

SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA
V NITRE

Rektor: prof. Ing. Mikuláš Látečka, PhD.

FAKULTA EURÓPSKYCH ŠTÚDIÍ A REGIONÁLNEHO ROZVOJA

Dekan: prof. Ing. Dušan Húska, PhD.

**Hodnotenie spokojnosti zákazníkov so službami vybraného
ubytovacieho zariadenia**

Bakalárska práca

Katedra regionálneho rozvoja
Vedúci katedry: doc. Ing. Mária Fáziková, CSc.

Vedúci práce: Ing. Viera Papcunová, PhD.

Andrea Jaceková

Nitra 2008

ČESTNÉ VYHLÁSENIE

Čestne vyhlasujem, že som bakalársku prácu vypracovala samostatne, a že som uviedla všetku použitú literatúru súvisiacu so zameraním bakalárskej práce.

Nitra, 23. mája 2008

Andrea Jaceková

POĎAKOVANIE

Touto cestou vyslovujem poďakovanie pani Ing. Vieri Papcunovej, PhD. za pomoc, odborné vedenie, cenné rady a pripomienky pri vypracovaní mojej bakalárskej práce.

Abstrakt

Andrea Jaceková

Evaluation of satisfaction of the customers with services in selected accomodation.

NITRA, BACHELOR WORK, FEŠRR SPU, 2008

Tourist trade get economic and social importance increasingly in the world and it belongs to the most dynamic developing sector of world economy.

Services in tourist trade represent product of tourist trade which satisfied customer's needs. Measure and heterogenousness this services is mirror of business subject's state on marketplace of tourist trade and also mirror of ability realize a supply which satisfy all of customer's eeds in maximum value.

The aim of this work was to rate a satisfaction of the customers with the services in selected accommodation in a town Žilina.

We have analysed the Hotel Aphrodite in Rajecké Teplice situated near the town Žilina in a terms of quality and variability of services they offer. The objective was to analyse the satisfaction or dissatisfaction of guests on the basis of the questionnaire realized in the selected hotel.

According to the analyse we found out that the majority of respondents was satisfied with the services offered by the hotel - with a quality of accommodation, dining services and additional services. The stay in the selected hotel left a good impression on the majority of answering and they are going to utilize the services of this hotel once again

Key words: town Rajecké Teplice, hotel Aphrodite, the satisfaction of the customer, methods of evaluation, accommodations, evaluation of the customers satisfacion.

OBSAH

ÚVOD	6
1 PREHĽAD O SÚČASNOM STAVE RIEŠENEJ PROBLEMATIKY	7
1.1 Definovanie pojmu cestovného ruchu	7
1.2 Druhy a formy cestovného ruchu	8
1.3 Ponuka cestovného ruchu	10
1.4 Dopyt po cestovnom ruchu	11
1.5 Ubytovacie zariadenia	11
1.5.1 Služby ubytovacích zariadení	14
1.6 Hodnotenie spokojnosti zákazníka	16
2 CIEĽ PRÁCE	20
3 METODIKA PRÁCE	20
3.1 Materiál	20
3.2 Metódy práce	21
4 VLASTNÁ PRÁCA	22
4.1 Analýza ponuky služieb hotela Aphrodite	22
4.1.1 Ubytovacie služby	23
4.1.2 Stravovacie služby	25
4.1.3 Doplnkové služby	25
4.1.4 Hodnotenie spokojnosti zákazníkov so službami hotela Aphrodite	32
5 NÁVRH NA VYUŽITIE VÝSLEDKOV	46
6 ZÁVER	47
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	48
ZOZNAM PRÍLOH	50

ÚVOD

Cestovný ruch ako odvetvie spoločenskej činnosti sa začal formovať koncom 19. a začiatkom 20. storočia v krajinách, v ktorých mal už tradície rozvoja. V súčasnosti je predmetom skúmania rôznych vedných disciplín. Všetky disciplíny majú spoločný predmet skúmania, ale každá ho skúma zo svojho pohľadu a vlastnými prostriedkami. Každá vedná disciplína definuje aj cestovný ruch a určuje predmet svojho skúmania. Existuje vyše 200 rozličných definícií cestovného ruchu, ktoré vymedzujú jeho podstatu.

Cestovný ruch nadobúda vo svete čoraz väčší ekonomický i sociálny význam a patrí medzi najdynamickejšie sa rozvíjajúce odvetvia svetového hospodárstva.

Cestovný ruch je odvetvím služieb malých a stredných podnikov a zahŕňa najmä dopravu, ubytovanie, stravovanie, služby cestovných kancelárií, cestovných agentúr a sprievodcov, informačné služby, rôzne rekreačné, športové a kultúrne služby a tzv. doplnkové služby. Väčšinou ide o malé a flexibilné podnikateľské subjekty s vysokým podielom exportu, ktoré sa ľahko prispôbujú meniacim sa podmienkam trhu. Ich ďalšou prednosťou je výrazný podiel živej práce, čím prispievajú k tvorbe pracovných miest a preto je cestovný ruch identifikovaný ako sektor so sociálnym a ekonomickým významom.

Stratégia rozvoja cestovného ruchu Slovenskej republiky pre roky 2006 – 2010 potvrdzuje, že Slovensko vzhľadom k svojej geografickej polohe ponúka dostatočné možnosti ako segment služieb rozvíjať. Na relatívne malom území ponúka zachovalé prírodné bohatstvo a zmes niekoľkých kultúr. Viac ako polovicu územia krajiny tvoria horské oblasti, čo dáva dobré predpoklady pre rozvoj horskej turistiky a zimného cestovného ruchu. Vidiecky charakter ponúka takmer ideálne podmienky pre agroturistiku.

Ďalšou výhodou sú termálne a minerálne pramene, ktorých je mnoho. Podmienky pre celoročný rozvoj kúpeľného i zdravotného cestovného ruchu sú preto taktiež otvorené. Prírodné bohatstvo dopĺňajú kultúrne a historické pamiatky, prvok atraktívnosti najmä pre zahraničných turistov.

Problémom ostáva nedostatočná informačná a propagačná kampaň, ale aj pretrvávajúca a nedostatočná kvalita a komplexnosť poskytovaných služieb.

1. Prehľad o súčasnom stave riešenej problematiky

1. 1 Definovanie pojmu cestovný ruch

Podľa amerických autorov McIntosh - Goeldner (1990) je cestovný ruch súhrn javov a vzťahov vznikajúcich vo vzájomnej interakcii účastníkov cestovného ruchu, dodávateľov služieb, predstaviteľov štátnej správy a samosprávy a miestneho obyvateľstva v procese prilákania a uspokojenia potrieb turistov. Je zložený z aktivít a služieb, ktoré sa podieľajú na vytváraní dojmov účastníka cestovného ruchu. K takýmto službám patria najmä dopravné, ubytovacie, pohostinské, zábavné, obchodné, zdravotnícke a ďalšie služby dostupné pre jednotlivcom alebo skupinám, ktoré cestujú mimo miesta svojho domova.

Podľa Kaspara (1995) cestovný ruch tvorí súbor aktivít v určitom prostredí, ktoré uspokojujú potreby ľudí súvisiace s cestovaním mimo ich trvalého bydliska, bez rozdielu, či dôvodom tohto cestovania je oddych alebo nepravidelná povinnosť (služobná cesta).

Cestovný ruch patrí k najdynamickejšie sa rozvíjajúcim odvetviám svetového hospodárstva. Už v súčasnosti je najväčším hospodárskym odvetvím z hľadiska vytvárania pracovných príležitostí. Počet účastníkov domáceho i zahraničného cestovného ruchu v celosvetovom meradle rastie a mnohé krajiny, aj tie, ktoré dosiaľ nezaraďujeme medzi priemyselne rozvinuté, realizujú politiku podporujúcu rozvoj cestovného ruchu pre jeho mnohé sociálno – ekonomické efekty (Kučerová, 1999).

Medzinárodná konferencia o štatistike cestovného ruchu, usporiadaná Svetovou organizáciou cestovného ruchu priniesla jasnejšie vymedzenie s klasifikáciou používaných pojmov v cestovnom ruchu. Zo záverov konferencie vyplynulo, že cestovný ruch sa považuje za činnosť osoby, cestujúcej na prechodnú dobu (v rámci medzinárodného cestovného ruchu najmenej 1 rok a v rámci domáceho cestovného ruchu 6 mesiacov) do miesta mimo svojho trvalého bydliska, pričom hlavný účel jej cesty je iný než vykonávať zárobkovú činnosť v navštívenom mieste. Môže sa však jednať o služobnú, obchodnú či inak pracovne motivovanú cestu, ktorej zdroj úhrady vyplýva z pracovného pomeru u zamestnávateľa v mieste bydliska alebo sídla firmy (Foret, Foretová, 2001).

Jarábková (2007) uvádza, že základnými zložkami systému cestovný ruch sú subjekt a objekt cestovného ruchu. Subjekt cestovného ruchu vystupuje ako nositeľ dopytu resp. spotrebiteľ produktu cestovného ruchu a je ním v širšom slova zmysle účastník cestovného ruchu. Objekt cestovného ruchu reprezentuje ponukovú stranu na trhu

cestovného ruchu a tvorí ho súbor voľných statkov, tovarov a služieb, ktoré požaduje a spotrebúva účastník cestovného ruchu.

1. 2 Druhy a formy cestovného ruchu

Druh cestovného ruchu bližšie špecifikuje motív, ktorý vedie obyvateľstvo k účasti na cestovnom ruchu. Vystihuje podstatu a charakter cestovného ruchu, pričom dôležitý je cieľ účasti. Praktický význam tejto klasifikácie spočíva v tom, že umožňuje rozdeliť účastníkov cestovného ruchu podľa ich prevažujúcich záujmov. Na základe nich možno určiť hlavné aktivity účastníkov a osobitosti ich návykov (Mariot, 2000).

Jarábková (2007) rozlišuje päť základných druhov cestovného ruchu t. j. rekreačný, kultúrny, spoločensky orientovaný, športový, ekonomicky orientovaný a politicky orientovaný cestovný ruch.

Gúčík (2001) k uvedeným základným druhom zaraďuje i kúpeľný cestovný ruch.

Foret - Foretová (2001) považujú za základné druhy cestovného ruchu rekreačný, kultúrno – poznávací, náboženský, vzdelávací, spoločenský, zdravotný, športový, dobrodružný, profesný, politický, nákupný, špecifický a poznávanie prírody.

Rekreačný cestovný ruch predstavuje najrozšírenejší druh účasti obyvateľstva na cestovnom ruchu vo vhodnom prírodnom prostredí, kde formou oddychu, pohybu, zábavy sa uskutočňuje proces reprodukcie fyzických a duševných síl človeka. Pre tento druh je charakteristický pohyb vo vhodnom prírodnom prostredí. Rekreácia nepredstavuje len pasívny oddych, ale zdôrazňuje aj aktívnu účasť v záujme znásobenia účinku prostredia na človeka. Priaznivé vplyvy prírodného prostredia – klímy, vzduchu, vody, vegetácie sa prejavujú ako regeneračný účinok (Novacká et al., 2001).

Formy cestovného ruchu zohľadňujú klasifikáciu cestovného ruchu na základe rôznych kvalitatívnych charakteristík. Vyjadrujú pôsobenie vonkajších faktorov a vplyvov. Rôzne formy cestovného ruchu sa odvíjajú od rôznych triediacich kritérií, respektíve hľadísk.

Kaspar (1995) rozlišuje formy cestovného ruchu s ohľadom na pôvod, počet, vek účastníkov cestovného ruchu, dĺžku pobytu, ročné obdobie, spôsob ubytovania, použitý dopravný prostriedok, vplyv na platobnú bilanciu, spôsob financovania, spôsob cestovania a sociologický obsah.

Formy cestovného ruchu vychádzajú zo zamerania cestovného ruchu na uspokojovanie určitých konkrétnych potrieb účastníkov. Jednotlivé formy cestovného

ruchu zvyčajne kladú zvláštne požiadavky na spôsob realizácie a zabezpečenia služieb na ich rozsah a kvalitu (Hladká, 1997).

Novácka - Kulčáková (1996) rozlišujú nasledovné formy cestovného ruchu z rôznych hľadísk:

Tabuľka 1: Formy cestovného ruchu

<i>Hľadisko triedenia:</i>	<i>Forma cestovného ruchu:</i>
1. z geografického hľadiska	<ul style="list-style-type: none"> • vnútorný • národný • zahraničný a domáci • medzinárodný • regionálny
2. podľa počtu účastníkov	<ul style="list-style-type: none"> • individuálny • kolektívny (skupinový, klubový) • masový • ekologický
3. podľa veku účastníkov	<ul style="list-style-type: none"> • mládežnícky • rodinný • seniorský
4. podľa dĺžky účasti	<ul style="list-style-type: none"> • výletný • krátkodobý, víkendový • dlhodobý
5. podľa prevažujúceho miesta pobytu	<ul style="list-style-type: none"> • mestský • prímestský • vidiecky • horský, vysokohorský • prímorský
6. podľa ročného obdobia	<ul style="list-style-type: none"> • sezónny • mimosezónny • celoročný
7. podľa spôsobu organizovania	<ul style="list-style-type: none"> • individuálna cesta • organizovaný zájazd (pobyt)
8. podľa použitého dopravného prostriedku	<ul style="list-style-type: none"> • železničný • lodný • letecký • autoturistika, mototuristika, karavaning
9. z hľadiska dynamiky	<ul style="list-style-type: none"> • statický (pobytový) • dynamický (putovný)
10. zo sociologického hľadiska	<ul style="list-style-type: none"> • návštevy príbuzných a priateľov • sociálny • etnický

Zdroj: Jarábková, J.: Ekonomika cestovného ruchu. 1 Vyd. Nitra: SPU, 2007, s. 11 – 12.

1. 3 Ponuka cestovného ruchu

Ako píše Jarábková (2007), ponuka je súbor prvkov (voľné statky, služby a tovar), ktoré ovplyvňujú konečný efekt cestovného ruchu. Konečný efekt sa hodnotí zo strany účastníka cestovného ruchu, ktorému prináša úžitok prostredníctvom uspokojenia jeho potrieb t. j. úžitkový efekt a na druhej strane z pohľadu zariadení cestovného ruchu, ktorým prináša hodnotu v podobe napr. tržieb t. j. hodnotový efekt. Nositeľom ponuky cestovného ruchu je podľa autorky súbor činiteľov, ktoré ju vyvolávajú. Sú to najmä cieľové miesta resp. stredisko cestovného ruchu so svojim rekreačným a kultúrno – historickým potenciálom, podniky cestovného ruchu, ktoré svojou kapacitou a kvalitou služieb ohraničujú rozvoj cestovného ruchu v cieľovom mieste a organizácie alebo inštitúcie cestovného ruchu, ktoré utvárajú rámec pre realizáciu ponuky na trhu cestovného ruchu.

Podľa Alejziaka (2007) sa typickým znakom cestovného ruchu 21. storočia stalo množstvo ponúkaných aktivít cestovného ruchu. V ekonomických aktivitách a koncentrácii kapitálu došlo k stieraniu hraníc, pričom uvedený trend sa prejavil najmä na trhu cestovného ruchu, kde veľké spoločnosti ovplyvňujú zmeny. Dochádza k zlučovaniu resp. zániku malých podnikov a v budúcnosti bude uvedený trend pokračovať.

Podľa Kaspara (1995) pozostáva ponuka cestovného ruchu z primárnej a sekundárnej ponuky. Primárna ponuka obsahuje všetky faktory, ktoré z hľadiska svojej podstaty nemajú priamy vzťah k cestovnému ruchu, ale svojou prítlačivosťou dávajú cestovnému ruchu charakteristickú podobu. Sekundárna ponuka zahŕňa všetky služby, ktoré musia byť k dispozícii na použitie v cestovnom ruchu.

Primárnu ponuku tvorí prírodný a kultúrohistorický potenciál krajiny a dopĺňajú ju organizované podujatia. Je určujúca pri rozhodovaní sa subjektov cestovného ruchu o ciele cestovania. Primárnou ponukou sa označujú aj lokalizačné predpoklady pre rozvoj aktivít cestovného ruchu a určujú miesto výskytu cestovného ruchu (Mariot, 2000).

