

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo: 102004/B/2020/36114651175145988

REVITALIZÁCIA UBYTOVACIEHO ZARIADENIA

Bakalárska práca

2020

Adrián Čakanišin

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

REVITALIZÁCIA UBYTOVACIEHO ZARIADENIA

Bakalárska práca

Študijný program: podnikanie v cestovnom ruchu a službách

Študijný odbor: ekonómia a manažment

Školiace pracovisko: Katedra služieb a cestovného ruchu

Vedúci záverečnej práce: Ing. Roman Staňo, PhD.

Bratislava 2020

Adrián Čakanišin

ČESTNÉ PREHLÁSENIE

Čestne prehlasujem, že túto prácu som vypracoval samostatne, pri odborných konzultáciach s vedúcim práce a všetky použité zdroje informácií sú uvedené v kapitole použitej literatúry.

Dátum:

.....

Adrián Čakanišin

POĎAKOVANIE

Touto cestou sa chcem poďakovať Ing. Romanovi Staňovi, PhD. za cenné rady a odborné pripomienky v priebehu písania a tvorenia tejto práce. Ďalej sa chcem poďakovať vedeniu spoločnosti Kúpele Trenčianske Teplice, a.s. za poskytnutie potrebných informácií pre tvorbu tejto práce.

ABSTRAKT

ČAKANÍŠIN, Adrián: Revitalizácia ubytovacieho zariadenia.-Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra služieb a cestovného ruchu.-Vedúci záverečnej práce: Ing. Roman Staňo, PhD. – Bratislava: OF EU, 2020, 48 s.

Cieľom záverečnej práce je zhodnotenie výstupov revitalizácie hotela a návrh nového produktu. Práca je rozdelená do piatich kapitol. Obsahuje 11 tabuliek, 9 grafov a 13 príloh. Prvá kapitola je venovaná všeobecným poznatkom o kúpeľníctve. Jeho prepojeniu na cestovný ruch, charakteristike ubytovacích zariadení v kúpeľníctve, klientov v tomto sektore služieb, ale aj všeobecným poznatkom o inováciách v aplikácii na segment kúpeľníctva. V druhej časti je vymedzený hlavný cieľ, čiastkové ciele a stanovené výskumné otázky. V tretej kapitole sa uvádza celá metodika práce. Vymedzené je jednotlivé použitie výskumných metód, ich aplikácia, spôsoby získavania údajov a stručná charakteristika objektu skúmania. Ďalšia kapitola je venovaná samotnému výskumu. Charakterizovaná je oblasť cestovného ruchu ako aj podnik, ktorý je predmetom tejto práce. Následne je vyhodnotený prieskum, opísanie stavu pred a po rekonštrukcii, výpočet časovej návratnosti a na záver návrh nového produktu. V poslednej kapitole je uvedený náš pohľad na danú problematiku a stručné zhrnutie výsledkov práce. Výsledkom riešenia problematiky je samotný návrh produktu a zhodnotenie nových a vylepšených služieb v zariadení.

Kľúčové slová:

Revitalizácia, kúpeľníctvo, wellness, inovácie, ubytovacie zariadenia, služby

ABSTRACT

ČAKANISIN, Adrián: Revitalization of the accommodation facility.- University of economics in Bratislava. The faculty of commerce; Department of service and tourism.- Supervisor: Ing. Roman Staňo, PhD. – Bratislava: OF EU, 2020, 48 p.

The aim of the final thesis is an evaluation of the hotel revitalization outputs and new product design. The thesis is divided into five chapters. It contains eleven charts, nine graphs and 13 additions. The first chapter is devoted to general information about spas, its link to tourism and a characteristic of the accommodation facility. It also contains information about clients in the spa sector and the innovations in the spa segment. The second chapter discusses the main aim, intermediate objective and established research questions. The third chapter indicates the whole methodology of work, which identifies an individual use of the research methods, its application, methods of obtaining data and a brief characteristic of the object of exploration. Another chapter is dedicated to the research itself and a characteristic of tourism and business, which is subject matter of the thesis. Afterwards, there is an execution of the survey, a description of the condition before and after reconstruction and a calculation of time payback. A conclusion is the design of a new product. The last chapter contain our view of the issue and a summary of the work results. The result of solving the problem is the design of the product itself and an evaluation of new and improved service in facility.

Key words:

Revitalization, spa, wellness, innovations, accommodation, services

Obsah

Obsah	7
Zoznam grafov, tabuliek a schém.....	8
Zoznam príloh.....	9
Úvod.....	10
1 Súčasný stav riešenej problematiky doma i v zahraničí.....	11
1.1 Kúpeľníctvo – charakteristika, význam.....	11
1.2 Základné pojmy v kúpeľníctve.....	12
1.3 Typológia klientov v kúpeľníctve.....	13
1.4 Kúpeľný cestovný ruch.....	14
1.5 Wellness.....	15
1.6 Druhy ubytovacích zariadení v kúpeľníctve.....	16
1.7 Revitalizácia – charakteristika, druhy.....	19
2 Cieľ práce	22
3 Metodika práce.....	23
3.1 Charakteristika objektu skúmania.....	23
3.2 Pracovné postupy.....	23
3.3 Spôsob získavania údajov a ich zdroje	23
4 Výsledky práce	25
4.1 Charakteristika oblasti a spoločnosti Kúpele Trenčianske Teplice, a.s.	25
4.2 Analýza údajov realizovaného prieskumu.....	27
4.3 SWOT analýza podniku.....	34
4.4 Komparácia stavu pred a po rekonštrukcii.....	35
4.5 Výpočet časovej návratnosti vloženej investície.....	38
4.6 Návrh nového produktu.....	41
5 Diskusia.....	43
Záver.....	45
Zoznam použitej literatúry.....	46
Prílohy.....	48

Zoznam grafov, tabuliek a schém

Tabuľky:

Tabuľka č. 1: Primárne a sekundárne služby v kúpeľnom podniku.....	13
Tabuľka č.2: Príklad klasifikačných znakov hotela z hľadiska triedy ubytovacieho zariadenia.....	17
Tabuľka č. 3: Príklad fakultatívnych znakov wellness hotela.....	18
Tabuľka č.4 : Prehľad typológií inovácií podľa rôznych autorov.....	21
Tabuľka č. 5: Zoznam použitých metód v jednotlivých častiach práce.....	24
Tabuľka č.6: SWOT analýza podniku Kúpele Trenčianske Teplice a.s.....	34
Tabuľka č.7: Rozdelenie druhov izieb a kapacita hotela v rokoch 2009-2019.....	35
Tabuľka č.8: Plánované rozdelenie druhov izieb a kapacita hotela po rekonštrukcii.....	36
Tabuľka č.9: Súhrnné porovnanie služieb pred a po rekonštrukcii.....	38
Tabuľka č.10: Výpočet návratnosti investície pri zohľadnení časovej hodnoty peňazí.....	41
Tabuľka č.11: Návrh balíčku služieb hotela po rekonštrukcii.....	42

Grafy:

Graf č.1: Štruktúra odpovedí k otázke č. 1.....	28
Graf č.2: Štruktúra odpovedí k otázke č.2.....	29
Graf č.3: Štruktúra odpovedí k otázke č.3, orientácia v hoteli.....	29
Graf č.4: Štruktúra odpovedí k otázke č. 3, stravovacie služby.....	30
Graf č.5: Štruktúra odpovedí k otázke č.3, ochota personálu.....	30
Graf č.6: Štruktúra odpovedí k otázke č.4, prvý dojem z izby.....	31
Graf č.7: Štruktúra odpovedí k otázke č.4, vybavenie izby.....	32
Graf č.8: Štruktúra odpovedí k otázke č.4, čistota izby.....	32
Graf č.9: Štruktúra odpovedí k otázke č.7.....	33

Schémy:

Schéma č. 1: Prepojenie kúpeľníctva a cestovného ruchu.....	14
---	----

Zoznam príloh

Príloha č. 1: Vzor dotazníka	48
Príloha č. 2: Stav dvojlôžkovej izby pre samoplatcov, pred rekonštrukciou.....	49
Príloha č.3: Stav dvojlôžkovej izby pre kúpeľných hostí, pred rekonštrukciou.....	49
Príloha č.4: Stav sociálnych zariadení na izbe, pred rekonštrukciou.....	50
Príloha č.5: Stav terasy, pred rekonštrukciou.....	51
Príloha č.6: Stav vzhľadu zariadenia, pred rekonštrukciou – exteriér.....	51
Príloha č.7: Vizualizácia dvojlôžkovej lôžkovej izby.....	52
Príloha č.8: Vizualizácia schodiska a chodby, poschodie.....	53
Príloha č. 9: Vizualizácia hotelovej kaviarne, 1. pohľad.....	54
Príloha č. 10: Vizualizácia hotelovej kaviarne, 2. pohľad.....	55
Príloha č. 11: Vizualizácia jedálne.....	56
Príloha č. 12: Vizualizácia recepcie.....	57
Príloha č. 13: Vizualizácia hotelovej haly a vchodu do wellness centra.....	58

Úvod

Kúpeľníctvo sa v súčasnosti považuje nielen za časť zdravotníctva, ale dostalo sa aj do sféry cestovného ruchu. Slovensko ako jedna zo svetových kúpeľných veľmocí má nespochybniteľné predpoklady na rozvoj tohto druhu cestovného ruchu. Produktom kúpeľníctva sú služby, ktorých kvalitu vníma každý spotrebiteľ inak. Z tohto dôvodu je potrebné venovať sa zdokonaľovaniu produktu týchto podnikov a pridávaním zvýšenej hodnoty pre spotrebiteľa.

Na Slovensku sa nachádza 24 kúpeľných podnikov, ktoré poskytujú svoje odborné zručnosti všetkým klientom. V súčasnosti na Slovensku kúpele liečia všetky indikačné ochorenia. Každé kúpeľné miesto má jedinečné zloženie vody, zeme alebo klímy, ktoré je efektívnejšie pre liečbu jednotlivých indikačných ochorení. Jednotlivé kúpeľné miesta sú rozložené po celom území Slovenska. Kúpele na západnom Slovensku majú predpoklady na liečbu pohybových ochorení a naopak, kúpele vo Vysokých Tatrách majú vďaka vhodnej klíme predpoklady na liečbu dýchacích ochorení.

Spoločne sa od začiatkov tohto tisícročia čoraz viac spomína wellness. Tento druh poskytovania služieb je efektívnym zdrojom konkurencieschopnosti podniku a napomáha udržaniu a upevňovaniu zdravia spotrebiteľom.

Vnímanie kvality služieb spotrebiteľom je jedným zo základných predpokladov dobre fungujúceho podniku služieb. Preto je dôležité aby sa každý podnik snažil prispôbovať potrebám klientov a trhu, na ktorom pôsobí. Inovácie predstavujú efektívnu formu zmeny kvality. Ovplyvňovať kvalitu môžeme niekoľkými spôsobmi. Môžeme vylepšovať to čo je vnímané ako nekvalitné, môžeme stanoviť jednotné kritériá pre poskytovanie služieb alebo skvalitniť priestory a vybavenie, ktoré je potrebné na poskytovanie služieb.

V celkovom chápaní je potrebné aby sme sa sektoru kúpeľníctva, ako nástroju hospodárskej konkurencieschopnosti štátu, venovali intenzívne a prispievali k zlepšovaniu jednotlivých služieb poskytovaných v podnikoch tohto sektora.

1 Súčasný stav riešenej problematiky doma i v zahraničí

Kúpeľníctvo, ako súčasť zdravotníctva, má na Slovensku dlhú históriu. Množstvo termálnych a minerálnych prameňov sú základným predpokladom pre rozvoj tohto sektora služieb. Vo svetovom kontexte je Slovensko považované za kúpeľnú krajinu s bohatými predpokladmi, dlhoročnou tradíciou a skúsenosťami v danej oblasti. V posledných dekádach rokov možno povedať, že kúpeľníctvo prispieva aj k rozvoju cestovného ruchu, ktorého sa stalo súčasťou.

1.1 Kúpeľníctvo – charakteristika a význam

O kúpeľníctve sa môžeme dočítať už v rukopisoch z dávnej antiky. V čase novoveku sa kúpeľníctvom zaoberalo mnoho autorov a odborníkov, ktorí majú na tento segment trhu rôzne pohľady. V celosvetovom meradle sa kúpeľníctvo chápe v dvoch rovinách. V krajinách Ameriky sa kúpeľníctvo chápe ako súčasť skrášľovania sa, zatiaľ čo v európskych krajinách sa spája skôr so zdravotníctvom.

Kúpeľníctvo môžeme teda chápať v niekoľkých smeroch (rovinách). Pre širšie chápanie pojmu „*kúpeľníctvo*“ uvedieme niekoľko definícií.

