeme pevné, čiastočne pevné, prenosné a pohyblivé (Hrubalová, 2015).

Pre návštevníka je pri výbere ubytovacieho zariadenia dôležitá dostatočnosť informácií o službách, ktoré môže od jednotlivých typov ubytovania očakávať. Prehľad o kvalite a úrovni poskytovaných služieb v ubytovacích zariadeniach, poskytuje ich kategorizácia. „Kategorizácia hotelov je proces ich zatriedenia do určitých druhov podľa charakteru a štruktúry služieb pri uspokojovaní potrieb návštevníkov“ (Patúš, Gúčík in Hrubalová, 2015).

Kategorizácia slúži hosťom na lepšiu orientáciu v ponuke ubytovacích zariadení. Vďaka nej má návštevník predstavu o službách, ktoré mu môžu byť v danom zariadení poskytnuté. Ubytovacie zariadenie musí dodržiavať určitý štandard poskytovaných služieb, aby bola zabezpečená ochrana spotrebiteľa. Označenie hviezdíčkami je hodnotením kvality. V Slovenskej republike ustanovuje klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia vyhláška Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky č. 277/2008 Z. z. Táto kategorizácia vychádza z minimálnych požiadaviek na klasifikáciu ubytovacích zariadení stanovených UNWTO.

Kategória ubytovacieho zariadenia je stanovenie druhu zariadenia podľa splnených kritérií kategorizácie na základe fakultatívnych a klasifikačných znakov. Vyjadruje, aké služby sú poskytované v ubytovacom zariadení. Fakultatívne znaky značia ostatné služby, ktoré sú hosťom poskytované podľa výberu prevádzkovateľa.

Triedou ubytovacieho zariadenia sa rozumie splnenie minimálnych požiadaviek na vybavenosť ubytovacieho zariadenia. Vyjadruje rozsah a kvalitu poskytovaných služieb (Hrubalová, 2015). Hodnotí sa najmä sedem hlavných oblastí, medzi ktoré patria vstupné priestory, pohostinské odbytové strediská (reštaurácia), ubytovacie priestory a ich

vybavenosť, hygienické zariadenia a ich vybavenosť, výmena bielizne, spoločenské priestory, fakultatívne znaky (Lukáčová, 2016, online). Trieda ubytovacieho zariadenia sa označuje hviezdikami, pričom jedna hviezdica (*) predstavuje najnižšiu triedu a päť hviezdíček (*****) predstavuje najvyššiu triedu. Triedy ubytovacích zariadení sú Tourist (*), Economy (**), Standard (***) , First Class (****) a Luxury (*****) (Hrubalová, 2015).

Tabuľka č.1: Kategórie a triedy ubytovacích zariadení

Kategória	Trieda				
1.Hotel	*	**	***	****	*****
Garni hotel	*	**	***	—	—
Horský hotel	*	**	***	—	—
Kongresový hotel	—	—	***	****	*****
Wellness hotel	—	—	***	****	*****
Kúpeľný hotel	—	—	***	****	*****
Boutique hotel	—	—	—	****	*****
Apartmánový hotel	*	**	***	—	—
Motel	*	**	***	****	—
2.Botel	*	**	***	—	—
3.Penzión	*	**	***	—	—
4.Apartmánový dom	—	**	***	—	—
5.Turistická ubytovňa	*	**	—	—	—
6.Chatová osada	*	**	***	—	—
7.Kemping	*	**	***	****	—
Minikemp	—	**	***	****	—
8.Táborisko	—	—	—	—	—
9.Ubytovanie v súkromí					
Izba	*	**	***	—	—
Objekt	*	**	***	—	—
Prázdninový byt	*	**	***	—	—

Zdroj: Vyhláška Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky č. 277/2008 Z. z.

1.1.2. Hotel

Zvyšovanie životnej úrovne obyvateľstva, rozvoj dopravy a obchodu ale aj vedecko-technický pokrok pomohli cestovnému ruchu rozvíjať sa. Taktiež sa rozšírilo využívanie služieb prechodného ubytovania. Najkomplexnejšie služby poskytujú hotely, ktoré sú zároveň aj najrozšírenejšou formou ubytovania.

Slovo hotel pochádza z francúzskeho slova „hote“ a latinského „hospicem“, ktoré prekladáme ako „osoba, ktorá poskytuje nocľah“. Základy hotelierstva pochádzajú už zo staroveku, keď pútnici potrebovali nocľah na svojich cestách. Spočiatku im ubytovanie poskytovali súkromné osoby, neskôr však začali vznikať zájazdové hostince, spoločné ubytovne, poštovné stanice alebo hostinské domy. Dnešný hotel začal vznikať medzi 18. a 19. storočím v mestách a kúpeľných strediskách. Vznikali blízko železničných staníc. Na rozdiel od zájazdových hostincov, hotely boli prepychové a líšili sa rozsahom a kvalitou služieb, ktoré poskytovali.

Na Slovensku nastal rozkvet hotelov začiatkom 20. storočia, kedy sa začala rozvíjať železničná doprava, kúpeľníctvo a hospodárstvo (Hrubalová, 2015).

Kiráľová definovala hotel ako „verejné ubytovacie zariadenie, ktoré poskytuje za úhradu prechodné ubytovanie a služby s ním spojené, a to celoročne alebo sezónne“ (Kiráľová, 2002).

Beránek a Kotek pod týmto pojmom rozumejú „zariadenie poskytujúce ubytovanie a doplnkové služby ľuďom mimo domova“ (Beránek, Kotek, 2007).

Vyhláška Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky č. 277/2008 Z. z. definuje hotel ako „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“.

V roku 1985 UNWTO svojim členským štátom navrhlo, aby pod pojmom hotel rozumeli ubytovacie zariadenie, ktoré má minimálne 10 izieb, normy pre sanitárne a hygienické zariadenie pre hostí aj zamestnancov, upratovaciu a hygienickú službu, kvalifikovaných zamestnancov v súlade s požiadavkami národného úradu pre cestovný ruch. Hotely musia taktiež spĺňať technické podmienky, ktoré zabezpečujú bezpečnosť budovy, normy pohodlia podľa triedy a tiež musia mať k dispozícii zdravotníkov v prípade potreby rýchlej pomoci (Gúčik, 2001).

Do kategórie hotel sa zaraďuje garni hotel, horský hotel, kongresový hotel, wellness hotel, kúpeľný hotel, boutique hotel, apartmánový hotel a motel.

Garni hotel sa zriaďuje v miestach, kde je nedostatok ubytovacích zariadení ale za to dostatok stravovacích a spoločenských zariadení. Hostom sú poskytované iba raňajky a môže maximálne dosiahnuť triedu ***.

Horský hotel sa buduje v horských oblastiach, kde nie je napojenie na cesty. Tieto typy hotela sa zásobujú prostredníctvom lanovky alebo horských nosičov. Hostom poskytujú športovo- rekreačné pobyty.

Kongresový hotel slúži na uskutočňovanie rôznych kongresových akcií, ako sú kongresy, konferencie alebo semináre. Nachádzajú sa v ňom rokovacie priestory, ktoré sú riadne vybavené tak, aby mohli poskytovať služby súvisiace s takýmito udalosťami. Kongresovým hotel môže byť iba hotel, ktoré sa zaraďuje do triedy minimálne ***. Taktiež musí vyhovovať minimálnemu počtu bodov, stanovených vo fakultatívnych znakoch špeciálne pre takýto typ hotela.

Wellness hotel je využívaný najmä na pobyty spojené s odbornou starostlivosťou a rehabilitáciou ubytovaných hostí. Nachádzajú sa tam športové a rekreačné zariadenia. Čo sa týka stravy, hostom sa servíruje racionálna strava.

Kúpeľný hotel sa buduje na miestach, ktoré majú štatút kúpeľného miesta. Hostia využívajú liečebnú starostlivosť a taktiež aj služby lekára.

Boutique hotel má k dispozícii menej izieb a je situovaný v historických budovách. Interiéry sú vybavené luxusným až exkluzívnym nábytkom a doplnkami (Hrubalová, 2015).

1.2. Kvalita v cestovnom ruchu

Kvalita je dôležitým faktorom, ktorý zasahuje do všetkých oblastí nášho života. V cestovnom ruchu sa týka nielen vybavenosti a služieb, ale aj prostredia (Gúčík, Gajdošík, Lenczésová, 2016).

Pod pojmom kvalita nerozumieme len niečo najlepšie alebo najdrahšie, pretože účastník cestovného ruchu môže vyjadrovať spokojnosť aj s lacnejším a jednoduchším ubytovaním. Účastník cestovného ruchu väčšinou za kvalitu považuje súlad medzi svojou predstavou o službách a skutočnosťou (Orieška, 2010).

Kvalita je dôležitým nástrojom pri vytváraní pozície na trhu. V celej podnikateľskej činnosti sa javí ako kvalita práce, kvalita poskytovaných služieb alebo ako kvalita riadenia.

Jej zvyšovanie zabezpečuje efektívnosť a konkurencieschopnosť určitej organizácie. Pojem kvalita označuje súhrn vlastností výrobku a služby, na základe ktorých uspokojujú stanovené potreby. Pod pojmom kvalita môžeme rozumieť tiež:

- Schopnosť produktov a služieb uspokojiť potreby a požiadavky zákazníka
- Faktor prítomnosti a budúcnosti
- Konkurenčnú výhodu (Karkalíková, 2017).

Existuje viacero definícií kvality. Norma ISO 9000:2015 Systémy manažérstva. Základy a slovník definuje kvalitu ako „mieru, s akou súbor vlastných charakteristík objektu spĺňa požiadavky“.

Podľa Parasuramana (1995) je kvalita „stupňom splnenia očakávania zákazníkov poskytnutou službou alebo disproporcia ako (ne)súlady medzi očakávaním a výkonom (Parasuraman in Michalová, 2006).

Mateides definuje kvalitu služby ako schopnosť producenta vytvoriť požadovaný výkon podľa zákazníkových očakávaní na určitej úrovni (Mateides, 2006).

Medzi definície kvality môžeme zahrnúť tvrdenia niektorých zakladateľov teórie kvality, ktoré sú:

- „Kvalita je vhodnosť na použitie“ (J.M. Juran in Gúčik, Gajdošík, Lencséssová, 2016)
- „Kvalita je zhoda s požiadavkami“ (Ph. Crosby in Gúčik, Gajdošík, Lencséssová, 2016)
- „Kvalita je to, keď sa vracia zákazník, nie tovar“ (W.E. Deming in Karkalíková, 2017)

UNWTO (Svetová organizácia cestovného ruchu) kvalitu definuje ako výsledok procesu, ktorý vedie k uspokojeniu všetkých opodstatnených potrieb, požiadaviek a očakávaní zákazníka týkajúcich sa produktu a služieb, a to za prijateľnú cenu, v súlade so vzájomne akceptovanými zmluvnými podmienkami a určujúcimi kvalitatívnymi determinantmi, ako je bezpečnosť, hygiena, dostupnosť služieb cestovného ruchu, transparentnosť, autenticita a súlad aktivít cestovného ruchu s ľudským a prírodným prostredím.

Takmer zo všetkých definícií vyplýva, že najdôležitejším znakom kvality je uspokojovanie potrieb a očakávaní zákazníkov (Karkalíková, 2017).

Kvalita nie je len požiadavkou zákazníka, ale aj organizácie, ktorá chce vyrábať konkurencieschopné produkty a služby. Požiadavky na kvalitu služieb charakterizujeme ako vyjadrenie potrieb vo vzťahu k súboru kvantitatívne a kvalitatívne vyjadrených požiadaviek. Na hodnotenie kvality služieb zákazník využíva znaky služieb, ako sú napríklad dôveryhodnosť, skúsenosť, prísľub, bezpečnosť, zdvorilosť, dostupnosť, prístup, komunikácia a iné. Tieto znaky predstavujú určité riziko pri rozhodovaní o kúpe služby. Zákazník sa preto snaží získať informácie z vonkajších zdrojov, ako sú napr. odporúčania známych, aby znížil mieru rizika (Karkalíková, 2017).