Sekundárnu ponuku tvoria tri skupiny faktorov, a to infraštruktúra cestovného ruchu, všeobecná infraštruktúra a inštitúcie cestovného ruchu v cieľových miestach. Je prostriedkom na priblíženie a využitie primárnej ponuky. Infraštruktúra cestovného ruchu predstavuje súbor zariadení a ich služieb, potrebných na to, aby sa účastník cestovného ruchu mohol v cieľovom mieste ubytovať, stravovať, a vykonávať rôzne aktivity typické pre cestovný ruch (Bočkay, 1998).

1. 4 Dopyt po cestovnom ruchu

Dopyt po cestovnom ruchu znamená ochotu účastníka cestovného ruchu zameniť určité množstvo statkov cestovného ruchu za určité množstvo peňazí (Kaspar, 1995).

Gúčík et al. (2006) dopytom cestovného ruchu rozumie súborný prvok trhu a výsledok pôsobenia rozličných biologických (potreby), psychologických (motívy), ekonomických (príjmy, ceny), sociálnych, kultúrnych, demografických, politických a iných činiteľov.

Dopyt po cestovnom ruchu vzniká až na určitom stupni uspokojenia potrieb. Nositeľom dopytu v cestovnom ruchu je účastník cestovného ruchu resp. subjekt cestovného ruchu. Z ekonomického hľadiska je účastníkom cestovného ruchu každá osoba, ktorá uspokojuje svoje potreby účasťou na cestovnom ruchu, spotrebou služieb, tovarov a voľných statkov (Jarábková, 2007).

Činitele pôsobiace na dopyt po službách v cestovnom ruchu sú rozdielne v jednotlivých segmentoch trhu služieb, najmä zo strany konečnej a výrobnjej spotreby. Kým dopyt konečných spotrebiteľov sa zakladá na tom, že jednotlivci sa snažia uspokojiť svoje osobné potreby, dopyt výrobcov môžeme charakterizovať ako dopyt s cieľom vyrobiť konečný produkt. V tejto súvislosti autorka rozlišuje intermediálny dopyt (organizácií, podnikov po výrobných službách) a dopyt konečnej spotreby (jednotlivcov, domácností po spotrebných službách) (Novacká et al., 2001).

Alejziak (2007) zhŕňa významné trendy, ktoré budú typické pre budúci dopyt po cestovnom ruchu a predpovedá, že tradičný cestovný ruch nazývaný ako tri „S“ (sun, sea, sand resp. slnko, more, piesok) bude pomaly nahradený cestovným ruchom založeným na troch „E“ (entertainment, excitement, education resp. rozptýlenie, dobrodružstvo, vzdelávanie).

1. 5 Ubytovacie zariadenia

Cieľom všetkých aktivít ubytovacích zariadení v komplexe ubytovacích zariadení je uspokojiť záujmy hosťa – klienta, uspokojiť záujmy podniku – ubytovacieho zariadenia a uspokojiť celospoločenské záujmy. Záujmy hosťa sú prezentované prejavom potrieb a spočívajú v uspokojovaní týchto potrieb. Uspokojovanie potrieb klienta v ubytovacom zariadení môže mať rozličný rozsah a to v závislosti od úrovne a rozsahu prejavovaných

potrieb človeka a v závislosti od množstva a kvality ponúkaných a realizovaných služieb (Novacká, 1994).

Gúčík et al. (2006) definuje ubytovacie zariadenie ako budovu, priestor alebo plochu, kde sa verejnosti za úhradu poskytuje prechodné ubytovanie a s ním spojené služby.

Komerčné ubytovacie zariadenia produkujú a realizujú na predaj produkt. Tento produkt predstavujú ubytovacie služby, stravovacie služby a doplnkové služby, ktoré sú komplementárne a sú spojené s poskytovaním ubytovacích a stravovacích služieb. Vo veľkých hoteloch sa dokonca stávajú nevyhnutnou základnou službou. Uvedený produkt musí pre spotrebiteľa, zákazníka, hosťa či klienta spĺňať minimálne nasledovné požiadavky: atraktivnosť, prístupnosť, uspokojovať potreby hosťa, mať stanovenú cenu, ktorá zodpovedá trhovej hodnote produktu a ktorá je pre hosťa reálna a disponovať určitým pozitívnym image (Indrova, 1996).

Jarábková (2007) člení ubytovacie zariadenia vo všeobecnosti do dvoch skupín:

- hotelové ubytovacie zariadenia s kapacitou viac ako 10 izieb, ktoré poskytujú komplexný produkt – ubytovacie, stravovacie a doplnkové služby,
- parahotelové ubytovacie zariadenia, čiže nehotelové, ktoré nespĺňa kritérium 10 izieb a neposkytujú komplexný produkt hotelového typu.

Podľa charakteru využívania sa delia ubytovacie zariadenia na tri typy (Mariot, 2000):

- ubytovacie zariadenia voľného cestovného ruchu (hotely, motely, botely, penzióny, autokempingy, zrubové osady, turistické ubytovne, stanové tábory a pod.),
- ubytovacie zariadenia viazaného cestovného ruchu (rekreačné zariadenia podnikov, spoločností, klubov odborárskej a mládežníckej rekreácie),
- objekty individuálnej rekreácie (súkromné chaty, chalupy).

Vyhláška Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky č. 419/2001 Z. z., upravuje kategorizáciu ubytovacích zariadení a klasifikačné znaky na ich zaradovanie do tried. Vzťahuje sa na podnikateľov poskytujúcich ubytovanie na základe živnostenského oprávnenie. Táto vyhláška rozoznáva nasledovné ubytovacie zariadenia:

Tabuľka 2: Hotelové ubytovacie zariadenia v SR

<i>Kategória</i>	<i>Trieda</i>	<i>Charakteristika zariadenia</i>
Hotel	* ** *** **** *****	ubytovacie zariadenie na prechodné ubytovanie hostí, ktoré má viac ako 10 izieb
Garni hotel	* ** ***	je určený predovšetkým na krátkodobé prechodné pobyty, poskytuje obmedzený rozsah stravovania, obvykle len raňajky
Horský hotel	* ** ***	je určený na náročné športovo-rekreačné pobyty, spravidla je umiestnený v ťažko prístupnom teréne, nezriedka bez priameho napojenia na cestnú sieť
Motel	* ** *** ****	je ubytovacie zariadenie na prechodné ubytovanie motoristov, je umiestnené spravidla pri hlavných cestných trasách a autostrádach
Botel	* ** ***	je ubytovacie zariadenie umiestnené na trvale zakotvenej lodi, ktoré má viac ako 10 kajút
Penzión	* ** ***	je jednoduché ubytovacie zariadenie hotelového typu minimálne s 5 izbami a maximálne so 4 stálymi lôžkami v jednej izbe

Zdroj: Vyhláška MH SR č. 419/2001 Z. z.

Tabuľka 3: Parahotelové ubytovacie zariadenia v SR

<i>Kategória</i>	<i>Trieda</i>	<i>Charakteristika zariadenia</i>
Turistická ubytovňa	* **	je ubytovacie zariadenie s väčším počtom lôžok na izbách, ako v ostatných ubytovacích zariadeniach, ktoré majú spoločné hygienické zariadenia, slúži na prechodné ubytovanie pre väčšie skupiny ľudí
Chatová osada	* ** ***	je ubytovacie zariadenie na prechodné ubytovanie návštevníkov výhradne v ubytovacích objektoch prevádzkovateľa v dvoj lôžkových až štvor lôžkových izbách
Kemping	* ** *** ****	je ubytovacie zariadenie, ktoré umožňuje návštevníkom ubytovať sa vo vlastnom ubytovacom zariadení (v stanoch, obytných prívěscoch), prípadne ubytovacom objekte prevádzkovateľa (v chate, zrube, bungalove) v areáli kempingu
Ubytovanie v súkromí » izba » objekt » prázdninový byt	* ** *** * ** *** * ** ***	predstavuje ubytovanie hostí v izbách rodinných domov alebo sa na tento účel poskytuje celý objekt (rodinný dom, chalupa, chata)

Zdroj: Vyhláška MH SR č. 419/2001 Z. z.

Podľa Novackej et al. (2001) musí ubytovacie zariadenie označované „Hotel“ spĺňať požiadavky stanovené v danej krajine a navyše by malo vyhovieť minimálnym požiadavkám, ktoré sú zakotvené v dokumente Svetovej organizácie cestovného ruchu (WTO). Minimálne požiadavky sú nasledovné:

- ubytovacie zariadenie nesmie mať menej ako 10 izieb,
- presné normy pre sanitárne a hygienické zariadenia ako pre hostí, tak i pre personál,
- účinná upratovacia a hygienická služba,
- všetok stavebný materiál, nábytok, výzdoba, posteľná bielizeň, obrusy i riad musia byť v najvyššej kvalite vo vzťahu ku kategórii,
- hotelový personál musí mať kvalifikáciu v súlade s požiadavkami národného turistického úradu. V rodinných hoteloch, kde niektoré povinnosti vykonávajú majitelia, práve oni musia byť držiteľmi kvalifikácie, ktorá je uznávaná národným turistickým úradom a získaná vzdelávacím kurzom alebo profesionálnymi skúsenosťami,
- všetky hotely musia vyhovovať technickým podmienkam, ktoré zaručujú bezpečnosť budovy a ich obyvateľov. Technické a stavebné zariadenia musia zodpovedať požiadavkám pre núdzové situácie. Príslušné bezpečnostné podmienky musia byť spoločne stanovené národným turistickým úradom a kompetentnými vládnymi orgánmi,
- všetky hotely musia spĺňať minimálne normy pohodlia v závislosti od kategórie vrátane teplej a studenej vody a primeranej klimatizácie, ktorou sa rozumie príjemná teplota v celom hoteli alebo v jeho časti so zreteľom na kategóriu, bez ohľadu na systém či zariadenie, ktorým je príjemná teplota dosiahnutá,
- všetky hotely musia mať zdravotnú službu pre prípad rýchlej pomoci.

1. 5. 1 Služby ubytovacích zariadení

Komerčné ubytovacie zariadenia poskytujú prechodné ubytovanie a služby s tým spojené za úhradu. Ponúkajú a realizujú na predaj svoj produkt, ktorý predstavujú ubytovacie služby, stravovacie služby a doplnkové služby (Novacká et al. , 2001).

Ubytovacie služby predstavujú súbor na seba nadväzujúcich činností, na ktorých sa podieľa ako prevádzkovateľ poskytujúci ubytovacie služby, tak aj hosť. Tieto čiastkové činnosti zahrňujú rezervovanie ubytovania, príchod host'a a jeho registrácia, pobyt host'a,

zúčtovanie a odchod host'a. Z hľadiska kvality poskytovaných služieb je rovnako dôležitá každá čiastková činnosť. Nedostatok, ktorý sa prejaví čo len v jednej z nich má vplyv na kvalitu ubytovacích služieb a tým aj spokojnosť host'a (Patúš et al., 1996).

Stravovacie služby poskytované v ubytovacích zariadeniach sú zamerané na uspokojovanie výživových potrieb hlavne ubytovaných hostí. Niektoré zariadenia však poskytujú tieto služby aj náhodným, neubytovaným hosťom, tzv. pasantom. Kým ubytovacie služby majú prevažne osobný charakter, stravovacie služby aj vecný pretože sú spojené s prípravou, ponukou a predajom jedál a nápojov (Beránek, 2004).

Malé ubytovacie zariadenia poskytujú stravovacie služby v menšom rozsahu. V zariadeniach hotelového typu – v penziónoch ide minimálne o raňajky, ktorých cena sa určuje samostatne, prípadne sa započítava do ceny ubytovania. Host' však musí byť na túto skutočnosť vopred upozornený. Aktuálne môže byť aj poskytnutie polpenzie (raňajky a jedno hlavné jedlo). Prípadné poskytnutie plnej penzie (raňajky, obed, večera) sa nevyklučuje. Cena polpenzie, resp. plnej penzie sa určuje osobitne, teda mimo ubytovania (Patúš et al., 1999).

Podľa Orišku (1999) podnikaví prevádzkovatelia malých ubytovacích zariadení chápu a rešpektujú rôznorodé individuálne potreby a záujmy hostí rôznych vekových skupín, rodín s deťmi, či individuálnych hostí. V závislosti od svojich možností sa snažia vytvárať podmienky na ich uspokojovanie. Existencia týchto potrieb podľa autora vyplýva z toho, že:

- k uspokojovaniu potrieb hostí dochádza mimo ich trvalého bydliska a je podmienené cieľom návštevy ubytovacieho zariadenia (ubytovanie z dôvodu účasti na služobnej ceste, počas kúpeľného alebo rekreačného pobytu, tranzitné ubytovanie a podobne),
- pobyt mimo miesta trvalého bydliska znamená dočasné prerušenie spojenia s každodenným prostredím, zmenu denného stereotypu a vstup do nových vzťahov z hľadiska charakteru, rozsahu a štruktúry (pobyt v prírode, individuálna rekreácia),
- motívy pobytu a výber služieb sa líšia cieľom, rozsahom a štruktúrou od motívov bežnej spotreby (napríklad rekreačné vyžitie sa, spoločenský styk, rozptýlenie a podobne),
- pri uspokojovaní základných životných potrieb mimo miesta trvalého bydliska vznikajú viaceré komplementárne potreby, ktoré vyžadujú uspokojenie (napríklad starostlivosť o odev počas ubytovania, garážovanie osobného automobilu).

Okrem ubytovacích a stravovacích služieb môže hotel poskytovať ďalšie doplnkové služby v závislosti na triede a veľkosti hotela. Doplnkové služby sú komplementárne a sú spojené s poskytovaním ubytovacích a stravovacích služieb. Vo veľkých hoteloch sa dokonca stávajú nevyhnutnou určujúcou službou (napríklad kongresová sála s tlmočnickým zariadením pre kongresovú klientelu, golfové ihrisko pre golfových hráčov, biznis centrum pre obchodných cestujúcich a podobne) (Indrova, 1996).

Štandard doplnkových služieb ovplyvňujú viaceré faktory, najmä lokalizácia zariadenia (v mestskom alebo vidieckom prostredí, v blízkosti vodného toku alebo plochy, podhorskom alebo horskom prostredí), veľkosť zariadenia, segment trhu (domáci alebo zahraniční hostia, hostia z hľadiska motívov návštevy, sociálneho zloženia), charakter a dĺžka pobytu hostí v kombinácii s časom návštevy zariadenia a to v sezóne alebo mimo sezóny, pohotovosť prevádzkovateľa zariadenia a jeho pracovníkov poskytovať doplnkové služby a ďalšie (Novacká, Kulčáková, 1996).

Horner - Swarbrooke (2003) uvádzajú, že tvorba cien ubytovacích služieb je ovplyvnená viacerými činiteľmi medzi ktoré patria umiestnenie, zariadenie ubytovacej jednotky a izby, úroveň ponúkaných služieb, ročné obdobie a deň v týždni. Prostriedkom k dosiahnutiu mnohých marketingových cieľov bývajú zľavy, ktorých dôvody môžu byť podľa autorov rôzne:

- získať zákazníkov z oblasti hromadných akcií, napríklad konferencií alebo autobusových zájazdov,
- zvýhodniť pravidelných zákazníkov,
- prilákať zákazníkov v období menšieho záujmu.

Umiestnenie ubytovacieho zariadenia je podľa autorov rozhodujúcou otázkou pre marketing ubytovacích služieb. Určuje tak pravdepodobný objem služieb. Napríklad centra miest, vidiek, hory alebo pobrežie mora. Jedinečné umiestnenie v atraktívnej scenérii môže ospravedlňovať vysokú cenu služieb. Umiestnenie má tiež vplyv na týždenný i ročný časový priebeh väčšieho záujmu o ubytovacie zariadenie.