Z hľadiska lekárskej vedy môžeme charakterizovať kúpeľníctvo ako vedecký lekársky odbor, kde sa pomocou prírodných liečebných zdrojov zabezpečuje prevencia a liečenie presne určených ochorení, a tak sa zaisťuje ochrana verejného zdravia. (Dědina,2005)

Medzinárodná kúpeľná asociácia charakterizuje kúpeľníctvo ako miesto venované starostlivosti o celkové blaho človeka, s použitím profesionálnych služieb za účelom uzdravenia tela, mysle i ducha. (International Spa Association, 2020)

Kúpeľníctvo je odborom hospodárskej činnosti, ktorý je založený na využívaní prírodných liečebných zdrojov. Patrí do zdravotníctva a jeho produktom sú služby. V súčasnosti plní medicínsku, ekonomickú a sociálnu funkciu. Z medicínskeho hľadiska uspokojuje potrebu človeka byť zdravým. Z ekonomického hľadiska poskytuje svoje služby na trhovom princípe a sociálne hľadisko je dané v tom, že kúpeľná liečba je dávkou zdravotného poistenia. (Gúčík, 2004)

Z nášho pohľadu a na základe uvedeného môžeme zhrnúť, že kúpeľníctvo je súčasťou hospodárskej činnosti, ktorá využíva prírodné liečebné predpoklady danej oblasti

na zlepšenie a udržanie zdravotného stavu. Taktiež prispieva k lepšiemu psychickému stavu človeka a rozvíja cestovný ruch v danej oblasti.

Základným predpokladom fungovania kúpeľného podniku je využívanie prírodných liečebných zdrojov. Slovenské kúpeľníctvo môže využívať termálne a minerálne vody iba v prípade, ak sú uznané za prírodné liečivé vody podľa vyhlášky 100/2006 Z.z., ktorou sa ustanovujú požiadavky na prírodnú liečivú vodu a prírodnú minerálnu vodu, podrobnosti o balneologickom posudku, rozdelenie, rozsah sledovania a obsah analýz prírodných liečivých vôd a prírodných minerálnych vôd a ich produktov a požiadavky pre zápis akreditovaného laboratória do zoznamu vedeného Štátnou kúpeľnou komisiou. (Eliášová, 2007)

Z uvedeného vyplýva, že využívanie prírodných zdrojov je prísne kontrolované štátom, konkrétne Štátnou kúpeľnou komisiou, ktorej zriaďovateľom je Ministerstvo zdravotníctva Slovenskej republiky. Zloženie vody a jej konkrétne účinky na jednotlivé zdravotné ochorenia sa v rovnakých intervaloch laboratórne testujú. Zväčša ide o interval v trvaní 2 roky. Na základe výsledkov laboratórnych zistení sa udržiava, prideliuje alebo odoberá štatút kúpeľného miesta.

1.2 Základné pojmy v kúpeľníctve

Pre potreby správneho pochopenia kúpeľníctva, v kontexte jeho uplatnenia na konkrétnom podniku, je podľa nás potrebné charakterizovať niekoľko pojmov s ním spojených.

Kúpeľné miesto je podľa zákona č. 538/2005 Z. z. územie obce alebo časť územia obce, na ktorom sa nachádzajú prírodné liečivé zdroje, prírodné liečebné kúpele, kúpeľné liečebne a iné zariadenia potrebné na vykonávanie kúpeľnej starostlivosti a ktoré je uznané podľa tohto zákona. (Zákon č. 538/2005 Z.z., 2005)

Z uvedeného vyplýva, že je nemožné otvoriť a prevádzkovať podnik, ktorý by niesol prívlastok „kúpeľný/-á/-é“ a nenachádzal by sa na mieste, ktoré nie je vyhlásené podľa zákona č. 538/2005 Z. z. ako kúpeľné miesto.

Kúpeľný podnik je ekonomický a samostatne hospodáriaci subjekt, ktorý sa nachádza v mieste vyhlásenom ako kúpeľné miesto a poskytuje služby prislúchajúce predmetu jeho činnosti. Kúpeľný podnik taktiež možno charakterizovať ako podnik, ktorý

prevádzkuje komplex ubytovacích, stravovacích, liečebných, relaxačných a športových zariadení. (Gúčík, 2004)

Kúpeľné služby sú produktom kúpeľníctva, pod ktorým sa rozumie využívanie prírodných liečebných zdrojov zeme, vody alebo klímy na kúpeľnú liečbu. (Orieška, 2011)

Jednotlivé druhy služieb sú určené na jednej strane podnikom a rozsahom služieb, ktoré poskytuje a na druhej strane potrebou zákazníka, o ktoré služby má záujem. Kúpeľné služby predstavujú komplex služieb starostlivosti o zákazníka s prihliadnutím na jeho potreby. Z hľadiska dôležitosti, môžeme tieto služby rozdeliť na primárne a sekundárne.

Primárne služby	Sekundárne služby
Lekárska prehliadka a vstupné vyšetrenie	Služby starostlivosti o krásu
Kúpeľné procedúry	Zmenárne
Ubytovacie služby	Obchodné služby
Stravovanie	Stravovanie mimo kúpeľného podniku
Kultúrne a spoločenské podujatia	

Tabuľka č. 1: Primárne a sekundárne služby v kúpeľnom podniku

Zdroj: Vlastné spracovanie

1.3 Typológia klientov v kúpeľníctve

Klient ako účastník a prijímateľ kúpeľných služieb je nosným prínosom peňažných prostriedkov do podnikov predmetnej činnosti. Všetkých klientov môžeme rozdeľovať z rôznych hľadísk, ako napríklad podľa ich pôvodu, motivácie, veku a pod. Nás bude zaujímať segmentácia klientov z hľadiska financovania kúpeľnej starostlivosti, nakoľko je najbežnejším delením typológie hostí v kúpeľníctve. Z tohto hľadiska Eliášová (2003) rozoznáva tri typy klientov a to:

- Typ A – poukazy v indikačnej skupine A
- Typ B – poukazy v indikačnej skupine B
- Typ C – samoplatca

Typ A – poukazy v indikačnej skupine A. V kúpeľných podnikoch zaužívaný názov aj „Kompletný zdravotná poisťovňa“. Tento typ klientov predstavujú jeden z najbežnejších návštevníkov kúpeľov. Ich pobyt (ubytovanie, stravovanie a kúpeľnú liečbu) hradí kompletne zdravotná poisťovňa. Podmienkou pridelenia tohto typu financovania

od zdravotnej poisťovne sú ťažké pooperačné stavy alebo chronické chorobné stavy. Pri tomto type je potrebné podanie žiadosti na odporúčanie lekára (špecialistu) v danej oblasti indikácie.

Typ B – poukazy v indikačnej skupine B. V kúpeľných podnikoch zaužívaný názov aj „Príspevkový zdravotná poisťovňa“. Klient s týmto typom financovania si ubytovanie a stravovanie v kúpeľnom podniku hradí sám. Zdravotná poisťovňa hradí výlučne kúpeľnú liečbu – procedúry. Výhodou tohto financovania je, že klient sa sám rozhoduje, kde bude ubytovaný, akou formou sa bude stravovať a aké služby využije.

Typ C – samoplatca. Tento typ financovania je bežný pri hosťoch, ktorí nemajú nárok na kúpeľnú starostlivosť s podporou zdravotnej poisťovne. Hostia si celú starostlivosť uhrádzajú vo vlastnej réžii. Platia za ubytovanie, stravovanie a kúpeľnú liečbu v rozsahu, ktorý si osobitne zvolia. Proces vybavenia predstavuje včasnú rezerváciu a špecifikáciu rozsahu žiadaných služieb.

1.4 Kúpeľný cestovný ruch

Cestovný ruch tvorí súbor aktivít v určitom prostredí, ktoré uspokojujú potreby ľudí súvisiace s vycestovaním mimo trvalého bydliska, bez ohľadu, či je motívom oddych alebo nepravidelná povinnosť. (Novacká a Kulčáková, 1996)

Kúpeľníctvo ako súčasť zdravotníctva a cestovný ruch ako súčasť hospodárstva krajiny sa v určitej časti prekrývajú. Miesto prieniku týchto dvoch odvetví nazývame kúpeľný cestovný ruch. Vysvetlenie prieniku cestovného ruchu a kúpeľníctva vysvetľuje schéma č. 1.

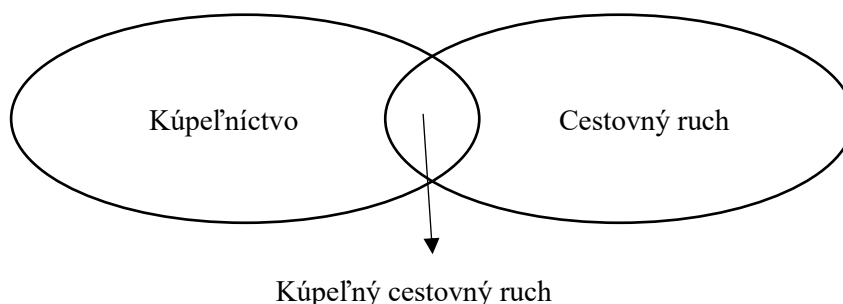


Schéma č. 1: Prepojenie kúpeľníctva a cestovného ruchu

Zdroj: vlastné spracovanie

Kúpeľný cestovný ruch je súčasťou zdravotného cestovného ruchu. Novacká a kolektív (2014) uvádzajú, že zdravotný a kúpeľno-liečebný cestovný ruch plnia tieto funkcie:

- zdravotnú,
- regeneračnú,
- rekreačnú.

Podľa nás je vhodné doplniť uvedené funkcie tohto druhu cestovného ruchu aj o štvrtú funkciu, preventívnu. Nakoľko úzko súvisí zdravotný cestovný ruch aj s wellness službami, ktoré plnia funkciu ako regeneračnú, tak aj preventívnu. Bližšiu špecifikáciu wellnessu uvádzame v nasledujúcej podkapitole.

Kúpeľný cestovný ruch na základe uvedeného charakterizujeme ako typ cestovného ruchu, ktorého motiváciou je kúpeľná starostlivosť, regenerácia a upevňovanie zdravia, uskutočňovaný v kúpeľnom mieste, pri využití základných služieb a daného prostredia spojených s ochranou zdravia a využitím prírodných predpokladov miesta poskytovania služieb.

1.5 Wellness

Nové trendy v oblasti cestovného ruchu napomáhajú rozširovaniu služieb v oblastiach, ktoré už pre niektorých nie sú atraktívne, ale aj podnikom, ktorých hlavným cieľom je neustále sa zlepšujúca úroveň poskytovaných služieb. V oblasti kúpeľníctva sú tieto trendy najviac pociťovateľné. Nie každý chce využívať kúpeľné liečebné postupy a taktiež, nie každý si je schopný dovoliť cenovú úroveň kúpeľníctva na vlastné náklady. Na základe toho vznikajú wellness centrá, ako kratšia a cenovo dostupnejšia forma podpory organizmu a imunitného systému.

Pojem wellness sa v európskom cestovnom ruchu bežne používa, pretože predstavuje prvok konkurencieschopnosti. Cestovné kancelárie a agentúry si často zamieňajú pojem wellness s kúpeľníctvom a to vzhľadom na to, že neexistuje presná definícia, ktorá by široký komplex wellness vystihla, ale sú len rôzne interpretácie. Americký lekár Halbert Dunn charakterizoval wellness ako osobitý zdravotný stav, ktorý zahŕňa pocit pohody, čistotu tela, duše a mysle. Ardell naopak hovorí, že wellness je stav harmónie mysle, duše a tela so samostatným zreteľom na starostlivosť o krásu, zdravú výživu a relaxáciu. (Mueller a Kaufmann, 2000)

Wellness predstavuje poskytovanie kúpeľných služieb v prostredí, kde nie je potrebné, aby sa liečebné prírodné zdroje nachádzali priamo v mieste pobytu. Umelo vytvorené prostredie vďaka rôznym technológiám poskytuje klientovi maximálne podmienky na relax a pohodu. V ostatnom období odborníci zdôrazňujú wellness ako jednu z možností starostlivosti o zdravotnú pohodu tzv. „well-being“. (Novacká a kolektív, 2014)

Z daného vyplýva, že wellness neslúži na podporu popri poúrazových a chronických zdravotných stavoch, ale slúži výhradne ako prevencia proti vzniku ochorení. Tieto centrá vznikajú ako samostatné podnikateľské subjekty alebo sú súčasťou produktu iného podniku, väčšinou hotela alebo penziónu, ktoré ich ponúkajú ako doplnkové služby. V súčasnosti sa stretávame najviac s malými podnikmi poskytujúcimi výhradne len wellness služby. Tieto podniky sa nachádzajú v mestách a oblastiach cestovného ruchu a tvoria ponuku návštevníkom, turistom ale aj domácemu obyvateľstvu.