Kvalita služieb je vo veľkej miere ovplyvňovaná spoľahlivosťou služby, citlivosťou prístupu k zákazníkovi, kompetentnosťou zamestnancov a ich pozornosťou, akú venujú k želaniam zákazníkov (funkčná kvalita) a v menšej miere ju ovplyvňuje prostredie (technická kvalita).

Najdôležitejším faktorom, ktorý vplýva na kvalitu služieb sú zamestnanci, ktorým preto treba venovať pozornosť. Taktiež je dôležité zaoberať sa procesom, akým sa služba poskytuje, marketingu, novým trendom a technológiám a poskytovaniu informácií zákazníkom.

Pre producenta služieb je dôležité poznať znaky kvality služieb z hľadiska dopytu aj ponuky. Medzi znaky služby z hľadiska zákazníka patrí spoľahlivosť služby, citlivosť prístupu k zákazníkovi, kvalifikovanosť personálu, vcítenie sa do osobitných želaní zákazníka, vplyv prostredia na zákazníka. Medzi znaky procesov poskytovania služby z hľadiska producenta patrí technická vybavenosť, zamestnanci, pracovné postupy pri poskytovaní služby, poskytovanie informácií zákazníkom (Gúčik, Gajdošík, Lencséssová, 2016).

Tabuľka č.2 Znaky kvality služieb v cestovnom ruchu z pohľadu zákazníka

DIMENZIA	UBYTOVACIE SLUŽBY
Spoločnosť služby	<ul style="list-style-type: none"> • Rezervovanie ubytovanie je rýchle • Izba je pripravená včas • TV, rádio a iné vybavenie je bezchybné • Host dostane to, za čo si zaplatil

<p>Kvalifikovanosť pracovníkov</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zamestnanci poznajú miestne atraktivity • Správajú sa k hosťom s rešpektom • Sú zdvorilí pri rozhovore so zákazníkom • Prostredie v hoteli je bezpečné • Prístup k odbytovým strediskám v hoteli je pohodlný
<p>Citlivosť prístupu k zákazníkovi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zamestnanci reagujú promptne na želania zákazníka • Host' je o produkte hotela informovaný • Zamestnanci sú ochotní pomôcť hosťovi s akoukoľvek požiadavkou • Zamestnanci sa snažia promptne riešiť problémy
<p>Vcítienie sa do osobitných želaní zákazníka</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Položky na hotelovom účte sú hosťovi riadne vysvetlené • Na recepcii sa hosťovi hneď niekto venuje • Pri rezervácii ubytovania sa zamestnanec zaujíma o špeciálne požiadavky hosťa • Zamestnanci predvídajú želania hostí
<p>Vplyv prostredia na zákazníka</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recepčia je vizuálne atraktívna • Zamestnanci sú čistí a upravení • Atmosféra v reštaurácii je príjemná • Obchody sú atraktívne • Okolie hotela je atraktívne • Hotel je dobre osvetlený • Interiér a okolie hotela sú udržiavané • Hotel je čistý

Zdroj: Gúčik, Gajdošík, Lencséssová, 2016.

1.3. Marketingová komunikácia v cestovnom ruchu

Marketing je dôležitou súčasťou činnosti každého podniku. Ako nástroj pomáha dosahovať podnikateľské ciele pri uspokojovaní potrieb zákazníkov (Hrubalová, 2015).

Z celospoločenského hľadiska Kotler definuje marketing ako „spoločenský a riadiaci proces, v ktorom jednotlivci a skupiny získavajú prostredníctvom vytvárania a výmeny produktov a hodnôt to, čo potrebujú a chcú“ (Kotler, Armstrong, 1992).

Poznať potreby a požiadavky zákazníkov a vedieť ich uspokojiť je veľmi dôležité pri dosahovaní úspechu na vyspelých trhoch cestovného ruchu. Podstatou marketingu služieb hotela je orientovanie sa na uspokojovanie potrieb a plnenie požiadaviek hostí, za účelom dosiahnutia priemerného zisku (Királ'ová, 2002).

Marketingová komunikácia predstavuje systém komunikačných metód a prostriedkov, ktoré slúžia na prezentovanie podniku cestovného ruchu a jeho produktov existujúcim a potenciálnym zákazníkom (Gúčík a kol. in Hrubalová, 2015). Marketingová komunikácia zahrňuje činnosti ako poskytovanie informácií, oboznamovanie s produktami a službami, vyzdvihnúť ich kvalitu, hodnotu použitia ale aj schopnosť počúvať a prijímať podnety a požiadavky spotrebiteľa (Kita, 2010).

Spôsob komunikácie hotela ovplyvňuje predovšetkým charakter a počet hostí, informácie, ktoré vyžadujú, pozícia hotela na trhu, finančné možnosti hotela ale aj konkurencia. Jednou z najlepších a najefektívnejších foriem komunikácie je odporúčenie od niekoho, kto hotel navštívil.

Správanie hostí a presadenie cieľov ubytovacieho zariadenia môžeme ovplyvniť viacerými nástrojmi, ktoré spolu tvoria komunikačný mix. Do komunikačného mixu patrí najmä reklama, podpora predaja, vzťahy s verejnosťou, osobný predaj a priamy marketing (Hrubalová, 2015). Všetky tieto zložky dokážu vyvolať u host'a pozornosť a záujem o kúpu. Komunikačným mixom sa hotel snaží využiť možnosti na trhu a ovplyvniť vybrané segmenty trhu k nákupu produktu (Királ'ová, 2002).

1.3.1. Komunikačný mix

Reklama predstavuje platenú formu neosobnej komunikácie o produkte a to prostredníctvom rôznych médií (Horner, Swarbrooke, 2003). Pre hotel môže byť reklama veľmi efektívnym spôsobom komunikácie, pretože má dosah na veľký počet existujúcich i potenciálnych hostí pri nízkych nákladoch (Királ'ová, 2002).

Medzi výhody reklamy patrí pružnosť, schopnosť zamerať sa na veľké množstvo ľudí a na presné segmenty, efektívnosť vzhľadom na vynaložené náklady a možnosť pravidelného opakovania oznámenia prostredníctvom rôznych médií.

Nevýhodou môžu byť vyššie náklady za návrh a prevedenie, najmä v televízii počas hlavného vysielacieho času. Taktiež je ťažké sledovať jej účinnosť, pretože jej ciele bývajú dlhodobé (Horner, Swarbrooke, 2003). Hotel využíva najčastejšie hotelové prospekty a katalógy, ktoré hosťom ponúkajú informácie o hoteli a okolí a motivovať hosť a k pobytu, noviny, časopisy, televíziu, rozhlas, billboardy, internet a rôzne iné.

Oznámenia v novinách majú dosah na lokálny trh za nižšiu cenu ako iné médiá. Nevýhodou je nižšia kvalita tlače a krátka životnosť.

Časopisy majú výhodu v lepšej grafike a tlači a majú dlhšiu životnosť. Veľmi efektívne je oslovenie určitých segmentov špecializovanými časopismi. Nevýhodná je však dlhšia výroba.

Veľmi pohodlné pre hostí je komunikácia prostredníctvom televízie, pretože ich oslovuje najmä v ich domácnostiach. Tento typ reklamy je však finančne náročný a oznámenie má krátku životnosť.

Využívanie rozhlasu je výhodné, predovšetkým kvôli flexibilita a nižším nákladom. Avšak môže vytvárať iba zvukové oznámenie, čo môže byť nevýhodou.

Medzi priestorovú reklamu patria billboardy, značky na cestách alebo elektrické svetelné značky. Tieto formy reklamy sú flexibilné, náklady na realizáciu sú pomerne nízke a oslovujú veľké množstvo ľudí. Komunikačné oznámenia musia byť krátke a výstižné.

V dnešnej dobe je najviac využívaný internet, preto musia byť hotelové webové stránky atraktívne, aktuálne a mať zaujímavý obsah, aby zaujali potenciálnych hostí (Királ'ová, 2002).

Podpora predaja zahŕňa činnosti alebo materiály, ktoré majú za úlohu presvedčiť existujúcich i potenciálnych zákazníkov o nákupe (Horner, Swarbrooke, 2003). Účinnou aktivitou hotela je napríklad poskytnutie štyroch nocí prenocovania za cenu troch, fľaša šampanského v hotelovej izbe alebo voľný vstup do určitej turistickej atrakcie v okolí hotela a pod. Častou formou podpory predaja je poskytnutie darčkového predmetu alebo suveníru. Rozšírenými aktivitami sú tiež rôzne súťaže, ktoré organizuje hotel ale aj systém klubových preukazov, ktoré keď hostia vlastnia, získavajú rôzne výhody (Királ'ová, 2002).

Vzťahy s verejnosťou (Public Relations) predstavujú rozvážnu, plánovanú a vytrvalú snahu o udržovanie a zlepšovanie vzájomných vzťahov medzi hotelom a verejnosťou. Mat' dobrý vzájomný vzťah s verejnosťou je pre hotel základom úspešnosti na trhu cestovného ruchu (Királ'ová, 2002). Dobré vzťahy s verejnosťou môže hotel získať pozitívnou

publicitou, vytváraním dobrého imidžu a rýchlym riešením nepriaznivých udalostí (Kotler a kol. in Hrubalová, 2015).

Osobný predaj ako základná forma predaja ubytovacích služieb, má za cieľ vytvárať hodnotné a dlhodobé vzťahy s hosťami, prostredníctvom osobnej komunikácie. Zabezpečuje rýchle a flexibilné získavanie informácií (Hrubalová, 2015). V porovnaní s reklamou je táto forma komunikácie zameraná na malý počet ľudí alebo len na jednotlivcov, avšak má väčšiu účinnosť a výhodu v okamžitej spätnej väzbe (Horner, Swarbrooke, 2003).

Kita a kol. definuje priamy marketing ako „interaktívnu metódu marketingu využívajúcu databázu minulých, súčasných a potenciálnych zákazníkov na oslovenie a tvorbu individualizovaných vzťahov k trhovým segmentom“ (Kita a kol., 2010). Ide o formu priamej distribúciu. Medzi hlavné nástroje priameho marketingu patrí osobný predaj, elektronická pošta, tele-marketing, predaj cez internet alebo zasielanie správ poštou (Hrubalová, 2015).

2 Cieľ práce

V cestovnom ruchu existuje viacero segmentov, pre ktoré je charakteristická odlišnosť požiadaviek na rozsah, štruktúru a kvalitu poskytovaných služieb. Ubytovacie zariadenia môžu byť využívané na oddych, prácu, kultúru, rekreáciu a iné aktivity, od čoho sa líšia aj požiadavky jednotlivých segmentov. Napríklad rodina s deťmi sa nepôjde ubytovať do business hotela, ktorý väčšinou neponúka žiadne služby pre deti a naopak, obchodní cestujúci, ktorí cestujú za prácou nepôjdu do hotela kde je množstvo detí.

V našom prípade sme si vybrali špecifický segment hokejových fanúšikov, keďže sa tento rok sa v Bratislave konajú majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji 2019. Keďže návštevníkmi zimného štadióna Ondreja Nepelu nebudú iba občania Bratislavy ale aj zahraniční fanúšikovia, je dobré zistiť, aké možnosti ubytovania Bratislava ponúka.

Hlavným cieľom bakalárskej práce s názvom Kvalitatívne požiadavky na zariadenie cestovného ruchu a spôsob ich hodnovernej komunikácie bolo na základe analýzy ponuky ubytovacích zariadení v Bratislave, konkrétne v blízkosti zimného štadióna Ondreja Nepelu, identifikovať rozdiely medzi nimi a navrhnúť zlepšenia pri komunikácii a uspokojovaní potrieb.