1. 6 Hodnotenie spokojnosti zákazníka

Podľa Scharnbacher – Kiefer (1996) sa problematika spokojnosti zákazníka v marketingovej teórii dlho zanedbávala. Až vplyvom spotrebiteľského hnutia v USA v 60-tych rokoch 20 storočia dochádza k jej oživeniu. Stredobodom pozornosti boli vtedy otázky spokojnosti zákazníkov so všeobecným stavom ich zabezpečenia tovarmi

a službami v jednotlivých oblastiach ponuky. Posúdenie spokojnosti robili firmy podľa ukazovateľov ako podiel na trhu alebo zisk. Autori uvádzajú, že v 70-tych rokoch sa objavujú prvé návrhy na hodnotenie spokojnosti zákazníkov, pričom dochádza k pokusom nájsť okrem klasických faktorov ako postoj, emócie a pod. v rámci marketingového výskumu aj iné faktory správania sa zákazníkov vysvetlením ich spokojnosti, resp. nespokojnosti. Približne od polovice 70-tych rokov tvorí spokojnosť zákazníka ťažisko marketingového výskumu. Od roku 1976 sa konajú pravidelné kongresy zaoberajúce sa výlučne otázkami spokojnosti zákazníkov, správania sa pri sťažnostiach a podobne. Hoci sa význam spokojnosti zákazníkov stal medzičasom nepopierateľný, neexistuje doposiaľ žiadna dohoda ohľadom na jej definície. Skôr existuje veľký počet formulácií a názorov na spokojnosť zákazníka a metódy jej hodnotenia.

Rozhodujúcim činiteľom je kvalita služieb. Pod kvalitou služieb autori rozumejú všetko, čo s produktom cestovného ruchu súvisí, nielen kvalitu ubytovacích a stravovacích zariadení. Kvalita podľa autorov vyjadruje súhrn užitočných vlastností a znakov služby (tovaru), ktoré jej dávajú schopnosť uspokojovať potreby a očakávania zákazníka. Znakom kvality sú užitočné vlastnosti (Habán – Otepka, 2004).

V medzinárodnom cestovnom ruchu sa kvalita stáva určujúcou pri rozhodovaní turistov. Na európskom trhu budú preferované zariadenia cestovného ruchu, ktoré budú mať „Certifikát Znak kvality“ podľa noriem ISO. „Znak kvality“ sa neudeľuje podnikateľovmu zariadeniu natrvalo. Oprávnenie vlastniť toto označenie podnikania bude pravidelne kontrolované útvarmi Slovenského zväzu vidieckeho turizmu a agroturizmu a bude hodnotené aj úsilie podnikateľa zlepšovať úroveň zariadenia v záujme uspokojovania požiadaviek návštevníkov.

Babinský - Babinský (2004) uvádzajú, že v cestovnom ruchu na Slovensku sa uplatňujú 3 koncepcie riadenia kvality:

1. Koncepcia národných štandardov

V SR je to Vyhláška Ministerstva hospodárstva SR o kategorizácii ubytovacích a pohostinských služieb v SR č. 419/2001 Z.z.

2. Koncepcia kvality podľa noriem ISO 9000

Je založená na sústave štandardizovaných vzťahov, v ktorých sú identifikované požiadavky na kvality bez ohľadu na odvetvie alebo charakter výkonov. Poskytovanie služieb stanovuje STB ISO 9000-2 ako na vytváranie a zavádzanie systému kvality v podniku.

3. Koncepcia komplexného manažérstva kvality (TQM)

Spočíva v orientácii všetkých pracovníkov na zákazníka.

Podľa Kaasa – Runowa (1984) spokojný zákazník prichádza a nakupuje znovu, čiže fenomén „spokojnosť zákazníka“ tvorí jeden zo základných pilierov dlhodobých obchodných úspechov.

Pod pojmom uspokojenie požiadaviek zákazníka chápu autori vnímanie a pochopenie zákazníkových očakávaní, ktoré dodávateľ svojou činnosťou naplnil alebo prekročil. Hodnotenie spokojnosti je teda vlastne hodnotením toho, ako zákazníci chápu činnosť firmy ako dodávateľa. Uspokojenie požiadaviek zákazníka sa odohráva len v jeho hlave a môže alebo nemusí vyhovovať.

Podľa Anderasena (1982) je cieľom vymedziť pojem spokojnosť zákazníka, objektívne a subjektívne metódy, ktoré sa používajú pri hodnotení spokojnosti zákazníka a určiť ich výhody a nevýhody.

Autor uvádza nasledovné postupy hodnotenia spokojnosti zákazníka:

1. Objektívne postupy sú založené na hodnotení objektívnych indikátorov, to znamená, že sú postavené na pozorovaní veličín, ktoré nepodliehajú žiadnemu subjektívnemu vnímaniu osôb. K objektívnym postupom patrí aj vyhodnotenie agregovaných veličín z trhu. Objektívnym indikátorom je napr. obrat, podiel na trhu a miera opakovaného nákupu. Tieto indikátory majú značné nedostatky hlavne z dôvodu časového oneskorenia, keďže touto cestou zistená nespokojnosť zákazníka prichádza príliš neskoro, aby sa proti nej mohli zaviesť účinné korekčné opatrenia.

2. Subjektívne postupy sú založené v protiklade k objektívnym postupom, na pochopení individuálne odlišného chápania vecného obsahu problému a s tým spojenými spôsobmi správania. V rámci subjektívneho postupu autor uvádza:

- **Implicitné hodnotenie** spokojnosti zákazníka – ide o hodnotenie spokojnosti na základe indikátorov, ktoré umožňujú viac alebo menej jednoznačný spätný záver na reálne existujúci rozsah skutočnosti (systematická analýza sťažností, panely problémov, dopytovania sa kontaktného personálu).

- **Explicitné hodnotenie** spokojnosti zákazníkov – explicitné postupy zisťujú stupeň spokojnosti priamo. Požiadavky na nasledujúce marketingové opatrenia sa môžu odvodiť priamo z výsledkov zodpovedajúcich skúmaní. Zákazníci berú jednotlivé čiastkové výkony konzumovaného produktu diferencovane, a tak sú principiálne schopní pociťovať čiastkové uspokojenie, ktoré sú zákazníkmi psychicky agregované do rozsiahlej celkovej spokojnosti s konzumovaným výkonom.

Peters (1986) uvádza, že spokojnosť zákazníka sa neustále hodnotí. Výber vzorky je rozsiahly. Výskumy sú kvantitatívne i kvalitatívne, hodnotenia sa robia

veľmi seri6zrne, pri6om hodnotenia neust6ale posudzuje vrcholov6y manaŕment. Hodnotenia sa robia rovnako v6azne ako 6ctovnictvo alebo hodnotenie spoľahlivosti v6yrobkov.

Z6azitok 6zko s6uvis6 s kvalitou a spokojnosťou a existuje medzi nimi nasledovn6y vzťah: Ak ponuka zariadenia predstihne 66ak6avania, poŕiadavky a sk6usenosti, dosiahne pozit6ivny z6azitok z6akazn6ika a v kone6nom d6sledku pocit spokojnosti. Opa6n6y pr6ipad, ak 66ak6avania a sk6usenosti s6u v666šie ako skuto6n6a ponuka, vyvol6ame negat6ivny z6azitok a nespokojnosť z6akazn6ika (Novack6a, Kul66akov6a, 1996).

Mateides (1999) rozliŕuje tri typy spokojnosti:

- **progres6ivna spokojnosť** vznik6a, ak skuto6n6a ponuka predbehne 66ak6avania z6akazn6ika. Kaŕd6a reŕtaur6acia ju m666e dosiahnuť mal6ymi postupn6ymi zlepŕeniami, a to na z6aklade zisten6ych 66ak6avan6i a poŕiadaviek svojich z6akazn6ikov. Zlepŕen6im doterajŕej ponuky m666e byť napr. 6iv6a hudba, dohotovenie jed66al pred zrakom hosťa, dni ŕpecial6it v reŕtaur6acii s tradi6nou kuch6n6ou a pod. inov6acie s cieľom zlepŕenia z6avisia od moŕznosti tej-ktorej reŕtaur6acie.
- **stabilizovan6a spokojnosť**, ak sa skuto6nosť rovn6a 66ak6avaniam. Poskytovateľ sluŕieb ŕnou vyvol6a v z6akazn6ikovi neutr66alne pocity. Ni6 nov6e, prekvapiv6e, zmena ani k horŕiemu, ani k lepŕiemu.
- **nespokojnosť**, keď realita je horŕšia ako 66ak6avania. Vznik6a nezhoda medzi re666nou ponukou a 66ak6avaniami, predstavami a poŕiadavkami, ktore z6akazn6ik kladie na dan6e zariadenie. Poskytovatelia sluŕieb by mali vyvinuť maxim66alne 6silie, aby zabr6anili vzniku tejto formy spokojnosti. Je to neŕiadu6ci stav pre stranu ponuky aj dopytu. Pon6kaj6uci mus6 vedieť, komu je produkt ur66en6y, kto je jeho hlavn6y segment trhu, 6o poŕaduje a 66ak6ava, ak6ym produktom vyvol6a v z6akazn6ikovi pozit6ivny z6azitok a progres6ivnu spokojnosť.

2. Cieľ práce

Cieľom bakalárskej práce bolo hodnotenie spokojnosti zákazníkov so službami vybraného ubytovacieho zariadenia

Na splnenie uvedeného cieľa bolo potrebné splniť nasledovné parciálne ciele:

- ⇒ analýza ponuky vybraného ubytovacieho zariadenia
 - ⇒ hodnotenie spokojnosti zákazníkov so službami vybraného ubytovacieho zariadenia
- Predmetom analýzy bolo vybrané ubytovacie zariadenie v meste Rajecké Teplice – hotel Aphrodite.

3. Metodika práce

Pre splnenie uvedených cieľov bolo potrebné:

- ⇒ Preštudovanie a výber literárnych zdrojov a taktiež získanie konkrétnych podkladových údajov k analytickej časti práce.
- ⇒ Výber objektu. Objektom práce bolo ubytovacie zariadenie v meste Rajecké Teplice - hotel Aphrodite.
- ⇒ Analýza ponuky hotela.
- ⇒ Hodnotenie spokojnosti zákazníkov so službami vybraného ubytovacieho zariadenia.
- ⇒ Vyhodnotenie získaných informácií.
- ⇒ Návrh na zlepšenie ponúkaných služieb.

3. 1 Materiál

K spracovaniu bakalárskej práce sme získali informácie z nasledovných zdrojov:

- ⇒ Pre analýzu ubytovacieho zariadenia sme použili informácie z propagačných materiálov, internetu a interných materiálov zariadení.
- ⇒ Pre hodnotenie spokojnosti zákazníkov so službami ubytovacieho zariadenia sme použili informácie priamo od návštevníkov daného zariadenia prostredníctvom dotazníkového prieskumu.

3. 2 Metódy práce

Za účelom dosiahnutia vytýčeného cieľa boli v práci použité:

- ⇒ *Metódy skúmania* zohľadňujúce možnosti, ktoré sú dané dostupnou vedeckou a odbornou literatúrou prezentujúcou teoretické poznatky z oblasti služieb v cestovnom ruchu,
- ⇒ *Metóda vedeckej abstrakcie*, ktorej podstatou je abstrahovanie menej dôležitých resp. nepodstatných informácií od množstva informácií, ktoré majú priamy alebo nepriamy vzťah k riešenému problému,
- ⇒ *Analyticko – syntetická metóda*, ktorú sme použili pri analýze ubytovacích zariadení a pri vyhodnocovaní dotazníkového prieskumu,
- ⇒ *Metóda opytovania* uskutočnená formou dotazníkov.

4. Vlastná práca

4.1 Analýza ponuky služieb hotela Aphrodite

Dátum vzniku je podľa Obchodného registra 12. 07. 1996. Forma podnikania je akciová spoločnosť a predmetom podnikania je:

- obchodná činnosť mimo koncesovaných živností,
- sprostredkovanie obchodu,
- prechodné ubytovanie,
- prenájom nehnuteľností vrátane bytového hospodárstva,
- prevádzkovanie zariadení slúžiacich na regeneráciu,
- prevádzkovanie solárií,
- organizovanie a zabezpečovanie kultúrnych, športových podujatí, kurzov a školení,
- prenájom odstavných plôch,
- pohostinská činnosť,
- verejné stravovanie,
- ubytovacie zariadenia.

Hotel Aphrodite je štvorhviezdičkový hotel, ktorý ponúka ubytovacie, stravovacie a doplnkové služby.

Hotel sa nachádza v Rajeckých Tepliciach, v príjemnom prostredí parku, okolo jazierka s fontánami a skalnými kreáciami, kde nachádzajú klienti a návštevníci komplexu pohodlné ubytovanie, starostlivú pozornosť a v súlade s lekáorskými odporúčaniami i pripravovanú stravu.

Hotel Aphrodite priamo v Kúpeľnom dome privíta hostí nielen výnimočným komfortom v izbách a apartmánach, ale aj štýlovým prostredím a všestrannými možnosťami liečby, rehabilitácie i relaxácie v termálnej vode.

Po roku 1996 zásluhou nových majiteľov prešiel celý komplex rozsiahlou rekonštrukciou, ktorá zmenila toto miesto na atraktívne pre trávenie liečebných ako aj relaxačných wellness pobytov.

4. 1. 1 Ubytovacie služby

Pre hostí je k dispozícii 47 izieb (21 jednoposteľových a 22 dvojposteľových), 8 dvojposteľových apartmánov a 3 izby typu štandard (rozmerovo menšie) s celkovou ubytovacou kapacitou 89 stálych lôžok.

Všetky izby sú komfortne zariadené, sú vybavené mini barom, trezorom, telefónom, TV (satelitné programy), rádiom, chladničkou, kúpeľňou, v ktorej sa nachádza sprchovací kút, sušič vlasov a WC. Na izbu je možné si objednať detskú postieľku. Jednoposteľové izby sú menšie miestnosti, niektoré sú podkrovné. Dvojposteľové izby majú možnosť jedného prístelku, spojené alebo oddelené postele, niektoré izby sú klimatizované. Dvojposteľový apartmán má možnosť jedného prístelku. Spálňa je oddelená od obývacej časti, nachádzajú sa tu spojené postele, pohovka – gauč.

Tabuľka č. 4: Cenník ubytovania sezóna A v roku 2007 a 2008

Typ izby	2008			2007	
	do 3 nocí	od 4 nocí	od 7 nocí	do 6 nocí	od 7 nocí
Jednolôžková	2 400 Sk	2 200 Sk	1 900 Sk	2 200 Sk	1 900 Sk
Dvojlôžková	2 075 Sk	1 950 Sk	1 750 Sk	3 950 Sk	3 500 Sk
Dvojlôžková - štandard	1 425 Sk	1 350 Sk	1 200 Sk	2 650 Sk	2 400 Sk
Apartment	2 450 Sk	2 300 Sk	2 025 Sk	4 800 Sk	4 050 Sk
Prístelka	660 Sk	660 Sk	660 Sk	660 Sk	660 Sk

Zdroj: Cenník Aphrodite, vlastné spracovanie

Sezóna A predstavuje obdobie hlavnej sezóny počas letných prázdnin. Počas tohto obdobia sú ceny ubytovania oproti iným najvyššie pretože je to hlavná sezóna. Na rozdiel od roku 2008 kedy sa pobyt počítal do 3 nocí, od 4 nocí a od 7 nocí v roku 2007 sa ceny počítali do 6 nocí a od 7 nocí. V porovnaní s rokom 2008 sú v roku 2007 ceny oveľa nevýhodnejšie a vyššie.

Tabuľka č. 5: Cenník ubytovania sezóna B v roku 2007 a 2008

Typ izby	2008			2007	
	do 3 nocí	od 4 nocí	od 7 nocí	do 6 nocí	od 7 nocí
Jednolôžková	2 300 Sk	2 000 Sk	1 650 Sk	2 100 Sk	1 650 Sk
Dvojlôžková	2 000 Sk	1 850 Sk	1 600 Sk	3 900 Sk	3 200 Sk
Dvojlôžková - štandard	1 350 Sk	1 300 Sk	1 200 Sk	2 500 Sk	2 400 Sk
Apartment	2 350 Sk	2 200 Sk	1 950 Sk	4 500 Sk	3 850 Sk
Prístelka	600 Sk	600 Sk	600 Sk	600 Sk	600 Sk

Zdroj: Cenník Aphrodite, vlastné spracovanie

Sezóna B predstavuje obdobie mimosezónne aj keď predstavuje obdobie sviatkov a to obdobie po Vianociach, Veľkonočný pondelok a Sviatok všetkých svätých. Ceny sú oproti sezóne C o niečo vyššie.