Wellness služby sú v podnikoch poskytované v dvoch úrovniach. Prvou úrovňou je ako hlavná podnikateľská činnosť wellness centier, kde sa poskytujú výhradne wellness služby, ktoré klient nevyužíva dlhšie ako jeden deň. Taktiež táto úroveň je využívaná aj v ubytovacích zariadeniach, ktoré sa na poskytovanie týchto služieb špecializujú. Druhou úrovňou wellness služieb je ich poskytovanie ako doplňujúci druh služieb využívaný podnikom ako nástroj konkurencieschopnosti a pridanej hodnoty na trhu. Táto úroveň služieb je typická pre ubytovacie zariadenia, ktoré chcú pridať hodnotu pre zákazníka a rozšíriť sortiment poskytovania svojich služieb.

1.6 Druhy ubytovacích zariadení v kúpeľníctve

Vyhláška 277/2008 Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky (ďalej len „vyhláška“) ustanovuje druhy kategórií a tried ubytovacích zariadení, ako aj klasifikačné znaky, ktoré musia spĺňať ubytovacie zariadenia pri zaradovaní do kategórií a tried.

Zjednodušene povedané, ide o zákon, v ktorom sa ustanovujú minimálne požadované nároky na poskytovanie služieb, vybavenie a úpravu ubytovacích zariadení, na základe ktorých sa pridáva zariadeniam kategória a trieda.

Ubytovacím zariadením sa rozumie budova, priestor alebo plocha, v ktorom sa verejnosti celoročne poskytuje za úhradu prechodné ubytovanie a s ním spojené služby.

Ubytovacím zariadením sa rozumie aj sezónne zariadenie poskytujúce ubytovanie a s ním spojené služby najviac 9 mesiacov v roku.

Kategóriou ubytovacieho zariadenia rozumieme určenie druhu ubytovacieho zariadenia podľa § 3 vyhlášky na základe splnených kritérií kategorizácie podľa klasifikačných a fakultatívnych znakov ubytovacieho zariadenia.

	*****	***	**
Vstupné priestory	<ul style="list-style-type: none"> • Hotelová hala • Recepčia s nepretržitou prevádzkou • Informácie 	<ul style="list-style-type: none"> • Hotelová hala • Recepčia s nepretržitou prevádzkou • Informácie 	<ul style="list-style-type: none"> • Recepčia s dennou prevádzkou minimálne 16 hodín • informácie

Tabuľka č.2: Príklad klasifikačných znakov hotela z hľadiska triedy ubytovacieho zariadenia

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa vyhlášky 277/2008 MHSR

Triedou ubytovacieho zariadenia rozumieme určenie minimálnych požiadaviek na vybavenie ubytovacieho zariadenia podľa jednotlivých kategórií a požiadaviek na úroveň a rozsah poskytovaných služieb spojených s ubytovaním podľa kritérií uvedených v prílohe vyhlášky. Triedy sa označujú hviezdikami od najnižšej triedy (*) po najvyššiu triedu (*****).

Medzi základne kategórie (druhy) ubytovacích zariadení v kúpeľníctve patria kúpeľný hotel, wellness hotel a depandance hotela.

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 služby na aktívne trávenie voľného času.

Kúpeľný hotel je ubytovacie zariadenie kategórie hotel. Nachádza sa v miestach, ktoré majú štatút kúpeľného miesta podľa zákona č. 538/2005 Z. z.. Hostom poskytuje okrem všeobecných služieb pre kategóriu hotel aj služby spojené s kúpeľnou starostlivosťou.

V kúpeľnom hoteli je k dispozícii lekár pre hostí. Ako kúpeľný hotel možno označiť len zariadenie kategórie hotel, ktorý spĺňa požiadavky najmenej hotela triedy *** .

Wellness hotel je ubytovacie zariadenie kategórie hotel určené predovšetkým na prechodné ubytovanie hostí spojené s odbornou starostlivosťou a rehabilitáciou hostí. Wellness hotel je vybavený funkčnými športovými a rekreačnými zariadeniami, ktoré sú hosťom k dispozícii. Wellness hotel ponúka racionálnu stravu. Ako wellness hotel možno označiť len hotel, ktorý spĺňa požiadavky triedy hotela ***. Wellness hotel spĺňa z celkového minimálneho počtu bodov vo fakultatívnych znakoch i minimálny počet bodov stanovený špeciálne pre wellness hotel.

Fakultatívne znaky predstavujú ďalšie služby poskytované ubytovaným hosťom podľa individuálneho výberu prevádzkovateľa podľa typu ubytovacieho zariadenia. Všetky ubytovacie zariadenia podľa príslušnej triedy majú stanovený minimálny počet bodov z oblasti fakultatívnych znakov na zaradenie do kategórie a triedy. Zoznam fakultatívnych znakov aj s bodovým ohodnotením je uvedený v deviatej časti vyhlášky.

Wellness služby	Bodové ohodnotenie
Krytý bazén	30 bodov
Whirpool	15 bodov
Sauna	10 bodov
Lekár v objekte	10 bodov
Masáž	5 bodov
Športový terapeut	5 bodov
Priestory na odpočinok	3 body

Tabuľka č. 3: Príklad fakultatívnych znakov wellness hotela

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa vyhlášky 277/2008 MHSR

Depandance hotela je vedľajšia budova bez vlastnej recepcie organizačne súvisiaca s hotelom, ktorý zabezpečuje pre depandace celý rozsah služieb zodpovedajúci príslušnej triede a nie je vzdialený viac ako 300 metrov. Depandance poskytuje iba ubytovanie.

1.7 Revitalizácia – charakteristika, druhy

Revitalizácia v doslovnom preklade znamená „opätovné oživenie“. Je to proces, ktorý s opätovným zavádzaním starých alebo nových postupov, zlepšuje súčasný stav podniku na trhu. Ide o obnovu, ktorá smeruje k udržaniu alebo zvýšeniu konkurenčnej výhody.

Nakoľko sa nevieme dopátrať domácich i zahraničných publikácií spojených s revitalizáciou, budeme ďalej pracovať so synonymom inovácie.

Slovo inovácia pochádza z latinčiny a znamená obnovenie. Vo väčšine prípadov sa pod pojmom inovácia chápe riadená zmena stavu k novému, lepšiemu.

Pod pojmom inovácia sa rozumie zavedenie nového alebo výrazne zdokonaleného výrobku alebo služby na trh, resp. zavedenie nového alebo výrazne zdokonalenie procesu v rámci podniku. (Hudec, 2007)

Súčasnne poznatky o inováciách a o nich týkajúce sa publikácie rozlišujú štyri druhy inovácií, a to:

- inovácie produktu (služby),
- inovácie procesu,
- organizačné inovácie,
- marketingové inovácie.

Kubičková a Benešová (2007) uvádzajú štyri druhy inovácií v podnikoch služieb a to:

- produktové inovácie,
- technologické (procesné) inovácie,
- organizačné inovácie,
- inovácie ľudských zdrojov.

Z hľadiska zamerania tejto práce nás predovšetkým budú zaujímať dva druhy inovácií, a to produktové inovácie a inovácie technologické.

Produktové inovácie v službách možno chápať ako každú pozitívnu zmenu oproti predošlej službe ponúkanej spotrebiteľovi. Táto zmena musí byť pre klienta rozoznateľná a akceptovaná, prinášajúca mu kvalitatívne dokonalejší úžitok. (Kubičková, Benešová, 2007)

Technologické inovácie v službách znamenajú zmenu v procese poskytovania služby, teda v jej produkcii. Prejavuje sa zefektívnením produkčných procesov prostredníctvom novej alebo vylepšenej technológie. V službách má najčastejšie podobu výpočtovej a komunikačnej technológie. (Kubičková, Benešová,2007)

V oblasti kúpeľníctva sa technologické inovácie služieb prekrývajú s technologickými inováciami výrobných podnikov. V oblasti služieb ide predovšetkým o komunikáciu a v oblasti výroby ide ako o zariadenia, tak aj o postupy a procesy. Na jednej strane poskytovanie informácií, presná komunikácia medzi klientom a producentom služby sú podstatnou časťou efektívneho poskytovania služieb. Na druhej strane technologické vybavenie kúpeľných podnikov je nevyhnutnou zložkou kvality poskytnutej procedúry (produktu kúpeľného podniku). Z tohto hľadiska je potrebné vnímať prepojenie týchto druhov inovácií ako jeden z podstatných faktorov vplyvu inovácií na vnímanie kvality spotrebiteľom.

Gajdošíková (2017) uvádza, že inovácie sa klasicky delia na:

- čiastočné inovácie, ktoré predstavujú zlepšovanie existujúcich produktov a služieb. Tieto inovácie udržujú podniky na trhu aj bez vynakladania veľkého úsilia a prostriedkov na výskum a vývoj.
- radikálne inovácie, ktoré predstavujú niečo, čo je úplne nové. Ide najmä o vynálezy, objavy, nové technológie alebo modely.

Český ekonóm Valenta (Gajdošíková, 2017) zaviedol členenie inovácií z hľadiska intenzity inovačných zmien. Jeho členenie nesie názov Valentovo inovačné spektrum:

- inovácia -1.stupňa – degenerácia – objekt stráca svoju funkčnosť,
- inovácia 0. stupňa – regenerácia – obnova (znovuzhodnotenie) pôvodných kvalít,
- inovácia 1. stupňa – extenzívne zväčšenie – napr. príjem nových ľudí,
- inovácia 2. stupňa – zmena vzťahov – reorganizácia vnútorných vzťahov,
- inovácia 3. stupňa – adaptácia kvality – menšie kvalitatívne zmeny na objekte,
- inovácia 4. stupňa – nový variant – vylepšenie významných funkcií objektu,
- inovácia 5. stupňa – nová generácia – kvalitatívna zmena všetkých významných funkcií a častí objektu,
- inovácia 6. stupňa – nový druh – zmena koncepcie objektu so zachovaním pôvodného princípu,

- inovácia 7. stupňa – nový rod – úplná zmena pôvodného princípu,
- inovácia 8. stupňa – nový kmeň.

Autorka taktiež uvádza prehľadné porovnanie typológií inovácií z pohľadov rôznych autorov.

Prehľad typológií inovácií					
Inovácie	Klasické delenie	Valenta	Oslo manuál		Cestovný ruch (Hjalagerová,2010)
	čiasťočné	desať inováčných riadkov	technologické	produktové	produktové
				procesné	procesné
	radikálne		netechnologické	marketingové	marketingové
organizačné				manažérske	
			inštitucionálne		

Tabuľka č.4 : Prehľad typológií inovácií podľa rôznych autorov

Zdroj: Gajdošíková, 2017. Inovácie v cestovnom ruchu

Keďže produktom kúpeľníctva sú služby, ktoré nie sú sebe podobné a majú za úlohu sa dopĺňať a prinášať komplexnú hodnotu spotrebiteľovi, z nášho pohľadu je potrebné rozdeliť inovácie v podnikoch aj z hľadiska ich rozsahu. Nakoľko delenie inovácií na čiastočné a radikálne je pre potreby našej práce nekomplexne charakterizované, rozhodli sme sa rozdeliť inovácie na čiastočné a celkové.

Na základe uvedeného tieto inovácie charakterizujeme nasledovne:

- čiastočné inovácie – pre nás znamenajú čiastočné inovácie (obnovu) len časti podniku. V podniku kúpeľníctva hovoríme teda napríklad o zmene ubytovania, o zmenách zariadenia procedúr a podobne. Môžeme povedať, že v tomto prípade ide o inovácie časti podniku bez narušenia priebehu ostatných podstatných častí poskytovania služieb.
- celkové inovácie – prednastavuje zmenu celého komplexu služieb, prípadne celková zmena zamerania podniku. Ide o inovácie a obnovy v mieste podnikania, kedy inovácia zasahuje do celkového pôsobenia podniku. To znamená, že súbor inovácií v jednotlivých oddeleniach podniku si vyžaduje úplné pozastavenie činnosti podniku alebo predstavuje z časového hľadiska dlhší úsek jednotlivých po sebe nadväzujúcich inovácií.

2 Cieľ práce

Témou bakalárskej práce je revitalizácia ubytovacieho zariadenia. Zámerom práce je identifikovať prínosy plánovanej revitalizácie vybraného ubytovacieho zariadenia so špecifikom na hodnotenie súčasného stavu klientami zariadenia. Zistiť vnímanie súčasného stavu a vedomosti o tom, či vnímajú plánovanú revitalizáciu ako prínos pre podnik.

Hlavným cieľom práce je hodnotenie výstupov revitalizácie hotela Slovakia a návrh nového produktu.