Na splnenie hlavného cieľu práce bolo potrebné splniť čiastkové ciele, medzi ktoré patria:

- Podrobnejšia charakteristika základných teoretických pojmov, ktoré sú potrebné na vypracovanie praktickej časti bakalárskej práce
- Porovnanie ponuky základných a doplnkových služieb vybraných ubytovacích zariadení v okolí zimného štadióna
- Zhodnotenie obsahu webových stránok, rozsahu informácií, ktoré sú zverejnené na stránkach
- Rozbor recenzií a následná komparácia hodnotení kvality ubytovacích zariadení
- Analyzovať vplyv majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji na turizmus v Bratislave
- Identifikovať a porovnať ponuku služieb a pripravenosť ubytovacích zariadení počas MS v ľadovom hokeji 2019 a zhodnotiť komunikáciu tejto športovej udalosti

3 Metodika práce a metódy skúmania

3.1. Charakteristika objektu skúmania- ubytovacie zariadenia v Bratislave

Hlavné mesto Slovenskej republiky je považované za bezpečnú turistickú destináciu, v ktorej nájdete primerané ceny a kvalitu služieb. Je situovaná priamo v srdci Európy na brehoch rieky Dunaja.

Každoročne Bratislavu navštevuje množstvo turistov. Najčastejšími návštevníkmi hlavného mesta sú obyvatelia Českej republiky, Nemecka a Rakúska. V roku 2018 ju navštívilo takmer 1,3 milióna ľudí, ktorí spolu uskutočnili viac ako 2,5 milióna prenocovaní, čo je v priemere 2,09 noci na návštevníka. Návštevníci majú k dispozícii 171 rôznych ubytovacích zariadení

Návštevníci majú v Bratislave k dispozícii širokú ponuku rôznych ubytovacích zariadení od najdrahších až po najlacnejšie typy. V roku 2018 bolo zaznamenaných 171 ubytovacích zariadení.

Tabuľka č.3 Ubytovacie zariadenia v Bratislave.

Kategória UZ	Počet ubytovacích zariadení
Ubytovacie zariadenia spolu 2018	171
1. Hromadné ubytovacie zariadenia spolu	153
1.1. Hotely (motely, botely) a penzióny	97
Hotely (motely, botely) spolu	78
Hotely ***** a Hotely (motely) ****	35
Hotely *****	5
Hotely (motely) ****	30
Hotely (motely) ***	26
Hotely (motely) **	7
Hotely (motely) *	5
Kongresové hotely ***** až ***	6
Boutique hotely ***** a ****	5
Botely spolu	5

Penzióny spolu	19
1.3. Turistické ubytovne	11
1.5. Ostatné hromadné ubytovanie	42
2. Ubytovanie v súkromí spolu	18
Izby v súkromnom objekte *** až *	4
Súkromné objekty *** až *	10
Prázdninový byt *** až *	4

Zdroj: Štatistický úrad SR, 2019.

Vzhľadom na konajúce sa majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji v máji 2019, ktoré sa odohrajú na aj zimnom štadióne Ondreja Nepelu v Bratislave, navštívi hlavné mesto množstvo turistov, ktorí budú počas tejto športovej udalosti využívať ubytovacie služby.

Spomínaný zimný štadión Ondreja Nepelu je najstaršou hokejovou halou na Slovensku. Prvé bratislavské klzisko s umelým ľadom na dnešnej Trnavskej ceste začali budovať v roku 1939. Prvé oficiálne hokejové stretnutie sa odohralo v decembri 1940. Klzisko nebolo kryté a sektor pre divákov okolo mantinelov ponúkal len 300 miest pre verejnosť. Neskôr však boli vybudované tribúny a kapacita sa tak zvýšila na 11 tisíc divákov. V roku 1958 sa na štadióne konali majstrovstvá Európy v krasokorčuľovaní a plochu zastrešili a vybudovali ďalších 4000 miest na sedenie.

3.2. Metodika výskumu

Vzhľadom na aktuálnu situáciu na Slovensku, sme si zvolili udalosť, ktorá sa bude konať 10.-26. mája 2019 v Bratislave a Košiciach. Ide o Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji, ktoré sa na Slovensku konajú už po druhý raz. Prvý krát sa tu konali v roku 2011 a prilákali viac ako 400 tisíc návštevníkov, z toho 291 227 navštívilo Bratislavu. Očakáva sa, že návštevnosť z roku 2011 bude s veľkou pravdepodobnosťou prekonaná.

Vzhľadom na rôznorodosť fanúšikov, existujú aj rôzne požiadavky návštevníkov na zariadenia cestovného ruchu, a to na ubytovanie, stravovanie a najmä na kvalitu poskytovaných služieb.

Za skúmané objekty sme si zvolili ubytovacie zariadenia rôznych kategórií a tried, situovaných v okolí zimného štadióna Ondreja Nepelu v Bratislave, na ktorom sa odohrajú Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji 2019.

Kritériom výberu ubytovacích zariadení, bola vzdialenosť od štadiónu 1-2 kilometre. Túto požiadavku spĺňalo 11 ubytovacích zariadení, ktorých ponuku a komunikáciu služieb sme následne skúmali a porovnávali.

Pri spracovaní teoretickej časti bakalárskej práce sme využívali metódu štúdia domácej a zahraničnej odbornej literatúry. Údaje sme čerpali prevažne z knižných zdrojov, vyhlášky Slovenskej republiky ale aj internetových zdrojov.

V teoretickej časti sme sa zaoberali základnými pojmami ako sú cestovný ruch, služby, ubytovacie zariadenia a kvalita v cestovnom ruchu. Taktiež sme podrobne rozobrali marketingovú komunikáciu v cestovnom ruchu a službách.

4 Výsledky práce a diskusia

4.1. Ubytovacie zariadenia v blízkosti zimného štadióna Ondreja Nepelu v Bratislave

Bratislava je hlavným mestom Slovenskej republiky, ktoré leží na hranici troch suverénnych štátov - Slovenska, Rakúska a Maďarska. 247 rokov bola hlavným a 267 rokov korunovačným mestom Uhorského kráľovstva. Najväčší rozmach zažila za vlády Márie Terézie, ktorá sídlila na Bratislavskom hrade. Ako moderná európska metropola a zaujímavá turistická destinácia sa začala profilovať až po páde Železnej opony v roku 1989.

Hlavné mesto SR patrí medzi najmladšie európske hlavné mestá. Je politickým, obchodným, kultúrnym a vzdelanostným centrom Slovenska. Vďaka 11 univerzitám a vysokým školám je Bratislava považovaná za mesto mladých. Jeho ulice naplňujú turisti aj obchodní cestujúci.

Dnešná Bratislava je navštevovaná najmä vďaka svojim pamiatkam, medzi ktoré patrí spomínaný Bratislavský hrad, ktorý je dominantou hlavného mesta, ďalej Dóm sv. Martina, Stará radnica, Primaciálny palác, Michalská brána, Hrad Devín a Slavín.

Lákadlom pre návštevníkov budú určite aj Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji, ktoré sa v Bratislave uskutočnia v máji 2019 na zimnom štadióne Ondreja Nepelu. V čase konania Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji v roku 2011 navštívilo Bratislavu viac ako 290 tisíc návštevníkov. Dôsledkom toho sa zvýšil počet ubytovaných a počet prenocovaní v porovnaní s inými mesiacmi toho roku. Podobný jav môžeme očakávať aj v roku 2019.

V Bratislavskom kraji sa nachádza 277 ubytovacích zariadení rôznych kategórií a tried, z toho priamo v Bratislave je situovaných 171 ubytovacích zariadení. Svoje hotely tu majú aj renomované hotelové reťazce Starwood Hotels & Resorts, Carlson Rezidor Hotel Group, iHG, Grand Hotel River Park, Accor, Hilton Worldwide, Austria Trend Hotels a Falkensteiner Hotels & Residences.

V okolí zimného štadióna Ondreja Nepelu, sme vybrali 11 typov zariadení, ktoré sú vo vzdialenosti 1-2 kilometre od štadiónu. Takmer všetky z vybraných zariadení patria do kategórie Hotel a iba jeden typ je Apartmánový dom. Čo sa týka tried, z celkového počtu zariadení je 7 4-hviezdičkových, 2 3-hviezdičkové a 1 1-hviezdičkový.

Medzi vybrané ubytovacie zariadenia patrí DoubleTree by Hilton Hotel Bratislava, Hotel SET Bratislava, Lindner Hotel Gallery Central, Premium Business Hotel Bratislava,

Aston Business Hotel Bratislava, G Hotel Bratislava, Hotel Saffron, Apollo Hotel, Hotel Mama's, Hotel Arcus a Bastion Apartments.

DoubleTree by Hilton Hotel Bratislava je moderný 4-hviezdičkový hotel situovaný na križovatke obchodných, kultúrnych, športových a historických častí Bratislavy. Tento business hotel je spojený so zimným štadiónom Ondreja Nepelu, takže pre návštevníkov hokejových majstrovstiev je skvelou voľbou. Od historického centra mesta je vzdialený 10 minút a od letiska Milana Rastislava Štefánika 7 minút.

Hotel má k dispozícii 120 moderne zariadených izieb, pričom si klient môže vybrať z viacerých typov. Cena ubytovania za noc v tomto hoteli sa pohybuje medzi 77€ - 128€, pričom závisí od typu izby, termínu rezervácie a počtu osôb.

Obrázok č.1 DoubleTree by Hilton Hotel Bratislava



Zdroj: Google

Premium Business Hotel Bratislava je malý 4-hviezdičkový business hotel, v ktorom panuje rodinná atmosféra. Taktiež je prvým Feng-Shui hotelom v Bratislave. Nachádza sa v mestskej časti Ružinov a dá sa k nemu dostať zo všetkých hlavných staníc, ciest aj letiska. Od zimného štadiónu je vo vzdialenosti 800 metrov.

Hotel ponúka 42 pohodlne vybavených a klimatizovaných izieb, ktoré sú zariadené v štýle Feng-Shui. Na výber je jednolôžková izba Comfort, dvojlôžková izba Comfort, trojlôžková izba Comfort a rodinná izba Comfort. Cena z noc v tomto ubytovacom zariadení je 67€ – 109€.

Obrázok č.4 Premium Business Hotel



Zdroj: Google

Hotel SET Bratislava je malý útulný 4-hviezdičkový hotel. Nachádza sa hneď vedľa zimného štadiónu, takže je tiež výhodným ubytovaním pre návštevníkov majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji v máji 2019. Je prepojený s Národným tenisovým centrom, obchodné centrum Central je vzdialené 600 metrov od hotela a centrum Bratislavy sa nachádza 10 minút od hotela.

Hotel disponuje 25 izbami, z ktorých je 5 jednolôžkových, 12 dvojlôžkových, 2 deluxe dvojlôžkové, 2 štúdiá s balkónom, 2 junior suity, 1 suita Charlotte a 1 rodinný apartmán SET s terasou. Cena za noc taktiež závisí od typu izby, počte osôb a termínu pobytu.

Obrázok č.2 Hotel SET Bratislava



Zdroj: Google

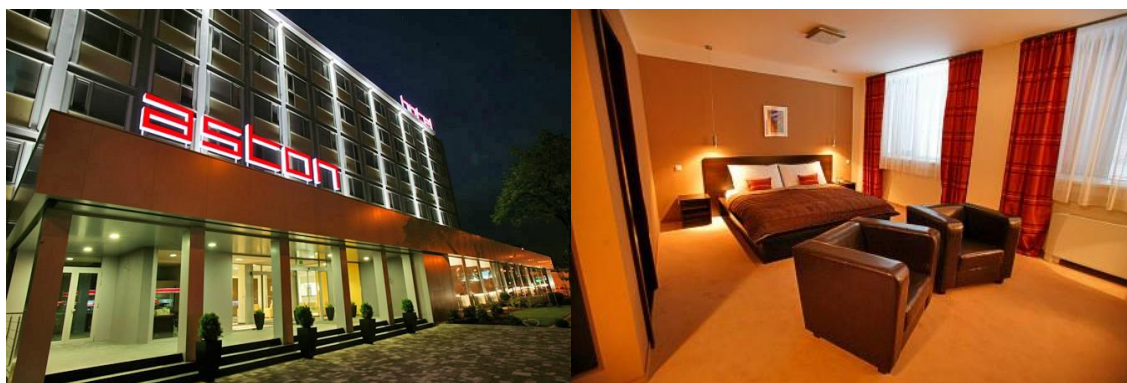
Aston Business Hotel je 3-hviezdičkový hotel, fungujúci od roku 2006. V hoteli vládne srdečná atmosféra a poskytuje vhodné business prostredie. Výnimočný je pre svoju

strategickú polohu, pretože sa nachádza na Bajkalskej ulici v Bratislave, čo je jeden z hlavných dopravných ťahov. Hokejový štadión sa od tohto hotela nachádza 1,5km.