V porovnaní rokov 2007 a 2008 čo sa týka cien, sú ceny v roku 2008 výhodnejšie ako v roku 2007, pretože zmenili marketingovú stratégiu a to v tej súvislosti, aby vyšli v ústrety klientom, ktorí radšej častejšie využívajú pobyt na kratšie časové obdobie, ako napríklad víkend. V dnešnej dobe klienti viac preferujú radšej viackrát do roka ale častejšie dovolenky ako raz do roka na dlhšiu dobu.

Tabuľka č. 6: Cenník ubytovania sezóna C v roku 2007 a 2008

Typ izby	2008			2007	
	do 3 nocí	do 6 nocí	od 7 nocí	do 6 nocí	od 7 nocí
Jednolôžková	2 150 Sk	1 950 Sk	1 600 Sk	1 950 Sk	1 600 Sk
Dvojlôžková	1 900 Sk	3 600 Sk	2 950 Sk	3 600 Sk	2 950 Sk
Dvojlôžková - štandard	1 300 Sk	2 400 Sk	2 400 Sk	2 400 Sk	2 400 Sk
Apartmán	2 200 Sk	4 200 Sk	3 600 Sk	4 200 Sk	3 600 Sk
Prístelka	600 Sk	600 Sk	600 Sk	600 Sk	600 Sk

Zdroj: Cenník Aphrodite, vlastné spracovanie

Sezóna C predstavuje obdobie mimo sezóny, je to obdobie pred a po Vianociach alebo po Veľkej noci. Ceny sú v porovnaní s obdobím sezóny nižšie.

Tieto ceny sú výhodné, pretože sú v období mimo sezóny. Oproti roku 2008 sú tieto ceny opäť menej výhodné. Opäť chcú vyhovieť aj klientom ktorí trávajú dovolenky počas roka radšej kratšie a častejšie a preto sa pobyt počíta v roku 2008 aj do 3 nocí.

Uvedené ceny vo všetkých sezónach sú platné za osobu a noc pri obsadení dvojlôžkovej izby dvomi osobami, trojlôžkovej izby tromi osobami a dvomi osobami v apartmáne. V cene ubytovania sú zahrnuté raňajky. Zvýhodnená cena ubytovania od 4 a 7 nocí platí pri súvislom pobyte. Hostia ubytovaní v hoteli majú voľný vstup do Vodného sveta a fitness a zvýhodnený doplatok za Saunový svet 200 Sk.

4. 1. 2 Stravovacie služby

Stravovanie v hoteli pozostáva z raňajok, obedov a večerí. Raňajky sú formou švédskych stolov, obedy a večere výber z jedálneho lístka. Okrem toho ponúkajú aj špeciality kuchyne a to jedlá z diviny, plody mora, národné špeciality (české, európske, talianske, francúzske, slovenské a maďarské), špeciality z morských rýb, špeciality zo sladkovodných rýb. V ústrety vychádzajú aj hosťom, ktorí dodržiavajú špeciálne diéty a to vegánsku, bezlepkovú, diabetickú stravu a žľčníkovú diétu.

Raňajky sa podávajú od 07:00 – 10:00, obedy od 12:00 – 14:30 a večere od 18:00 – 21:30.

Tabuľka č. 7: Cenník stravovacích služieb v roku 2007 a 2008

	Obed a večera	Večera	Detský obed a večera	Detská večera
Na osobu	600 Sk	300 Sk	300 Sk	150 Sk

Zdroj: Cenník Aphrodite, vlastné spracovanie

Cenník stravovacích služieb platí celoročne. Ceny stravovacích služieb sa počas obdobia rokov nezmenili.

4. 1. 3 Doplnkové služby

Ako doplnkové služby poskytuje hotel v prvom rade masáže a procedúry, pranie bielizne, hotelový transfer, animácie a výlety, kadernícky salón, wifi internet v spoločných priestoroch, žehlenie bielizne, hotelový trezor na recepcii, platbu kartou za všetky hotelové služby, zmenáreň, objednávanie taxi.

Tabuľka č. 8: Cenník doplnkových služieb v roku 2008 – Vodný a saunový svet

Vodný a saunový svet	Ubytovaní hostia	Verejnosť
Vodný svet (2 hod.)	200 Sk	350 Sk
Saunový svet (3 hod.)	400 Sk	700 Sk

Zdroj: Cenník Aphrodite, vlastné spracovanie

Ubytovatelia klienti v Hoteli Aphrodite majú Vodný svet a fitness centrum zahrnuté v cene ubytovania, doplatok za Saunový svet je 200 Sk.

Tabuľka č. 9: Cenník doplnkových služieb v roku 2008 - Masáže

Masáže	Cena
Klasická masáž čiastočná 15´	250 Sk
Klasická masáž čiastočná 30´	400 Sk
Exkluzívna celotelová masáž 45´	680 Sk
Športová masáž 30´	450 Sk
Aromaterapeutická olejová masáž 30´	470 Sk
Medová masáž 30´	500 Sk
Medová masáž 60´	1 000 Sk
Podvodná masáž 20´	490 Sk
Masáž lánovými kameňmi 45´	800 Sk
Masáž lánovými kameňmi 90´	1 200 Sk
Reflexná masáž chodidiel 30´	400 Sk
Manuálna lymfodrenáž – telo 30´	400 Sk
Manuálna lymfodrenáž – telo 45´	600 Sk
Anticelulitídna masáž 30´	400 Sk
Anticelulitídna masáž 45´	600 Sk
Prístrojová lymfodrenáž 30´	250 Sk
Prístrojová lymfodrenáž 45´	350 Sk
Bankovanie chrbta 30´	350 Sk
Bankovanie chrbta 45´	500 Sk
Masážne lôžko Magibed 10´	50 Sk

Zdroj: Cenník Aphrodite, vlastné spracovanie

Okrem vyššie uvedených doplnkových služieb ponúka hotel aj rôzne druhy masáží.

Klasická masáž zahŕňa sústavu masážnych hmatov (trenie, vytieranie, hnetenie, tepanie, chvenie), ktoré s liečebným a relaxačným zameraním vykonáva masér na tele klienta. Klient si môže vybrať z dvoch ponúk a to 15 minútovú alebo 30 minútovú.

Exkluzívna celotelová masáž sa poskytuje na dokonalé uvoľnenie tela a duše, doplnená o muzikoterapiu a aromaterapiu. Táto masáž trvá 45 minút.

Športová masáž je intenzívna masáž zameraná na svalové partie namáhané športom, napráva svalové napätie a podporuje cirkuláciu. Dĺžka trvania je 30 minút.

Aromaterapeutická olejová masáž predstavuje kombináciu dotyku a vône, blahodarne pôsobí na organizmus a účinok masáže závisí od zvoleného éterického oleja:

- mandarínka – priaznivé protizápalové a protikŕčové účinky, stimuluje psychiku
- levanduľa – priaznivo pôsobí pri nervovom vypätí, nespavosti a migréne, znižuje krvný tlak
- ylang – ylang – afrodiziakálne a ukludňujúce účinky
- kosodrevina – priaznivo pôsobí na reumu, kĺbové bolesti a artrózu.

Táto masáž trvá 30 minút.

Pri **medovej masáži** pôsobí liečivá sila včelieho medu pokožkou priamo na organizmus, prostredníctvom pumpovacích hmatov sú pri masáži vysávané staré usadeniny z telesných tkanív. Je možné si vybrať z dvoch ponúk a to 30 minútovú alebo 60.

Podvodná masáž je celotelová podvodná masáž tlakom vody, vykonávaná vysokokvalifikovaným personálom, telo klienta je ponorené do vody s teplotou 35-37 °C, masáž má vynikajúce relaxačné a anticelulitídne účinky. Dĺžka trvania masáže je 20 minút.

Masáž lanovými kameňmi stimuluje krvný obeh a lymfatický systém, postupne prehrieva celé telo, napomáha k detoxikácii organizmu, vyrovnáva energiu v tele. V ponuke je buď 45 minútová alebo 90 minútová masáž.

Reflexná masáž chodidiel, táto masáž pôsobí cez chodidlo na reflexné zóny tela, keďže sa chodidlo odpradáva považuje za druhý mozog. Trvá 30 minút.

Manuálna lymfodrenáž tela je špeciálna hmatová technika zameraná na ovplyvnenie lymfatického systému, je veľmi účinná na rýchle odstránenie únavy. Klient si môže vybrať buď 30 minútovú alebo 45.

Pri **anticelulitídnej masáži** sa používajú špeciálne masážne techniky s prvkami lymfodrenáže na odstránenie celulitídy na sedacích svaloch a dolných končatinách. Na výber je 30 minútová alebo 45 minútová procedúra.

Prístrojová lymfodrenáž je prístrojová kompresívna drenáž na odstránenie celulitídy a únavy v dolných končatinách prostredníctvom pôsobenia na lymfatický systém. Môže byť 30 alebo 45 minútová.

Bankovanie chrbta je masáž sklenenými bankami, ktorá ovplyvňuje zvýšenie imunity, zlepšuje krvný obeh a činnosť lymfatického systému, zmiernuje bolesti chrbtového svalstva. Klient má na výber z dvoch ponúk a to 30 minútovú alebo 45 minútovú procedúru.

Okrem toho hotel ponúka aj niekoľko druhov masáže tváre.

Tabuľka č. 10: Cenník doplnkových služieb v roku 2008 – Masáže tváre

Masáže tváre	Cena
Manuálna lymfodrenáž tváre a dekoltu 30´	400 Sk
Manuálna lymfodrenáž tváre a dekoltu 45´	600 Sk
Antistresová masáž tváre 15´	200 Sk
Antistresová masáž tváre 30´	350 Sk

Zdroj: Cenník Aphrodite, vlastné spracovanie

Manuálna lymfodrenáž tváre a dekoltu je špeciálna masáž, ktorá ma sedatívny, analgetický a spazmolitický efekt na krvný a lymfatický obeh, slúži na skrášlenie tváre a dekoltu. Klient si môže vybrať buď 30 alebo 45 minútovú masáž.

Antistresová masáž tváre sa podáva pri príjemnej relaxačnej hudbe a pri hladivých hmatoch klient zabudne na každodenný stres. Na výber je buď 15 minútová alebo 30 minútová masáž.

Medzi doplnkovými službami môžeme nájsť aj romantické procedúry.

Tabuľka č. 11: Cenník doplnkových služieb v roku 2008 – Romantické procedúry

Romantické procedúry	Cena
Romantická masáž pre dvoch 30´	900 Sk
Romantická masáž pre dvoch lávovými kameňmi 45´	1 600 Sk
Romantická masáž pre dvoch aromaterapeutická 30´	1 000 Sk
Romantický whirlpoolový kúpeľ s perlivým vínom 30´	600 Sk

Zdroj: Cenník Aphrodite, vlastné spracovanie

Romantická masáž pre dvoch predstavuje klasickú masáž pre klienta a jeho partnera pri sviečkach. Dĺžka trvania masáže je 30 minút.

Romantická masáž pre dvoch lávovými kameňmi je masáž pre klienta a jeho partnera v romantickej atmosfére pri sviečkach, s použitím lávových kameňov. Na posilnenie účinku a pocitov z masáže čaká klientov šálka exkluzívneho čaju. Masáž trvá 45 minút.

Romantická masáž pre dvoch aromaterapeutická je masáž pre klienta a jeho partnera pri sviečkach s použitím špeciálneho éterického oleja s afrodisiakálnymi účinkami. Aj pri tejto masáži klientov čaká šálka exkluzívneho čaju na posilnenie účinkov a pocitov z masáže. Masáž trvá 30 minút.

Romantický whirlpoolový kúpeľ s perlivým vínom sa skladá z celotelového relaxačného kúpeľa v termálnej vode, ktorý je spojený s vírivou masážou pre klienta a jeho partnera. Tento kúpeľ je spojený s konzumáciou perlivého vína. Celá procedúra trvá 30 minút.

Vodoliečebné procedúry slúžia k liečebnej masáži celého tela alebo jeho častí, prúdom vody aplikovanej pomocou trysiek pod vodou alebo masážnou hadicou zakončenou tryskou. Pri tejto masáži pôsobia vplyvy mechanické a tepelné.

Tabuľka č. 12: Cenník doplnkových služieb v roku 2008 – Vodoliečebné procedúry

Vodoliečebné procedúry	Cena
Whirlpoolová vaňa 30´	200 Sk
Vaňa Atlantis + suchý zábal 20 + 10´	250 Sk
Vaňa Biarritz + suchý zábal 20 + 10´	200 Sk
Perličkový kúpeľ + suchý zábal 20 + 10´	150 Sk
Olejový kúpeľ s perličkou + suchý zábal 20 + 10´	200 Sk
Uhlčitý kúpeľ + suchý zábal 20 + 10´	200 Sk

Zdroj: Cenník Aphrodite, vlastné spracovanie

Whirlpoolová vaňa je celotelový relaxačný kúpeľ v termálnej vode spojený s masážou vírivou vodou pomocou vodných a vzduchových trysiek. Procedúra trvá 30 minút.

Vaňa Atlantis + suchý zábal je celotelová masáž zmesou vody a vzduchu, pomocou 172 vodných trysiek rozdelených podľa reflexných zón ľudského tela do 8 liečebných zón od chodidiel až po krčnú chrbticu. Celá procedúra trvá 30 minút.

Vaňa Biarritz + suchý zábal je celotelová masáž zmesou vody a vzduchu, pomocou 143 vodných trysiek rozdelených podľa reflexných zón ľudského tela do 5 liečebných zón od chodidiel až po krčnú chrbticu. Trvanie procedúry je 30 minút.

Perličkový kúpeľ + suchý zábal predstavuje jemne dráždivú formu masáže pod vodou aplikovanú na celé telo pomocou stlačeného vzduchu. Trvá 30 minút.

Olejový kúpeľ s perličkou + suchý zábal patrí medzi novinky v ponúkaných doplnkových službách. Predstavuje jemne dráždivú formu masáže pod vodou, do ktorej je špeciálnym mechanizmom rozptýlený výživný aromaterapeutický olej. Celá procedúra trvá 30 minút.

Uhličitý kúpeľ + suchý zábal predstavuje aplikáciu oxidu uhličitého v termálnej vode, počas kúpeľa sa vytvorí na ponorenej časti tela súvislá vrstva bubliniek CO₂, ktorý pôsobí na príjemné prehratie a prekrvenie tela.

Keďže v súčasnom období sa do popredia záujmu dostáva wellness a spa aj hotel medzi svoje doplnkové služby zaradil wellness procedúry.

Tabuľka č. 13: Cenník doplnkových služieb v roku 2008 – Wellness procedúry

Wellness procedúry	Cena
Oxygenoterapia 60´	200 Sk
Solárium – Veľký medveď 1´	10 Sk
Solárium klasické 1´	8 Sk
Fitness – jednorázový vstup	120 Sk
Fitness tréner	400 Sk
Nordic walking – zapožičanie paličiek 60´	50 Sk
Nordic walking s inštruktorom 60´	200 Sk
Zdravá výživa – konzultácia – 1 sedenie	200 Sk

Zdroj: Cenník Aphrodite, vlastné spracovanie

Oxygenoterapia je vdychovanie primerane zvlhčeného vzduchu obohateného 40%-ným kyslíkom, súčasťou procedúry je podávanie vitamínového nápoja, vdychovaný kyslík má významné omladzujúce a regeneračné účinky na tkanivá. Celá procedúra trvá 60 minút.

Fitness tréner predstavuje 3x tréning s objednaným trénerom, ktorý klientovi vypracuje tréningový plán na mieru a naučí ho správnej technike cvičenia.