K dosiahnutiu hlavného cieľa sme si stanovili niekoľko čiastkových cieľov:

- Systematizovať súčasný stav kúpeľníctva a jeho prepojenia s cestovným ruchom
- Identifikovať základné druhy ubytovacích zariadení v kúpeľníctve
- Vymedziť základné pojmy spojené s inováciami a revitalizáciou, ich druhy
- Primárnym prieskumom zhodnotiť súčasný stav hotela, vymedziť pozitíva a negatíva, ktoré sú východiskom revitalizácie
- Komparácia súčasného stavu a plánovaného stavu po revitalizácii
- Na základe sekundárnych údajov internej štatistiky hotela vypočítať ekonomickú (časovú) návratnosť investície vloženej do revitalizácie
- Návrh nového produktu vyplývajúceho z revitalizácie a tvorby nových služieb hotela ako aj so spojením s už súčasnou ponukou služieb.

Na základe stanoveného hlavného cieľa a čiastkových cieľov, sme si stanovili nasledujúce výskumné otázky:

- Čo je kúpeľníctvo a aké ma prepojenie s cestovným ruchom?
- Aké druhy ubytovacích zariadení poznáme v kúpeľníctve?
- Čo je inovácia a aké druhy inovácií môžeme aplikovať na kúpeľníctvo a ubytovacie zariadenia?
- Ako hostia hodnotia stav vybraného zariadenia pred rekonštrukciou?
- Aké nové oblasti vylepšení a nových služieb prináša rekonštrukcia?
- Aká je časová návratnosť vloženej investície do rekonštrukcie?
- Aký je navrhovaný produkt pre podnik vyplývajúci z nových služieb?

3 Metodika práce

3.1 Charakteristika objektu skúmania

Ako objekt skúmania sme si zvolili podnik pôsobiaci v oblasti kúpeľníctva a kúpeľnej starostlivosti. Podnikom, ktorý sme si zvolili, sú Kúpele Trenčianske Teplice, a.s. v špecifikácii na konkrétne zariadenie hotel Slovakia ***.

Kúpele Trenčianske Teplice, a.s. sú podnikom s dlhoročnou tradíciou v oblasti kúpeľníctva so zameraním na konkrétne špecifiká indikácii, predovšetkým na pohybové, kožné ochorenia a ochorenia z povolania.

V praktickej časti tejto práce sme sa zamerali predovšetkým na hotel Slovakia, ktorý je jedným z niekoľkých ubytovacích zariadení kúpeľov. V priestoroch hotela sme vykonávali aj primárny prieskum, ktorý je východiskom tejto práce.

3.2 Pracovné postupy

Po celý čas písania bakalárskej práce sme sa venovali predovšetkým štúdiom a abstrakciou odbornej literatúry, ktorá sa venovala predovšetkým kúpeľníctvu, ubytovacím zariadeniam a inováciám. Relevantné údaje boli použité v časti súčasný stav riešenej problematiky doma i v zahraničí. V niektorých častiach teoretickej časti sme sa snažili vložiť vlastné poznatky o danej problematike a uviesť predovšetkým náš postoj k riešenej téme.

V praktickej časti sme sa venovali predovšetkým primárnemu prieskumu v hoteli Slovakia***, Trenčianske Teplice, aby sme zistili spokojnosť zákazníkov s jednotlivými službami hotela. Následne sme na základe interných údajov a plánu rekonštrukcie hotela porovnali súčasný stav s tým plánovaným po rekonštrukcii. Vymedzili sme jednotlivé služby, ktoré budú prínosom pre hotel ako aj pre jeho zákazníkov. Na základe internej štatistiky hotela sme sa snažili jednoduchými matematickými výpočtami predpovedať ekonomickú návratnosť vlozenej investície. V závere práce sme navrhli nový produkt služieb, ktorý by mohol podnik zaradiť do ponuky pre zákazníkov.

3.3 Spôsob získavania údajov a ich zdroje

Pri tvorbe tejto práce sme využili empirické a teoretické metódy. V teoretickej časti tejto práce boli využité predovšetkým teoretické metódy, ktorými sú metóda abstrakcie, analýza v následnom spojení so syntézou a metódy dedukcie a indukcie. V praktickej časti

tejto práce boli využité predovšetkým metódy teoretické – špeciálne, ktorými sú komparatívne metódy. Z nich boli využité hlavne komparácia a konkretizácia. Z empirických metód bola využitá metóda – výskum trhu metódou dopytovania. Súhrnný zoznam metód použitých v bakalárskej práci sumarizuje tabuľka č. 5.

Použité metódy	Použitie v jednotlivých častiach práce		
	Kapitola č. 1 Súčasný stav riešenej problematiky doma i v zahraničí	Kapitola č. 3 Metodika práce	Kapitola č. 4 Výsledky práce a diskusia
Teoretické metódy			
Metóda abstrakcie	✓	✓	✓
Metóda analýzy a syntézy	✓		✓
Metóda indukcie a dedukcie	✓		✓
Metóda komparácie	✓		✓
Metóda konkretizácie		✓	✓
Empirické metódy			
Metóda dopytovania			✓

Tabuľka č. 5: Zoznam použitých metód v jednotlivých častiach práce

Zdroj: Vlastné spracovanie

Metódy použité v teoretickej časti práce

Metódu abstrakcie sme využili vo výbere relevantných informácií pre našu prácu. Abstrakciou sme vybrali jednotlivé relevantné pojmy a definície potrebné pre uvedenie do problematiky skúmaného problému. Metódy analýzy a syntézy sme využili vo výbere jednotlivých častí teoretickej časti, nakoľko skúmaný problém predstavuje široké zameranie a bolo pre nás dôležité vymedziť jednotlivé časti. Detailnejšie boli identifikované jednotlivé postoje autorov ku kúpeľníctvu a inováciám v službách a charakterizované jednotlivé druhy

ubytovacích zariadení. Následne metódou syntézy sme zjednotili vybrané teoretické východiská na konkrétnu aplikáciu a prepojenie na kúpeľníctvo. Ide predovšetkým o časti 1.2, 1.3 teoretickej časti práce. Metódou komparácie sme zistili jednotlivé pohľady na skúmanú problematiku a individuálne postoje k definíciám a chápaniu jednotlivých pojmov.

Metódy použité v praktickej časti práce

V praktickej časti práce sme prioritne využili metódu dopytovania, nakoľko predstavuje východisko špecifikácie výsledkov tejto práce. Z vykonaného dopytovania sme následne analýzou jednotlivých častí dopytovania vymedzili základné problémy vnímané jednotlivými respondentami. Metódou syntézy sme výsledky spojili do jedného celku, kde sme presne špecifikovali a charakterizovali odpovede a ich význam pre našu prácu. Metóda konkretizácie sa nachádza v častiach 3 a 4, nakoľko sme sa zaoberali presne špecifikovaným kúpeľným podnikom. Metóda komparácie bola využitá pri porovnávaní súčasného stavu a stavu po plánovanej revitalizácii ubytovacieho zariadenia.

4 Výsledky práce

4.1 Charakteristika oblasti a spoločnosti Kúpele Trenčianske Teplice, a.s.

Mesto Trenčianske Teplice sa nachádza v strednopovažskom regióne cestovného ruchu. Leží v doline na juhozápade Strážovských vrchov, len 15 km od krajského mesta Trenčín. Rozloha mesta predstavuje 10,45km² s počtom obyvateľov vo výške 4 166 (2018).

Pre správne pochopenie významu tejto oblasti pre cestovný ruch je podľa nás potrebné uviesť najznámejšie a najrelevantnejšie informácie z histórie mesta. Z historického hľadiska je zrejmé, že už v dávnych dobách poznali obyvatelia mesta jeho výnimočnosť a účinky vody, ktorá sa v oblasti nachádza. V samotnej literatúre sa Trenčianske Teplice spomínajú až v 16. storočí, avšak prvá písomná zmienka pochádza z 13. storočia, kedy sa nazývali len „Teplice“. V 16. storočí mali termálne vody využívať len teplanskí poddaní sedliaci a šľachta z okolia. Územie Trenčianskych Teplíc sa stalo majetkom rodu Illesházyovcov, ktorý ich vlastnil 241 rokov. Prvý rozkvet kúpeľov prišiel za panovania Jozefa Illesházyho. Za jeho vlády sa kúpele prerobili z drevených na murované, vybudoval päť bazénov a kaštieľ, ktorý slúžil jeho potrebám a potrebám významných kúpeľných hostí. Za jeho vlády a následne za vlády jeho syna Jána sa kúpele stali vyhľadávaným miestom až za hranicami Uhorska. Kúpele zdedil Jánov syn Štefan, ktorý pre kúpele spravil najviac.

Vystavaval cesty, skrášľil parky, vybudoval kúpeľné vane, vystavaval ubytovanie a postaral sa o poriadok a čistotu. Jednou z najznámejších stavieb je Hammam, ktorého výstavba sa začala v okamihu, keď vtedajšia majiteľka Ifigénia de Castries d'Harcourt, predstavila na parížskej výstave model prepychového tureckého kúpeľa. Odcestovala preto do Egypta a požiadala miestneho kráľa o povolenie na výstavbu v meste Trenčianske Teplice. Hammam dostavali v roku 1888 a táto stavba dovtedy nemala v Európe obdobu. Novodobá história kúpeľov začala v roku 1909, kedy ich kúpila Maďarská obchodná a banková spoločnosť. Tá začala s neuveriteľnou výstavbou ubytovacích zariadení a postarala sa, že mesto sa v tej dobe stalo spoločenským centrom oblasti. Po 1. svetovej vojne sa pod vplyvom finančnej krízy rozhodli vyhlásiť konkurz. Podnikatelia a finančná spoločnosť na čele s vtedajším ministrom Vavrom Šrobárom priniesli späť záujem o kúpele. Po 2. svetovej vojne, ktorá poškodila veľa budov a ktorej boje prebiehali priamo na území mesta, sa kúpele dostali do mierneho úpadku. Obdobie Československa prinieslo kúpeľom veľa dobrého. Stali sa štátnym podnikom a slúžili predovšetkým na poskytovanie bezodplatnej kúpeľnej starostlivosti pracujúcim. Poškodené budovy boli zbúrané a na ich mieste boli vystavané nové LD Pax a LD Krym. V roku 1996 sa stali kúpele akciovou spoločnosťou Slovenské liečebné kúpele a o 10 rokov zmenili majiteľa. V roku 2007 začali fungovať ako Kúpele Trenčianske Teplice a.s., v tejto forme fungujú doteraz.

V súčasnosti patria kúpele k najstarším a najobľúbenejším na Slovensku. Je to predovšetkým vďaka jedinečnej prírodnej sírnej termálnej vode, ktorá v ideálnej kvalite a teplote prúdi priamo do bazénov kúpeľov. Používajú na liečbu týchto indikačných ochorení:

- VI. Nervové choroby,
- VII. Choroby pohybového ústrojenstva,
- X. Kožné choroby,
- XII. Choroby z povolania.

Kúpele Trenčianske Teplice a.s. zastrešujú celkový súbor poskytovaných služieb. Ide predovšetkým o ubytovacie, stravovacie, kúpeľné služby a služby spojené s aktívnym trávením voľného času. V súčasnosti tvoria podnik tri kúpeľné hotely – PAX, Krym a Slovakia, a šesť liečebných domov, ktoré by sme podľa vyhlášky priradili k typu ubytovania dependance hotela. Jednotlivé hotely a taktiež aj jednotlivé liečebné domy sú rozdelené do rôznych tried ubytovacích zariadení, na ktorých záleží aj cenová hladina

ubytovania. Stravovanie zabezpečujú kúpele v hotelových jedálňach a stravovacích zariadeniach liečebných domov. Aktívny čas klientov vyplňajú kúpele rôznymi kultúrnymi a športovými podujatiami v spolupráci s lokálnymi umelcami, remeselníkmi a podnikmi. V regióne si hostia môžu vychutnať turistiku po okolitých chodníkoch, zviest' sa na historickej električke, ktorá je jedným zo symbolov mesta alebo môžu cestovať do neďalekého mesta Trenčín, ktoré ponúka veľa kultúrnych, športových a turistických aktivít.

Hotel Slovakia, ktorý je konkrétnym objektom a predmetom skúmania tejto práce, bol postavený v sedemdesiatych rokoch 20. storočia a otvorený bol v auguste 1977 pri príležitosti cyklistických pretekov. V tom období patril ku kvalitným a vyhľadávaným hotelom. Bol postavený v štýle obrátenej pyramídy s drevenými a sklenenými prvkami v interiéri. Hotel má 5 nadzemných poschodí a jedno podzemné. V podzemnom poschodí sa nachádzajú skladové a technické priestory, ktoré slúžia predovšetkým personálu a príjmu a výdaju tovarov. Na prízemí sa nachádza recepcia, bazén, hotelová jedáleň s kapacitou 80 miest a kaviareň, ktorá je momentálne v prenájme. Ubytovacia časť hotela začína 2. nadzemným podlažím. Kapacita ubytovacej časti hotela bola od otvorenia až po koniec roku 2008 166 lôžok rozdelených do jednoposteľových, dvojposteľových a apartmánových izieb. Od roku 2009 až do zatvorenia hotela bola kapacita znížená na 144 lôžok. Na prvom poschodí ubytovacej časti sa taktiež nachádza kongresová miestnosť s kapacitou 40 miest. Hotel Slovakia do zatvorenia zamestnával 29 zamestnancov.