Tento hotel ponúka 42 priestraných farebných izieb a apartmánov kategórie Standard Business (single, double alebo apartmán), s nadštandardnou rozlohou, dizajnovým zariadením a modernou technickou výbavou.

Jedna noc v izbe kategórie Standard Business počas týždňa (pondelok- štvrtok) je 119€. Počas víkendu (piatok- nedeľa) za jednu noc klient zaplatí 79€.

Obrázok č.5 Aston Business Hotel



Zdroj: Google

Apartmenty Bastion sú lacnejším ubytovacím zariadením, ktoré sa nachádza 20 minút chôdze od historického centra Bratislavy a 15 minút od zimného štadiónu.

V ponuke sú dvojpodlažné izby, ktoré môžu byť dvojlôžkové s oddelenými lôžkami alebo dvojlôžkové s manželskou posteľou. Ceny sa líšia vzhľadom na typ izby, dátum pobytu a počet osôb.

Lindner Hotel Gallery Central je 4-hviezdičkový hotel, ktorý sa nachádza na streche nákupného centra Central a vznikol v roku 2013. Vďaka svojej lokalite má vynikajúce dopravné spojenie do centra mesta aj na letisko. Od zimného štadiónu je hotel vzdialený 650 metrov.

V hoteli sa nachádza 222 izieb, z ktorých väčšina má krásny výhľad na bratislavské historické centrum a Bratislavský hrad. Izby sú moderné a útulné. Návštevník si môže vybrať zo 6 typov izieb, medzi ktoré patrí dvojlôžková izba Economy Class, dvojlôžková izba Economy Class Twin, dvojlôžková izba Business Class, dvojlôžková izba Business

Class Twin, dvojlôžková izba First Class a apartmán Junior. Cena za noc môže byť 68€ - 176€.

Obrázok č.3 Lindner Hotel Gallery Central



Zdroj: Google

G Hotel Bratislava je 1-hviezdičkový Garni Hotel, ktorý je situovaný 2km od centra Bratislavy a má výhodné spojenie do akejkoľvek lokality Bratislavy. V okolí hotela sa nachádza množstvo reštaurácií, nákupných centier a kaviarní.

Hotel ponúka ubytovanie v hotelovej časti aj v časti ubytovne. Hotelová časť má k dispozícii 21 jednoducho zariadených jednolôžkových, dvojlôžkových alebo trojlôžkových izieb. Izby sú riešené formou bunkového systému, čo znamená že izby majú spoločné hygienické zariadenie.

Cena za noc závisí najmä od typu izby a od počtu osôb v konkrétnej izbe. Napríklad v prípade dvojlôžkovej izby v bunkovom systéme, je cena z noc pre 2 osoby 38,50€ a pre 1 osobu 33,00€.

Obrázok č.6 G Hotel Bratislava Garni



Zdroj: www.ghotelba.sk

Apollo Hotel je 4-hviezdičkový hotel, vzdialený 1,8km od zimného štadiónu Ondreja Nepelu. Nachádza sa medzi Starým mestom a bratislavskou obchodnou štvrťou. Je situovaný na útulnom námestí so známou fontánou Milencov.

Hostia majú k dispozícii 105 komfortných a útulných izieb, ktoré boli zrenovované v rokoch 2016, 2017 a 2018. Na výber je niekoľko druhov izieb, ktoré sú zaradené v dvoch kategóriách- Komfort a Deluxe. V kategórii Komfort sú na výber dvojlôžkové a trojlôžkové. Deluxe Kategória má v ponuke dvojlôžkové izby a apartmány. Cena za noc je 66€ - 248€.

Obrázok č.7 Apollo Hotel

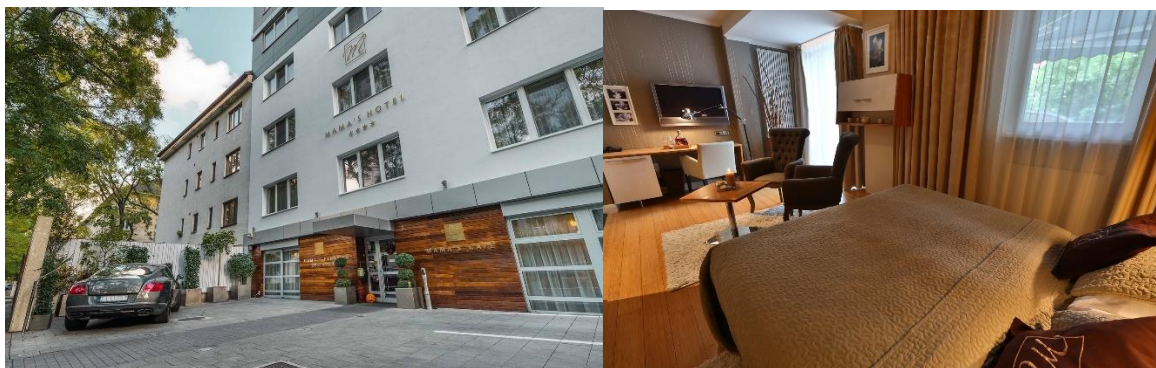


Zdroj: Google

Mama's Boutique Hotel je menší 4-hviezdičkový hotel butikového typu, situovaný v tichej rezidenčnej štvrti centra mesta. Hotel je elegantný, dizajnový s príjemnou rodinnou atmosférou. Je vzdialený 1,8km od hokejového štadiónu a 15km od letiska.

Izby hotela sú luxusne zariadené. Dominuje v nich teplý prírodný materiál, čelo postelí skrášľuje podsvietený prírodný kameň. Hostia si môžu vybrať rôzne typy vankúšov z vankúšového menu. Izby sú v troch kategóriách, a to Executive, Superior a Apartmán. Ceny za noc sa pohybujú v rozmedzí 87€ – 357€.

Obrázok č.8 Mama's Boutique Hotel



Zdroj: Google

Hotel Saffron je 4-hviezdičkový biznis hotel, ktorý sa nachádza v centre Bratislavy. V okolí hotela sa nachádza Prezidentský palác a historické centrum mesta. Tento hotel je vhodný pre obchodných cestujúcich ako aj pre cestujúcich za oddychom.

Hotel ponúka 122 izieb vrátane 4 apartmánov. Každé poschodie v hoteli je charakteristické inou farbou. Izby sú elegantné a na výber majú hostia 4 typy- Standard Room, Family Room, Double Deluxe Room a Apartmán. Ceny za noc sú rozdielne v závislosti od obdobia a pohybujú sa v rozmedzí 56€ - 192€.

Obrázok č.10 Hotel Saffron



Zdroj: Google

Arcus Hotel je útulný rodinný 3-hviezdičkový hotel, situovaný na tichej ulici, vzdialený 10 minút od centra mesta. Zriadený bol v roku 1993 v obytnom dome a od roku 2001 spĺňa kritéria typu Garni***. Hotel disponuje krásnou a tichou záhradou.

V hoteli sa zachovala pôvodná architektúra, vďaka čomu sú izby nadštandardne priestrané s vysokými stropmi. V tomto ubytovaní sa nachádza 13 izieb, z toho 2 jednolôžkové a 11 dvojlôžkových. Izby sú nefajčiarske.

Cena opäť závisí od typu izby, počtu osôb a termínu. V hoteli Arcus hostia môžu zaplatiť 55€ - 191€ za noc.

Obrázok č.9 Hotel Arcus



Zdroj: Google

Tabuľka č.4 Všeobecné informácie o ubytovacích zariadeniach

NÁZOV	KATEGÓRIA	TRIEDA	POČET IZIEB	CENA ZA NOC	VZDIALENOSŤ OD ZŠ
DoubleTree by Hilton Hotel Bratislava	Hotel	****	120	77 € – 128 €	0,2km
Hotel Set	Hotel	****	25	60 € – 70 €	1,5km
Lindner Hotel Gallery Central	Hotel	****	222	68 € – 176 €	1,8km
Premium Business Hotel Bratislava	Hotel	****	42	67 € – 109 €	0,8km
Aston Business Hotel	Hotel	***	42	53 € – 147 €	1,5km
G Hotel Bratislava	Hotel	*	21	35 € – 53 €	1,8km
Apollo Hotel	Hotel	****	105	66 € – 248 €	1,8km

Mama´s Design & Boutique Botel	Hotel	****	15	87 € – 357 €	1,8km
Arcus Hotel	Hotel	***	13	55 € – 191 €	2,1km
Hotel Saffron	Hotel	****	122	56 € – 192 €	2,0km
Bastion Apartments	Apartmány	—	6	60 € – 70 €	1,6km

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Z tabuľky č.3 môžeme vyčítať, že takmer všetky z vybraných ubytovacích zariadení patria do kategórie Hotel a prevažuje trieda ****. Najmenšiu vzdialenosť k zimnému štadiónu má DoubleTree by Hilton Hotel Bratislava, čo je dôsledkom prepojenia objektov. Pre návštevníkov MS v ľadovom hokeji 2019 je výhodným ubytovacím zariadením aj Premium Business Hotel Bratislava, ktorý je od štadiónu vzdialený iba 800 metrov chôdze. Z vybraných ubytovaní je najďalej Arcus Hotel, z ktorého je to na hokejový štadión 2,1km autom ale peši je to 1,6km. Všetky ubytovania však majú skvelú dopravnú ale aj pešiu dostupnosť do centra mesta a k okolitým pamiatkam.

Čo sa týka kapacity, najviac izieb má Lindner Hotel Gallery Central, ktorý sa taktiež nachádza v blízkosti hokejového štadiónu. Z celkového počtu 222 izieb, si návštevník môže vybrať zo 6 typov izieb, pričom takmer všetky disponujú nádherným výhľadom. Na druhom mieste v počte izieb je Hotel Saffron, ktorý má k dispozícii 122 izieb 4 rôznych typov. 120 izieb má v ponuke DoubleTree by Hilton Hotel Bratislava.

Ceny za ubytovanie vo vybraných ubytovacích zariadeniach môžeme rozdeliť do 3 cenových kategórií- nižšia, stredná a vyššia. Medzi nižšiu cenovú kategóriu môžeme zaradiť G Hotel Bratislava, ktorý patrí do kategórie Garni Hotel s triedou *. Je to jednoduchý lacný hotel, pre nenáročných návštevníkov, v ktorom za noc hosť zaplatí 35€ - 53€. Do vyššej cenovej kategórie môžeme zaradiť Mama´s Boutique Hotel, v ktorom za noc návštevník utratí 87€ - 357€. Do rovnakej triedy spadá aj DoubleTree by Hilton Hotel Bratislava, v ktorom noc stojí 77€ -128€. Všetky ostatné ubytovacie zariadenia môžeme zaradiť do strednej cenovej kategórie.

4.2.Komunikácia a vnímanie kvality vybraných ubytovacích zariadení

Vzhľadom na obsah predchádzajúcej podkapitoly môžeme povedať, že medzi vybranými ubytovacími zariadeniami sú rozdiely, najmä v lokalite ubytovania, v kapacite a medzi niektorými aj značné rozdiely v cene ubytovania za noc.

Každé ubytovacie zariadenie sa orientuje na rôznu klientelu, avšak pri niektorých, ktoré majú v názve „Business“, vieme, že hlavným segmentom zákazníkov sú obchodní cestujúci. Medzi vybranými zariadeniami sú aj také, ktoré sa orientujú na rôzne typy návštevníkov. Taktiež sa tieto ubytovacie zariadenia líšia ponukou služieb, ktoré sme priblížili v tabuľke č.4.