Nordic walking s inštruktorom predstavuje spôsob chôdze, pri ktorej až o 30% menej zaťažuje klientové váhonosné kĺby a zapájanie svalov celého tela, čím sa výrazne zvýši metabolizmus. Procedúra trvá 60 minút.

Zdravá výživa predstavuje sedenie s odborníkom na zdravú výživu, ktorý počas tohto sedenia vysvetlí klientovi zásady správneho stravovania, pitného režimu a wellness životného štýlu.

Okrem liečebných procedúr a rôznych typov masáže hotel pre svojich klientov ponúka aj manikúru a pedikúru. Ceny za tieto doplnkové služby bližšie charakterizuje tabuľka č. 14.

Tabuľka č. 14: Cenník doplnkových služieb v roku 2008 – Pedikúra a manikúra

Pedikúra a manikúra	Cena
Pedikúra mokrá 45´	300 Sk
Lakovanie nechtov 15´	50 Sk
Lakovanie ozdobné 30´ (1 necht)	15 Sk
Lakovanie frandúzske 15´	100 Sk
Peeling nôh 15´	100 Sk
Masáž nôh 15´	100 Sk
Manikúra 45´	170 Sk

Zdroj: Cenník Aphrodite, vlastné spracovanie

V hoteli Aphrodite majú vlastného lekára a sesterský tím. Primárom bol dlhšiu dobu vyhl'adávaný odborník MuDr. Mekyňa Tibor, teraz od roku 2007 je to MuDr. Bahul Peter.

Tabuľka č. 15: Cenník doplnkových služieb v roku 2008 – Liečebné výkony po konzultácii s lekárom

Liečebné výkony po konzultácii s lekárom	Cena
Lekárske vyšetrenie (vstupné)	250 Sk
Lekárske vyšetrenie (priebežné)	150 Sk
Lekárske vyšetrenie (výstupné)	150 Sk
Individuálna rehabilitácia 20´	300 Sk
Reflexná masáž chrbta 20´	350 Sk
Hydrogalvan	200 Sk
Magnetoterapia	150 Sk
Interferenčné prúdy	100 Sk
Diadynamické prúdy	100 Sk
Hydrogalvan	200 Sk
Krátkovlnná diatermia	100 Sk
Ultrazvuk	150 Sk
Bioptron	100 Sk
Solux	100 Sk
Parafango	250 Sk
Parafín	100 Sk
Trakcia chrbtice	150 Sk
Inhalácia	100 Sk
Plynové infekcie	100 Sk

Zdroj: Cenník Aphrodite, vlastné spracovanie

Individuálna rehabilitácia je zostava cielených cvikov a špeciálnych metódik pod vedením skúseného fyzioterapeuta na zlepšenie klientovho zdravotného stavu. Dĺžka trvania je 20 minút.

Reflexná masáž chrbta je manuálny výkon, ktorým sa ovplyvňujú reflexné zóny v oblasti chrbtice. Dĺžka trvania je 20 minút.

Magnetoterapia predstavuje pôsobenie pulzného magnetického poľa na organizmus pri liečbe bolestivých a zápalových zmien v organizme.

Interferenčné prúdy predstavujú využitie strednofrekvenčných elektrických prúdov na liečbu bolestivých stavov.

Diadynamické prúdy predstavujú využitie nízkofrekvenčných elektrických prúdov na liečbu bolestivých stavov.

Hydrogalvan predstavuje pôsobenie elektrického prúdu na celé telo prostredníctvom kúpeľa.

Krátkovlnná diatermia zahŕňa využitie vysokofrekvenčných prúdov na tvorbu tepelnej energie v tkanivách, ktorá pôsobí protibolestivo.

Ultrazvuk je mikromasáž tkanív a zlepšenie prekrvenia prostredníctvom mechanického vlnenia zvuku.

Biopton je pôsobenie svetelnej energie, ktorá stimuluje správnu činnosť organizmu na bunkovej úrovni.

Solux predstavuje prehriatie a prekrvenie tkaniva pôsobením infračerveného svetla.

Parafango je aplikácia obkladu zo zmesi bahna a parafínu na bolestivé miesta, do ktorých postupne preniká liečivé teplo.

Parafín je aplikácia parafínu na ruky, do ktorých postupne preniká liečivé teplo.

Trakcia chrčtice predstavuje pôsobenie primeraného ťahu na kĺbové a väzivové štruktúry chrčtice, čím dochádza k ich uvoľneniu a zlepšeniu výživy týchto štruktúr.

Inhalácia predstavuje vdychovanie liečiv a minerálnej vody na zlepšenie činnosti dýchacích ciest.

Plynové injekcie predstavujú vpichovanie oxidu uhličitého (CO₂) do bolestivých zón na zlepšenie prekrvenia a ovplyvnenia bolesti.

Hotel Aphrodite okrem jednotlivých doplnkových služieb ponúka pre svojich klientov aj balíky služieb, ktoré sú cenovo výhodnejšie pre klientov, ako jednotlivé doplnkové služby. Na základe rozhovoru s pracovníkmi hotela sme zistili, že medzi najobľúbenejšie balíky patria nasledovné:

Balík Zdravé telo obsahuje v sebe 1x fitness, 1x manuálnu lymfodrenáž 30' a 1x olejový perličkový kúpeľ. Trvanie týchto procedúr trvá približne 2 hodiny a 30 minút.

Balík Zdravá myseľ predstavuje 1x oxygenoterapiu, 1x olejový perličkový kúpeľ a 1x masáž lávovými kameňmi 45'. Dĺžka trvania tohto balíka služieb je asi 3 hodiny.

Balík Relax break zahŕňa 1x klasickú masáž 30' a 1x vaňu Biaritz. Trvanie tohto balíka služieb je približne 1 hodina.

Balík Romantik obsahuje 2x Whirlpool kúpeľ, 2x klasickú masáž 30' a 1x perlivé víno. Dĺžka trvania tohto balíka služieb je asi 1 hodina a 30 minút.

Balík Intenzive zahŕňa 1x Atlantis a 1x exkluzívnu celotelovú masáž 45'. Trvanie týchto procedúr je približne 2 hodiny.

Tabuľka č. 16: Cenník doplnkových služieb – DAY SPA

Balíky služieb	Cena
Zdravé telo	630 Sk
Zdravá myseľ	1080 Sk
Relax break	540 Sk
Romantik	1260 Sk
Intenzive	765 Sk

Zdroj: Cenník Aphrodite, vlastné spracovanie

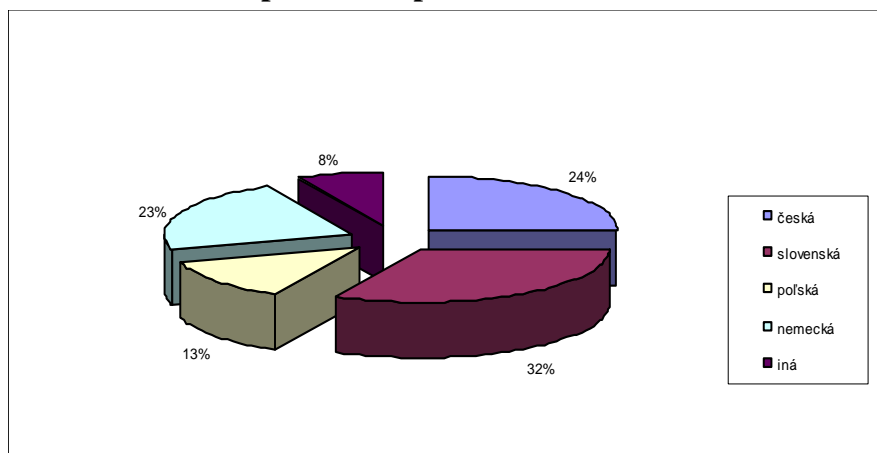
Hotel Aphrodite patrí podľa časopisu Trend k najprosperovanejšiemu a najziskovejšiemu hotelu, ktorý poskytuje kúpeľné služby na Slovensku. V roku 2006 dosiahol hotel tržby vo výške 244 689 000 Sk. V porovnaní s rokom 2005 sa tržby zvýšili o 15,5%.

4. 1. 4 Hodnotenie spokojnosti zákazníkov so službami hotela Aphrodite

Hodnotenie spokojnosti zákazníkov s poskytovanými službami hotela sme robili prostredníctvom dotazníkového prieskumu. Dotazníkový prieskum sa uskutočnil v auguste a septembri 2008. Prieskumu sa zúčastnilo 40 respondentov. Bolo rozdanych 40 dotazníkov, z nich sa nám vrátilo naspäť 40 dotazníkov.

Medzi prvými otázkami, ktoré sme sa pýtali bola národnosť respondentov.

Graf č. 1: Štruktúra respondentov podľa národnosti



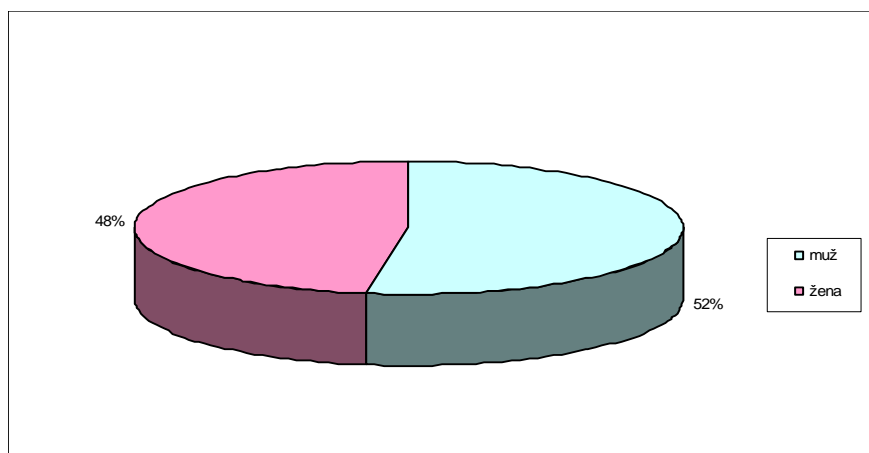
Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Z grafu môžeme vidieť, že dané ubytovacie zariadenie navštevujú najmä hostia slovenskej národnosti, až 32%, po nich nasledujú hostia českej národnosti a to 24%,

o niečo menej Nemci 23%, ďalej nasleduje poľská národnosť 13% a najmenej navštevujú hotel Aphrodite hostia inej národnosti a to 8%.

Ďalej sme zisťovali pohlavie respondentov.

Graf č. 2: Štruktúra respondentov podľa pohlavia

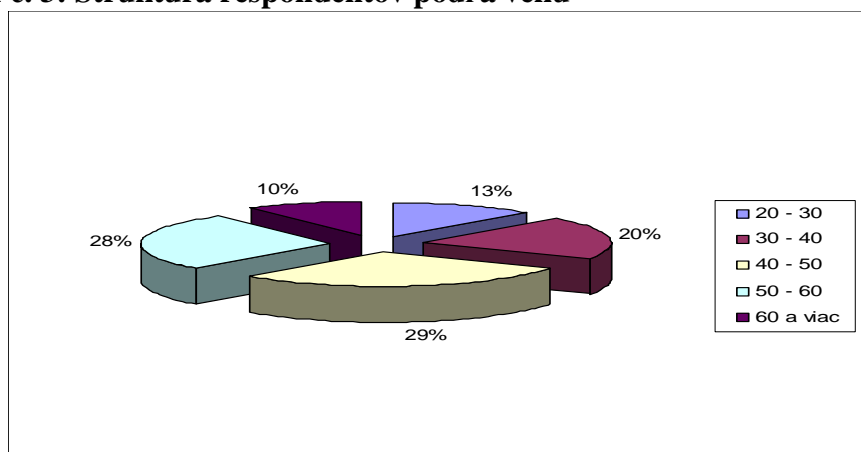


Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Hotel Aphrodite navštevujú hostia oboch pohlaví, aj keď z nášho dotazníkového prieskumu vychádza že mužov je 52% a žien 48% čo je o 4% menej žien ako mužov.

V ďalšej otázke sme zisťovali, ktorá veková skupina navštevuje najčastejšie hotel Aphrodite.

Graf č. 3: Štruktúra respondentov podľa veku



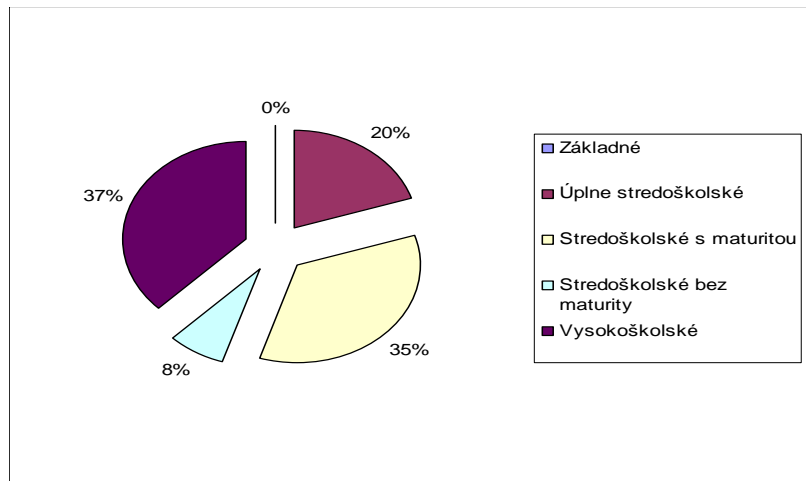
Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Pri veku respondenta môžeme z grafu vyčítať, že dané ubytovacie zariadenie navštevujú najčastejšie klienti v rozmedzí 40 – 50 rokov (29%), ďalej nasleduje veková skupina 50 – 60 (28%) a medzi klientmi, ktorí často navštevujú dané ubytovacie zariadenie je aj veková skupina od 30 – 40 rokov (20%) po nich nasleduje veková skupina

20 – 30 rokov (13%) a najmenej navštevuje hotel Aphrodite veková skupina 60 a viac rokov (10%)

Ďalšia otázka bola kladená na najvyššie dosiahnuté vzdelanie respondenta.

Graf č. 4 : Štruktúra respondentov podľa najvyššieho dosiahnutého vzdelania

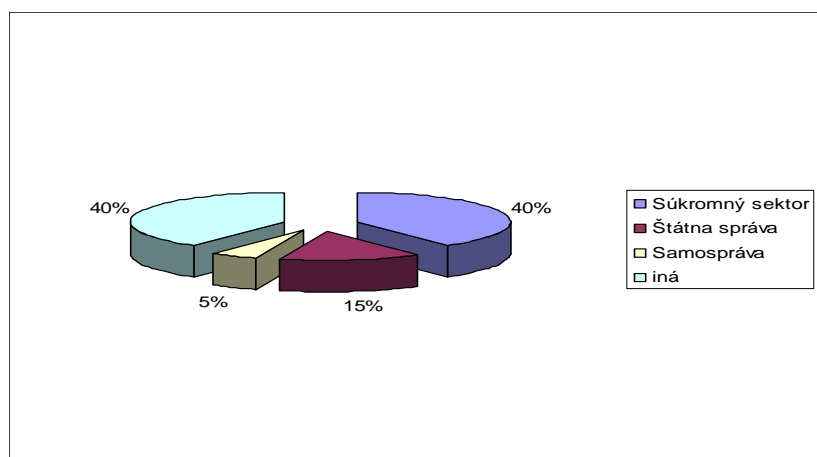


Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Medzi respondentmi, ktorí navštevujú dané ubytovacie zariadenie sa vyskytujú najčastejšie klienti, ktorí získali vysokoškolské vzdelanie a to 37%, po nich nasledujú klienti so stredoškolským vzdelaním s maturitou (35%), ďalej sú to klienti s úplným stredoškolským vzdelaním (20%) a len 8% hostí so stredoškolským vzdelaním bez maturity. Z nášho dotazníkového prieskumu sme zistili, že len základné vzdelanie nedosahoval ani jeden klient z opýtaných.

V ďalšej otázke sme sa pýtali na pracovnú oblasť respondenta.