4.2 Analýza údajov realizovaného prieskumu

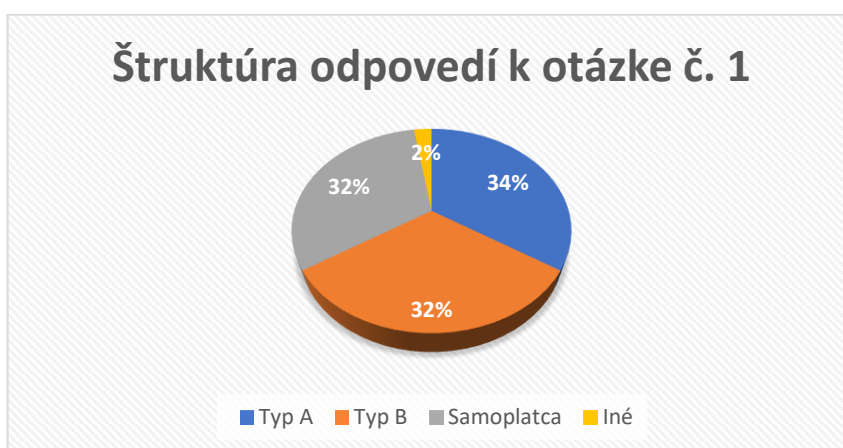
Prieskum sme realizovali v prvom týždni mesiaca október 2019. Nakoľko bol v tom čase hotel pred plánovaným uzatvorením z dôvodu rekonštrukcie, dotazníka sa zúčastnilo 41 respondentov, ktorí boli súčasne aj ubytovaní v hoteli. Na prieskume sa zúčastnilo konkrétne 61% žien a 39% mužov. Vek respondentov sme po značnej úvahe rozdelili na dva intervaly a to na kategóriu „menej ako 50 rokov“, ktorej súčasťou bol aj vek 50 rokov a „viac ako 50 rokov“. 41% respondentov bolo vo veku menej ako 50 rokov, 54% respondentov sa nachádzalo v intervale viac ako 50 rokov a 5% respondentov svoj vek neuviedlo.

Dotazníkom sme chceli zistiť ako hostia vnímajú súčasný stav hotela, ktoré služby hodnotia kladne, ktoré záporne, ich pohľad na klady a zápory samotnej prevádzky a ich postoj k odporúčaniam hotelového zariadenia. Dotazníky sme distribuovali osobne v deň realizácie prieskumu. Nakoľko sa v hoteli nachádzali hostia všetkých vekových kategórií

zvolili sme dotazník v tlačenej forme. Všetky získané údaje boli starostlivo analyzované a nahrané do štatistického programu, z ktorého sme následne vytvorili výsledky prieskumu. Vzor dotazníka je prílohou č. 1 tejto práce. Výsledky prieskumu boli nasledovné:

Otázka č. 1: Ste klientom...

V samotnej prvej otázke sme sa dozvedeli štruktúru hostí z hľadiska financovania ich kúpeľnej starostlivosti. Keďže samotný kúpeľný podnik sa špecializuje na všetky typy klientov, zaujímalo nás v akom percentuálnom zastúpení boli jednotliví návštevníci hotela.



Graf č.1: Štruktúra odpovedí k otázke č. 1

Zdroj: Vlastné spracovanie, 12/2019

Z výsledkov prieskumu vyplýva, že jednotlivé typy klientov z hľadiska financovania ich starostlivosti sú zastúpené približne rovnako. 34% respondentov malo status typu A a zhodne po 32% respondentov malo status klienta typu B a samoplatca. 2% respondentov neuviedlo odpoveď na túto otázku.

Otázka č. 2: Ako často využívate služby hotela?

V tejto otázke sme sa dozvedeli ako často využívajú respondenti služby hotela bezprostredne mimo vzťahu k financovaniu starostlivosti. 39 % respondentov uviedlo, že sú v hoteli po prvýkrát. Pri tomto percente respondentov možno predpokladať, že práve väčšina z nich je v kúpeľnej starostlivosti plne alebo čiastočne hradenou zdravotnou poisťovňou, nakoľko si v tomto prípade hosť nevyberá miesto starostlivosti a pridelenia kúpeľného zariadenia. 29% respondentov uviedlo, že služby hotela využívajú raz ročne. Viackrát do roka využíva služby hotela 20% respondentov a len 12% z nich využíva zariadenie menej ako raz ročne.



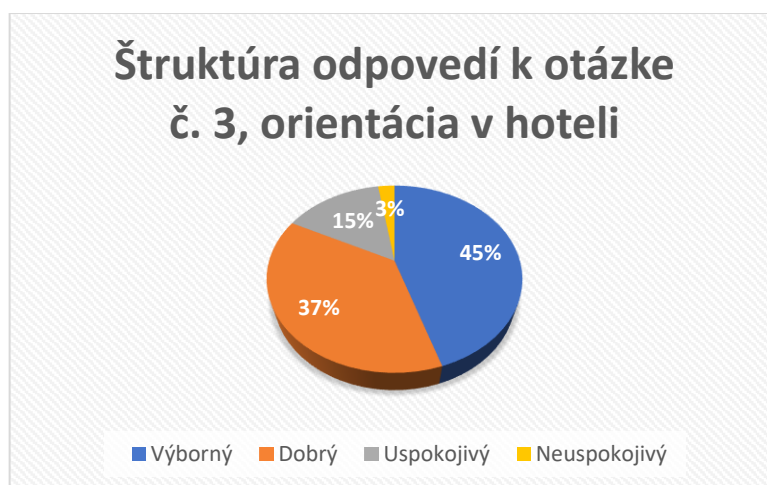
Graf č.2: Štruktúra odpovedí k otázke č.2

Zdroj: Vlastné spracovanie, 12/2019

Otázka č. 3: Prosím ohodnoťte zo škály možností vybrané oblasti.

V tejto otázke sme sa dozvedeli ako respondenti hodnotia tri vybrané oblasti v danom hoteli. Pýtali sme sa na orientáciu v hoteli, stravovacie služby a ochotu personálu. Analyzované údaje sme rozdelili do troch grafov, z ktorých sa každý spája s predmetnou oblasťou.

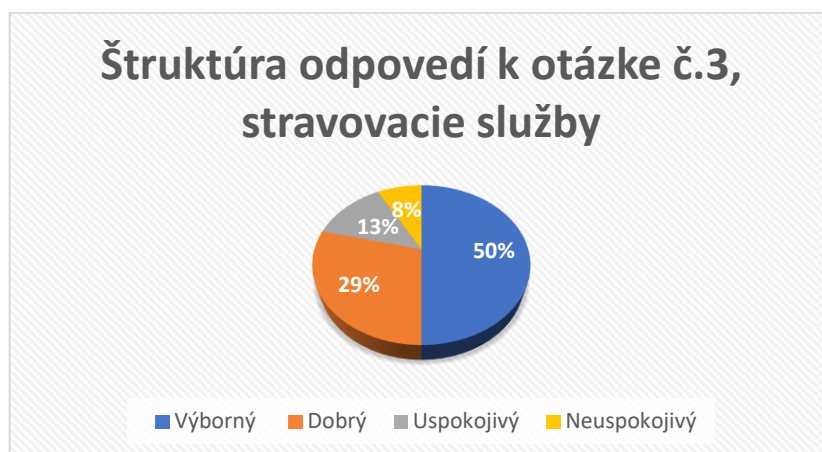
V časti otázky, ktorá sa týkala orientácie v hoteli, odpovedali respondenti nasledovne. 45% respondentov hodnotí orientáciu v zariadení výborne. 37% respondentov ju hodní ako dobrú. Spolu len 18 % respondentov uviedlo, že orientácia v hoteli je uspokojivá alebo neuspokojivá.



Graf č.3: Štruktúra odpovedí k otázke č.3, orientácia v hoteli

Zdroj: Vlastné spracovanie, 12/2019

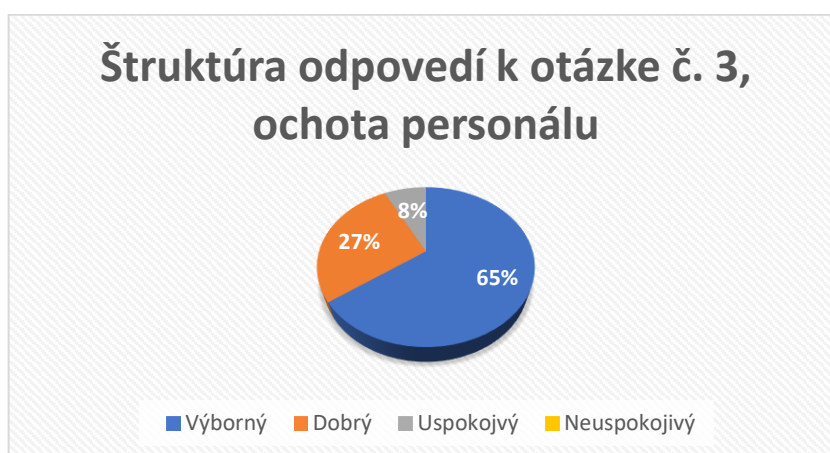
V časti hodnotenia stravovacích služieb hodnotí kvalitu stravy výborne až 50% respondentov, ktorí odpovedali na túto časť otázky. 29% respondentov uviedlo, že stravovacie služby sú dobré. 13% respondentov hodnotilo dostatočne a len 8% respondentov ako nedostatočne. Niektorí respondenti uviedli aj poznámku k tejto časti odpovede. Väčšina respondentov, ktorí hodnotili stravovanie ako výborné, uviedlo, že jediným mínusom je úroveň stolovania a podávania jedál.



Graf č.4: Štruktúra odpovedí k otázke č. 3, stravovacie služby

Zdroj: Vlastné spracovanie, 12/2019

V časti hodnotenia ochoty personálu v zariadení, hodnotila prevažná väčšina, až 65%, respondentov personál ako výborný. 27% respondentov uviedlo, že personál je dobrý a len 8% respondentov hodnotilo uspokojivo. Žiaden respondent neuviedol, že ochota personálu je neuspokojivá.



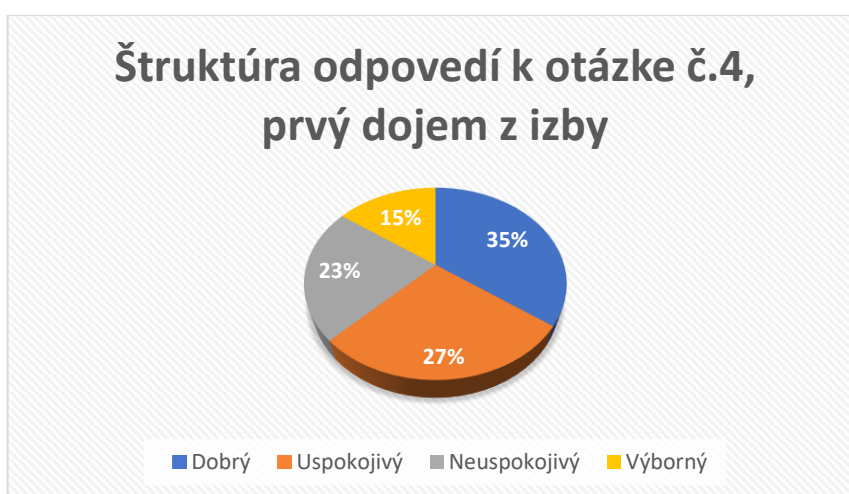
Graf č.5: Štruktúra odpovedí k otázke č.3, ochota personálu

Zdroj: Vlastné spracovanie, 12/2019

Otázka č.4: Prosím ohodnoťte vašu súčasnú hotelovú izbu.

Taktiež ako predchádzajúca otázka, aj táto sa skladala z troch parametrov hodnotenia izby. Pri jednotlivých izbách hostí sme hodnotili prvý dojem, vybavenie a čistotu izby.

V prípade prvého dojmu z izieb hostí, uviedlo 35% respondentov, že ich prvý dojem z izby bol dobrý. 27% respondentov hodnotilo prvý dojem ako uspokojivý a 23% respondentov hodnotilo dojem ako neuspokojivý. Najmenej respondentov, 15%, hodnotilo dojem z izby ako výborný. Niektorí z respondentov, pri tejto časti otázky, využili možnosť doplniť slovne dôvody vnímania. V prípade ich vyjadrení uviedli, že prvý dojem bol skazený starším zariadením izieb a taktiež aj zlým technickým (stavebným) stavom budovy.