Tabuľka č. 5 Hotelové služby.

NÁZOV	PARKOVANIE	REŠTAURÁCIA	KONFERENČNÉ SLUŽBY	SLUŽBY PRE DETI	ZVIERATÁ	RELAXAČNÉ SLUŽBY
DoubleTree by Hilton Hotel Bratislava	áno	áno	áno	áno	áno	áno
Premium Business Hotel Bratislava	áno	áno	áno	—	—	áno
Hotel Set	áno	áno	áno	—	áno	áno
Aston Business Hotel	áno	áno	áno	—	—	áno
Bastion Apartments	áno	áno	nie	—	—	nie
Lindner Hotel Gallery Central	áno	áno	áno	áno	—	áno

G Hotel Bratislava	áno	nie	áno	—	—	nie
Apollo Hotel	áno	áno	áno	—	áno	áno
Mama's Boutique Hotel	nie	áno	áno	áno	áno	áno
Hotel Saffron	áno	áno	áno	—	—	áno
Arcus Hotel	áno	nie	nie	—	áno	nie

Zdroj: Vlastné spracovanie.

DoubleTree by Hilton Hotel Bratislava ponúka pre svojich hostí množstvo rôznych služieb. Medzi základné služby hotela patrí parkovanie, ktoré hostia môžu využiť za poplatok 20€/deň.

V hoteli sa nachádza pravá talianska reštaurácia Toscana s otvorenou kuchynou, reštaurácia Opus, v ktorej si hostia môžu vychutnať raňajky a taktiež majú hostia k dispozícii hotelový bar.

Tento moderný biznis hotel ponúka skvelé služby pre obchodných cestujúcich. Hotel disponuje najväčšou konferenčnou miestnosťou s rozlohou 1200m², 6 zasadacími miestnosťami a taktiež je tu možnosť využitia miestnosti Hilton Ballroom pre rôzne oslavy. Obchodní návštevníci hotel môžu využiť služby ako sú prenájom audiovizuálnych zariadení, bezplatnú tlačovú službu, expresnú poštu a ďalšie.

V rámci služieb pre deti je v hoteli k dispozícii ohrádka na hranie, vysoké stoličky a detské menu v reštaurácii. Taktiež je možné do tohto hotela priniesť aj domáce zvieratá maximálnej hmotnosti 34kg, avšak treba zaň zaplatiť zálohu 15€.

Toto ubytovacie zariadenie má vybudované Fitness&Wellness Centrum , ktoré ponúka posilňovňu, krytý bazén, suchú a parnú saunu a vyhrievaný bazén.

Čo sa týka doplnkových služieb, DoubleTree by Hilton Hotel Bratislava má v ponuke množstvo služieb ako úschovňa batožiny, práčovňa a iné.

Všetky informácie o hoteli a okolí návštevník nájde na oficiálnej stránke hotela, ale aj na webových portáloch ako Booking alebo Tripadvisor. Oficiálna stránka hotela sa dá zobrazit' v 7 jazykoch, konkrétne v angličtine, nemčine, poľštine, rumunčine a ruštine, avšak

slovenčina sa v ponuke nenachádza. Na úvodnej stránke nájdeme kontaktné údaje, základné informácie o hoteli, okolitých atrakciách a o niektorých hotelových službách, ktoré sú podrobne opísané v osobitej sekcii „služby“. Hotel na svojej webovej stránke zverejňuje aj zopár recenzií z portálu TripAdvisor. Zaujemca o ubytovanie v tomto hoteli si môže tiež prezrieť pár fotografií interiéru a exteriéru hotela, ktoré však nemusia zobrazovať skutočnosť. Fotografie od hostí hotela môžeme nájsť na stránke TripAdvisor.sk. Stránka tiež obsahuje možnosť okamžitého rezervovania ubytovania. Návštevníci, ktorí tento hotel navštívia po prvýkrát, ocenia informácie o možnostiach dopravy do hotela.

DoubleTree by Hilton Hotel Bratislava využíva aj sociálne siete ako Facebook a Instagram, na ktorých pridáva rôzne príspevky. Na žiadnej zo spomenutých stránok však hotel nezmieňuje Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji 2019, ktoré sa budú odohrávať na zimnom štadióne Ondreja Nepelu, ku ktorému má tento hotel najmenšiu vzdialenosť zo všetkých vybraných ubytovacích zariadení. Napriek tomu, bude mať hotel ubytovaných dostatok hostí, vrátane hokejových fanúšikov. Avšak nepropagovanie takéhoto podujatia môže pre hotel znamenať, že nezískajú nových klientov v prípade konania iného veľkého podujatia.

Premium Business Hotel Bratislava má pre svojich hostí k dispozícii bezplatné parkovanie pred hotelom alebo v hotelovom dvore. V rámci hotela sa nachádza reštaurácia Olivia, ktorá je zameraná na kvalitné jedlá a taktiež ponúka aj denné menu počas týždňa.

Tento malý biznis hotel je vhodnou voľbou pre obchodných cestujúcich, pretože ponúka 4 klimatizované konferenčné priestory s kapacitou až 120 osôb. Prenajať si môžu od hotela rôzne zariadenia potrebné pre konferencie. Hotel dokáže zabezpečiť prekladateľa, hostesky a rôzne iné želania hostí. Konferenčné služby hotela zahŕňajú aj občerstvenie.

Súčasťou hotela je aj privátne Relax Centrum, ktoré ponúka suchú a parnú saunu, vírivku a odpočinkovú miestnosť. Návštevník má k dispozícii župan, uterák, papuče, plachtu a priestor na prezliekanie.

Na oficiálnej webovej stránke hotela sme nenašli informácie o službách pre deti, ale v ponuke majú rodinnú izbu pre 4 osoby. Taktiež sme nenašli žiadne informácie o domácich zvieratách. Stránka je však veľmi prehľadná a nájdeme tam všetky iné dôležité informácie. V prípade otázok a dotazov je na stránke k dispozícii kontaktný formulár. Menu obsahuje aj sekciu „hodnotenia zákazníkov“, avšak žiadne hodnotenia sa tam nenachádzajú.

Na Facebooku toto ubytovanie zverejňuje predovšetkým ponuku obedového menu hotelovej reštaurácie a niektoré dôležité oznamy. Pri otvorení ich facebookovej stránky

okamžite vyskočí možnosť odoslania správy, na ktorú hotel odpovie behom niekoľkých hodín.

Tento biznis hotel taktiež nepropaguje hokejové majstrovstvá ani žiadne iné podujatia, avšak na mesiac máj majú ubytovanie plne obsadené, čo znamená že propagácia tejto udalosti v tomto prípade nebola potrebná.

Hotel SET disponuje parkoviskom pred hotelom alebo podzemnou garážou, za ktorej využitie hosť zaplatí 10€/noc. Taktiež má hotel vybudované parkovacie miesta pre zdravotne postihnutých.

V reštaurácii Tearoom sú podávané raňajky a jedlá slovenskej i medzinárodnej kuchyne. V letných mesiacoch je prístupná aj terasa.

Hotel SET je vhodný na organizovanie konferencií. K dispozícii sú 4 priestory, v ktorých je klimatizácia a prezenčná technika.

V tomto ubytovacom zariadení sa môžu ubytovať aj rodiny s deťmi, avšak žiadne špeciálne služby pre deti hotel neposkytuje. Domáce zvieratá sú v hoteli povolené za poplatok 15€/deň.

V rámci relaxačných služieb je pre ubytovaných k dispozícii fitness centrum IMPULS za poplatok 7€.

Ubytovanie poskytuje rôzne doplnkové služby ako napríklad budenie, room servis, možnosť rezervácie športových aktivít ako tenis alebo squash, čistiareň a rôzne iné.

Na oficiálnej stránke hotela sú poskytované služby podrobne popísané, takže potrebné informácie sa dajú ľahko vyhľadať. Stránka je dostupná v 4 jazykoch- slovenčine, angličtine, nemčine a ruštine. Rezervácia ubytovania je možná prostredníctvom rezervačného portálu Booking, na ktorý sa dostanete priamo z webovej stránky hotela. Pri informáciách o typoch izieb sú zverejnené aj ich fotografie, takže potenciálni hostia môžu vidieť ako to tam vyzerá. Na svojej stránke hotel zverejňuje získané ocenenia ale aj hodnotenia od svojich návštevníkov, ktoré sú dôležité pre väčšinu záujemcov o ubytovanie.

Hotel nájdeme aj na rôznych sociálnych sieťach ako Facebook, Instagram alebo Twitter. Žiadnym spôsobom však nekomunikujú hokejový šampionát 2019, čo by hotelu mohlo pomôcť prilákať novú klientelu.

Aston Business Hotel ponúka hosťom 95 parkovacích miest. V reštaurácii Cubes, ktorá má kapacitu 50 ľudí, si návštevníci vychutnajú medzinárodnú kuchyňu.

Pre pracovné stretnutia alebo konferencia má hotel vybudované 3 konferenčné miestnosti. V ponuke má konferenčné služby ako požičanie audiovizuálnej techniky,

tlmočenie, sekretárske a asistenčné služby alebo catering. Hotel v prípade prenájmu priestoru tiež zabezpečí dataprojektor, plátno a rôzne iné pomôcky podľa potreby.

Špeciálne služby pre deti hotel neponúka, poskytne však prístelku na izbu v prípade ubytovania s deťmi.

Hostom hotela je zabezpečený bezplatný vstup do hotelového fitness centra, avšak toto ubytovacie zariadenie nemá wellness centrum. Čo sa týka iných doplnkových služieb hotela, v ponuke sú napríklad informačné turistické informácie, limousine servis, auto požičovňa a iné.

Webová stránka hotela je ťažšie prehľadná, avšak poskytuje dostatok informácií. Nenašli sme však informácie o povolenom vstupe domácich zvierat do hotela. Je dostupná v troch jazykoch- v slovenčine, v angličtine a nemčine. Zaujemca o ubytovanie si môže pozrieť podrobný opis poskytovaných služieb a taktiež množstvo fotografií hotela, vďaka čomu získa prehľad o tomto ubytovaní. Čo sa týka cenníka, ten je k dispozícii na stiahnutie v sekcii „izby“.

Hotel nezverejňuje získané hodnotenia ani nedáva možnosť odoslania hodnotenia na svojej stránke. Takisto nevyužíva ani sociálne siete, ktoré by im mohli pomôcť prilákať nových zákazníkov. Takéto možnosti má návštevník na stránkach Booking a TripAdvisor.

Aj napriek tomu, že tento biznis hotel patrí medzi hotely, ktoré sú k zimnému štadiónu najbližšie, nijakým spôsobom nepropaguje Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji 2019.

Apartmenty Bastion ponúkajú na požiadanie bezplatné strážené parkovisko. Medzi podnikmi Bastion je aj reštaurácia, avšak tá má inú polohu ako apartmány. V apartmánoch Bastion sa podávajú iba raňajky.

Tieto apartmány neposkytujú žiadne konferenčné služby ani služby pre deti, okrem prístelky. Taktiež v nich nenájdeme žiadne relaxačné služby.

Webová stránka je jednoduchá, poskytuje iba základné informácie o zariadeniach Bastion. Stránka sa dá zobrazit' iba v slovenčine a angličtine. Ponúka možnosť okamžitej online rezervácie, prostredníctvom rezervačného formuláru. V rámci informácií o možnostiach ubytovania sa nachádzajú aj ceny za jednotlivé izby. Pri každej izbe sú zobrazené aj fotografie, takže potenciálny návštevník získa predstavu o ubytovacom zariadení.