Graf č. 5: Štruktúra respondentov podľa pracovnej oblasti

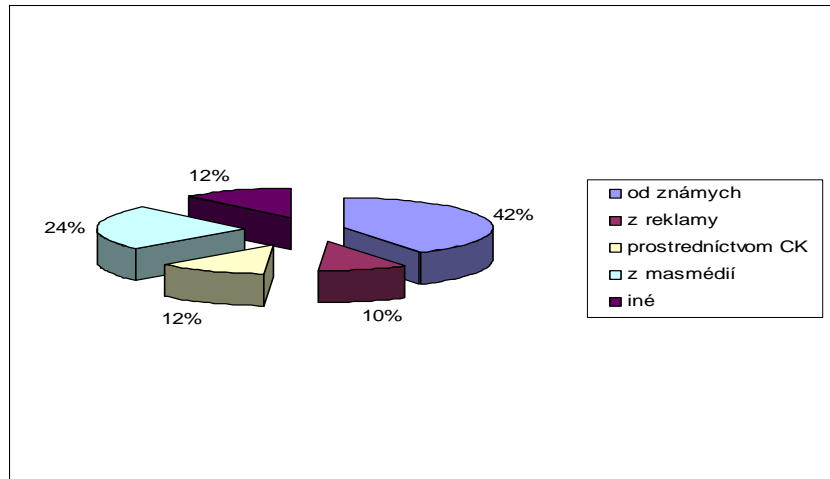


Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Z grafu môžeme vyčítať, že klienti, ktorí najčastejšie navštevujú dané ubytovacie zariadenie pracujú najmä v súkromnom sektore a inej pracovnej oblasti a to rovnako 40% potom v štátnej správe (15%) a najmenej klientov pracuje v samospráve (5%).

Potom nasledovali otázky týkajúce priamo hodnotenia poskytovaných služieb. Prvou otázkou sme zisťovali, odkiaľ sa hostia dozvedeli o danom ubytovacom stredisku.

Graf č. 6: Odkiaľ ste sa dozvedeli o danom ubytovacom stredisku?

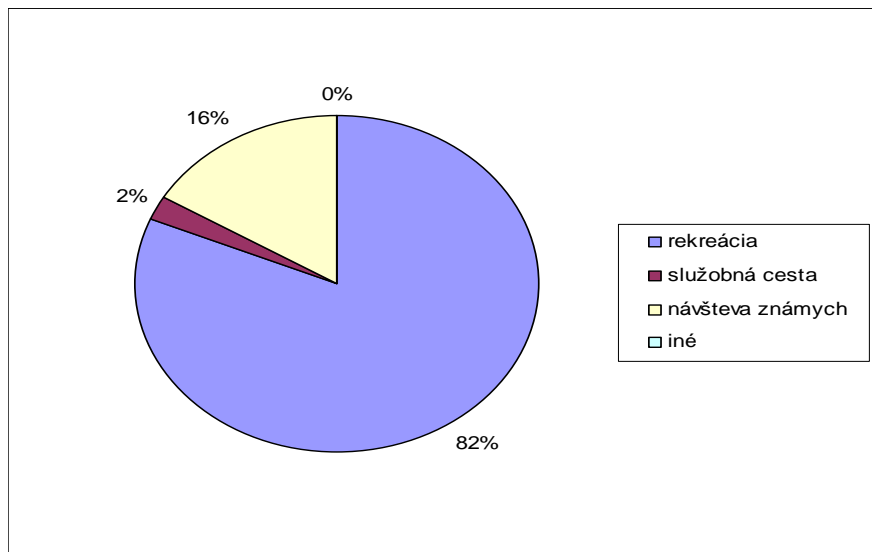


Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Najčastejšia odpoveď bola od známych až 42%, ďalej to bolo z masmédií (24%), na treťom mieste bolo prostredníctvom cestovnej kancelárie a iného zdroja a mali rovnako 12% ako iný zdroj spomenuli najčastejšie internet. Najmenej sa o tomto hoteli dozvedajú hostia z reklamy, len 10%.

V druhej otázke sme sa pýtali, za akým účelom navštívil respondent dané ubytovacie zariadenie.

Graf č. 7: Za akým účelom ste navštívili dané ubytovacie zariadenie?

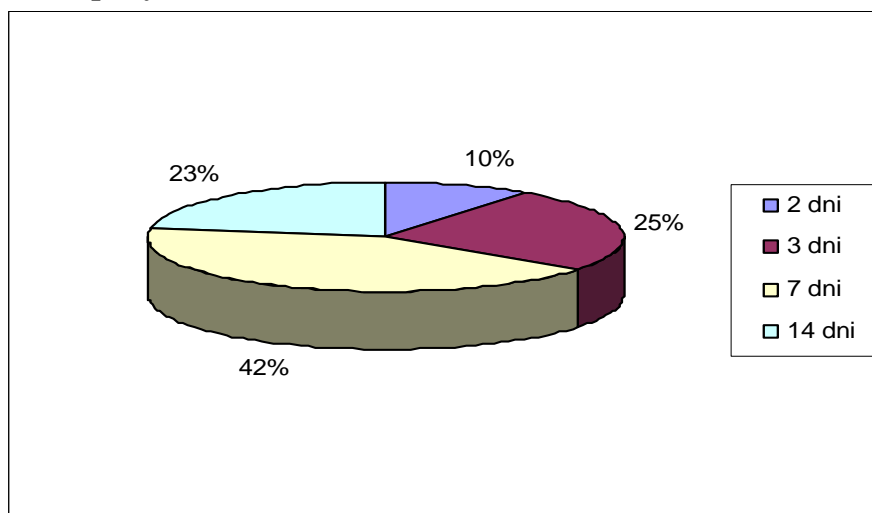


Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Najčastejšou odpoveďou bola rekreácia. Odpovedalo tak až 82% klientov. Okrem rekreácie spomenuli aj návštevu známych a to 16%, niektorí hostia spojili ubytovanie v hoteli Aphrodite so služobnou cestou (2%).

V ďalšej otázke som zisťovala dĺžku pobytu klienta.

Graf č. 8: Dĺžka pobytu

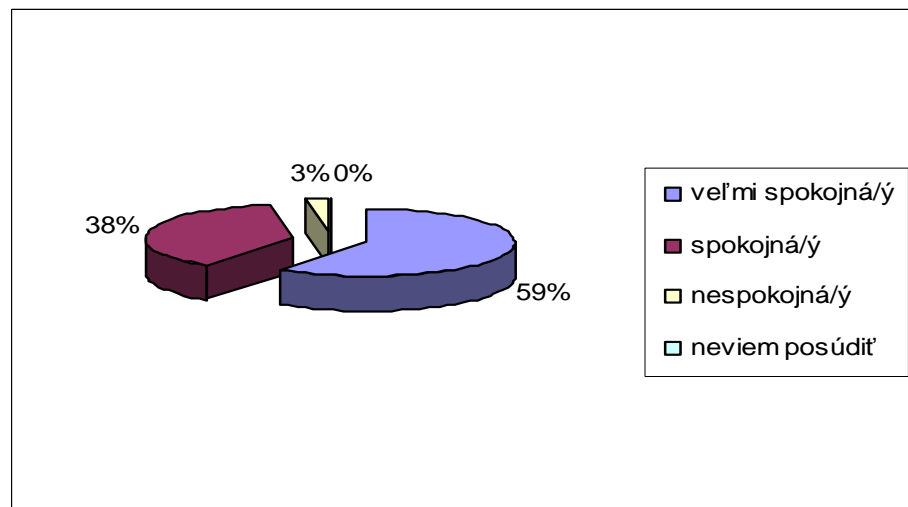


Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Medzi najčastejšie odpovede patrilo 7 dní (42%), ďalej to bolo 3 dni (25%) a spomedzi najčastejšie odpovede patrilo aj 14 dní (23%) ale našli sa aj hostia, ktorí využívali služby daného ubytovacieho zariadenia 2 dni (10%).

Potom sme zisťovali ako boli klienti spokojný s rozsahom a kvalitou ponúkaných ubytovacích služieb.

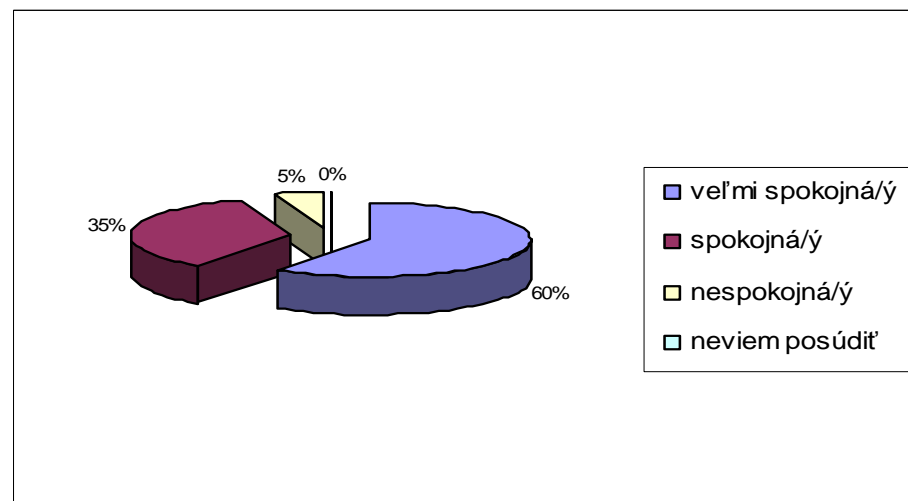
Graf č. 9: Ako ste boli spokojný s rozsahom a kvalitou ponúkaných ubytovacích služieb – veľkosť izieb



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Z grafu vidíme, že viac ako polovica hostí bola veľmi spokojná (59%) s veľkosťou izby, potom to boli hostia, ktorí boli spokojní (38%) a len 3% hostí boli nespokojní.

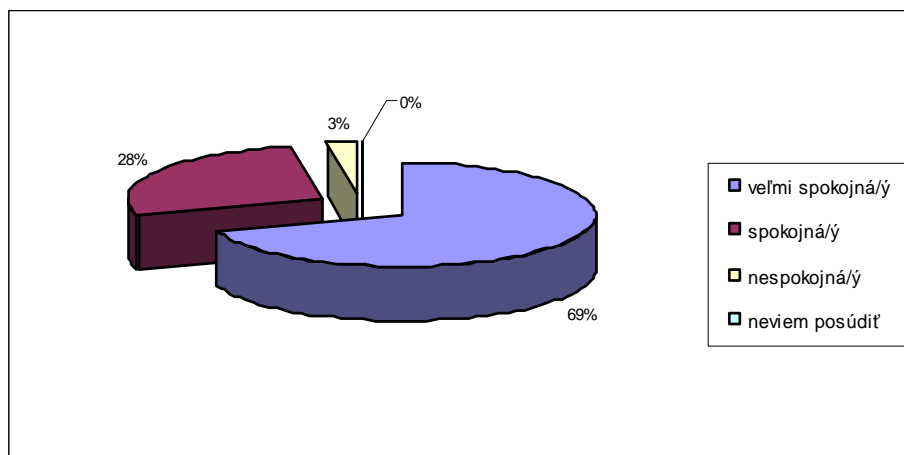
Graf č. 10: Ako ste boli spokojný s rozsahom a kvalitou ponúkaných ubytovacích služieb – vybavenosť izieb



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

S vybavenosťou izieb bolo až 60% hostí veľmi spokojných, spokojných bolo 35% a len 5% hostí bolo nespokojných.

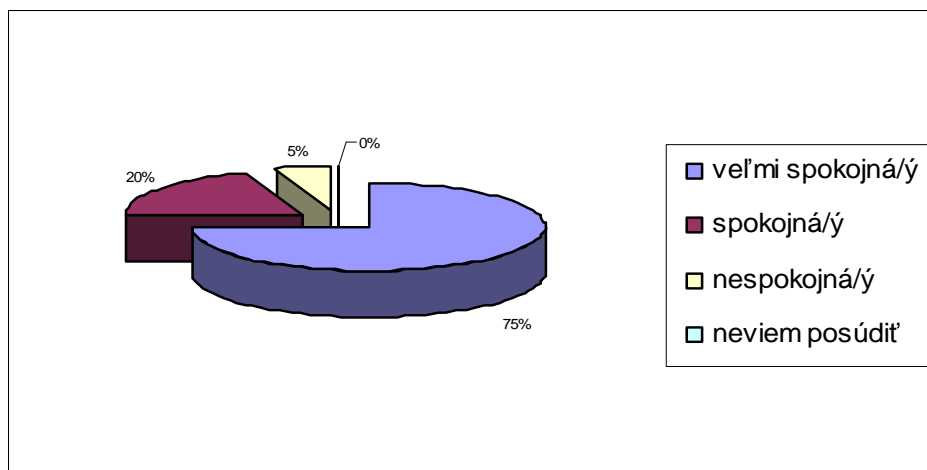
Graf č. 11: Ako ste boli spokojný s rozsahom a kvalitou ponúkaných ubytovacích služieb – čistota izieb



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Zo všetkých 40 opýtaných väčšina bola spokojná s čistotou izieb a to až 69%, ďalej nasledovali spokojní hostia a to 28% a 3% opýtaných boli nespokojní. Celkovo boli hostia ubytovaní v hoteli Aphrodite veľmi spokojní s ubytovacími službami aj keď sa našlo pár hostí, ktorí neboli spokojní.

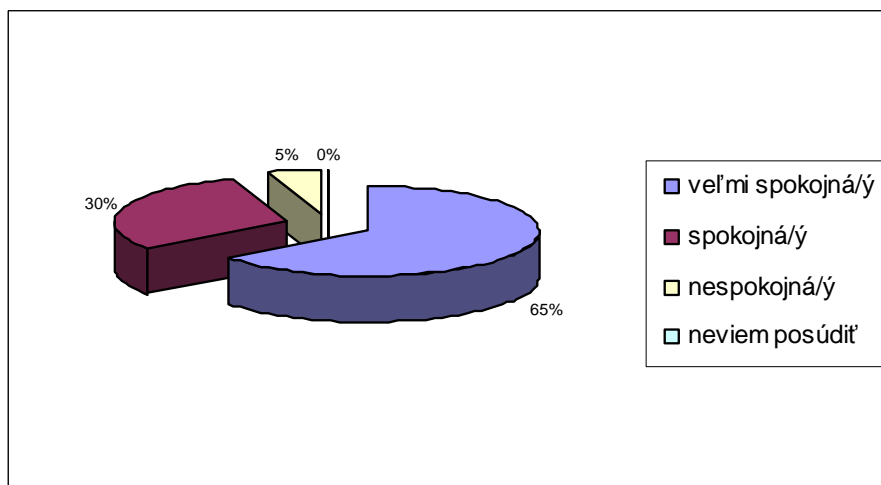
Graf č. 12: Ako ste boli spokojný s rozsahom a kvalitou ponúkaných stravovacích služieb – veľkosť porcií



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Pri hodnotení spokojnosti hostí so stravovacími službami najmä čo sa týka veľkosti porcií, sme zistili, že opäť väčšina opýtaných bola veľmi spokojná až 75% hostí, 20% hostí bolo spokojných a len 5% z opýtaných bolo nespokojných.

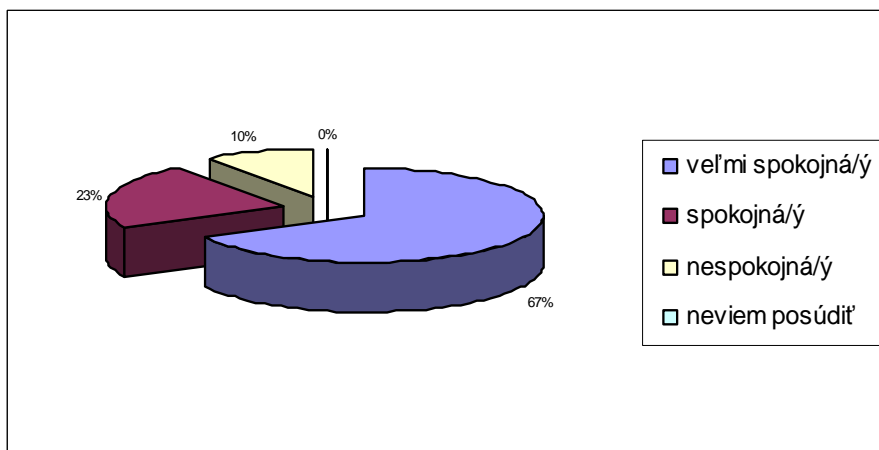
Graf č. 13: Ako ste boli spokojný s rozsahom a kvalitou ponúkaných stravovacích služieb – spracovanie jedla



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Pri hodnotení spokojnosti so stravovacími službami, čo sa týka spracovania jedla, môžeme povedať, že 65% hostí bolo veľmi spokojných, 30% opýtaných bolo spokojných a 5% hostí bolo nespokojných.

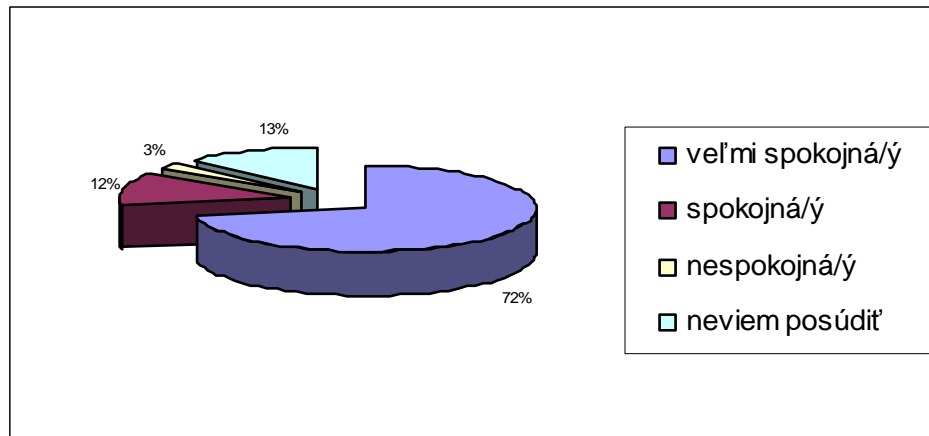
Graf č. 14: Ako ste boli spokojný s rozsahom a kvalitou ponúkaných stravovacích služieb – výsledný efekt jedla



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Z výsledným efektom jedla bolo spokojných až 67% hostí, čo je viac ako polovica, 23 % hostí bolo spokojných ale 10% opýtaných bolo aj nespokojných. Taktiež ako s ubytovacími službami aj so stravovacími službami bola väčšina hostí veľmi spokojná, tiež sa našlo pár nespokojných, aj keď z dotazníkového prieskumu sme zistili, že so stravovacími službami bolo nespokojných viac hostí ako s ubytovacími.

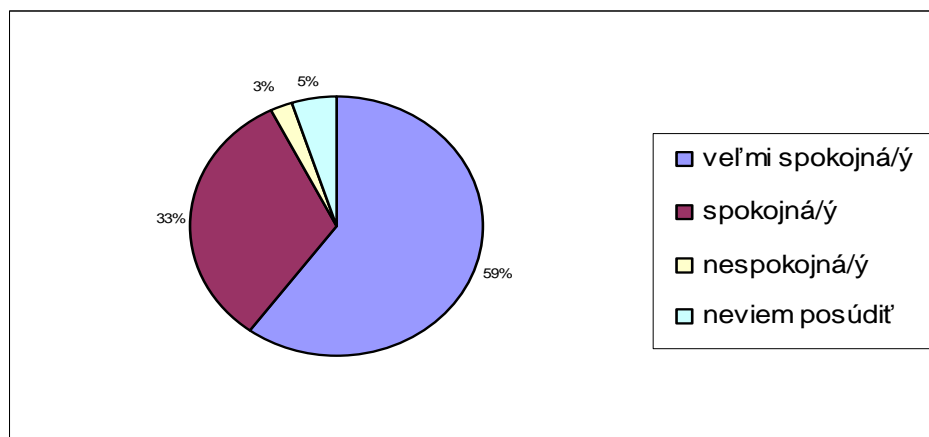
Graf č. 15: Ako ste boli spokojný s rozsahom a kvalitou ponúkaných doplnkových služieb – športovo rekreačné činnosti



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

So športovo rekreačnými činnosťami v rámci doplnkových služieb bolo veľmi spokojných 72% hostí, 12% bolo spokojných, nespokojných len 3% a 13% hostí nevedelo posúdiť.

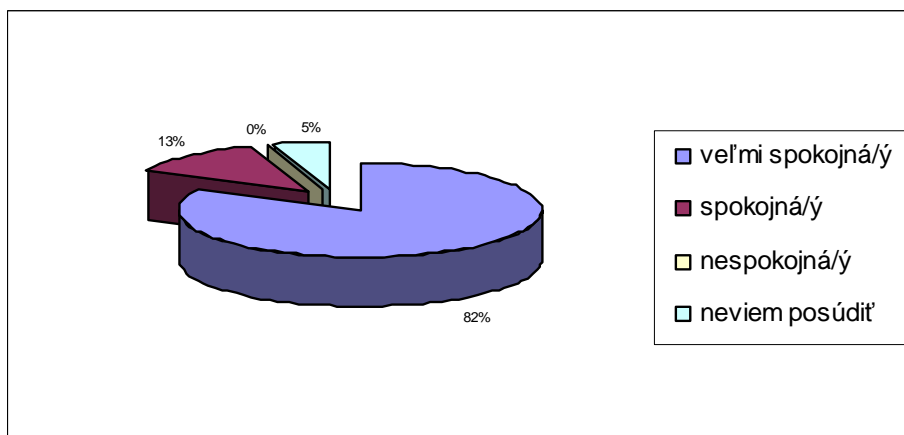
Graf č. 16: Ako ste boli spokojný s rozsahom a kvalitou ponúkaných doplnkových služieb – kultúrne a spoločenské



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Pri hodnotení spokojnosti s doplnkovými službami a to konkrétne kultúrnymi a spoločenskými môžeme zhodnotiť, že 59% hostí bolo veľmi spokojných, 33% hostí bolo spokojných, len 3% hostí bolo nespokojných a 5% opýtaných nevedelo posúdiť.

Graf č. 17: Ako ste boli spokojný s rozsahom a kvalitou ponúkaných doplnkových služieb – informačné služby

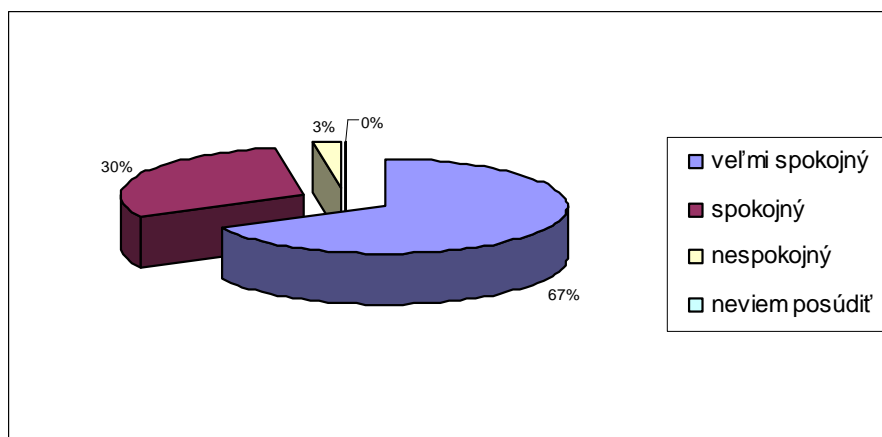


Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

S informačnými službami v rámci doplnkových služieb bolo veľmi spokojných 82% hostí, spokojných bolo 13% opýtaných, nevedelo posúdiť 5% a nikto z opýtaných nebol nespokojný. S doplnkovými službami bola väčšina hostí taktiež spokojná podobne ako s ubytovacími a stravovacími službami. Tiež sa tu našlo aj pár hostí, ktorí spokojný neboli a niektorý nevedeli posúdiť, či boli spokojní s rozsahom a kvalitou ponúkaných doplnkových služieb.

V ďalšej otázke sme zisťovali, či boli hostia spokojný s ochotou pracovníkov.

Graf č. 18: Ako ste spokojný s ochotou pracovníkov daného ubytovacieho zariadenia

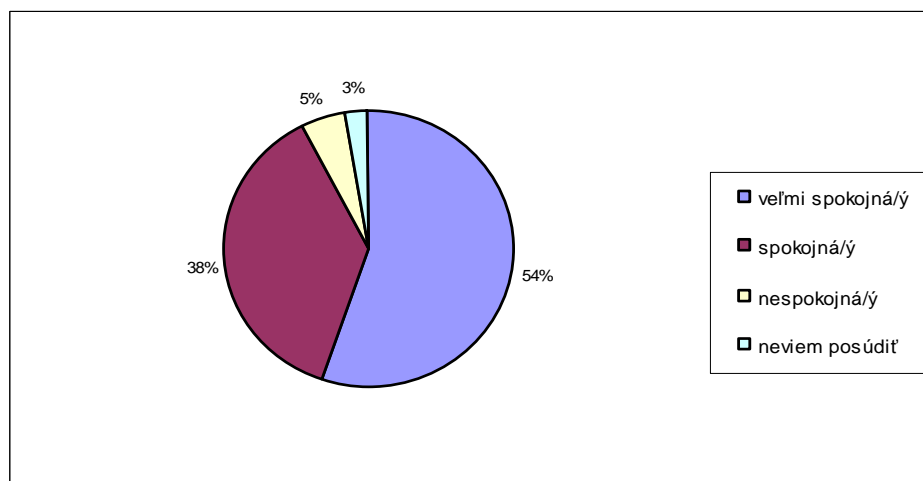


Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Na túto otázku odpovedala viac ako polovica klientov tak, že boli veľmi spokojní až 67%, po nich nasledovali klienti, ktorí boli spokojní (30%) a opäť sa našli aj klienti, ktorí boli nespokojný (3%).

V nasledujúcej otázke sme zisťovali spokojnosť s cenovou úrovňou.

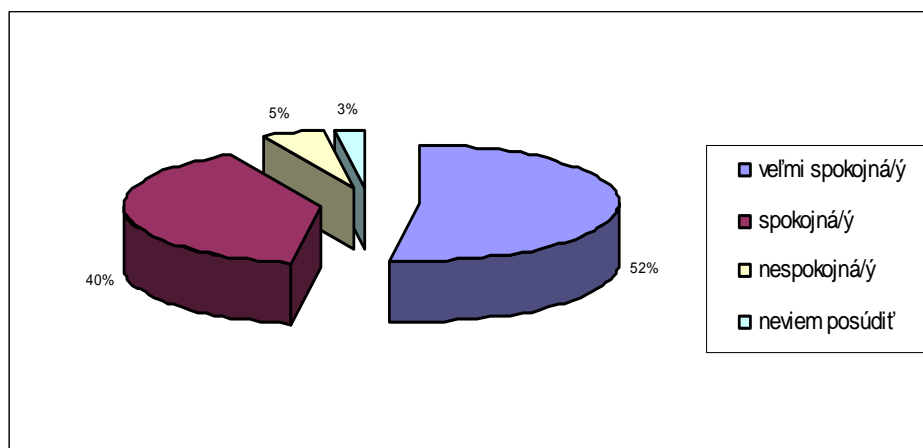
Graf č. 19: Ako ste spokojný s cenovou úrovňou – ubytovacích služieb



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Na otázku spokojnosti s cenovou úrovňou ubytovacích služieb viac ako polovica hostí odpovedala, že boli spokojný (54%) , spokojných bolo 38% hostí a nespokojných 5%. Našli sa ale aj hostia, ktorí nevedeli posúdiť, či boli spokojný a to 3%.

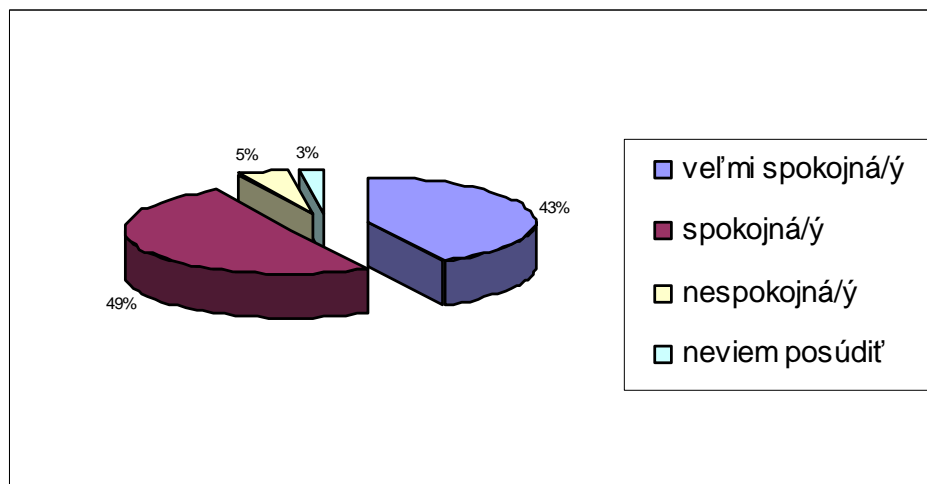
Graf č. 20: Ako ste spokojný s cenovou úrovňou – stravovacích služieb



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

S cenovou úrovňou stravovacích služieb bolo spokojných 52% hostí, 40% bolo spokojných a spomedzi opýtaných sa našli aj hostia, ktorí boli nespokojní a o 5% hostí. 3% hostí nevedeli posúdiť, či boli spokojní.

Graf č. 20: Ako ste spokojný s cenovou úrovňou – doplnkové služby

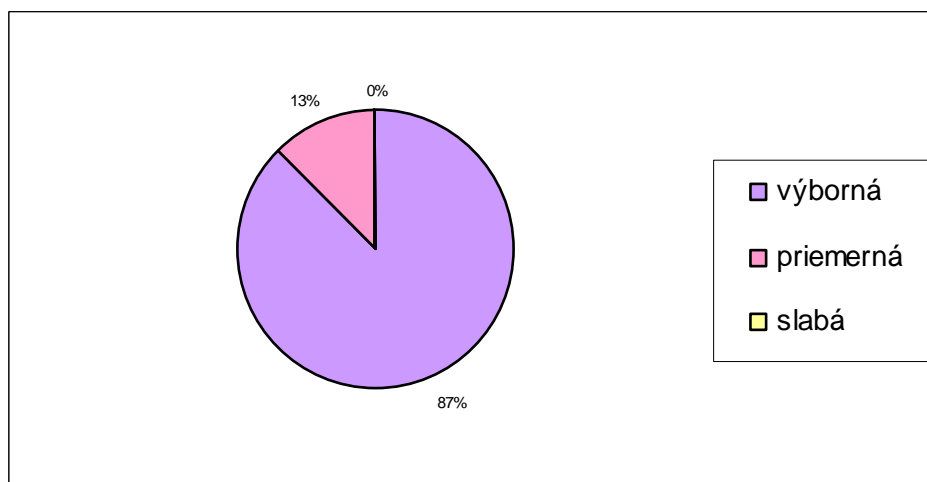


Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

49% opýtaných hostí bolo s cenovou úrovňou doplnkových služieb spokojných, 43% hostí bolo veľmi spokojných, 5% hostí spokojných nebolo a 3% hostí nevedeli posúdiť, či boli spokojní.

V ďalšej otázke sme chceli zistiť, ako hodnotili hostia kvalifikovanosť a celkovú pripravenosť pracovníkov hotela Aphrodite.

Graf č. 21: Ako hodnotíte kvalifikovanosť a celkovú pripravenosť pracovníkov daného ubytovacieho zariadenia

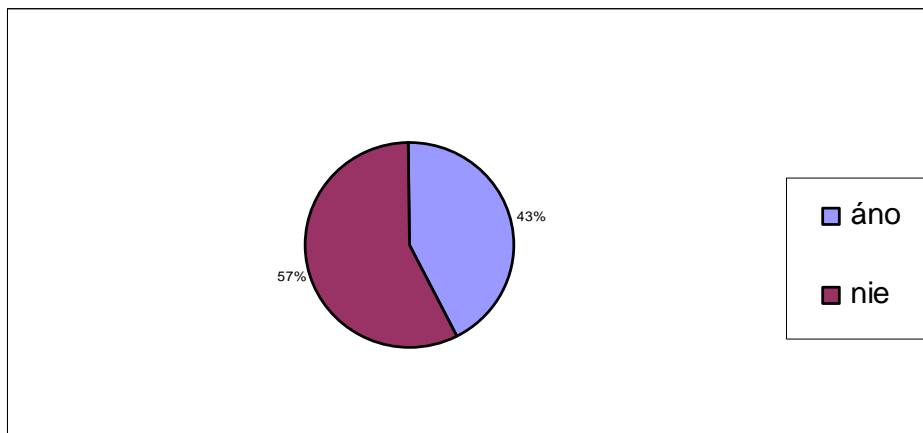


Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Na túto otázku odpovedala väčšina klientov tak, že hodnotí kvalifikovanosť a celkovú pripravenosť pracovníkov ako výbornú (87%) a len 13% klientov ako priemernú. Nikto s klientov neohodnotil celkovú pripravenosť ako slabú.

V nasledujúcej otázke sme chceli zistiť, či hostia majú už predošlú skúsenosť s hotelom Aphrodite.

Graf č. 22: Máte už predošlú skúsenosť s daným ubytovacím zariadením

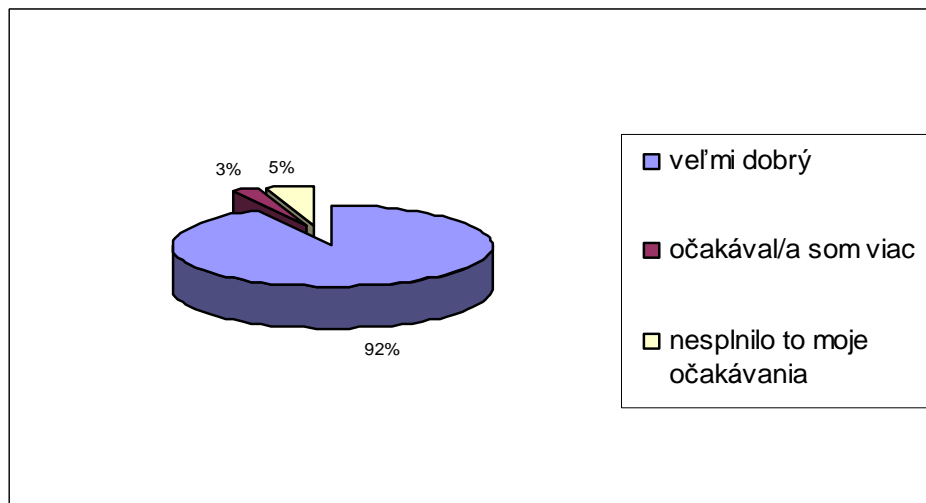


Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Na túto otázku odpovedala viac ako polovica opýtaných hostí (57%), že predošlú skúsenosť nemá a využíva služby hotela Aphrodite prvýkrát, ale 43% opýtaných majú predošlú skúsenosť.

V ďalšej otázke sme sa pýtali aký celkový dojem v klientovi zanechalo pobyt v hoteli.

Graf č. 23: Aký celkový dojem vo Vás zanechal pobyt v danom ubytovacom zariadení

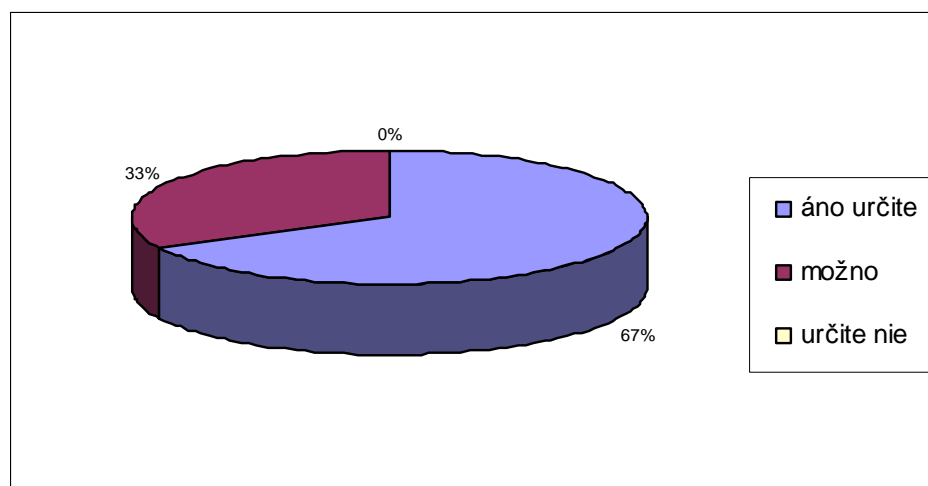


Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Vo väčšine hostí zanechal pobyt v hoteli (92%) veľmi dobrý, ďalej ho hodnotili, že nespĺnilo to ich očakávanie (5%) a 3% odpovedali, že očakávali viac.

Ako posledné sme sa pýtali, či hostia plánujú využiť služby vybraného ubytovacieho zariadenia opätovne.

Graf č. 24: Plánujete využiť služby vybraného ubytovacieho zariadenia opätovne



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Viac ako polovica opýtaných (67%) odpovedala, že určite využije služby hotela Aphrodite opätovne a ostatný (33%) odpovedali, že možno. Nikto z opýtaných nevyužil možnosť že určite nevyužije služby hotela opätovne.

Z dotazníkového prieskumu sme zistili, že väčšina z hostí bola spokojná či už s ubytovacími, stravovacími a doplnkovými službami ako aj celkovo cenová úroveň bola pre nich prijateľná. Pocity, ktoré v nich zanechal pobyt v danom ubytovacom zariadení hodnotila väčšina opýtaných hostí ako veľmi dobrý. Aj keď sa medzi opýtanými našlo aj pár nespokojných hostí.

5. Návrh na využitie výsledkov

Hodnotenie spokojnosti zákazníkov so službami vybraného ubytovacieho zariadenia v meste Rajecké Teplice sa uskutočnilo prostredníctvom dotazníkového prieskumu, v ktorom analyzované ubytovacie zariadenie dosiahlo veľmi dobré ohodnotenie. Vyskytli sa aj ojedinelé prípady klientov, ktorí mali určité výhrady či už k ubytovacím službám, stravovacím alebo doplnkovým službám. V konečnom dôsledku ide o nedostatky, ktoré možno jednoduchými úpravami ľahko odstrániť.

Na základe predošlých analýz a na základe dotazníkového prieskumu, ktorý sa uskutočnil priamo v priestoroch analyzovaného ubytovacieho zariadenia, navrhujem nasledovné opatrenia pre zlepšenie činnosti hotela a zvýšenie kvality nimi poskytovaných služieb:

- ⇒ Zvýšenie aktivity v získavaní informácií prostredníctvom dotazníkov o spokojnosti zákazníka s poskytovanými službami. Dotazníky by boli anonymné, čo zabezpečí získavanie skutočne pravdivých informácií.
- ⇒ Venovať pozornosť vyplneným dotazníkom a prípadné sťažnosti sa snažiť vyriešiť a odstrániť v čo najkratšom čase.
- ⇒ Prehlbovať spoluprácu s cestovnými kancelárkami, a tak prilákať viac hostí iných národností ako slovenskej a českej.
- ⇒ Zabezpečiť pravidelné školenie pracovníkov ubytovacieho zariadenia s cieľom nadobúdania stále nových informácií v oblasti cestovného ruchu a zvýšenia kvality poskytovania informácií svojim klientom o ponúkaných službách.
- ⇒ Zabezpečiť rozvoj pracovníkov v oblasti profesionálneho správania prostredníctvom špecializovaných školení.
- ⇒ Pracovníkov viac motivovať a tým si udržať na dlhé obdobie zamestnancov, ktorí budú poskytovať kvalitné služby zákazníkom a zabrániť obmieňaniu personálu.
- ⇒ Posilniť svoje postavenie v oblasti reklamy pre lepšie zviditeľnenie sa a pravidelne vnovovanie webovej stránky, aby si tak prilákali potenciálnych zákazníkov.
- ⇒ Ukončiť zmluvu s Hotelovou akadémiou o praxi jej absolventov či už pri poskytovaní stravovacích alebo ubytovacích služieb, pretože práve absolventi už spomenutej školy sú síce lacná pracovná sila ale znižujú kvalitu poskytovaných služieb.

7. Záver

Služby v cestovnom ruchu predstavujú produkt cestovného ruchu, ktorý uspokojuje potreby zákazníka. Rozsah a rôznorodosť týchto služieb je zrkadlom postavenia podnikateľského subjektu na trhu cestovného ruchu a zrkadlom schopnosti realizovať ponuku, ktorá v maximálnej miere uspokojí všetky potreby a požiadavky klienta.

Cieľom bakalárskej práce na tému „Hodnotenie spokojnosti zákazníkov so službami vybraného ubytovacieho zariadenia“ bolo uskutočniť analýzu hodnotenia spokojnosti zákazníkov s ponúkanými službami v hoteli Aphrodite v Rajeckých Tepliciach a na základe dosiahnutých výsledkov navrhnúť možnosti na zisťovanie a zabezpečenie spokojnosti zákazníkov daných ubytovacích zariadení.

V prvej časti bakalárskej práce sme venovali pozornosť definovaniu pojmu cestovný ruch, jeho formami a druhmi a ďalej sme sa venovali ponukou a dopytom cestovného ruchu. V druhej polovici tejto časti sme sa zamerali na charakterizovanie ubytovacieho zariadenia a kategorizácii ubytovacieho zariadenia. V závere venujeme pozornosť hodnoteniu kvality služieb a spokojnosťou zákazníkov.

Druhá časť bakalárskej práce sa zaoberala analýzou spokojnosti zákazníkov so službami konkrétneho ubytovacieho zariadenia, ktorá sa uskutočnila na základe dotazníkového prieskumu. Prieskumu sa zúčastnilo 40 náhodne vybraných klientov ubytovacieho zariadenia, pričom otázky v dotazníku boli v prvej časti zamerané na osobné údaje respondenta a druhá časť bola zameraná na hodnotenie ponúkaných služieb daného ubytovacieho zariadenia. Na základe dotazníkového prieskumu sme zistili, že väčšina respondentov bola so službami ponúkaných ubytovacích služieb, stravovacích služieb aj doplnkových služieb spokojná. Vo väčšine respondentov zanechal pobyt v danom ubytovacom zariadení veľmi dobrý dojem a plánujú opätovne využiť služby tohto ubytovacieho zariadenia.

V závere bakalárskej práce navrhujeme možnosti na odstránenie nedostatkov v poskytovaných službách ubytovacieho zariadenia a spôsob jeho zisťovania vo vzťahu ku klientovi. V tomto smere upriamujeme pozornosť ubytovacích zariadení na uskutočňovanie vlastného prieskumu spokojnosti zákazníkov. Jej poznaním ubytovacie zariadenie zabezpečí pre svojich klientov kvalitné a bezkonkurenčné služby.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

1. ALEJZIAK, W. 2007. Megatrendy a výzvy rozvoja politiky národného a medzinárodného cestovného ruchu. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 40, 2007, č. 1, 64 s., ISSN 0139-8660.
2. ANDERASEN, A. R. 1982. Verbraucherunzufriedenheit als eine Beurteilungsmaßstab für die unternehmerische Marktleistung, Stuttgart: Gabler Verlag, 1982.
3. BABINSKÝ, J. – BABINSKÝ, M. 2004. Turistika na vidieku pre 3. ročník študijného odboru agropodnikania. 1. vyd. Bratislava: Proxima Press, 2004, 135 s., ISBN 80-85454-73-4.
4. BERÁNEK, J. 2004. Provozujeme pohostinství & ubytování. Praha: Grada Publishing, 2004, ISBN 80-86724-02-6.
5. BOČKAY, J. 1998. Nevyhnutnosť harmonického rozvoja trhu cestovného ruchu SR. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 31, 1998, č. 2, s. 82 – 86.
6. FORET, M. – FORETOVÁ, V. 2001. Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, 2001, 178 s., ISBN 80-247-02-X.
7. FRANKE, A. et al. 1980. Rukověť cestovního ruchu. Praha: Merkur, 1980.
8. GÚČIK, M. 2001. Cestovný ruch. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2001, 105 s.
9. GÚČIK, M. et al. 2006. Cestovný ruch – hotelierstvo – pohostinstvo. 1. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2006, 216 s., ISBN 80-10-00360-3.
10. HLADKÁ, J. 1997. Technika cestovného ruchu. Praha: Grada Publishing, 1997. ISBN 80-7169-476-2.
11. HORNER, S. – SWARBROOKE, J. 2003. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada Publishing, 2003, 488 s., ISBN 80-247-0202-9.
12. INDROVA, J. 1996. Hotelový management. Praha: VŠ ekonomická, 1996, ISBN 80-7079-750-9.
13. JARÁBKOVÁ, J. 2007. Vybrané kapitoly z cestovného ruchu. Nitra: SPU, 2007, 136 s., ISBN 978-80-8069-950-5.
14. KAAS, K. – RUNOW, H. 1984. Wie befriedigend sind die Ergebnisse der Vorschung zur Verbraucherzufriedenheit. 1984.
15. KASPAR, C. 1995. Základy cestovného ruchu. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 1995, 142 s., ISBN 80-901166-5-5.

16. KUČEROVÁ, J. 1999. Trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 1999, ISBN 80-8055-307-6.
17. MARIOT, P. 2000. Geografia cestovného ruchu. Bratislava: Orbis Pictus Istropolitana, 2000. ISBN 80-7158-169-0.
18. MATEIDES, A. 1999. Teoretické aspekty hodnotenia spokojnosti zákazníka. In *Zborník „Spokojnosť zákazníka a metódy jej hodnotenia“*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 1999, s. 117 – 124.
19. MCINTOSH, R. – GOELDNER, CH. 1990. Tourism principles, practices, philosophies. USA: John Winley & sons, 1990. ISBN 0-471-62255-9.
20. NOVACKÁ, Ľ. 1994. Hotelierstvo, ubytovacie zariadenia ich služby. Bratislava: SOFA, 1994, 116 s., ISBN 80-85752-09-3.
21. NOVACKÁ, Ľ. – KULČÁKOVÁ, M. 1996. Klient v cestovnom ruchu. Bratislava: Eurounion, 1996, 92 s., ISBN 80-85568-60-8.
22. NOVACKÁ, Ľ. et al. 2001. Služby a cestovný ruch. Bratislava: SPRINT, 2001, 523 s., ISBN 80-88848-78-4.
23. ORIEŠKA, J. 1999. Prevádzka malých ubytovacích zariadení. In *Výstavba a prevádzka malých ubytovacích zariadení*. Banská Bystrica: TRIAN, 1999, s. 40-62., ISBN 80-88945-09-7.
24. PATÚŠ, P. et al. 1996. Rukoväť podnikateľa vo vidieckom cestovnom ruchu a agroturistike. Banská Bystrica: Cestovateľ, 1996, 118 s., ISBN 80-967649-0-X.
25. PATÚŠ, P. et al. 1999. Charakteristika malých ubytovacích zariadení. In *Výstavba a prevádzka malých ubytovacích zariadení*. Banská Bystrica: TRIAN, 1999, s. 5-39., ISBN 80-88945-09-7.
26. PETERS, T. 1986. A Passion for Excellence – The Leadership Difference. New York: Warner, 1986.
27. SCHARNBACHER, K. – KIEFER, G. 1996. Kundenzufriedenheit. München: Oldenbourg Verlag, 1996.
28. Vyhláška MH SR č. 419/2001 Z. z., ktorou sa upravuje kategorizácia ubytovacích zariadení a klasifikačné znaky na ich zaradovanie do tried.

ZOZNAM PRÍLOH

PRÍLOHA 1: Dotazník

PRÍLOHA 2: Fotodokumentácia hotela Aphrodite