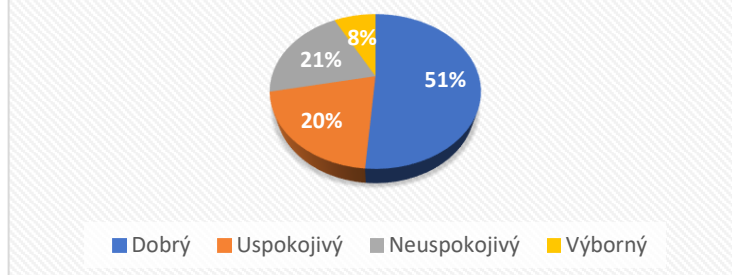


Graf č.6: Štruktúra odpovedí k otázke č.4, prvý dojem z izby

Zdroj: vlastné spracovanie, 12/2019

Na časť otázky ohľadne vybavenia izieb hodnotili opýtaní nasledovne. 51% respondentov uviedlo, že vybavenie ich izieb bolo dobré. 21% respondentov uviedlo, že ich izba bola vybavená neuspokojivo a 20% hodnotilo zo škály možností uspokojivo. Len 8% respondentov uviedlo, že ich izba bola vybavená výborne. Z hľadiska vysokého percentuálneho rozdielu medzi hodnotením „dobrý“ a „výborný“ môžeme predpokladať, že izby hotela nie sú vybavené vhodne pre výborný pocit hostí.

Štruktúra odpovedí k otázke č.4, vybavenie izby

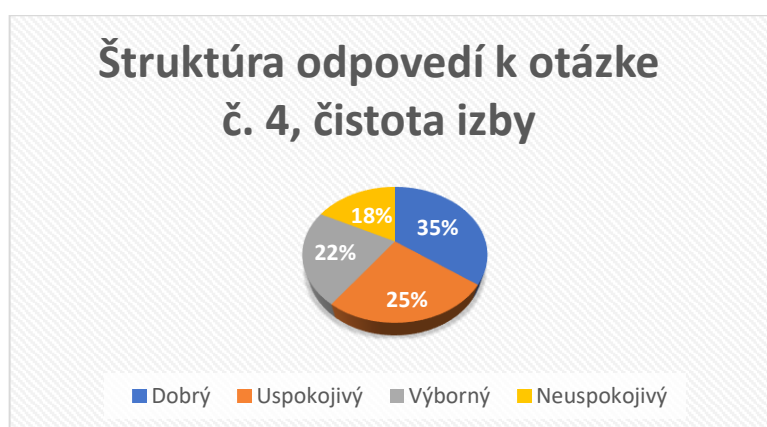


Graf č.7: Štruktúra odpovedí k otázke č.4, vybavenie izby

Zdroj: vlastné spracovanie, 12/2019

Poslednou časťou otázky č.4 bola čistota izieb. Respondenti sa v hodnotení čistoty izby vyjadrili nasledovne. 35% respondentov hodnotilo čistotu ako dobrú a 25% uviedlo, že ich izba bola čistá hodnotením uspokojivý. 22% respondentov hodnotilo čistotu izieb ako výbornú a len 18% odpovedalo neuspokojivý.

Štruktúra odpovedí k otázke č. 4, čistota izby



Graf č.8: Štruktúra odpovedí k otázke č.4, čistota izby

Zdroj: vlastné spracovanie, 12/2019

Otázka č.5: Aká je podľa vás kladná stránka hotela?

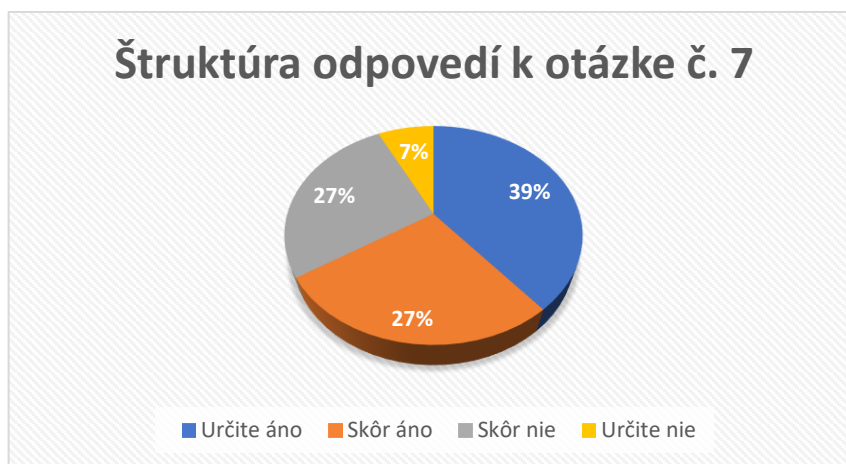
Odpovede na túto otázku sme osobne analyzovali a uvedieme najčastejšie spomenuté kladné stránky hotela uvedené v dotazníkoch. 39% (16) respondentov uviedlo, že kladnou stránkou hotela je jeho poloha v centre mesta. Ďalšou z najčastejšie sa vyskytujúcich odpovedí bol ústretový personál, čo tvorilo 32% (13) všetkých odpovedí. Medzi ďalšie

výhody, ktoré respondenti uviedli boli napríklad bazén v budove, či jeho súčasný výzor, ktorý opýtaní charakterizovali ako „komunistický nádych“.

Otázka č. 6: Aká je podľa vás záporná stránka hotela?

48% respondentov, čo tvorilo 20 opýtaných, uviedlo, že zápornou stránkou hotela je vybavenie a nevyhovujúci stav hotela. Taktiež uviedli, že by bolo potrebné, aby hotel prešiel rekonštrukciou. I keď sa jedna z otázok priamo týkala aj stravovacích služieb v hoteli, tak 13% (5) respondentov uviedlo, že zápornou stránkou hotela je úroveň a sortiment podávaného stravovania. Niekoľko respondentov uviedlo, že záporná stránka hotela je aj neprítomnosť termálnej liečivej vody v priestoroch hotela a nedostatok kultúrnych služieb. Prekvapením bolo, že traja respondenti uviedli, že zápornou stránkou hotela je, že bude zatvorený a zrekonštruovaný, nakoľko oni hotel každoročne navštevovali z dôvodu prostredia a atmosféry, ktorú mal.

Otázka č. 7: Odporučili by ste hotel známym?



Graf č.9: Štruktúra odpovedí k otázke č.7

Zdroj: Vlastné spracovanie, 12/2019

V prípade tejto otázky sme sa rozhodli dôležitosť prikladať na odpovede „určite áno“ a „určite nie“. 39% respondentov uviedlo, že by hotel určite odporučili a len 7% respondentov by určite hotel neodporučilo. V prípade odpovedí „skôr áno“ a „skôr nie“ možno poznamenať, že 27% hostí, ktorí odpovedali „skôr áno“ mali menšie pochybnosti avšak celkový dojem ich asi presvedčil kladne. V rovnakom prípade to je aj s odpoveďou „skôr nie“. Nemožno sa presne spoliehať na tieto odpovede. Hovorí podľa nás o celkovom kladnejšom alebo zápornejšom dojme z hotela.

Otázka č.8: Uveďte dôvod odpovede v predchádzajúcej otázke.

V prípade tejto otázky odpovedali respondenti nasledovne. Respondenti, ktorí by hotel učíte odporučili, uviedli ako dôvod polohu hotela a výbornú skúsenosť s personálom a službami, ktoré hotel poskytuje. Niektorí dokonca uviedli, že sú nadmieru spokojní a každoročne sa vracajú práve do tohto hotela. V prípade respondentov, ktorí by neodporučili hotel svojim známym, uviedli ako hlavný dôvod zlý stav technického vybavenia hotela, čo na nich aj tak vplývalo a boli nespokojní s ubytovacími službami hotela.

Otázky č.9 a č.10 boli charakterizované na začiatku tejto podkapitoly, v úvode do realizovaného prieskumu. Z toho dôvodu nebudeme opätovne opisovať už charakterizované a opísané odpovede.

4.3 SWOT analýza podniku

Pre potreby aktuálneho pochopenia problematiky podniku, jeho kladných aj záporných stránok, je podľa nás potrebné zostaviť nami vnímanú SWOT analýzu.

Silné stránky <ul style="list-style-type: none">- Podnik s dlhoročnou tradíciou- Udržanie tradície v liečbe ochorení- Kapacita ubytovania- Profesionálny prístup zamestnancov- Poloha zariadenia	Slabé stránky <ul style="list-style-type: none">- Niektoré zariadenia, vrátane hotela Slovakia, neprešli rekonštrukciou- Chýbajúci personál- Malé množstvo parkovacích miest- Diferenciácia typov klientov v jednotlivých službách
Hrozby <ul style="list-style-type: none">- Ubytovacie zariadenia v regióne- Kúpaliská a wellness centrá- Kúpele v poskytovaní rovnakej liečby indikačných ochorení (širšie podnikateľské prostredie)	Príležitosti <ul style="list-style-type: none">- Renovácia zariadenia- Nástup nových zamestnancov- Zmena parkovacej politiky- Zapojenie do on-line rezervačných systémov

Tabuľka č.6: SWOT analýza podniku Kúpele Trenčianske Teplice a.s.

Zdroj: Vlastné spracovanie

4.4 Komparácia stavu hotela pred a po rekonštrukcii

Hotel Slovakia do zatvorenia, z dôvodu rekonštrukcie, ponúkal služby v oblasti ubytovania a stravovania. Ubytovacie služby boli ponúkané na štyroch poschodiach v rôznych typoch izieb. Celkový počet jednotlivých druhov izieb je uvedený v nasledujúcej tabuľke.

	Jednolôžkové izby	Dvojlôžkové izby	Apartmány	Spolu izby na poschodí
1.poschodie	4	7	-	11
2.poschodie	12	14	1	27
3.poschodie	12	14	1	27
4.poschodie	12	14	1	27
Spolu izieb	40	49	3	-
Kapacita osôb	40	98	6	144

Tabuľka č.7: Rozdelenie druhov izieb a kapacita hotela v rokoch 2009-2019

Zdroj: Vlastné spracovanie

Vybavenie izieb bolo riešené v základnom type štandard. Na každej izbe sa nachádzalo sociálne zariadenie, posteľ, šatníková skriňa, komoda, nočný stolík, televízor, sušiak na bielizeň, rádiobudík, minichladnička a rýchlouhrievacia kanvica s potrebným inventárom. V prípade apartmánu sa v izbe nachádzal aj konferenčný stolík a pohovka na sedenie.

Stravovacie služby boli poskytované v hotelovej jedálni. Raňajky boli poskytované formou bufetových stolov. Obedy a večere sa poskytovali výberom jedného jedla zo štyroch ponúkaných. Kapacita hotelovej jedálne bola 80 miest. Stravovanie sa organizovalo podávaním jedál hosťom v dvoch zmenách. Hostia pri príchode boli rozdelení do dvoch skupín, ktoré mali rozdielne časy stravovania. Raňajky sa pre všetkých podávali v čase od 7:00-9:00. Obedy sa podávali už rozdielne a to prvá časť mala stravovanie v čase od 11:30-12:30 a druhá časť od 12:45-13:30. Večere sa podávali taktiež v intervaloch a to od 17:30-18:15 a 18:30-19:15. Každý hosť dostal pri príchode stravovaciu kartu, ktorá slúžila na objednávanie jednotlivých jedál na obed a večeru. Každému hosťovi bolo pridelené konkrétne miesto pri stole a čas stravovania.

Voľnočasové aktivity ako aj niektoré kúpeľné procedúry sa organizovali v bazéne, ktorý bol súčasťou hotela. Bazén nemal prírodnú liečivú vodu. Kúpeľní hostia v ňom

absolvovali rôzne spoločné cvičenia vo vode a individuálne vodné cvičenia podľa potrieb klienta. V hotelovej hale sa nachádzal aj lobby bar, ktorý bol v súkromnej prevádzke. Počas dní sa tam organizovali hudobné zábavy v čase od 19:00-22:00 ako voľnočasová zábava pre hostí hotela. Pre hostí s deťmi bol k dispozícii detský kútik v samostatnej miestnosti.

Po rekonštrukcii hotel plánuje výrazné zvýšenie kvality poskytovaných služieb hosťom. Dizajn spoločných priestorov prejde zmenou výmeny podláh, zmenou farby stien a nábytku avšak zachová aj prvky architektúry 70. rokov a to hlavne v drevenom obložení zábran na schodisku a sklenenou výplňou stien na poschodiach. Ubytovacia časť hotela bude rozdelená taktiež na 4 poschodia, avšak samotná kapacita hotela sa zvýši. Plánované rozdelenie jednotlivých typov izieb uvádza nasledujúca tabuľka.