Na úvodnej stránke sa nachádza jedno pozitívne hodnotenie, avšak žiadne iné toto zariadenie nezverejňuje. Na svojej Facebookovej stránke najčastejšie zverejňujú príspevky

o obedovom menu a taktiež dôležité oznamy. Žiadne informácie o hokejovom šampionáte však neposkytujú. Tento typ ubytovania patrí do nižšej cenovej kategórie, ktoré využívajú najmä mladí ľudia, preto by pre toto ubytovanie bolo výhodné propagovať túto športovú udalosť.

Lindner Hotel Gallery Central má k dispozícii parkovisko. V rámci hotela sa nachádza reštaurácia s medzinárodnou kuchyňou so sezónnymi variáciami a taktiež Outlook Bar & Lounge.

Pre obchodných cestujúcich sú k dispozícii 3 konferenčné miestnosti s kapacitou 200 osôb a banketovými možnosťami až pre 250 osôb. Taktiež zariadenie disponuje menším priestorom s kapacitou 10 osôb pre malé stretnutia. Všetky priestory sú vybavené najmodernejšou technikou.

V hoteli majú hostia možnosť využiť wellness & fitness komplex, ktorý ponúka krytý bazén, 2 sauny a parný kúpeľ. Fitness centrum nie je prevádzkované hotelom, preto sa za jeho využitie platí 9€/osoba.

Lindner Hotel Gallery Central je baby friendly. Pre rodiny s deťmi sú poskytnuté rodinné izby prípadne prístelky alebo postieľky, výhodnejšie ceny za deti a taktiež hotel disponuje detským ihriskom.

V ponuke doplnkových služieb je napríklad bankomat priamo na mieste, úschovňa batožiny, bezplatný trezor.

Webová stránka tohto ubytovacieho zariadenia obsahuje všetky potrebné informácie a je pekne spracovaná. Potenciálny návštevník hotela na nej nájde všetko čo potrebuje. V prípade že nie, môže napísať e-mail alebo zavolať. Na výber sú tri jazykové mutácie stránky- slovenčina, angličtina a nemčina. Na stránke sa nachádza množstvo fotografií a taktiež ponúka virtuálnu prehliadku hotela. Ako jeden z mála z vybraných ubytovacích zariadení poskytuje na stránke informáciu o konaní Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji 2019. Vzhľadom na veľmi malú vzdialenosť od zimného štadiónu to môže prilákať množstvo návštevníkov šampionátu.

Hotely a rezorty Lindner využívajú sociálne siete ako Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, Xing a LinkedIn. Hodnotenia od bývalých návštevníkov hotela nie sú zverejnené na stránke, takže záujemca si musí recenzie a komentáre k hotelu pozrieť na internetových portáloch ako Booking alebo TripAdvisor.

G Hotel Bratislava ponúka 3 konferenčné miestnosti vhodné pre obchodné stretnutia alebo školenia zamestnancov. Najväčšou miestnosťou je sála KONGRES, ktorá

má kapacitu 120 osôb. Sála GALA a SEMINÁR majú kapacitu 30 osôb, preto sú vhodné pre menšie stretnutia. Všetky priestory sú vybavené modernou technikou.

V rámci doplnkových služieb sa dá prenajať foyer alebo šatňa. Taktiež hotel disponuje aj parkovacími miestami.

Tento Garni Hotel však nedisponuje vlastným stravovacím zariadením ani relaxačným centrom. Neposkytuje tiež žiadne služby pre deti okrem možnosti poskytnutia prístelky zdarma.

Webová stránka je jednoduchá, avšak nájdeme tam dôležité informácie o službách, možnostiach ubytovania aj cenník. Informácie o domácich zvieratách stránka neobsahuje. Stránka sa dá zobrazit' v slovenčine a angličtine. Zaujemca si ubytovanie môže rezervovať priamo na webovej stránke hotela. Ponúka tiež fotografie konferenčných priestorov ale aj izieb. Cenník, platný od 1.januára 2019, je dostupný na tejto webovej stránke.

Zo sociálnych sietí využíva tento hotel iba Facebook, na ktorom však už dlhšie nepridal žiadny príspevok.

Apollo Hotel je skvelou voľbou pre organizovanie súkromných alebo firemných akcií. Spojením reštaurácie, súkromných salónikov a konferenčného centra sa získa kapacita až 350 ľudí. Reštaurácia sv. Huberta je vhodná pre organizovanie svadiieb alebo väčších osláv. Súkromné salóniky majú kapacitu 50 hostí a môžu byť využité na menšie pracovné stretnutia. Kongresové centrum tvoria 3 prepojené sály, s kapacitou 120 ľudí a moderným technickým vybavením.

Návštevníci hotela môžu využiť služby wellness, v ktorom si oddýchnu na masáži, vo fínskej saune, soľnej jaskyni alebo vo fitness centre.

V tomto hoteli sú povolené domáce zvieratá. Priamo pred hotelom je vybudované parkovisko pre hostí.

Informácie na webovej stránke sú dostatočné, stránka je veľmi prehľadná a pekne zriadená, takže návštevník nájde rýchlo to, čo potrebuje. Je dostupná v slovenčine, angličtine a nemčine. Na úvodnej stránke sú stručne vypísané základné hotelové služby a taktiež špeciálne ponuky hotela. Stránka taktiež ponúka možnosť okamžitej rezervácie ubytovania. Obsahuje dostatok fotografií izieb, hotela a okolia a taktiež hotelovej reštaurácie.

Na úvodnej stránke hotel zverejnil iba 2 kladné recenzie, ostatné si však návštevník musí prečítať na iných stránkach, pretože na tejto stránke taká možnosť nie je. Hotel komunikuje aj prostredníctvom sociálnej siete Facebook, na ktorej pravidelne pridáva rôzne

príspevky. Zaregistrovaný je aj na sieti Instagram, na ktorej však nie je aktívny od roku 2016. Napriek tomu ho návštevníci majú možnosť označiť na svojich fotkách.

Mama's Boutique Hotel disponuje hotelovou reštauráciou s panázijskou a japonskou kuchyňou. Pre menšie firemné alebo súkromné stretnutia hotel poskytuje rokovací salónik s kapacitou 12 osôb. Pri prenájme miestnosti je k dispozícii tiež flipchart, projekcia na TV, klimatizácia a občerstvenie.

Hotel je vhodný aj pre rodiny s deťmi. V rámci služieb pre deti hotel zabezpečuje stráženie detí. Domáce zvieratá sú v tomto ubytovaní vítaní.

Tento útulný butikový hotel má vybudované aj menšie wellness centrum, v ktorom môžu hostia využiť bazén, saunu aj fitness s terasou.

Ubytovacie zariadenie nedisponuje vlastným parkovaním. V celom hoteli je neobmedzený prístup na internet. V rámci doplnkových služieb si hostia môžu bezplatne požičať notebook. Ďalšími doplnkovými službami je limousine servis alebo požičovňa bicyklov.

Na webovej stránke hotela sme našli množstvo dôležitých aj menej dôležitých informácií. Avšak informácie o službách pre deti a o domácich zvieratách sme našli na portáli Tripadvisor.sk. Stránka je inak vhodne zriadená, presne podľa štýlu hotela. Hneď na úvodnej stránke sú zverejnené recenzie od bývalých klientov hotela, cez ktoré sa dá prepojiť na TripAdvisor.sk, na ktorom sú ďalšie. V informáciách o hoteli je krátke video, na ktorom návštevníci stránky môžu vidieť ako to v okolí hotela a vo vnútri vyzerá.

Tento hotel je aktívny na Facebookovej stránke aj na sociálnej sieti Instagram, na ktorých pravidelne pridáva príspevky o špeciálnych ponukách, súťažiach a podobne. Na rozdiel od iných ubytovacích zariadení, hotel propaguje na týchto sieťach aj Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji 2019 a informuje o voľných izbách. Pre ubytovacie zariadenie je to dobrý spôsob ako prilákať nový segment zákazníkov.

Hotel Saffron sa orientuje najmä na obchodných cestujúcich a práve preto disponuje 5 konferenčnými miestnosťami s rozlohou 32m²- 800m² a kapacitou až 900 osôb. Všetky miestnosti majú multifunkčné konferenčné vybavenie. Najväčšia sála sa dá rozdeliť na 3 samostatné miestnosti, takže je možné získať spolu 7 konferenčných priestorov.

Pre hostí je k dispozícii buď vonkajšie strážené parkovisko alebo možnosť parkovania v podzemnej garáži. Taktiež je súčasťou hotela reštaurácia, ktorá ponúka medzinárodnú kuchyňu, lobby bar a snack bar s nepretržitou prevádzkou.

Hostia majú možnosť využitia sauny a fitness centra. V celom hoteli sa dá využívať bezplatné pripojenie na internet. Ubytovanie hosťom zabezpečí aj transfer z letiska priamo do hotela a naopak.

Stránka hotela je jednoduchá, veľmi prehľadná s množstvom informácií. Neposkytuje informácie o domácich zvieratách a službách pre deti. Keďže je to biznis hotel a špecializuje sa najmä na kongresovú politiku, predpokladáme, že žiadne špeciálne služby okrem prístelky na izbe hotel neposkytuje.

Webovú stránku hotela je možné zobrazit' v troch svetových jazykoch- slovenčine, nemčine a angličtine. Návštevník na nej nájde aj informácie o možnostiach platby v ubytovacom zariadení. Okrem fotografií je na webe možnosť pozretia virtuálnej prehliadky hotela, ktorá sa však v čase tvorby záverečnej práce nedala spustiť. Čo sa týka hodnotení a recenzií, tie na svojej stránke hotel neuvádza.

Hotel Saffron je aktívny aj na sociálnych sieťach, ktoré využíva na propagovanie rôznych udalostí, konajúcich sa v Bratislave, čím sa snaží prilákať zákazníkov. Takouto udalosťou je napríklad Autosalón, Bratislavský Majáles ale aj MS v ľadovom hokeji 2019, počas ktorých ponúka klientom 10% zľavu na ubytovanie.

Hotel Arcus poskytuje hosťom jednoduché ubytovanie s možnosťou parkovania pred hotelom alebo v garáži za poplatok. Súčasťou hotela nie je žiadna reštaurácia ani iné stravovacie zariadenie.

Tento hotel neposkytuje žiadne konferenčné ani relaxačné služby. V tomto ubytovaní je možné ubytovať sa s deťmi, avšak okrem poskytnutia prístelky, hotel neponúka žiadne iné služby pre deti. Zvieratá sú v hoteli Arcus povolené.

Stránka je veľmi jednoduchá a poskytuje iba základné informácie o hoteli, o jeho histórii, izbách, základných službách hotela, fotogalériu a taktiež je na stránke možnosť rezervácie ubytovania. Stránka obsahuje aj postup tvorby rezervácie, ktorý môže byť veľmi nápomocný.

Hodnotenia hotela nie sú zverejnené na oficiálnej stránke hotela. Zo sociálnych sietí hotel využíva Facebook a Instagram, na ktorých často pridáva rôzne fotografie a oznamy. Na žiadnej stránke však nekomunikuje MS v hokeji ani žiadne iné podujatia, ktoré by mohli do tohto rodinného hotela prilákať zákazníkov.

Po dôkladnom porovnaní vybraných ubytovacích sme prišli na to, že takmer všetky, okrem Mama's Boutique Hotel, disponujú vlastnou parkovacou plochou. Súčasťou deviatich ubytovacích zariadení z jedenástich je aj stravovacie zariadenie, väčšinou hotelová

reštaurácia. Taktiež deväť zariadení neposkytuje konferenčné služby, čo znamená že nemajú žiadnu konferenčnú miestnosť. Väčšina z vybraných zariadení má vybudované relaxačné centrum.

Čo sa týka komunikácie služieb na webových stránkach, len málo z vybraných zariadení poskytuje na svojich alebo iných stránkach informácie o službách pre deti a o možnosti ubytovania domácich zvierat. Oboje informácie poskytujú iba zariadenia DoubleTree by Hilton Hotel Bratislava a Mama´s Boutique Hotel. Môžeme tiež povedať, že kompletne služby a ich komunikáciu poskytuje najlepšie DoubleTree by Hilton Hotel Bratislava.

Hodnotenia a recenzie od bývalých zákazníkov jednotlivých ubytovacích zariadení zverejňujú iba štyri ubytovania z jedenástich. Pre potenciálnych zákazníkov sú recenzie veľmi dôležité, pretože získajú skutočné informácie o konkrétnom ubytovaní, priamo od návštevníkov. Taktiež je to výhodné aj pre ubytovacie zariadenia, pretože tak môžu zistiť čo treba zlepšiť, posilniť, aby boli zákazníci čo najviac spokojní.

Tiež sme zistili, že takmer všetky z vybraných ubytovacích zariadení komunikujú aj prostredníctvom sociálnych sietí, ktorými sú najčastejšie Facebook a Instagram. Len tri z vybraných zariadení komunikujú Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji 2019, a to konkrétne Lindner Hotel Gallery Central, Mama´s Boutique Hotel a Hotel Saffron. Hotel Saffron však komunikuje aj rôzne iné podujatia, konajúce sa v Bratislave, čím môže prilákať množstvo nových zákazníkov do hotela a taktiež tým pomáha podujatiam a mestu Bratislava s propagáciou.

Každé ubytovacie zariadenie má svoju webovú stránku k dispozícii najmenej v dvoch jazykových mutáciách- slovenčine a angličtine, alebo aj nemčine, ruštine a iných.

Hodnotenie kvality sme nerobili prostredníctvom dotazníku spokojnosti ale využívali sme analýzu recenzií na rezervačnom portáli Booking, na webových stránkach jednotlivých ubytovacích zariadení a webovej stránke Tripadvisor. Tabuľka č.5 obsahuje jednoduchý prehľad hodnotení každého ubytovacieho zariadenia.

Tabuľka č. 6 Hodnotenie kvality.

NÁZOV	RECENZIE BOOKING	PRIEMERNÉ HODNOTENIE BOOKING	RECENZIE TRIPADVISOR	PRIEMERNÉ HODNOTENIE TRIPADVISOR
--------------	-----------------------------	---	---------------------------------	---

DoubleTree by Hilton Hotel Bratislava	629	8,7/10	692	4,5/5,0
Premium Business Hotel Bratislava	1876	8,6/10	136	3,5/5,0
Hotel SET	576	8,7/10	136	4,5/5,0
Aston Business Hotel	527	8,5/10	87	4,0/5,0
Bastion Apartments	1027	8,9/10	59	4,0/5,0
Lindner Hotel Gallery Central	1720	8,9/10	620	4,5/5,0
G Hotel Bratislava	928	7,5/10	33	3,5/5,0
Apollo Hotel	4224	8,4/10	779	4,0/5,0
Mama´s Boutique Hotel	359	8,9/10	227	4,5/5,0
Hotel Saffron	2911	8,5/10	394	4,0/5,0
Arcus Hotel	656	8,6	141	4,5/5,0

Zdroj: Vlastné spracovanie.

V tabuľke č.5 môžeme vidieť, že najlepšie hodnotenými ubytovacími zariadeniami na portáli Booking sú Bastion apartmány, Lindner Hotel Gallery Central a Mama´s Boutique Hotel. Všetky tri ubytovania dostali hodnotenie 8,9/10, čo patrí pod úroveň „vynikajúce“.

Apartmány Bastion ohodnotilo na portáli Booking 1027 ľudí, z toho najpočetnejšou skupinou boli páry a obchodní cestujúci. Najlepšie hodnotenou kategóriou bol personál (9,4/10), raňajky a wi-fi zdarma (9,2). Najmenšie hodnotenie získala kategória komfort. Sťažností bolo málo, takmer všetky na hluk. Krajiny, ktoré dali tomuto ubytovaniu najmenšie hodnotenie bolo Maďarsko, Nemecko a Rusko. Návštevníci z týchto krajín sa sťažovali na raňajky, ktoré vyzerali úplne inak ako na fotografiách, zlé upratovacie služby a vrzgajúcu podlahu.

Medzi najnovšími pozitívnymi recenziami, si zákazníci naopak raňajky veľmi chválili. Taktiež veľmi pozitívne ohlasy boli na personál ubytovania, ktorý bol veľmi priateľský a ochotný, čo je pre zákazníkov veľmi dôležité.

Čo sa týka najnovších desiatich recenzií a hodnotení, všetky spadajú pod úroveň „obstojné“. Návštevníci sa v nich viac sťažovali a menej chválili. Sťažovali sa predovšetkým na nekvalitnú posteľ a matrac, neochotný personál, hluk a vybavenie kúpeľne. Títo zákazníci pochádzali najmä zo Slovenskej a Českej republiky. Ak si chce toto zariadenie udržať alebo získať zákazníkov, malo by viac dbať na zvyšovanie kvality služieb.

Na svojej webovej stránke nemá možnosť písania ani čítania recenzií. Bolo by dobré zaviesť takéto niečo, pretože to pomôže záujemcom o dané ubytovanie ale aj samotnému zariadeniu zlepšiť služby, na ktoré sa ľudia sťažujú. Taktiež toto ubytovacie zariadenie nemá žiadne udelené ocenenia ani certifikáty.

Druhým vynikajúco ohodnoteným ubytovaním je Lindner Hotel Gallery Central, ktorý ohodnotilo 1720 ľudí. Najlepšie hodnotená je čistota (9,3/10), komfort (9,2/10) a wi-fi zdarma (9,1/10). Najmenšie hodnotenie má kategória pomer ceny a kvality (8,5/10). Z celkového počtu recenzentov hodnotili najviac páry, obchodní cestujúci, jednotlivci a rodiny. Ani toto ubytovacie zariadenie nemalo veľa sťažností ale tie čo boli, boli najmä na príliš vysoké ceny v hoteli. Tento hotel získal z celkového počtu iba desať hodnotení pod úrovňou „veľmi zlé“, od návštevníkov, ktorí pochádzali z Českej republiky, Francúzska, Rakúska, Slovenska, Grécka, Írska, Dánska a Švajčiarska. Sťažnosti boli najmä na vysoké ceny za doplnkové služby.

Čo sa týka certifikátov, na svojej oficiálnej webovej stránke nemajú uvedené žiadne. Avšak na stránke TripAdvisor je uvedený certifikát výnimočnosti.

Tretím ubytovacím zariadením s vysokým hodnotením je Mama's Boutique Hotel, ktorý ohodnotilo 359 návštevníkov. Najčastejšie udeľovanou známku bolo 9+, preto taktiež spadá pod úroveň „vynikajúce“. Návštevníkom sa najviac páčilo bezplatné pripojenie na

internet (9,4/10), čistota (9,3/10) a komfort (9,2/10). Tento butikový hotel najčastejšie hodnotili páry a obchodní cestujúci.

Čo sa týka najhorších recenzií, z celkového počtu ich bolo iba 6 pod úrovňou „slabé“. Hostia sa sťažovali najmä na väčšiu vzdialenosť od centra mesta, pritom na svojej stránke mali uvedené, že je to veľmi blízko. Veľa ľudí sa sťažovalo tiež na výhľad z izieb, pretože tam sídli Justičný palác, ktorý pripomína väznicu. Títo recenzenti pochádzali najmä z Českej republiky, Slovenska, Talianska, Spojeného kráľovstva, Ukrajiny a Španielska.

Hotel získal aj viaceré ocenenia, medzi ktorými sú napríklad TripAdvisor Traveler's Choice 2019, TripAdvisor 2018 certifikát výnimočnosti, TripAdvisor 2015 certifikát výnimočnosti Víťaz, a rôzne ďalšie.

Najhoršie hodnoteným ubytovacím zariadením je G Hotel Bratislava Garni, ktorý dostal hodnotenie 7,5/10, vďaka čomu spadá pod úroveň „dobré“. Najlepšie hodnotená kategória je wi-fi zdarma (8,2/10) a personál (8,1/10). Najmenej sa návštevníkom páčil komfort a vybavenie ubytovania. Toto ubytovanie najviac hodnotili jednotlivci, obchodní cestujúci a páry. Návštevníci sa sťažovali najmä na zastarané vybavenie hotela. Avšak vzhľadom na typ a cenovú kategóriu hotela je kvalita služieb primeraná.

Všetky ostatné vybrané ubytovacie zariadenia spadajú pod úroveň „vynikajúce“. Po rozbere recenzií jednotlivých ubytovacích zariadení môžeme povedať, že požiadavky zákazníkov na kvalitu sú rôzne. Zákazníci si najviac potrpia na čistote ubytovania a pohodlí v izbách. Vyžadujú pravidelné upratovanie izieb a výmenu hygienických potrieb. Taktiež vyžadujú milý a ochotný personál, ktorý im pomôže s akýmikoľvek požiadavkami. Hostí veľmi odradí, ak je personál neprofesionálny a neochotný. Medzi najlepšie hodnotené kategórie patrilo tiež bezplatné pripojenie na internet, z čoho vyplýva, že ľudia túto službu od ubytovacích zariadení veľmi často vyžadujú a oceňujú, keď ju poskytujú.

4.3. Vplyv MS v ľadovom hokeji na turizmus a komunikácia udalosti

Ako každé veľké podujatie, tak aj športová udalosť ako sú Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji má veľký vplyv na turizmus krajiny alebo konkrétnej lokality, v ktorej sa podujatie koná.

Hokejové majstrovstvá sa na Slovensku konali naposledy v roku 2011 a prilákali viac ako 400 tisíc návštevníkov. Aj takáto športová udalosť má niekoľko pozitívnych

i negatívnych vplyvov. Medzi pozitívne vplyvy patrí zvýšená návštevnosť Slovenska, najmä Bratislavy a Košíc, kde sa MS v ľadovom hokeji odohrávali. V Bratislave sa hokejového šampionátu zúčastnilo 291 227 ľudí a v Košiciach 115 477. V rebríčku návštevnosti bolo Slovensko na 15.mieste z celkových 36. Čo sa týka národnosti návštevníkov, najviac dominovali Slováci, Česi a Fíni.

Veľké športové udalosti sú akousi formou reklamy pre danú lokalitu, čo môžeme zaradiť do pozitívnych vplyvov. Miesta organizovania šampionátu sa propaguje najmä v krajinách, ktoré sa zúčastňujú hokejových majstrovstiev. Cudzincom sa do povedomia dostávajú naše pamiatky a rôzne kultúrne podujatia, možnosti ubytovania a taktiež informácie o doprave.

Avšak tieto veľké podujatia majú aj zopár negatívnych vplyvov. Pre domácich rezidentov môžu byť negatívom najmä dopravné obmedzenia v meste, medzi ktoré patria kolóny na cestách alebo problémy s parkovaním. Pre domácich môžu byť problémom taktiež preplnené miesta ako sú nákupné centrá a stravovacie zariadenia.

Vážnejším problémom, s ktorým sa domáci často stretávajú počas konania väčšieho podujatia je vandalizmus a kriminalita. Niektorí fanúšikovia sú často podgurážení alkoholom a nevedomujú si, že svojím správaním obťažujú iných. Preto si takéto udalosti vyžadujú zvýšenú bezpečnosť a prijímajú sa rôzne opatrenia.

83.ročníka MS v ľadovom hokeji sa celkovo zúčastní 16 tímov, ktoré sa delia na 2 skupiny. Do skupiny A patrí Dánsko, Fínsko, Francúzsko, Kanada, Nemecko, Slovensko, USA a Veľká Británia. V skupine B sú krajiny ako Česko, Lotyšsko, Nórsko, Rakúsko, Rusko, Švajčiarsko, Švédsko a Taliansko.

Prezident SZLH predpokladá, že návštevnosť Slovenska počas hokejových majstrovstiev 2019 bude väčšia než bola v roku 2011. Taktiež očakáva, že šampionátu sa zúčastnia aj ľudia, ktorí na hokej veľmi nechodia.

V máji 2019 môžu obyvatelia a návštevníci Bratislavy očakávať viacero spomínaných obmedzení. Jedným z najdôležitejších opatrení je zvýšenie počtu policajných hliadok, najmä v okolí zimného štadióna Ondreja Nepelu a miesta ubytovania účastníkov a fanúšikov podujatia. Čo sa týka dopravných obmedzení, tie pocítia najmä obyvatelia Bratislavy, ktorí bývajú v blízkosti štadióna.

Návštevníci majstrovstiev budú mať k dispozícii platené parkoviská v okolí zimného štadióna ale aj 4 záchytné parkoviská s celkovou kapacitou 1200 áut. Držitelia platných

lístkov na hokejový zápas môžu v daný hrací deň využívať bezplatne MHD. Na Trnavskom námestí pred Istropolisom bude pripravená fanzóna, ktorá nie je len pre ľudí so vstupenkami na zápas.

Čo sa týka pripravenosti vybraných ubytovacích zariadení v okolí zimného štadiónu, po osobnom rozhovore s pracovníkmi zariadení sme zistili, že neuskutočňujú žiadne špeciálne prípravy. Väčšina zariadení zvyšuje počet zamestnancov v čase konania majstrovstiev, pretože očakávajú vyššiu návštevnosť než počas iných mesiacov. Taktiež posilňujú bezpečnostné opatrenia, čo znamená že v okolí ubytovania bude viac policajtov alebo členov bezpečnostnej služby. Parkoviská, ktoré patria ubytovacím zariadeniam, nebudú prístupné verejnosti ale iba ubytovaným hosťom.

Len tri z vybraných zariadení propagujú túto športovú udalosť na svojej oficiálnej stránke alebo na sociálnych sieťach. Hotel Saffron tiež propaguje aj iné podujatia než MS v ľadovom hokeji, čím sa snaží prilákať nových zákazníkov.

Informácie o hokejových majstrovstvách 2019 poskytuje aj internetová stránka Bratislavy visitbratislava.com. Táto stránka poskytuje rôzne informácie o hlavnom meste, konajúcich sa podujatiach, gastronómii a iné. Taktiež uvádza informácie o možnostiach ubytovania v Bratislave, medzi ktorými je aj pár ubytovaní z okolia zimného štadiónu.

4.4.Odporúčania

Na základe výsledkov výskumu sme zistili, že väčšina z vybraných ubytovacích zariadení nijako nekomunikujú Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji 2019, ktoré sa budú konať v Bratislave. Do budúcnosti by sme ubytovacím zariadeniam odporučili zaviesť propagáciu rôznych športových i kultúrnych podujatí, pretože im to môže pomôcť zviditeľniť sa pred domácimi návštevníkmi ale aj pred zahraničnými, ktorí prídu na šampionát. Formou propagácie by mohli byť napríklad oznamy na webových, prípadne Facebookových stránkach ubytovacích zariadení. Taktiež by bolo dobré ubytovaným ponúknuť špeciálnu ponuku alebo zľavu v čase konania väčšieho podujatia. Pre ubytovaných hostí by mohli byť k dispozícii rozpisy zápasov alebo predaj doplnkového tovaru v podobe hokejových suvenírov.

Väčšina z vybraných ubytovacích zariadení neposkytuje na svojej webovej stránke informácie o možnosti ubytovania sa s domácim zvieratkom, čo je napríklad pre cestujúcich so psom veľmi dôležitá informácia. Preto by sme navrhovali ubytovacím zariadeniam doplniť takéto informácie na svoje internetové stránky.

Taktiež by sme odporučili zariadeniam zahrnúť na svoje webové stránky možnosť poskytnutia a čítania hodnotení. Je to veľmi výhodné a nápomocné, najmä pre potenciálnych zákazníkov ubytovania, pretože tak získajú skutočné informácie o službách, pozitívne i negatívne zážitky od bývalých hostí. Na druhej strane to môže veľmi pomôcť ubytovaciemu zariadeniu zlepšiť kvalitu poskytovaných služieb aby zákazníci boli čo najviac spokojní.

Ak sa v recenziách pri jednotlivých ubytovacích zariadeniach opakujú rovnaké sťažnosti, zariadenia by to malo čo najskôr riešiť, pretože môžu stratiť svoju klientelu a prísť tak aj o nových zákazníkov, ktorí recenzie budú pred pobytom čítať.

Záver

Hlavným cieľom bakalárskej práce bolo na základe analýzy ponuky ubytovacích zariadení, v okolí zimného štadióna Ondreja Nepelu, identifikovať rozdiely medzi nimi a navrhnúť zlepšenia pri komunikácii a uspokojovaní potrieb, keďže sa v máji 2019 v Bratislave konajú Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji.

V teoretickej časti práce sme sa zaoberali základnými teoretickými pojmami. Poznatky sme čerpali z viacerých domácich a zahraničných sekundárnych zdrojov. Výsledkom bolo vymedzenie pojmov ako cestovný ruch, služby v cestovnom ruchu a ubytovacie zariadenia. V prvej kapitole sme taktiež priblížili kategóriu ubytovacích zariadení- hotel. Ďalšou riešenou problematikou v teoretickej časti bola kvalita v cestovnom ruchu, v ktorej sme vymedzili základné znaky kvality služieb v cestovnom ruchu z pohľadu zákazníka. Poslednou témou prvej kapitoly bola marketingová komunikácia v cestovnom ruchu.

V druhej kapitole sme si určili hlavný cieľ a čiastkové ciele bakalárskej práce, ktoré nám pomáhali splniť ten hlavný.

V tretej kapitole sme stručne charakterizovali mesto Bratislava a možnosti ubytovania v hlavnom meste. Taktiež sme si určili metodiku a metódy skúmania.

V štvrtej kapitole bakalárskej práce sme identifikovali ponuku ubytovacích zariadení vo vzdialenosti maximálne 2 kilometre od zimného štadióna a analyzovali poskytované služby v jednotlivých zariadeniach, ktoré sme následne porovnali . Väčšina z vybraných ubytovacích zariadení poskytuje okrem základných hotelových služieb aj množstvo doplnkových. Len pár z nich nedisponuje vlastným parkovaním alebo wellness centrom.

Taktiež sme hodnotili ich webové stránky a rozsah poskytovaných informácií. Z hodnotenia vyplýva, že takmer každé ubytovacie zariadenie poskytuje na stránke množstvo dôležitých informácií a ak neposkytuje, tak má možnosť skontaktovania sa prostredníctvom telefónu alebo e-mailu. Na väčšine stránkach však chýbala informácia o službách pre deti a o možnosti ubytovania sa s domácim zvieratkom. Každé zariadenie poskytuje minimálne dve jazykové mutácie svojich stránok. Len štyri zariadenia z celkového počtu majú na svojej stránke možnosť poskytnutia hodnotenia alebo recenzie. Ak takúto možnosť zariadenia nemajú, mali by si získané recenzie prečítať aby mohli zvyšovať kvalitu svojich služieb a zistili čo konkrétne majú zlepšiť.

V dnešnom modernom svete internetu je pre ubytovacie zariadenia veľmi výhodné využívať na komunikáciu najmä sociálne siete, pretože tam môžu získať množstvo nových zákazníkov. Preto sme v ďalšej časti praktickej časti práce zisťovali, či a aké sociálne siete ubytovania využívajú. Zistili sme, že takmer všetky z vybraných zariadení takéto siete využívajú. Len tri z nich však prostredníctvom nich propagujú rôzne podujatia, ako sú napríklad Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji 2019. Vďaka tomu môžu naplniť svoje kapacity počas majstrovstiev a taktiež stať sa cieľovým miestom pre návštevníkov Bratislavy počas iných podujatí.

Súčasťou štvrtej kapitoly bolo tiež hodnotenie kvality na základe rozboru recenzií, z ktorého nám vyšli tri najlepšie hodnotené ubytovacie zariadenia z celkového počtu jedenásť. Najlepšie hodnotenými zariadeniami sú Bastion Apartmány, Lindner Hotel Gallery Central a Mama's Boutique Hotel. Najhoršie hodnoteným hotelom je G Hotel Bratislava.

Taktiež sme zistili, že klienti ubytovacích zariadení si najviac potrpia na čistotu a pohodlie. To znamená, že ubytovacie zariadenia by mali dbať na čistotu a pravidelné upratovanie izieb. Personál by mal ochotne riešiť akékoľvek požiadavky hostí. Návštevníci tiež v ubytovaní požadujú bezplatné pripojenie na internet, ktoré poskytuje každé z vybraných ubytovacích zariadení.

V štvrtej kapitole sme taktiež analyzovali vplyv športovej udalosti na turizmus v danej lokalite a pripravenosť ubytovacích zariadení a mesta Bratislava na MS v ľadovom hokeji 2019. Zistili sme však, že väčšina ubytovacích zariadení v blízkosti štadióna nie je nijak špeciálne pripravená na toto podujatie ani to nijako nepropagujú. Väčšina z nich v čase konania Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji zvyšuje počet zamestnancov v hoteli i hotelových reštauráciách a zvyšuje počet pracovníkov bezpečnostnej služby.

V závere štvrtej kapitoly sme navrhli niekoľko odporúčaní, ktoré by jednotlivým ubytovacím zariadeniam mohli pomôcť pri poskytovaní kvalitných služieb.

Zoznam použitej literatúry

1. BERÁNEK, Jaromír – KOTEK, Pavel. *Řízení hotelového provozu*. Praha : Grada Publishing, 2007. 240 s. ISBN 8024724300.
2. GÚČIK, M. *Cestovný ruch*. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2001. 110 s. ISBN 978-80-10-01507-8.
3. GÚČIK, Marián – GAJDOŠÍK, Tomáš – LENCSESOVÁ, Zuzana. *Kvalita a spokojnosť zákazníka v cestovnom ruchu*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2016. 208 s. ISBN 978-80-8168-350-3.
4. HORNER, Susan – SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času : Aplikovaný marketing služeb*. London : International Thomson Business Press, 1996. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.
5. HRUBALOVÁ, Lucia. *Základy hotelierstva*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, 2015. 110 s. ISBN 978-80-558-0750-8.
6. KARKALÍKOVÁ, Marta. *Kvalita produktu v službách a cestovnom ruchu*. Bratislava : EKONÓM, 2017. 228 s. ISBN 978-80-225-4478-8.
7. KIRÁĽOVÁ, Alžbeta. *Marketing hotelových služeb*. Praha : Ekopress, 2002. 148 s. ISBN 80-86119-44-0
8. KITA, Jaroslav a kol. *Marketing*. Bratislava : Iura Edition, 2010. 411 s. ISBN 978-80-8078-327-3.
9. KOTLER, Philip – ARMSTRONG, Gary. *Marketing*. Bratislava : SPN, 1992. 441 s. ISBN 80-08-02042-3
10. LUKÁČOVÁ, Martina. *Ako fungujú hviezdčky hotelov? O kvalite nič nehovoria*. [online]. [cit. 2019-15-4]. Dostupné na internete: <https://cestovanie.sme.sk/c/20117141/ako-funguju-hviezdicky-hotelov-o-kvalite-nic-nehovoria.html>
11. MAKÓNYOVÁ, Lenka. *Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji 2011 z pohľadu cestovného ruchu : bakalárska práca*. Školiteľ : Oldřich Racek. Brno, 2012. 55 s.
12. MATEIDES, Alexander a kol. *Manažérstvo kvality. História, koncepty, metódy*. Bratislava : Epos, 2006. 751 s. ISBN 80-8057-656-4.
13. MICHALOVÁ, Valéria. *Manažment a marketing trhových služieb*. Bratislava : Daniel NETRI, 2006. ISBN 80-969567-1-X.

14. ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovným ruchu*. Praha : Idea servis, 2010. 413 s. ISBN 978-80-85970-68-5.
15. *Štatistické ukazovatele o návštevnosti mesta za rok 2018*. [online]. 2019. Štatistický úrad SR. [cit. 2019-15-4]. Dostupné na internete : <https://www.visitbratislava.com/sk/media/statistiky/>
16. Vyhláška Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky č. 277/2008, ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia pri ich zaraďovaní do kategórií a tried.