	Jednolôžkové izby	Dvojlôžkové izby	Apartmány	Spolu izby na poschodí
1.poschodie	9	12	1	22
2.poschodie	10	11	2	23
3.poschodie	11	13	2	26
4.poschodie	11	13	2	26
Spolu izieb	41	49	7	-
Kapacita osôb	41	98	16	155

Tabuľka č.8: Plánované rozdelenie druhov izieb a kapacita hotela po rekonštrukcii

Zdroj: vlastné spracovanie

Z uvedeného vyplýva, že kapacita hotelového zariadenia sa zvýši o 11 lôžok. Zníži sa počet jednolôžkových a dvojlôžkových izieb na niektorých poschodiach, avšak pribudnú apartmány. Samotným špecifikom v prípade apartmánov bude vytvorenie nového typu apartmánu, ktorý bude slúžiť ako rodinný apartmán s kapacitou štyroch hostí s vlastnou terasou. Ďalším špecifikom v jednotlivých izbách bude vytvorenie izby pre zdravotne ťažko postihnutých s doprovodom. Bude sa skladať z dvoch samostatných izieb, pri ktorých bude mať každá izba vlastné sociálne zariadenie a budú prepojené. V prípade nezáujmu o túto izbu sa bude dať rozdeliť na dve samostatné jednolôžkové izby. Každá izba na 1. poschodí bude mať po rekonštrukcii vlastný balkón, čo bude komfortnejšie pre hostí. Na druhom poschodí bude vytvorený sklenený prechod medzi hotelom Slovakia a hotelom Krym, ktorý zabezpečí komfortnejší prechod na liečebné procedúry vo vedľajšom hoteli. Vybavenie izieb zostáva v kvalite zodpovedajúcej typu ubytovania štandard, avšak celé vybavenie izieb bude na kvalitatívne vyššej úrovni.

Stravovacie služby budú poskytované v hotelovej reštaurácii, ktorá sa kapacitne rozšíri o približne 40% na 112 miest. Stravovanie bude naplánované na raňajky, obedy a večere. Všetky jedlá budú podávané formou bufetových stolov.

Hotelová hala bude pozostávať z recepcie, vchodu do hotelovej jedálne, vchodu do wellness centra, otvorenej kaviarne, detského kútika a hernej miestnosti. Herná miestnosť bude špecifikom, nakoľko tam hostia budú moc tráviť voľný čas pri biliardovom stole a spoločenských hrách. Tento typ miestnosti zatiaľ nebol zavedený v žiadnom zariadení podniku. Detský kútik bude presklený, aby rodičia v pokoji mohli využiť služby kaviarne a mali deti pod neustálym dohľadom.

Najväčšou rekonštrukciou prejde podzemie hotela a bazén, ktoré sa zmenia na plnohodnotné wellness centrum. Host'om bude k dispozícii šesť sáun, kneipov chodník, vírivka, poskytovanie masáží rôzneho druhu, oddychová miestnosť a hotelový bazén. Hotel zavedením wellness centra predpokladá zvýšený záujem u mladších potencionálnych klientov vo vekovej kategórii 40+, ktorí využívali len kúpeľné procedúry a wellness služby neboli v ponuke žiadneho hotela.

Zvýšením kvality služieb a hlavne ich rozšírením podnik predpokladá aj nárast počtu potrebných pracovných miest z predošlých 29 na plánovaných 47 pracovných miest. Z uvedeného môžeme povedať, že rekonštrukcia hotela neprinesie len zlepšenie služieb pre hostí, ale pomôže aj zamestnanosti v regióne.

Súhrnné a prehľadné porovnanie jednotlivých služieb hotela pred a po rekonštrukcii opisuje nasledujúca tabuľka.

Typ služby	Pred rekonštrukciou	Po rekonštrukcii
Kapacita ubytovania	144	155
Kvalita ubytovania (porovnanie apartmánov)	3x apartmán	7x apartmán, z toho 1x rodinný apartmán
Stravovacie služby (forma podávania jedál, kapacita)	Raňajky formou bufetu, obedy a večere výber z jedál, 80 miest	Raňajky, obedy a večere formou bufetových stolov, približne 122 miest
Lobby bar	Súkromné vlastníctvo a uzatvorený bar	Otvorený lobby bar v prevádzke hotela
Wellness služby	Bazén	Plnohodnotné wellness centrum
Kúpeľná starostlivosť	Kúpeľná starostlivosť sa v hoteli nerealizovala	Prechod medzi hotelmi, skvalitnenie dostupnosti.
Voľnočasové aktivity	Detský kútik	Herná miestnosť a detský kútik
Porovnanie ceny dvojľôžkovej izby (vrátane stravy a poplatkov)	75,82 €	90,82 €

Tabuľka č.9: Súhrnné porovnanie služieb pred a po rekonštrukcii

Zdroj: Vlastné spracovanie

4.5 Výpočet časovej návratnosti vlozenej investície

Pri rozhodovaní vloženia každej investície zaujíma investora doba jej návratnosti. Pre potreby tejto práce sme sa rozhodli jednoduchou metódou vypočítať a zhodnotiť návratnosť investície, ktorú vkladá podnik do zariadenia. Pre výpočet sme vychádzali z nasledujúceho vzorca:

$$TN_p = \frac{IN}{CF}$$

kde:

TN_p – časová návratnosť investície,

IN – suma vlozenej investície,

CF – suma peňažných príjmov za rok.

Predpokladané ročné tržby sme vypočítali s priemerných hodnôt interných údajov podniku. Celkové tržby sme rozdelili na tržby z ubytovania, tržby zo stravovania a kaviarne a na tržby z prevádzky wellness centra. Všetky tržby sú vypočítané na základe predpokladu, že všetky tieto časti hotela budú v prevádzke podniku.

Tržby z ubytovania

Tržby z ubytovania sme vypočítali na základe priemernej ročnej obsadenosti hotela a priemernej ceny jedného lôžka v hoteli. Priemerná ročná obsadenosť hotela predstavovala 60% (rok 2019) a priemerná cena jedného lôžka (bez stravy) po rekonštrukcii je 75€. Na základe uvedeného:

$$T_u = (56\,575 \times 0,60) \times 75 \text{ €} = 2\,554\,065 \text{ €}$$

Tržby zo stravovania a lobby baru

Za predpokladu, že každý hosť bude využívať stravovanie v zariadení či už polpenziu alebo celodenné stravovanie, nám budú plynúť príjmy aj z tejto činnosti. Jedno jedlo dňa je spoločnosťou kalkulované na 7€/osoba. Pri priemerných hodnotách môžeme predpokladať, že každý ubytovaný hosť využije polpenziu v zariadení. Cena raňajok je zhodná s cenou večere. Z toho vyplýva:

$$T_s = (56\,757 \times 0,60) \times 14 \text{ €} = 476\,758,80 \text{ €}$$

Pri výpočte predpokladaných tržieb z kaviarne budeme vychádzať taktiež z priemerných hodnôt. Priemerne za deň využije kaviareň alebo lobby bar v hoteloch približne 55 osôb. Približná cena úhrady na osobu predstavuje 4,20 €. Predpokladáme, že kaviareň bude v prevádzke 360 dní. 5 dní je vyhradených na sanitácie a prípadne zatvorenie počas voľného obdobia v roku (Vianoce, Veľká noc a pod.). Z uvedeného vyplýva :

$$T_k = 55 \text{ osôb} \times 4,20 \text{ €} \times 360 \text{ dní} = 83\,160 \text{ €}$$

Tržby z predaja wellness služieb

Pri tejto časti služieb je ťažšie určiť počet návštevníkov wellness centra. Avšak pri zohľadnení skutočností, že hotel bude zameraný na poskytovanie wellness služieb, budeme predpokladať, že wellness služby využije 90 % priemernej obsadenosti hotela. Priemernú cenu služieb wellness určujeme na 17 € za osobu. Z toho vyplýva:

$$T_w = (34\,054 \times 0,90) \times 17 \text{ €} = 521\,033 \text{ €}$$

Podstatným faktorom pri výpočte návratnosti je aj cena investície. Podnik, ktorý je predmetom tejto práce nám poskytol informáciu, že cena investície bude približne 6 miliónov eur. Pri výpočte sme vychádzali z uvedeného čísla. Pri výpočte časovej návratnosti sme sa rozhodli aplikovať dve formy výpočtu. Približnú čistú časovú návratnosť a návratnosť investície pomocou časovej hodnoty peňazí.

Približná čistá časová návratnosť

Pri výpočte tejto hodnoty sme pracovali s priemernými ukazovateľmi Slovak Credit Bureau. Pre veľkosť hotela a odvetvie, v ktorom sa hotel nachádza platí priemerná nákladovosť vo výške 91,20% z hodnoty tržieb. Ďalej je potrebné zistiť zisk po zdanení a následne pripočítať ročný odpis za investíciu. Pre výpočet ročného odpisu sme zvolili rovnomerný spôsob odpisovania majetku. Na základe uvedeného:

$$CF_{\epsilon} = 3\,635\,016,80 - 91,20\% = 319\,881,49 \text{ €} - 21\% = 252\,706,38 \text{ €}$$

$$\text{Ročný odpis} = 6\,000\,000 : 20 \text{ rokov odpisovania} = 300\,000 \text{ €/ročný odpis}$$

$$TN_{p\check{c}} = \frac{6\,000\,000}{552\,706,38} = 10,86 = 11 \text{ rokov}$$

Z výpočtu vyplýva, že tržby po odpočítaní nákladov a zohľadnení odpisových položiek investície, nám investíciu navrátia za 11 rokov.

Čistá súčasná hodnota investície

Čistá súčasná hodnota investície zohľadňuje časovú hodnotu peňazí. Za diskontný faktor bola zvolená predikcia inflácie stanovená Inštitútom finančnej politiky pri Ministerstve financií Slovenska.

$$TN_{p\check{c}} = \sum_{n=1}^N \frac{CF_t}{(1+i)^n} - I$$

kde:

CF_t – peňažný tok z investície v jednotlivých rokoch

i – diskontný faktor

n – počet rokov využívania investície

I – suma investície

Pri výpočte sme zohľadnili nasledujúce údaje. Cena investície predstavovala 6 000 000 eur, ročný odpis 300 000 eur, výsledok hospodárenia po zdanení predstavoval 252 914,38 eur a diskontný faktor v roku 2021 predstavuje 2,20% a v ďalších rokoch 2,60%.

Rok	VH za obdobie	Súčasná hodnota CF	Rok použitia	Kumulaívny nápočet súčastnej hodnoty CF	Čistá súčasná hodnota investície
2021	552 914,90	541 012,62	1	541 012,62	-548 987,38
2022	552 914,90	525 246,99	2	1 066 259,61	-4 933 740,39
2023	552 914,90	511 936,64	3	1 578 196,25	-4 421 803,75
2024	552 914,90	498 963,58	4	2 077 159,83	-3 922 840,17
2025	552 914,90	498 963,58	5	2 576 123,41	-3 423 876,59
2026	552 914,90	473 995,40	6	3 050 118,81	-2 949 881,19
2027	552 914,90	461 983,82	7	3 512 102,63	-2 487 897,37
2028	552 914,90	450 276,63	8	3 962 379,26	-2 037 620,74
2029	552 914,90	438 866,11	9	4 401 245,37	-1 598 754,63
2030	552 914,90	427 744,75	10	4 828 990,12	-1 171 009,88
2031	552 914,90	416 905,21	11	5 245 895,33	-754 104,67
2032	552 914,90	406 340,36	12	5 652 235,69	-347 764,31
2033	552 914,90	396 043,24	13	6 048 278,93	48 278,93
2034	552 914,90	386 007,06	14	6 434 285,99	434 285,99
2035	552 914,90	376 225,20	15	6 810 511,19	810 511,19
2036	552 914,90	366 691,23	16	7 177 202,42	1 177 202,42
2037	552 914,90	357 398,86	17	7 534 601,28	1 534 601,28
2038	552 914,90	348 341,97	18	7 882 943,25	1 882 943,25
2039	552 914,90	339 514,59	19	8 222 457,84	2 222 457,84
2040	552 914,90	339 514,59	20	8 561 972,43	2 561 972,43
2041	552 914,90	330 910,90	21	8 892 883,33	2 892 883,33

Tabuľka č.10: Výpočet návratnosti investície pri zohľadnení časovej hodnoty peňazí

Zdroj: vlastné spracovanie

Z uvedenej tabuľky vyplýva, že spoločnosti sa navrátia peniaze vložené do rekonštrukcie za 13 rokov, pri zohľadnení časovej hodnoty peňazí. V porovnaní s približnou časovou návratnosťou investície sa predĺži doba návratnosti o 2 roky.

4.6 Návrh nového produktu

Nakoľko produktom tohto podniku sú služby a ich následné spojenie rozhodli sme sa navrhnúť balík služieb pre hotel po rekonštrukcii.

Rekonštrukcia hotela prinesie nové poskytovanie služieb hosťom na kvalitatívne a kvantitatívne vyššej úrovni. Pri zachovaní profilu celej spoločnosti a s prihliadnutím na vytvorenie nových služieb v oblasti wellness, sme sa rozhodli navrhnúť nasledujúci balík služieb.

Názov pobytu	Pobyt wellness-medical
Charakteristika pobytu	Pobyt je určený pre samoplatcov. Služby sú navrhnuté pre upevnenie zdravia s využitím termálnej síričitej vody a zariadenia wellness. Pobyt prináša klientom celkovú regeneráciu, oddych a má preventívny charakter.
Ubytovanie a stravovanie	<ul style="list-style-type: none"> • Ubytovanie v dvojlôžkovej izbe na 2-3 noci (podľa výberu host'a) • Polpenzia – raňajky a večere (možnosť doplatenia obedov)
Služby hotela	<ul style="list-style-type: none"> • 3-4 kúpeľné procedúry podľa dĺžky pobytu (síričitý kúpeľ, hydromasáž, limoplastový obklad, parafínový obklad, balneoterapia, masáž) podľa výberu host'a. • 1x denne 1 hodinový vstup do vonkajšieho bazéna Grand • 1x denne 2 hodinový vstup do wellness centra
Iné služby	<ul style="list-style-type: none"> • Wi-fi zdarma • Parkovanie priamo pri hoteli – za príplatok • Herná miestnosť • Detský kútik

Tabuľka č.11: Návrh balíčku služieb pre hotel po rekonštrukcii

Zdroj: vlastné spracovanie

5 Diskusia

Kúpeľníctvo predstavuje časť hospodárskej činnosti krajiny, ktorá využíva prírodný liečebný potenciál oblasti na zlepšenie alebo udržanie ťažšieho alebo chronického zdravotného stavu človeka.

Pri hodnotení vnímanej kvality služieb spotrebiteľmi sme zistili, že hotelové zariadenie má aj kladné aj záporné stránky. Medzi hlavné vnímané silné stránky hostia zaradili personál, stravovanie a polohu hotela. Host'ami vnímané záporné stránky boli predovšetkým zlý technický stav zariadenia a čistota izieb. Pre hlbší záujem o porovnanie nášho prieskumu je možné porovnať nami zistené údaje s údajmi realizovaných prieskumov v danom kúpeľnom podniku. Pre potreby tejto práce sme sa ďalej nevenovali porovnávaniu týchto prieskumov.

Plánovanú rekonštrukciu môžeme na základe tejto práce hodnotiť ako prínos pre rozvoj konkurencieschopnosti a vnímania pridanej hodnoty a kvality spotrebiteľom. Jej rozsah vieme z pohľadu teórie zaradiť medzi radikálne inovácie s prihliadnutím na časť technologických produktových inovácií. Z nami vnímaných druhov inovácií sme zaradili túto rekonštrukciu do súboru celkových inovácií. Jej samotný prínos je v skvalitnení ubytovania a stravovania, ale samozrejme aj tvorbou nových služieb. Medzi hlavné prínosy sme zaradili zmenu vybavenia izieb, rozšírenie kapacity ubytovania a jedálne, vznik hernej miestnosti a predovšetkým vytvorenie plnohodnotného wellness centra. V neposlednom rade prispeje aj z makroekonomického hľadiska a to tým, že vytvorí nové pracovné miesta, ktoré bude treba obsadiť.

Pri návratnosti investície sme pracovali s dvoma údajmi. Išlo o približnú čistú časovú návratnosť, ktorá predstavuje 11 rokov a časovú návratnosť s prihliadnutím na súčasnú a budúcu hodnotu peňazí, ktorá predstavuje 13 rokov. Z pohľadu praxe a celkového podnikateľského prostredia uvádzame, že pre podnik je podstatný údaj 13 rokov, nakoľko zohľadňuje hodnotu peňazí v danom čase.

Ako návrh nového produktu sme zvolili spojenie wellness služieb a samotného zamerania kúpeľov, ktorým je poskytovanie kúpeľnej starostlivosti. V porovnaní so stavom pred rekonštrukciou sa podobný balík služieb v podniku ani v oblasti neponúkal. Môžeme predpokladať, že zavedenie takéhoto typu balíka služieb bude prínosom pre podnik a hlavne silným nástrojom konkurencieschopnosti podniku na trhu cestovného ruchu.

Je potrebné poznamenať, že táto práca dáva pohľad len na plánové výstupy z rekonštrukcie. Pre hlbšie vyhodnotenie kvality, ktorú rekonštrukcia prinesie a to aj na následný výpočet časovej návratnosti investície by bolo potrebné realizovať podobnú prácu s odstupom času po rekonštrukcii. Do budúcnosti je možné vypracovať ďalšiu prácu, avšak s dôrazom na hodnotenie výstupov a kvality inovácií po rekonštrukcii.

Záver

V tejto záverečnej práci sme sa zaoberali revitalizáciou ubytovacieho zariadenia. Hlavným cieľom práce bolo zhodnotiť plánované výstupy rekonštrukcie hotela, vypočítať časovú návratnosť investície a navrhnúť nový produkt. Celá práca je rozdelená na časť teoretickú a na časť praktickú, v ktorej sme analyzovali jednotlivé údaje, ktoré súvisia s rekonštrukciou.

Na dosiahnutie hlavného cieľa bolo potrebné splniť čiastkové ciele, ktoré sme si vopred stanovili. Súbor čiastkových cieľov bol rozdelený na ciele týkajúce sa teoretickej časti práce a na ciele, ktoré bolo potrebné splniť v praktickej časti tejto práce. Čiastkové ciele teoretickej časti sme spracovali pomocou analýzy publikácií iných autorov a následným zhrnutím a výberom relevantných údajov pre našu prácu. Východisko praktickej časti tejto práce tvoril prieskum formou dopytovania, ktorý sme realizovali priamo na hosťoch hotela. Ich odpovede boli starostlivo analyzované a následne pretvorené do prehľadných grafov, ktoré sú súčasťou tejto práce. Pri realizácii prieskumu a analýze údajov nenastali žiadne značné ťažkosti. Náročnejšie bolo spracovávať údaje, ktoré sme potrebovali pre porovnanie stavu hotela pred rekonštrukciou a po rekonštrukcii. Nakoľko sme pracovali s niekoľkými variantmi výsledkov rekonštrukcie, bolo najťažšie sa zhodnúť, resp. dostať sa k výsledným údajom. Medzi najťažšie časti tejto práce patrila časová návratnosť investície. Nakoľko získať údaje o budúcom predaji, predpovedať možnosť obsadenia a využívania služieb bolo to najťažšie v tejto práci.

Na základe výsledkov tejto práce môžeme zhrnúť, že sa žiadny autor nezaujímal o konkrétne inovácie v sektore kúpeľníctva. Všetci autori venujú svoju pozornosť predovšetkým inováciám ako celku alebo inováciám zameraným na inovácie produktu alebo služby. Konkrétnym zaoberaním sa inovácií v kúpeľníctve venujeme významnú budúcu pozornosť, nakoľko kúpeľníctvo na Slovensku predstavuje významný potenciál konkurencieschopnosti Slovenska na svetovom trhu cestovného ruchu.

Zoznam použitej literatúry

1. ALSOS, Gry Agnete et al. *Handbook of research on innovation in tourism industries*. Northampton: Edward Elgar, 2014, 384 s. ISBN 978-1-78254-841-6.
2. BAN, Olimpia- SERES, Luminita. *Positioning the offer of four stars hotel from Felix spa between balneo and spa tourism*. In: Economic Science Series [online]. Oradea: University in Oradea. 2018. roč. 1. č.27. s. 15-24. ISSN 1222-569X [28.10.2019] Dostupné na:
<<http://serach.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=134350050&lang=sk&site=ehost-live>>
3. DĚDINA, Jiří. *Management, organizování a ekonomika lázeňství*. 1.vyd. Praha: Vydavatelství VŠ CRHL, 2005, 170 s. ISBN 978-80-86592-01-5.
4. ELIÁŠOVÁ, Darina a kol. *Kúpeľníctvo*. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2003, 150 s. ISBN 978-80-22516-87-7.
5. ELIÁŠOVÁ, Darina. *Kúpeľníctvo: ochrana prírodných liečebných kúpeľov v Slovenskej republike*. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2007, 145 s. ISBN 978-80-225-2452-0.
6. ELIÁŠOVÁ, Darina. *Kúpeľníctvo v 20. storočí*. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2009, 201 s. ISBN 978-80-225-2887-0.
7. GAJDOŠÍKOVÁ, Zuzana. *Inovácie v cestovnom ruchu*. Banská Bystrica: Belianum, 2017, 96 s. ISBN 978-80-557-1230-7
8. GÚČIK, Marián a kol. *Krátky slovník cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovného ruchu, 2004, 174 s. ISBN 80-88945-73-9.
9. HUDEC, Oto. *Regionálne inovačné systémy, strategické plánovanie a prognózovanie*. Košice: EkF TU v Košiciach, 2007, 196 s. ISBN 978-80-8073-964-5.
10. KUBIČKOVÁ, Viera – BENEŠOVÁ, Dana. *Inovácie v službách*. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2007, 278 s. ISBN 978-80-225-2365-3.
11. NOVACKÁ, Ľudmila – KULČÁKOVÁ, Marta. *Klient v cestovnom ruchu*. 1.vyd. Bratislava: Eurounion, 1996, 92 s. ISBN 978-80-855-6860-8.
12. NOVACKÁ, Ľudmila a kol. *Cestovný ruch, technika služieb, delegát a sprievodca*. 3. vyd. Bratislava: Ekonóm, 2014, 476 s. ISBN 978-80-225-3948-7.

13. ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovnom ruchu 1.časť*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela EF, 2011, 138 s. ISBN 978-80-89090-93-8.
14. ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovnom ruchu 2.časť*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela EF, 2011, 149 s. ISBN 978-80-89090-94-5.
15. TANCÁROVÁ, Anna. *Komparácia kúpeľných služieb u nás a v krajinách EÚ*. Diplomová práca. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove, 2013, 92 s.
16. Zákon č. 538/2005 Z. z. Zákon o prírodných liečivých vodách, prírodných liečebných kúpeľoch, kúpeľných miestach a prírodných minerálnych vodách a o zmene a doplnení niektorých zákonov. Dostupné na: <<https://www.slovlex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2005/538/20190101>>
17. Vyhláška č. 277/2008 Z.z. ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia pri ich zaradovaní do kategórií a tried. Dostupné na: <<https://www.slovlex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2008/277/20080801>>
18. Vyhláška 100/2006 Z.z. ktorou sa ustanovujú požiadavky na prírodnú liečivú vodu a prírodnú minerálnu vodu, podrobnosti o balneologickom posudku, rozdelenie, rozsah sledovania a obsah analýz prírodných liečivých vôd a prírodných minerálnych vôd a ich produktov a požiadavky pre zápis akreditovaného laboratória do zoznamu vedeného Štátnou kúpeľnou komisiou. Dostupné na: <<https://www.slovlex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2006/100/20130701>>

Prílohy

Príloha č. 1: Vzor dotazníka

Dotazník k bakalárskej práci

Spokojnosť zákazníka s ubytovacím zariadením

Študenti Ekonomickej univerzity v Bratislave uskutočňujú prieskum spokojnosti zákazníkov v ubytovacom zariadení. Dotazník je anonymný, zozbierané a analyzované údaje budú použité v bakalárskej práci, za účelom zlepšenia služieb. Ďakujeme.

1. Ste klientom....

- a) Kompletným zdravotná poisťovňa (Typ A)
- b) Príspevkovým zdravotná poisťovňa (Typ B)
- c) Samoplatcom

2. Ako často využívate ubytovacie služby hotela:

- a) Viackrát ročne
- b) Raz ročne
- c) Menej ako raz ročne
- d) Som tu prvýkrát

3. Prosím ohodnot'te nasledujúce služby:

Orientácia v hoteli	výborný	dobry	uspokojivý	neuspokojivý
Stravovacie služby	výborný	dobry	uspokojivý	neuspokojivý
Ochota personálu	výborný	dobry	uspokojivý	neuspokojivý

Vaše pripomienky, vysvetlenie a poznámky k službám

.....

4. Prosím ohodnot'te vašu súčasnú hotelovú izbu:

Prvý dojem izby	výborný	dobry	uspokojivý	neuspokojivý
Vybavenie izby	výborný	dobry	uspokojivý	neuspokojivý
Čistota izby	výborný	dobry	uspokojivý	neuspokojivý

Vaše pripomienky, vysvetlenie a poznámky k hotelovej izbe

.....

5. Aká je podľa vás kladná stránka hotela?

.....

6. Aká je podľa vás záporná stránka hotela?

.....

7. Odporučili by ste tento hotel známym?

Určite áno Skôr áno Skôr nie Určite nie

8. Uved'te dôvod (k otázke č. 7)

.....

9. Vyberte pohlavie

- a) Muž
- b) Žena

10. Uved'te váš vek: