



VYHODNOTENIE KVALITY SLUŽIEB CESTOVNÉHO RUCHU V DESTINÁCIÍ



MINISTERSTVO
DOPRAVY A VÝSTAVBY
SLOVENSKEJ REPUBLIKY

DOVOLENKA NA
SLOVENSKU
DOBRÝ NÁPAD

www.slovakia.travel



BRATISLAVA
TOURIST BOARD

www.visitbratislava.com

Projekt bol realizovaný s finančnou podporou Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky

NOVACO

OBSAH

VYHODNOTENIE KVALITY SLUŽIEB CESTOVNÉHO RUCHU V DESTINÁCIH.....	4
UBYTOVACIE SLUŽBY	6
1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: DOTAZNÍK A ANALÝZA RECENZIÍ.....	6
2. VÝSLEDKY VÝSKUMU.....	8
STRAVOVACIE SLUŽBY	49
1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: MYSTERY SHOPPING A ANALÝZA RECENZIÍ	49
2. VÝSLEDKY VÝSKUMU.....	50
SLUŽBY CESTOVNÝCH KANCELÁRIÍ A CESTOVNÝCH AGENTÚR	63
1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: DOTAZNÍK A ANALÝZA RECENZIÍ	63
2. VÝSLEDKY VÝSKUMU.....	65
SPRIEVODCOVSKÉ SLUŽBY	86
1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: DOTAZNÍK A ANALÝZA RECENZIÍ	86
2. VÝSLEDKY VÝSKUMU.....	88
PREPRAVNÉ SLUŽBY	109
1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: MYSTERY SHOPPING A ANALÝZA RECENZIÍ	109
2. VÝSLEDKY VÝSKUMU.....	110
INFORMAČNÉ SLUŽBY.....	116
1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: MYSTERY SHOPPING A ANALÝZA RECENZIÍ	116
2. VÝSLEDKY VÝSKUMU.....	117
SPOLOČENSKO-KULTÚRNE SLUŽBY.....	120
1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: MYSTERY SHOPPING A ANALÝZA RECENZIÍ	120
2. VÝSLEDKY VÝSKUMU.....	121
ŠPORTOVO-REKREAČNÉ SLUŽBY.....	127
1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: MYSTERY SHOPPING A ANALÝZA RECENZIÍ	127
2. VÝSLEDKY VÝSKUMU.....	129
KONGRESOVÉ SLUŽBY A INÉ	135
1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: ODBORNÉ POZOROVANIE, ROZHOVOR A ANALÝZA RECENZIÍ	135
2. VÝSLEDKY VÝSKUMU.....	136
ZÁVER A ODPORÚČANIA	143

IDENTIFIKAČNÉ ÚDAJE ZHOTOVITEĽA

Obchodné meno	NOVACO s.r.o.
Štatutárny orgán	Mgr. Matej Prokypčák, konateľ spoločnosti
Sídlo	Prievozská 1307/9, 821 09 Bratislava
IČO	50 689 801
DIČ	2120457603
IČ DPH	SK2120457603
E-mail	obchod@novaco.sk
Telefón	+421 950 278 368
Kontaktná osoba	Mgr. Lenka Čeplová, projektový manažér
Web	www.novaco.sk

IDENTIFIKAČNÉ ÚDAJE OBJEDNÁVATEĽA

Obchodné meno	Bratislavská organizácia cestovného ruchu
Štatutárny orgán	Ing. Vladimír Grežo, predseda predstavenstva
Sídlo	Primaciálne námestie 1, 814 99 Bratislava
IČO	42 259 088
DIČ	2023399455
E-mail	kovacicova@visitbratislava.com
Telefón	+421 905 998 154
Kontaktná osoba	Ing. Michaela Kovačičová
Web	www.visitbratislava.com

VYHODNOTENIE KVALITY SLUŽIEB CESTOVNÉHO RUCHU V DESTINÁCII

Cieľom projektu „Vyhodnotenie kvality služieb cestovného ruchu v destinácii“ je analýza vybraných subjektov, ktoré sú hodnotené na základe vopred stanovených identifikátorov. Oblasť, ktoré sú v rámci tohto dokumentu skúmané sú:

- 1. Ubytovacie služby**
- 2. Stravovacie služby**
- 3. Služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr**
- 4. Sprievodcovské služby**
- 5. Prepravné služby**
- 6. Informačné služby**
- 7. Spoločensko-kultúrne služby**
- 8. Športovo-rekreačné služby**
- 9. Kongresové služby a iné**

Dokument analyzuje a hodnotí každú kategóriu poskytovaných služieb v destinácii, pričom každá z kategórií obsahuje vyhodnotenie sekundárnych zdrojov, a to stručný popis každého subjektu poskytujúceho služby cestovného ruchu. Ku každej kategórii je vytvorený prehľad recenzií jednotlivých subjektov, pričom v rámci analýzy boli využité bežne dostupné hodnotiace portály (napr. Google vyhľadávanie, Google mapy, Tripadvisor, Facebook, Foursquare, Zľavomat a pod.). Okrem skúmania sekundárnych zdrojov, bol uskutočnený aj primárny výskum, a to podľa vopred stanoveného metodologického postupu v rámci každej kategórie (napr. mystery shopping, dotazník, odborné pozorovanie). Zmluvne stanovené indikátory, ktoré boli v tomto prípade skúmané sú:

- a) Umiestnenie a viditeľnosť subjektu**
- b) Rozpoznateľnosť subjektu**
- c) Technická kvalita**
- d) Funkčná kvalita**
- e) Dostupnosť služieb**
- f) Predaj, platba a reklamácie**

Tabuľka 1 Štatistika posudzovaných subjektov

Názov skúmanej kategórie	Počet posudzovaných subjektov ¹	Počet posudzovaných textových recenzií ²
Ubytovacie služby	10	400
Stravovacie služby	10	400
Služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr	10	63
Sprievodcovské služby	10	67
Prepravné služby	5	69
Informačné služby	1	14
Spoločensko-kultúrne služby	5	91
Športovo-rekreačné služby	5	200
Kongresové služby a iné	5	90

Vypracovaný dokument „**Vyhodnotenie kvality služieb cestovného ruchu v destinácií**“ je kombináciou klasických prístupov vyhodnocovania kvality služieb cestovného ruchu a digitálneho vyhodnocovania. Dokument obsahuje jasné kritéria, ukazovatele a parametre, na základe ktorých bola vyhodnotená reálna kvalita uvedených služieb v subjektoch poskytujúcich služby cestovného ruchu. Dokument taktiež sumarizuje zhrnutia zistení v rámci každej kategórie cestovného ruchu. V závere dokumentu dokument obsahuje odporúčania a návrhy riešení výskumom zistených nedostatkov.

¹ Počet posudzovaných subjektov bol predmetom zmluvy o dielo.

² Pre stanovenie celkových hodnotení subjektov, t.j. hviezdíčiek a podobne boli posudzované všetky dostupné recenzie na dostupných portáloch.

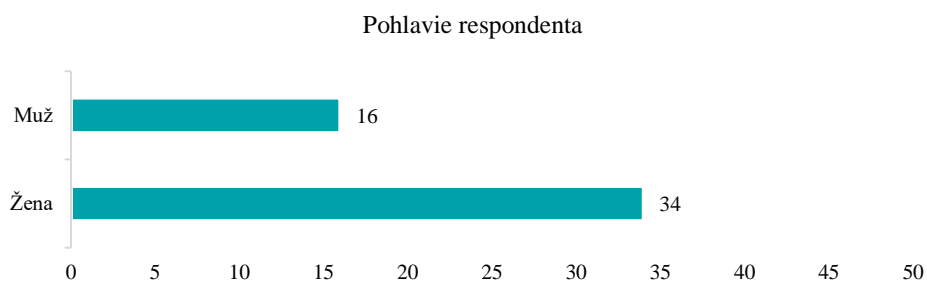
UBYTOVACIE SLUŽBY

V rámci sekcie „**ubytovacie služby**“ bolo analyzovaných 10 subjektov, u ktorých existuje predpoklad, že sú vyhľadávané turistami mesta Bratislava. Subjekty sa zameriavajú predovšetkým na ubytovacie služby, avšak mnohokrát ponúkajú aj rôzne doplnkové služby, napríklad športového, relaxačného alebo kongresového vyžitia.

1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: DOTAZNÍK A ANALÝZA RECENZIÍ

Pre oblasť ubytovacie služby bola ako metóda skúmania kvality služieb cestovného ruchu zvolená metóda dotazníkového prieskumu. Výskumník mal dotazník vopred predpripravený v tlačenej forme. Výskum prebiehal priamo v teréne, kde výskumník pred hotelom dotazoval ubytovaných hostí a pokladal im vopred pripravené otázky. Respondenti výskumníkovi odpovedali na otázky a výskumník si odpovede písomne zaznamenával. Celkovo bolo výskumu v kategórii ubytovacie služby podrobených 50 respondentov. Jednalo sa o slovenských, ale aj zahraničných návštevníkov, pričom bolo zastúpených 34 žien a 16 mužov v rôznych vekových kategóriách. Respondenti boli vybraní náhodne. Výskumník si po skončení prieskumu získané dáta zaznamenal do elektronickej formy s využitím Google dotazníka.

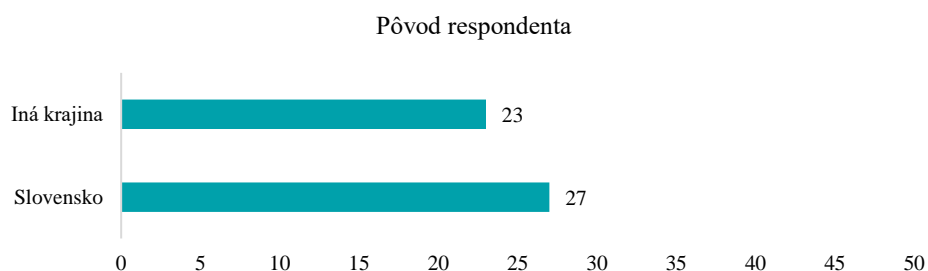
Graf 1 Počet respondentov kategorizovaný na základe ich pohlavia – ubytovacie služby



Graf 2 Počet respondentov kategorizovaný na základe ich veku – ubytovacie služby



Graf 3 Počet respondentov kategorizovaný na základe ich pôvodu krajiny,
z ktorej prichádzajú – ubytovacie služby



Skúmanými kritériami v dotazníku boli nasledovné indikátory/kritéria:

- Umiestnenie a viditeľnosť subjektu.** Predmetom skúmania bolo najmä zistiť či bolo pre respondenta jednoduché nájsť ubytovacie zariadenie v rámci lokality.
- Rozpoznateľnosť subjektu.** Predmetom skúmania bola najmä identita subjektu, ktorá môže byť prezentovaná napr. prostredníctvom loga, názvu a pod. Respondenti boli dotazovaní otázkou čím je pre nich ubytovacie zariadenie najviac zapamätateľné.
- Technická kvalita.** Predmetom skúmania technickej kvality bolo najmä zameranie sa na vybavenie interiéru subjektu (napr. vybavenie izieb).
- Funkčná kvalita.** Predmetom skúmania funkčnej kvality bolo cieľom sa zamerať najmä na samotnú spokojnosť ako s ľudskými zdrojmi, tak s ponúkaným tovarom/službou. Dôležitým kritériom bola v tomto prípade najmä chuť jedla, čistota izieb a ochota personálu.
- Predaj, platba, reklamácie.** Predmetom skúmania bolo zistiť aké možnosti platby respondenti využívajú pri využívaní ubytovacích služieb.

Pre každé ubytovacie zariadenie bolo vybratých 40 textových recenzií od recenzentov, a to náhodným výberom zo súboru recenzií na platforme Google a Tripadvisor. Recenzie boli následne analyzované a skúmané, pričom k vopred stanoveným identifikátorom sa pridelovali hodnoty (nespokojný, čiastočne spokojný a spokojný). Identifikátory, ktoré boli v rámci recenzií skúmané sú:

- Spokojnosť s ľudskými zdrojmi.** Skúmaný bol dojem návštevníka zo správania zamestnanca subjektu voči nemu samotnému (pozdrav, ochota a pod.)
- Čakacia doba.** Skúmaný bol dojem návštevníka z dĺžky čakacej doby (akceptovateľná, neakceptovateľná – príliš dlhá, napr. na check-in)
- Spokojnosť tovaru/služby.** Skúmaný bol dojem návštevníka z chuti jedla, wellness a pod.

- d) **Prostredie (interiér, pohodlie, výhľad).** Skúmaný bol dojem návštevníka z pohodlia pobytu (pohodlie postele, hlučnosť izieb, a pod.)
- e) **Prostredie (čistota izieb).** Skúmaný bol dojem návštevníka z celkovej čistoty izby.
- f) **Prostredie (lokalita).** Skúmaný bol dojem návštevníka z polohy ubytovacieho zariadenia (blízkosť do centra mesta a pod.)
- g) **Cena.** Skúmaný bol dojem návštevníka z výšky ceny za to, čo si zakúpil, najmä, či výška ceny zodpovedala tomu, čo očakával, že za ňu dostane.

2. VÝSLEDKY VÝSKUMU

Na základe vykonanej metódy skúmania dotazníkového prieskumu je možné konštatovať, že väčšina ubytovacích zariadení mala skôr pozitívne hodnotenia. Negatívne hodnotenia sa takmer nevyskytovali. Len v rámci jedného subjektu je možné pozorovať vyššiu nespokojnosť návštevníkov, a to v prípade subjektu F. Zásadným nedostatkom subjektu je jeho sťažaná rozpoznateľnosť. Respondenti uvádzali, že pre nich nemá hotel dostatočnú asociáciu ani s názvom, ani s logom (z výskumníkovho pohľadu je však názov dostatočne príznačný a zapamätateľný). Respondenti taktiež uvádzali, že s technickým vybavením izieb boli len čiastočne spokojní, prípadne nespokojní. Rovnako tak aj s čistotou izieb (len 20% bolo spokojných s čistotou izby). Zásadným zistením bolo taktiež, že cena, ktorú za izbu zaplatili, nebola podľa ich názoru adekvátna (40% sa vyjadrilo, že cena len čiastočne odzrkadľovala spokojnosť a 40% sa vyjadrilo, že vôbec neodzrkadľovala spokojnosť).

Na základe analýzy recenzií je taktiež možné konštatovať, že väčšina ubytovacích zariadení je na vysokej úrovni a respondenti boli skôr spokojní. Analyzované recenzie boli skôr pozitívne, pričom ak sa objavila negatívna skúsenosť bola zväčša len čiastkového charakteru. V prípade subjektu H je problematická hlučnosť (viac ako 10 respondentov uviedlo, že sa necítili v ubytovaní komfortne, nakoľko z disco baru, ktorý sa nachádza v budove hotela sa v noci šíril hluk). Negatívne recenzie sa taktiež týkali ceny, napr. v prípade subjektu E, kde návštevníci vytkli cenu za vysoké parkovné, či poplatky za wellness (napr. v prípade subjektu A). Jediný subjekt, ktorý mal množstvo negatívnych recenzií vo viacerých kategóriách bol subjekt F. Respondenti hodnotili negatívne najmä to, že im neboli umožnené raňajky, nakoľko je kuchyňa niekedy mimo prevádzku. Izby taktiež nevyhovovali ich požiadavkám čistoty. Na izbách chýbala rýchlovarná kanvica, či personál nebol dostatočne ochotný a milý.

Subjekt A

a) Popis subjektu

Subjekt A je ubytovacie zariadenie situované v tesnej blízkosti rieky Dunaj a neďaleko dominant mesta Bratislava. Hotel je opakovane oceňovaný ako najlepší hotel v Bratislave. Súčasťou hotela je nie len wellness, ale aj fitness. Súčasťou komplexu budov sa nachádza množstvo reštaurácií a kaviarní.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,6/5,0 hviezdíček na základe 1 124 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíček na základe 905 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	IIIIII		IIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Čakacia doba	I		I
Spokojnosť tovaru / služby	IIIIII	II	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Prostredie (interiér, pohodlie, výhľad)	III	I	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Prostredie (čistota izby)	II		IIIIIIIIIIII
Prostredie (lokalita)	I		IIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Cena	IIIIII		I

Zákazníci v Subjekte A hodnotili pozitívne najmä prostredie ubytovacieho zariadenia, a to interiér, pohodlie postele, pekný výhľad a lokalitu (blízkosť do centra mesta, dunajská promenáda). Ďalej zákazníci hodnotili pozitívne spokojnosť s ľudskými zdrojmi (dobrý servis, ochota personálu, komunikácia personálu), čistotu izby a spokojnosť s tovarom / službou, pričom vyzdvihli najmä kvalitu a chuť raňajok ako aj kvalitu reštaurácie v ubytovacom zariadení. Zákazníci hodnotili negatívne spokojnosť s ľudskými zdrojmi, spokojnosť s tovarom / službou a cenu. V rámci hodnotiaceho kritéria spokojnosť s tovarom / službou zákazníci negatívne hodnotili najmä wellness, ktorý bol často zatvorený a neboli o tejto skutočnosti informovaní vopred, či chýbajúce vybavenie izby (káva, čaj). V rámci ceny zákazníci hodnotili negatívne nutný poplatok za wellness a vysoký poplatok za psa.

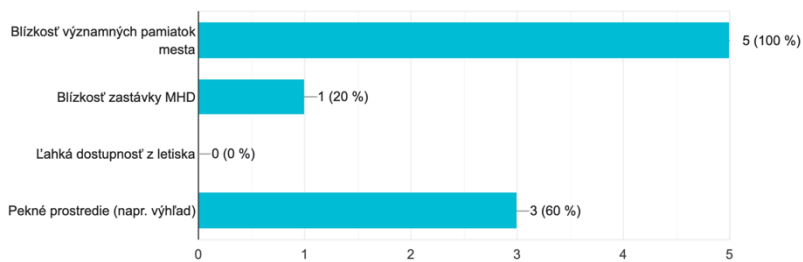
c) Dotazníkový prieskum

Dotazníkový prieskum preukázal, že respondenti si vybrali hotel najmä z dôvodu blízkosti významných pamiatok mesta. Hotel bolo pre respondentov jednoduché nájsť. Respondentom bol hotel zapamätateľný najmä z dôvodu jednoduchej zapamätateľnosti názvu. Vybavenie ubytovacieho zariadenia bolo pre všetkých respondentov vyhovujúce, personál milý a raňajky označili za chutné. 80% respondentov si myslí, že izby boli čisté a 20%, že izby boli čisté len čiastočne. 60% z respondentov si myslí, že cena za ubytovanie bola primeraná tomu, čo skutočne dostali a 40% si myslí, že len čiastočne. 60% respondentov využilo platbu za ubytovacie zariadenie online, prostredníctvom ubytovacej platformy a 40% respondentov platilo za ubytovanie bankomatovou kartou na mieste. Najväčšou prednosťou hotela podľa respondentov je pekný výhľad, pohodlná posteľ, čistota izby a dobré jedlo. 60% respondentov označilo, že ubytovanie splnilo ich očakávanie a 40% si myslí, že len čiastočne.

Graf 4 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – ubytovacie služby (subjekt A)

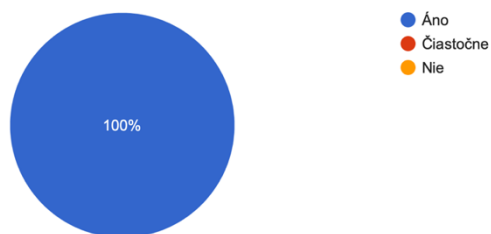
1. Prečo ste sa rozhodli vybrať si ubytovacie zariadenie v tejto lokalite mesta Bratislava? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



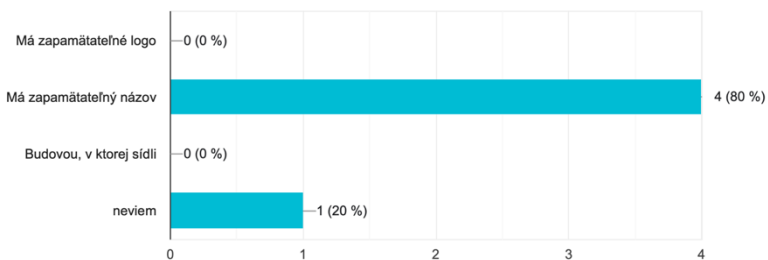
2. Bolo pre Vás jednoduché nájsť fyzicky toto ubytovacie zariadenie? (viditeľnosť názvu, navigácia...) (výber jednej z možností)

5 odpovedí



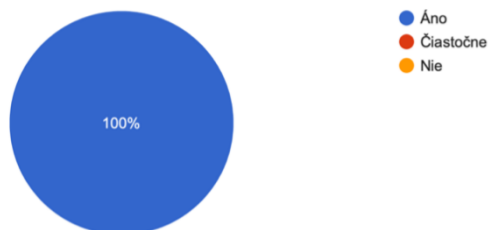
3. Čím je podľa Vás toto ubytovacie zariadenie najviac zapamätateľné? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



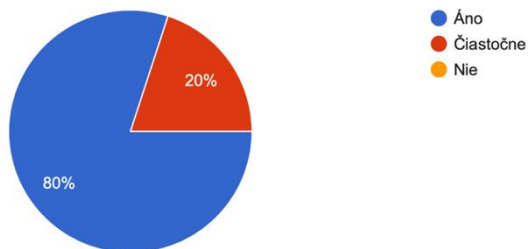
4. Bolo pre Vás technické vybavenie ubytovacieho zariadenia vyhovujúce? (zariadenie izieb) (výber jednej z možností)

5 odpovedí



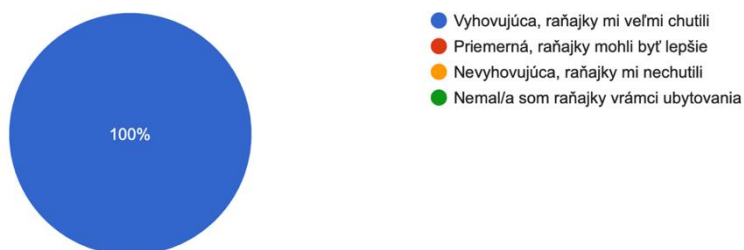
5. Boli podľa Vášho názoru izby dostatočne čisté? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



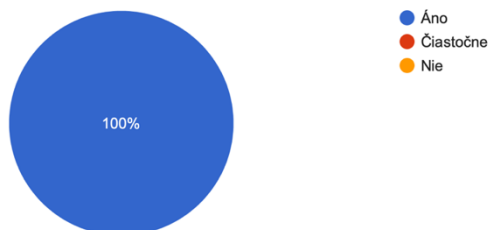
6. Aká bola podľa Vášho názoru chuť raňajok? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



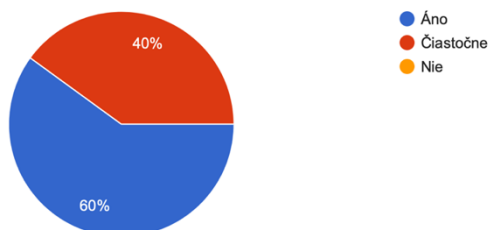
7. Bol personál ubytovacieho zariadenia ochotný a milý reagovať na Vaše požiadavky? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



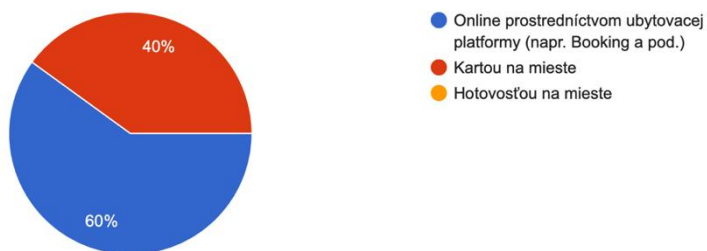
8. Bola podľa Vás cena za ubytovanie primeraná tomu, čo ste skutočne dostali? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



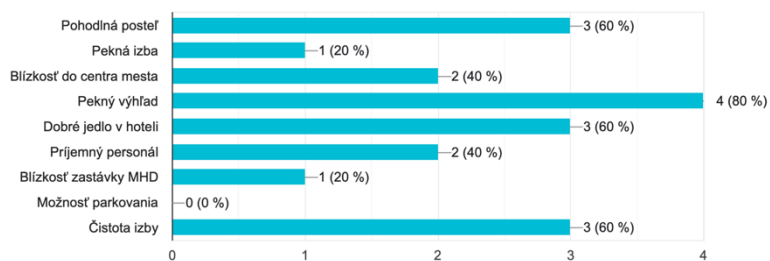
9. Akou formou ste platili za ubytovanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



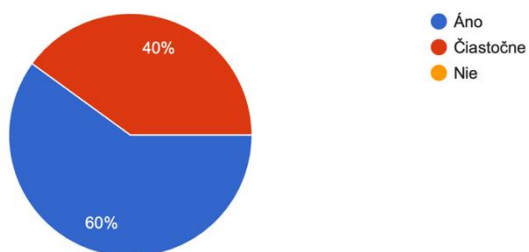
10. Čo boli podľa Vášho názoru najzásadnejšie prednosti ubytovacieho zariadenia, ktoré ste si vybrali? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



11. Splnilo ubytovanie Vaše očakávanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



12. Ak nie, aký bol dôvod? (uvedte slovnú odpoveď)

- bez odpovede

Subjekt B

a) Popis subjektu

Subjekt B je situovaný v blízkosti rieky Dunaj a Slovenského národného divadla. Hlavné pamiatky mesta Bratislava sú vzdialené len 10 minút chôdze. Hotel je v blízkosti nákupného centra a okrem ubytovacej funkcie sú v ňom často organizované aj populárne veľtrhy a konferencie.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,6/5,0 hviezdíčiek na základe 905 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 1 076 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	III		IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Čakacia doba	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť tovaru / služby	III	I	IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Prostredie (interiér, pohodlie, výhľad)	I	I	IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Prostredie (čistota izby)			IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Prostredie (lokalita)			IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Cena	III		I

Zákazníci v Subjekte B hodnotili pozitívne najmä spokojnosť s ľudskými zdrojmi, prostredie (pekný a moderný interiér, pohodlná posteľ, pekný výhľad), čistota izby a veľmi dobrá lokalita (blízkosť nákupného centra a dunajskej promenády ako aj pešia dostupnosť do centra mesta). Zákazníci hodnotili pozitívne taktiež chuť jedla (raňajky, jedlo v hotelovej reštaurácii). Zákazníci hodnotili negatívne vyššiu cenu za služby (vysoká cena za ubytovanie a parkovanie), spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál nevie po slovensky), spokojnosť tovaru / služby (chýbajúce WC vo fitness, málo parkovacích miest, málo rozmanitý wellness).

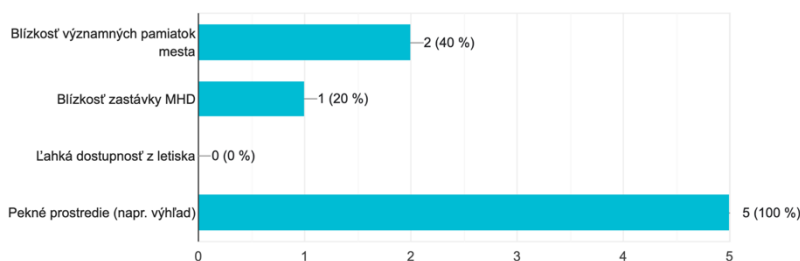
c) Dotazníkový prieskum

Respondenti si subjekt B vybrali najmä z dôvodu pekného prostredia hotela. Pre 60% respondentov bolo jednoduché nájsť miesto hotela, pre 20% čiastočne a pre 20% náročné. Väčšina respondentov si myslí, že hotel je najviac zapamätateľný svojím názvom. Pre 80% respondentov bolo technické vybavenie hotela vyhovujúce a pre 20% čiastočne. 80% respondentov označilo, že izby boli v hoteli dostatočne čisté, 20% si myslí, že len čiastočne. Chuť raňajok označilo za vynikajúcu 60% respondentov, ako priemernú 20% respondentov, 20% respondentov raňajky nemali v rámci ubytovania. 80% respondentov označilo personál hotela za milý a ochotný, 20% len za čiastočne milý a ochotný. Podľa 60% respondentov bola cena za ubytovanie primeraná v porovnaní s tým, čo skutočne dostali ako protihodnotu, 40% si myslí, že len čiastočne. 40% respondentov za ubytovanie platili online prostredníctvom ubytovacej platformy, 40% na mieste bankomatovou kartou a 20% platilo v hotovosti. Ako najzásadnejšiu prednosť hotela označila väčšina respondentov pekný výhľad. 80% respondentov označilo, že ubytovanie splnilo ich očakávania a 20% si myslí, že len čiastočne.

Graf 5 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – ubytovacie služby (subjekt B)

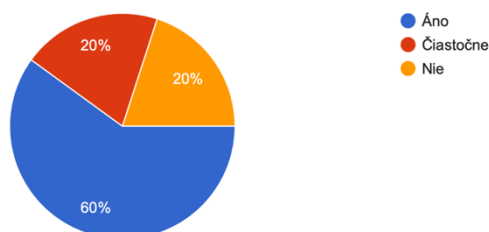
1. Prečo ste sa rozhodli vybrať si ubytovacie zariadenie v tejto lokalite mesta Bratislava? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



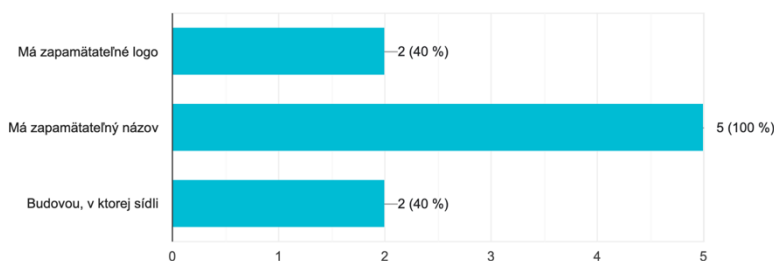
2. Bolo pre Vás jednoduché nájsť fyzicky toto ubytovacie zariadenie? (viditeľnosť názvu, navigácia...) (výber jednej z možností)

5 odpovedí



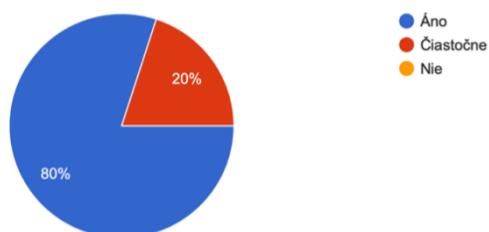
3. Čím je podľa Vás toto ubytovacie zariadenie najviac zapamätateľné? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



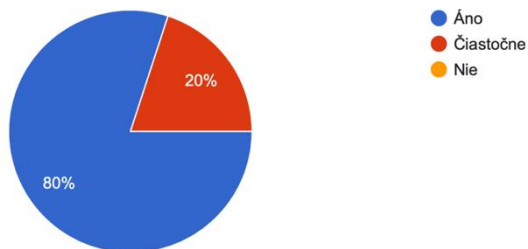
4. Bolo pre Vás technické vybavenie ubytovacieho zariadenia vyhovujúce? (zariadenie izieb) (výber jednej z možností)

5 odpovedí



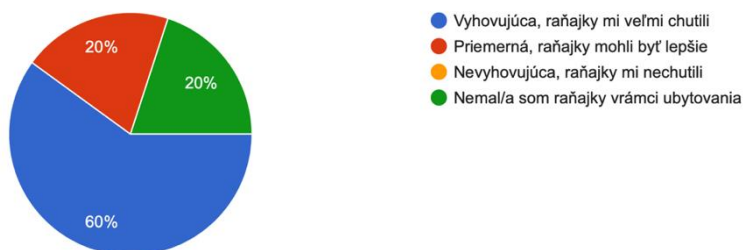
5. Boli podľa Vášho názoru izby dostatočne čisté? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



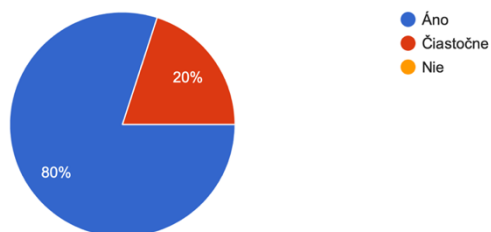
6. Aká bola podľa Vášho názoru chuť raňajok? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



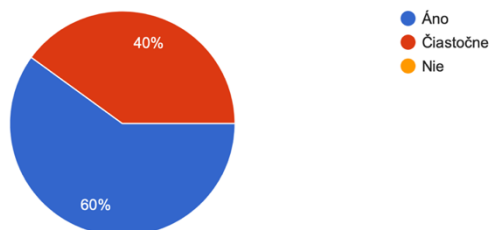
7. Bol personál ubytovacieho zariadenia ochotný a milý reagovať na Vaše požiadavky? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



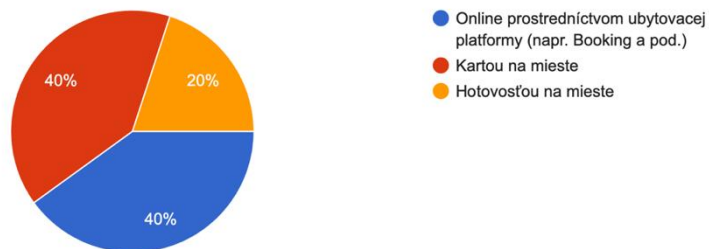
8. Bola podľa Vás cena za ubytovanie primeraná tomu, čo ste skutočne dostali? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



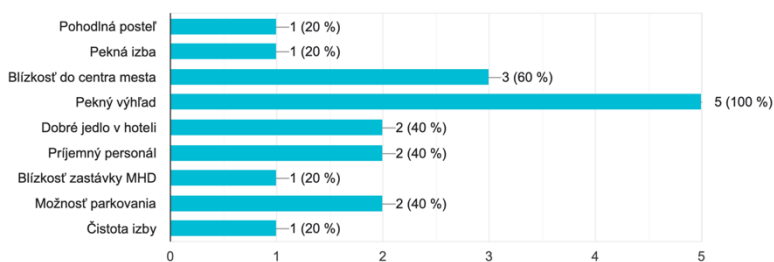
9. Akou formou ste platili za ubytovanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



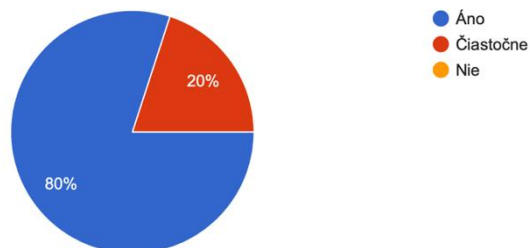
10. Čo boli podľa Vášho názoru najzásadnejšie prednosti ubytovacieho zariadenia, ktoré ste si vybrali? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



11. Splnilo ubytovanie Vaše očakávanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



12. Ak nie, aký bol dôvod? (uvedte slovnú odpoveď)

- bez odpovede

Subjekt C

a) Popis subjektu

Subjekt C je situovaný v centre mesta Bratislava v blízkosti hlavných turistických atrakcií. V hoteli sa nachádza fitness centrum či terasa s výhľadom na Staré mesto. Hotel taktiež ponúka priestory na usporiadanie konferencie. Subjekt C je súčasťou medzinárodnej siete hotelov.

a) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,6/5,0 hviezdíčiek na základe 242 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,0/5,0 hviezdíčiek na základe 30 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	II	II	IIIIIIIIII
Čakacia doba	I		I
Spokojnosť tovaru / služby	II		IIIIIIIIII
Prostredie (interiér, pohodlie, výhľad)	I		IIIIIIIIIIII
Prostredie (čistota izby)	IIII		IIIIIIIIIIII
Prostredie (lokalita)			IIIIIIIIIIIIII
Cena	I		II

Návštevníci v Subjekte C hodnotili pozitívne najmä lokalitu ubytovacieho zariadenia, moderný interiér, pohodlné postele či výhľad z okna. Recenzenti boli taktiež spokojní s tovarom / službou, pričom najviac vyzdvihovali chutné raňajky, alebo vybavenie izieb kávou a čajom. S ľudskými zdrojmi boli recenzenti skôr spokojní. Negatívne recenzie sa týkali predovšetkým nedostatočnej čistoty izieb (špinavé izby a posteľná bielizeň), avšak je potrebné zmieniť, že recenzenti boli skôr spokojní s čistotou izby.

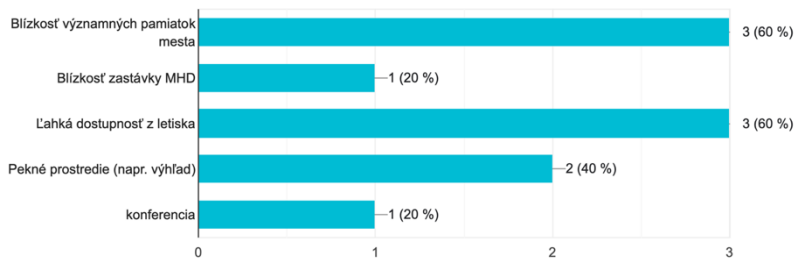
b) Dotazníkový prieskum

Respondenti sa rozhodli pre výber tohto hotela najmä z dôvodu blízkosti hotela k významným pamiatkam mesta a ľahkej dostupnosti na letisko. Pre 40% respondentov bolo náročne hotel v rámci mesta Bratislava nájsť, 40% to problém nerobilo a 20% uviedlo, že s tým malo čiastočný problém. Ako najviac zapamätateľné uviedli respondenti názov hotela. Technické vybavenie izieb bolo vyhovujúce pre 80% respondentov, pre 20% čiastočne. Všetci respondenti označili, že izby boli dostatočne čisté. Chuť raňajok označili respondenti ako vynikajúcu, 20% hostí nemala raňajky v rámci ubytovania. Všetci respondenti uviedli, že personál bol milý ako aj že cena za ubytovanie bola primeraná tomu, čo skutočne dostali. Väčšina z respondentov platila za ubytovanie kartou na mieste. Ako najzásadnejšiu prednosť ubytovacieho zariadenia označili dobré jedlo v hoteli blízkosť do centra mesta, príjemný personál a blízkosť zastávky MHD. Všetci respondenti uviedli, že ubytovanie splnilo ich očakávanie.

Graf 6 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – ubytovacie služby (subjekt C)

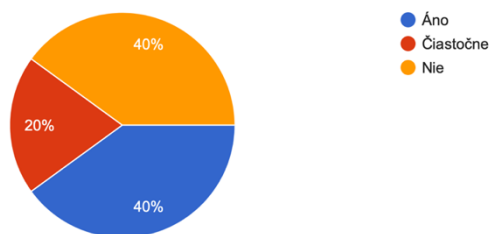
1. Prečo ste sa rozhodli vybrať si ubytovacie zariadenie v tejto lokalite mesta Bratislava? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



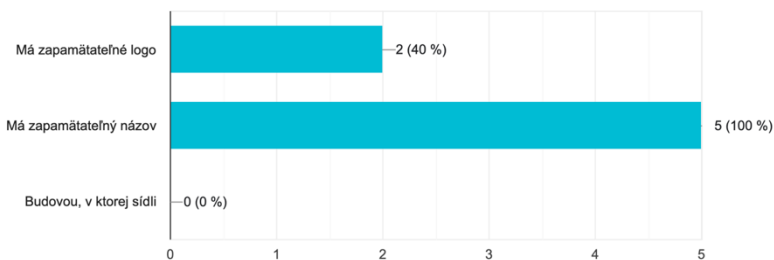
2. Bolo pre Vás jednoduché nájsť fyzicky toto ubytovacie zariadenie? (viditeľnosť názvu, navigácia...) (výber jednej z možností)

5 odpovedí



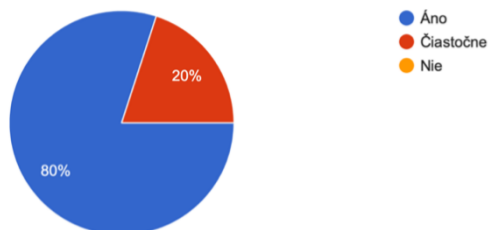
3. Čím je podľa Vás toto ubytovacie zariadenie najviac zapamätateľné? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



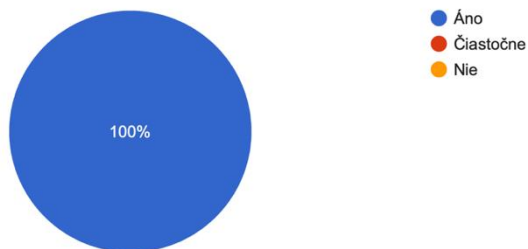
4. Bolo pre Vás technické vybavenie ubytovacieho zariadenia vyhovujúce? (zariadenie izieb) (výber jednej z možností)

5 odpovedí



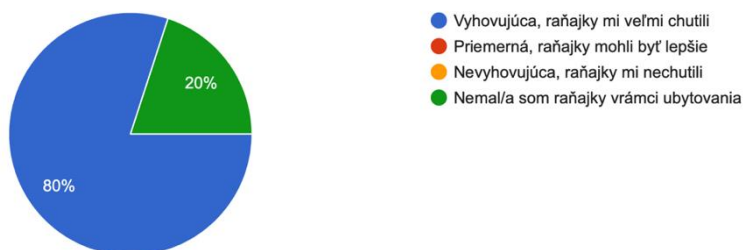
5. Boli podľa Vášho názoru izby dostatočne čisté? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



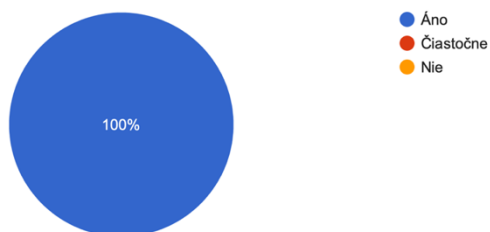
6. Aká bola podľa Vášho názoru chuť raňajok? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



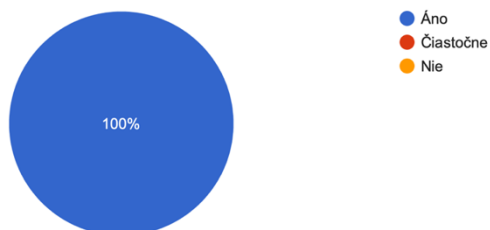
7. Bol personál ubytovacieho zariadenia ochotný a milý reagovať na Vaše požiadavky? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



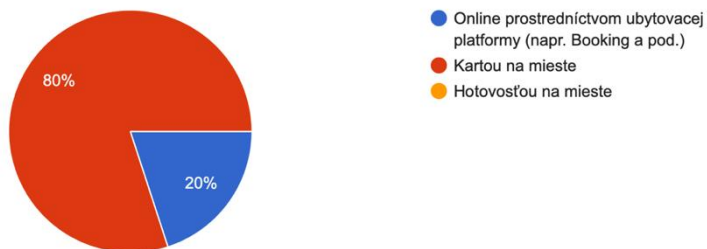
8. Bola podľa Vás cena za ubytovanie primeraná tomu, čo ste skutočne dostali? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



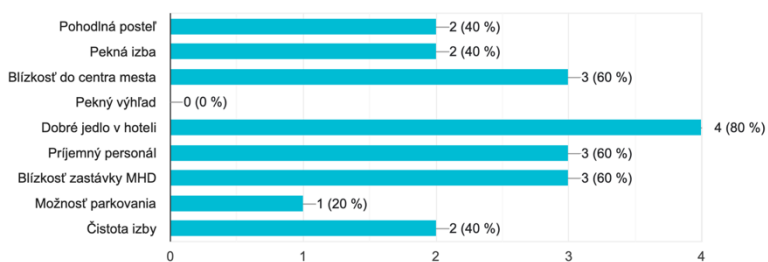
9. Akou formou ste platili za ubytovanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



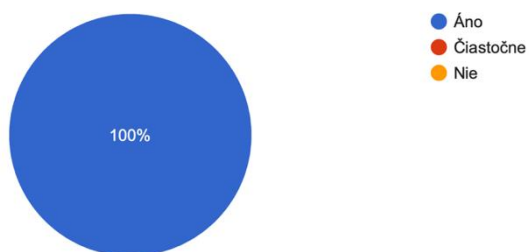
10. Čo boli podľa Vášho názoru najzásadnejšie prednosti ubytovacieho zariadenia, ktoré ste si vybrali? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



11. Splnilo ubytovanie Vaše očakávanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



12. Ak nie, aký bol dôvod? (uvedte slovnú odpoveď)

- bez odpovede

Subjekt D

a) Popis subjektu

Subjekt D je situovaný v centre mesta Bratislava, v blízkosti prezidentského paláca a Úradu vlády SR. Ubytovacie zariadenie je umiestnené v zrekonštruovanej historickej budove, kde okrem ubytovacích služieb poskytuje prístup aj do pivného salónu s vlastným pivovarom a vinárne.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,7/5,0 hviezdíčiek na základe 799 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 2 588 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	III		IIIIIIII
Čakacia doba	III		
Spokojnosť tovaru / služby			IIIIIIIIIIII
Prostredie (interiér, pohodlie, výhľad)			IIIIIIII
Prostredie (čistota izby)	I		IIIIII
Prostredie (lokalita)			IIIIII
Cena			III

Subjekt D recenzenti hodnotili prevažne pozitívne, a to najmä z dôvodu spokojnosti s tovarom /službou, pričom najviac hodnotili výbornú chuť raňajok, široký výber jedál na raňajkách, hotelovú reštauráciu a pivovar. Ďalšie pozitívne hodnotené indikátory boli prostredie (pekný interiér hotela, čistota izby, lokalita vhodná na prechádzky, pekný výhľad), milý a ochotný personál a primeraná cena vzhľadom na lokalitu. Negatívne recenzie sa zväčša týkali neochoty personálu (neposkytnutie drinku v reštaurácii, dlhá čakacia doba na možnosť ubytovania sa bez dostatočného ospravedlnenia personálu), a dlhej čakacej doby pri check-ine (izby ešte neboli pripravené, aj keď už bol oficiálne možný check-in).

c) Dotazníkový prieskum

Väčšina respondentov si vybrala subjekt D kvôli blízkosti hotela k významným pamiatkam mesta a z dôvodu pekného prostredia. 60% respondentov uviedlo, že bolo pre nich len čiastočne jednoduché v rámci mesta nájsť, kde sa hotel nachádza, 40% uviedlo, že to pre nich nepredstavovalo problém. Ubytovacie zariadenie je pre respondentov najviac zapamätateľné svojim názvom. Technické vybavenie izieb pokladá za vyhovujúce 80% respondentov, 20% za čiastočne vyhovujúce. Všetci respondenti označili, že boli izby dostatočne čisté a chuť raňajok vyhovujúca a personál ochotný a milý. 80% respondentov si myslí, že cena za ubytovanie bola primeraná tomu, čo skutočne dostali a 20% si myslí, že len čiastočne. Respondenti si ako platbu za ubytovanie zväčša zvolili spôsob kartou na mieste, a to v 60% prípadoch, 40% si zvolilo spôsob online cez ubytovaciu platformu. Podľa respondentov je najzásadnejšou prednosťou ubytovacieho zariadenia pekná izba, blízkosť do centra mesta a dobré jedlo. Všetci respondenti uviedli, že ubytovanie splnilo ich očakávanie.

Graf 7 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – ubytovacie služby (subjekt D)

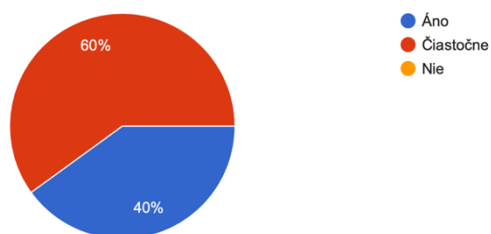
1. Prečo ste sa rozhodli vybrať si ubytovacie zariadenie v tejto lokalite mesta Bratislava? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



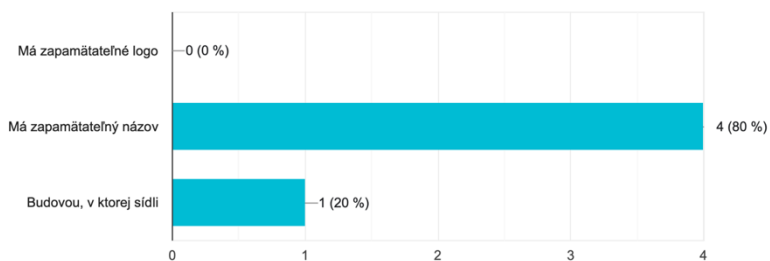
2. Bolo pre Vás jednoduché nájsť fyzicky toto ubytovacie zariadenie? (viditeľnosť názvu, navigácia...) (výber jednej z možností)

5 odpovedí



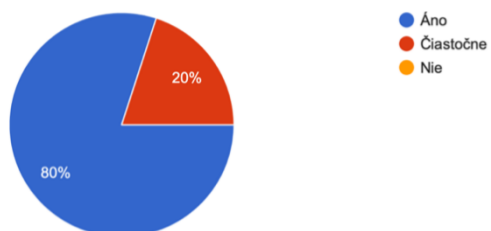
3. Čím je podľa Vás toto ubytovacie zariadenie najviac zapamätateľné? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



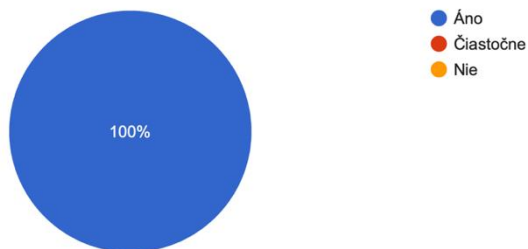
4. Bolo pre Vás technické vybavenie ubytovacieho zariadenia vyhovujúce? (zariadenie izieb) (výber jednej z možností)

5 odpovedí



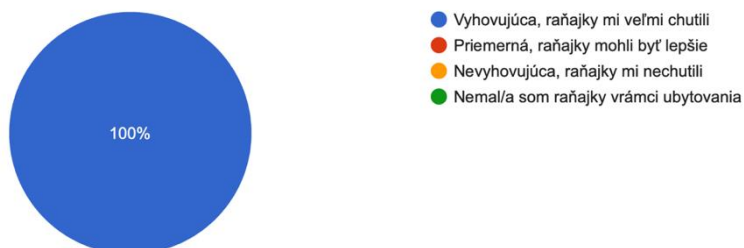
5. Boli podľa Vášho názoru izby dostatočne čisté? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



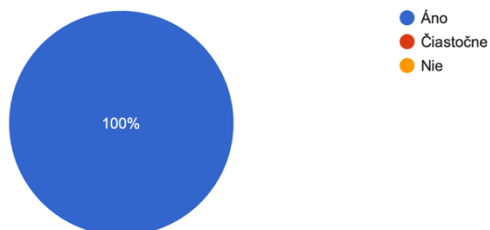
6. Aká bola podľa Vášho názoru chuť raňajok? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



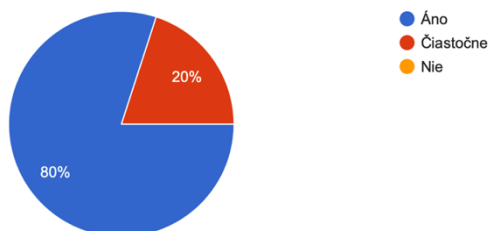
7. Bol personál ubytovacieho zariadenia ochotný a milý reagovať na Vaše požiadavky? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



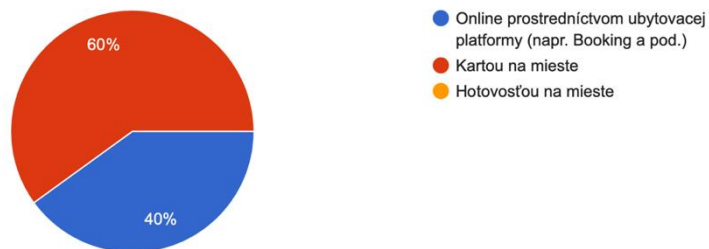
8. Bola podľa Vás cena za ubytovanie primeraná tomu, čo ste skutočne dostali? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



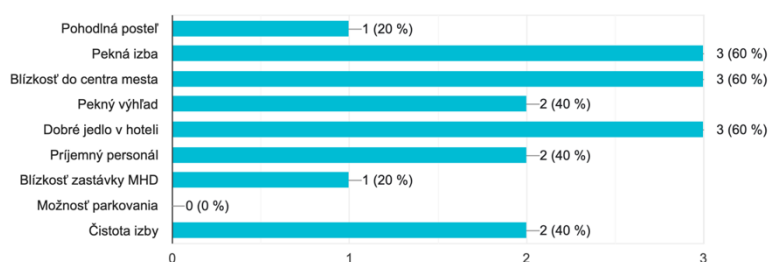
9. Akou formou ste platili za ubytovanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



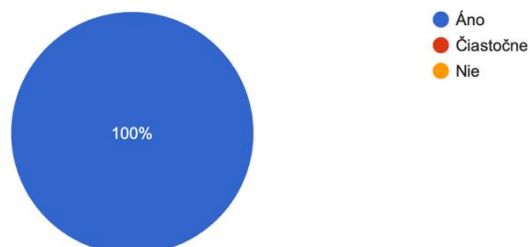
10. Čo boli podľa Vášho názoru najzásadnejšie prednosti ubytovacieho zariadenia, ktoré ste si vybrali? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



11. Splnilo ubytovanie Vaše očakávanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



12. Ak nie, aký bol dôvod? (uvedte slovnú odpoveď)

- bez odpovede

Subjekt E

a) Popis subjektu

Subjekt E je štvorhviezdičkovým hotelom, ktorý je situovaný na brehu rieky Dunaj a v tesnej blízkosti hlavných bratislavských pamiatok. Hotel je významný svojou historickou podobou z čias socializmu, avšak s vkusnou rekonštrukciou. V hoteli sa nachádza wellness, fitness, squash hala, reštaurácie a bary.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 1 368 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 901 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	II	I	IIIIIIIIII
Čakacia doba	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť tovaru / služby	I	III	IIIIIIIIII
Prostredie (interiér, pohodlie, výhľad)			IIIII
Prostredie (čistota izby)	II	I	IIII
Prostredie (lokalita)			IIIIIII
Cena	IIIIII		

Návštevníci v subjekte E hodnotili hotel prevažne pozitívne, pričom najčastejšie pozitívne hodnotili spokojnosť s ľudskými zdrojmi (ochota personálu, veľmi milý personál), spokojnosť s tovarom / službou (výborné raňajky a káva, dobré wellness, možnosť zahrať si squash), pohodlie izby (príjemné matrace), pekný výhľad na Dunaj, blízkosť hotela od námestia a pamiatok mesta. Negatívne návštevníci hodnotili najmä vysoké ceny v hoteli, predovšetkým cena za parkovné, ktorá je pre návštevníkov hotela neakceptovateľná.

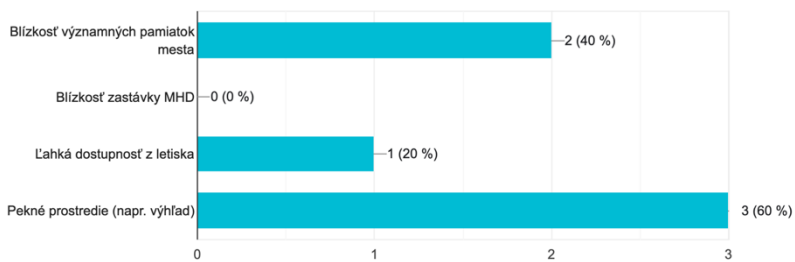
c) Dotazníkový prieskum

Respondenti si subjekt E vybrali najmä z dôvodu pekného prostredia. Všetci respondenti uviedli, že bolo pre nich jednoduché nájsť hotel v rámci mesta. Podľa respondentov je hotel zapamätateľný najmä vďaka budove, v ktorej sídli. 80% respondentov uviedlo, že bolo technické vybavenie hotela pre nich vyhovujúce, 20% čiastočne. Všetci respondenti uviedli, že izby boli podľa ich názoru dostatočne čisté a personál bol milý. Chuť raňajok ako vyhovujúcu označilo 80% respondentov, 20% ako priemernú. 80% respondentov označilo, že cena bola primeraná za ubytovanie, ktoré dostali, 20% uviedlo, že len čiastočne. 60% respondentov zaplatilo za ubytovanie bankomatovou kartou na mieste a 40% prostredníctvom ubytovacej platformy. Ako najzásadnejšiu prednosť ubytovacieho zariadenia respondenti označili blízkosť do centra mesta. Všetci respondenti uviedli, že ubytovanie splnilo ich očakávanie.

Graf 8 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – ubytovacie služby (subjekt E)

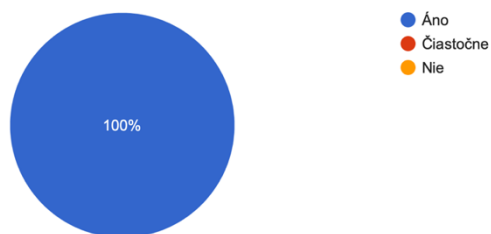
1. Prečo ste sa rozhodli vybrať si ubytovacie zariadenie v tejto lokalite mesta Bratislava? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



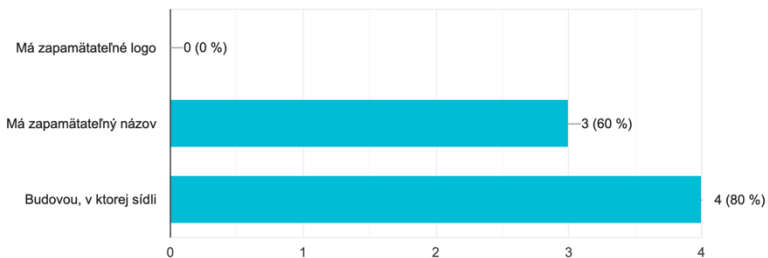
2. Bolo pre Vás jednoduché nájsť fyzicky toto ubytovacie zariadenie? (viditeľnosť názvu, navigácia...) (výber jednej z možností)

5 odpovedí



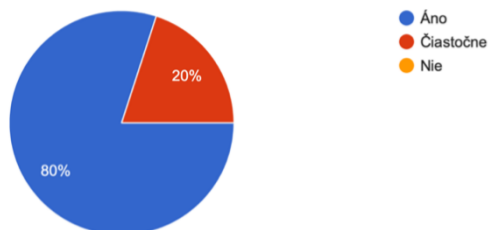
3. Čím je podľa Vás toto ubytovacie zariadenie najviac zapamätateľné? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



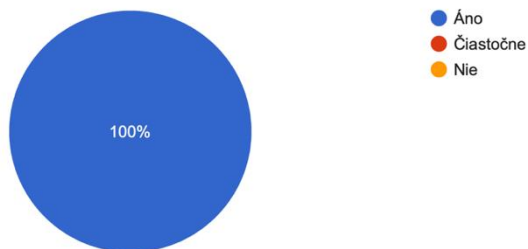
4. Bolo pre Vás technické vybavenie ubytovacieho zariadenia vyhovujúce? (zariadenie izieb) (výber jednej z možností)

5 odpovedí



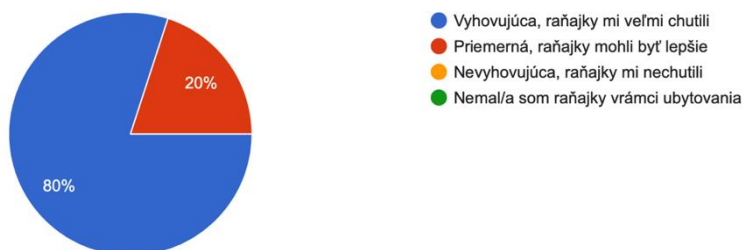
5. Boli podľa Vášho názoru izby dostatočne čisté? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



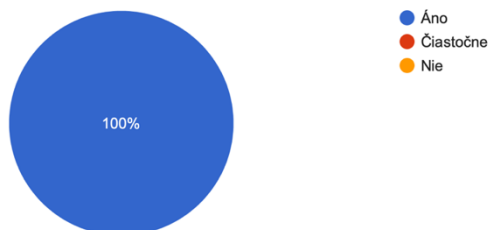
6. Aká bola podľa Vášho názoru chuť raňajok? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



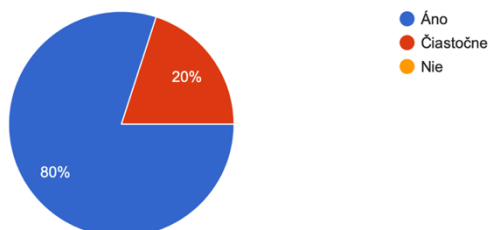
7. Bol personál ubytovacieho zariadenia ochotný a milý reagovať na Vaše požiadavky? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



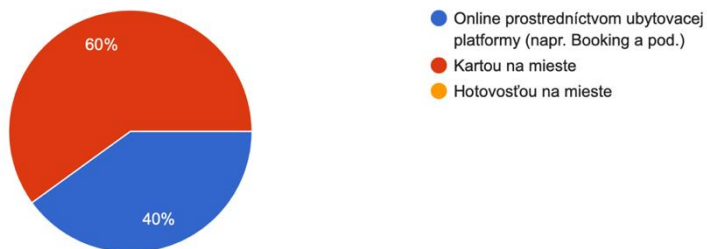
8. Bola podľa Vás cena za ubytovanie primeraná tomu, čo ste skutočne dostali? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



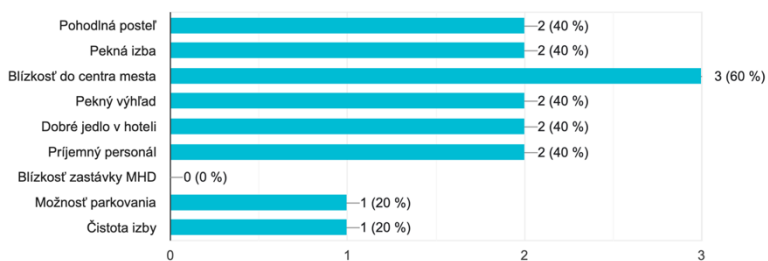
9. Akou formou ste platili za ubytovanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



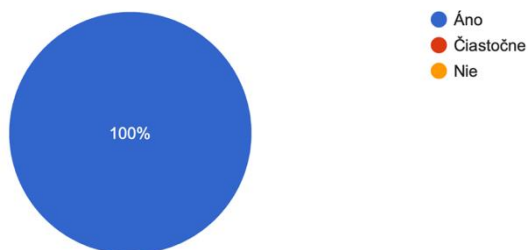
10. Čo boli podľa Vášho názoru najzásadnejšie prednosti ubytovacieho zariadenia, ktoré ste si vybrali? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



11. Splnilo ubytovanie Vaše očakávanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



12. Ak nie, aký bol dôvod? (uveďte slovnú odpoveď)

- bez odpovede

Subjekt F

a) Popis subjektu

Subjekt F je situovaný ďalej od centra mesta Bratislava, približne 20 minút MHD. Okrem ubytovacej funkcie plní hotel aj kongresovú funkciu. V hoteli sa často konajú aj svadby či stužkové. Súčasťou hotela je fitness, wellness, kaderníctvo, požičovňa áut aj kancelárske priestory.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,1/5,0 hviezdíčiek na základe 2 477 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,0/5,0 hviezdíčiek na základe 267 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	IIIIIIII	I	II
Čakacia doba	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť tovaru / služby	IIIIIIIIIIIIII		IIII
Prostredie (interiér, pohodlie, výhľad)	IIII	I	I
Prostredie (čistota izby)	IIIIIIII	II	IIII
Prostredie (lokalita)		I	III
Cena	IIII	I	III

Návštevníci v Subjekt F hodnotili skôr negatívne než pozitívne. Najčastejším argumentom recenzentov bol, že hotel podľa ich názoru nespĺňa kritéria 4 hviezdíčkového hotela. Návštevníci boli nespokojní s ponúkaným tovarom / službou (neboli k dispozícii žiadne raňajky, na izbe nebola rýchlovarná kanvica, zatvorený bar). Nespokojnosť taktiež vyjadrili nad ľudskými zdrojmi, ktoré boli neprijemné, arogantné, nechotné (tvárili sa že hostí nevidia a nevedeli po anglicky). Čistota izby nebola tiež vyhovujúca (hostia sa sťažovali na špinavé kúpeľne, napr. chlpy v sprchovom kúte) ako aj zastaralo vyzerajúce izby (realita sa nezhodovala s fotografiami na internete). Cena sa recenzentom zdala privysoká za to, čo reálne hotel ponúka (problémom bolo najmä platené parkovisko).

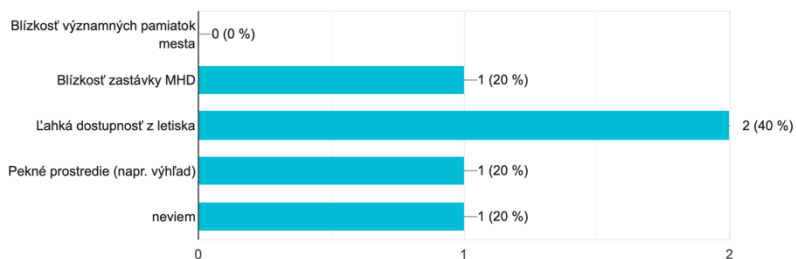
c) Dotazníkový prieskum

Respondenti si subjekt F vybrali najmä z dôvodu ľahkej dostupnosti hotela z letiska. 80% respondentov uviedlo, že nájsť hotel v rámci Bratislavy bolo len čiastočne jednoduché, 20% uviedlo, že to bolo náročné. Respondenti nevedeli zväčša uviesť, čím je pre nich hotel najviac zapamätateľný. 60% respondentov uviedlo, že technické vybavenie hotela bolo len čiastočne vyhovujúce, 20% uviedlo, že bolo nevyhovujúce a 20% uviedlo, že bolo vyhovujúce. Čistota hotela bola vyhovujúca len pre 20% respondentov, 40% uviedlo, že boli s čistotou čiastočne spokojní a ďalších 40% si myslí, že izby neboli dostatočne čisté. Chut' raňajok bola podľa 40% čiastočne vyhovujúca (60% respondentov nemalo raňajky v rámci ubytovania). 40% respondentov uviedlo, že personál hotela bol milý a ochotný, 60% si myslí, že len čiastočne. Len 20% respondentov uviedlo, že cena, ktorú za ubytovanie zaplatili bola primeraná tomu, čo skutočne dostali. 40% si myslí, že len čiastočne a 40% uviedlo, že cena nezodpovedala tomu, čo im bolo ponúknuté. Väčšina respondentov platila za ubytovanie v hotovosti na mieste. Ako najzásadnejšie prednosti ubytovania uviedli respondenti blízkosť zastávky MHD. 60% respondentov uviedlo, že ubytovanie splnilo ich očakávanie a 40% je názoru, že ich očakávania nenaplnilo. Dôvodom bola potrebná rekonštrukcia a podľa ich názoru hotel nespĺňa 4 hviezdíčkové ocenenie.

Graf 9 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – ubytovacie služby (subjekt H)

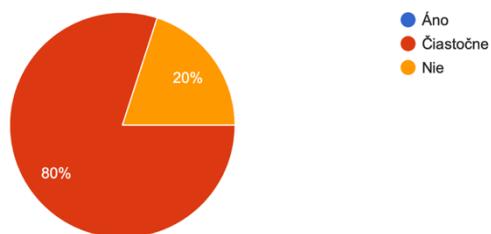
1. Prečo ste sa rozhodli vybrať si ubytovacie zariadenie v tejto lokalite mesta Bratislava? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



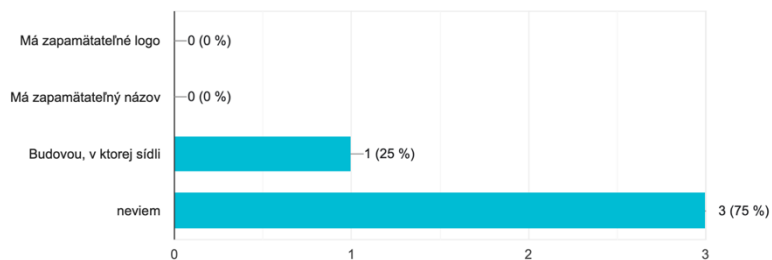
2. Bolo pre Vás jednoduché nájsť fyzicky toto ubytovacie zariadenie? (viditeľnosť názvu, navigácia...) (výber jednej z možností)

5 odpovedí



3. Čím je podľa Vás toto ubytovacie zariadenie najviac zapamätateľné? (výber z viacerých možností)

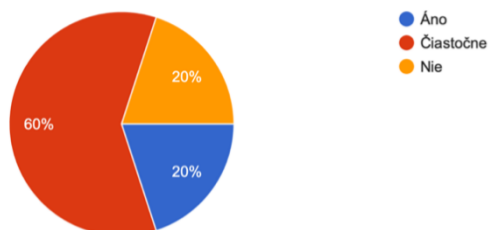
4 odpovede



1 respondent nechcel odpovedať

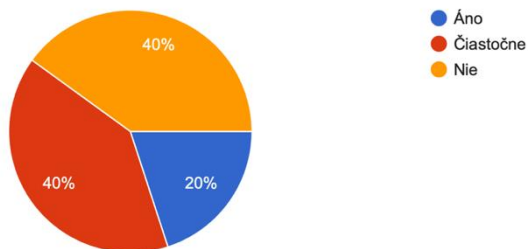
4. Bolo pre Vás technické vybavenie ubytovacieho zariadenia vyhovujúce? (zariadenie izieb) (výber jednej z možností)

5 odpovedí



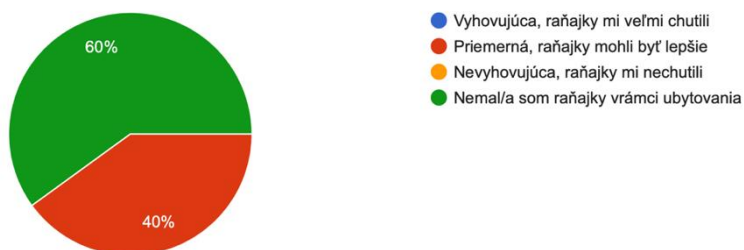
5. Boli podľa Vášho názoru izby dostatočne čisté? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



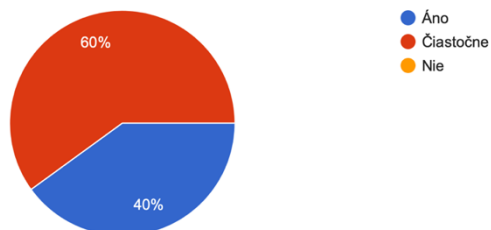
6. Aká bola podľa Vášho názoru chuť raňajok? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



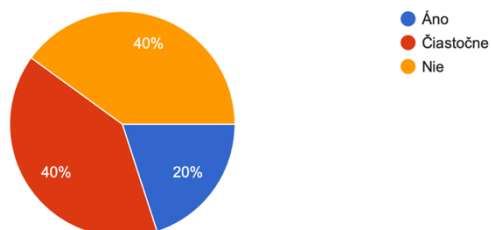
7. Bol personál ubytovacieho zariadenia ochotný a milý reagovať na Vaše požiadavky? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



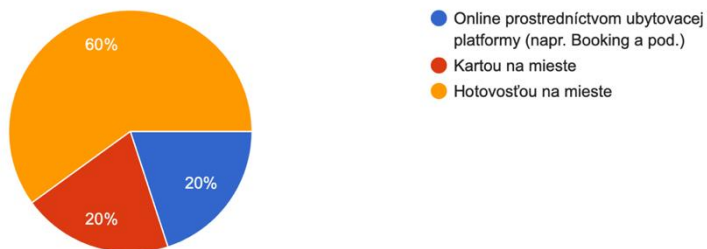
8. Bola podľa Vás cena za ubytovanie primeraná tomu, čo ste skutočne dostali? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



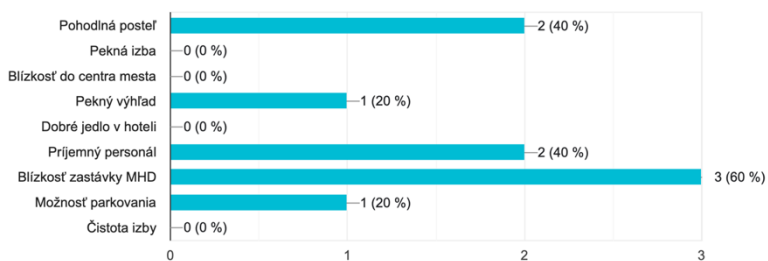
9. Akou formou ste platili za ubytovanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



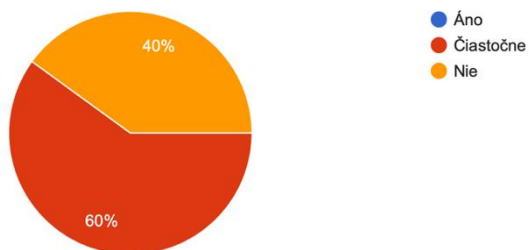
10. Čo boli podľa Vášho názoru najzásadnejšie prednosti ubytovacieho zariadenia, ktoré ste si vybrali? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



11. Splnilo ubytovanie Vaše očakávanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



12. Ak nie, aký bol dôvod? (uvedte slovnú odpoveď)

potrebná rekonštrukcia

nesplňa kritéria 4 hviezdikového hotela

Subjekt G

a) Popis subjektu

Subjekt G je situovaný priamo v centre mesta Bratislava, na námestí, v pešej blízkosti hlavných pamiatok mesta. Hotel je ľahko prístupný prostredníctvom MHD. Súčasťou hotela je bar, reštaurácia a kancelárske priestory. Hotel je známy najmä honosnou historickou budovou, v ktorej sa nachádza. Usporadúvajú sa tu konferencie a školenia či svadby.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 1 958 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 1 695 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	I	III	IIIIIIIIII
Čakacia doba	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený indikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť tovaru / služby		II	IIIIIIII
Prostredie (interiér, pohodlie, výhľad)			IIIIIIIIII
Prostredie (čistota izby)	II	I	IIIIIIIIII
Prostredie (lokalita)			IIIIIIIIII
Cena	I		III

Subjekt G návštevníci hodnotili prevažne pozitívne. Najčastejšie hodnotili ako pozitívne spokojnosť s ľudskými zdrojmi (ochotný personál), vysoké pohodlie (veľké izby, veľká posteľ, pohodlná posteľ), čisté izby, skvelá lokalita (pešia dostupnosť k hlavným pamiatkam mesta, hotel je orientovaný v srdci mesta Bratislava). Negatívnych názorov bolo len minimum (negatívny názor na skúmaný indikátor sa vždy nachádzal len ako jeden bod v rámci celkovej recenzie, ktorá bola prevažne pozitívna).

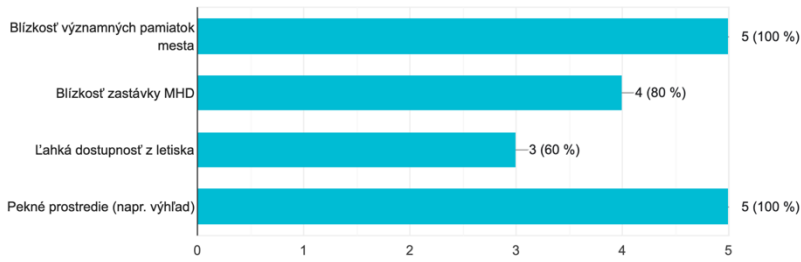
c) Dotazníkový prieskum

Väčšina respondentov sa rozhodla pre subjekt G najmä z dôvodu blízkosti hotela k významným pamiatkam mesta a pekného prostredia, kde sa hotel nachádza. Pre všetkých respondentov bolo jednoduché nájsť lokalitu, kde sa daný hotel nachádza, vyhovovala im technická kvalita izieb, izby boli čisté, chuť raňajok vyhovujúca, personál milý, cena za ubytovanie primeraná tomu, čo skutočne dostali a ubytovanie aj splnilo ich očakávanie. Pre respondentov je hotel najviac zapamätateľný vďaka svojmu názvu a budove, v ktorej sa nachádza. Väčšina respondentov platila za ubytovanie bankomatovou kartou na mieste. Ako najväčšiu prednosť hotela uviedli respondenti peknú izbu a blízkosť hotela do centra mesta.

Graf 10 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – ubytovacie služby (subjekt G)

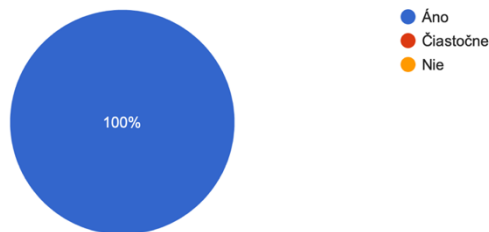
1. Prečo ste sa rozhodli vybrať si ubytovacie zariadenie v tejto lokalite mesta Bratislava? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



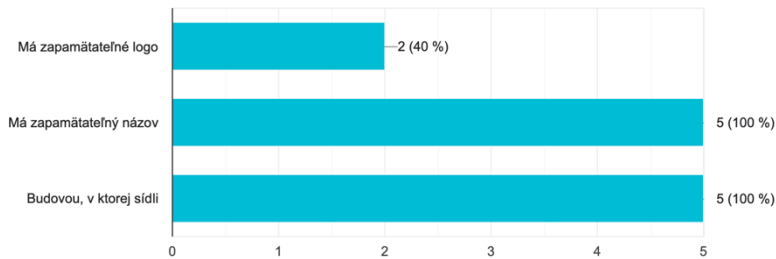
2. Bolo pre Vás jednoduché nájsť fyzicky toto ubytovacie zariadenie? (viditeľnosť názvu, navigácia...) (výber jednej z možností)

5 odpovedí



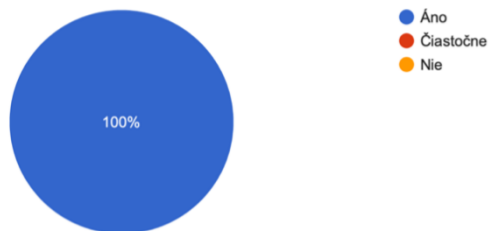
3. Čím je podľa Vás toto ubytovacie zariadenie najviac zapamätateľné? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



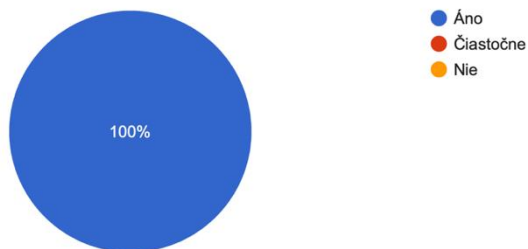
4. Bolo pre Vás technické vybavenie ubytovacieho zariadenia vyhovujúce? (zariadenie izieb) (výber jednej z možností)

5 odpovedí



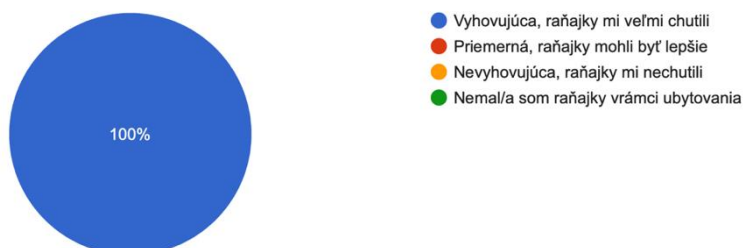
5. Boli podľa Vášho názoru izby dostatočne čisté? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



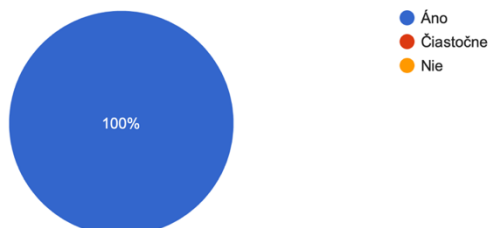
6. Aká bola podľa Vášho názoru chuť raňajok? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



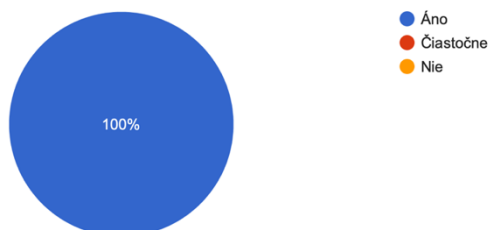
7. Bol personál ubytovacieho zariadenia ochotný a milý reagovať na Vaše požiadavky? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



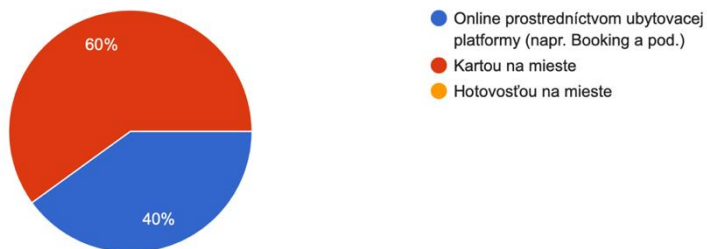
8. Bola podľa Vás cena za ubytovanie primeraná tomu, čo ste skutočne dostali? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



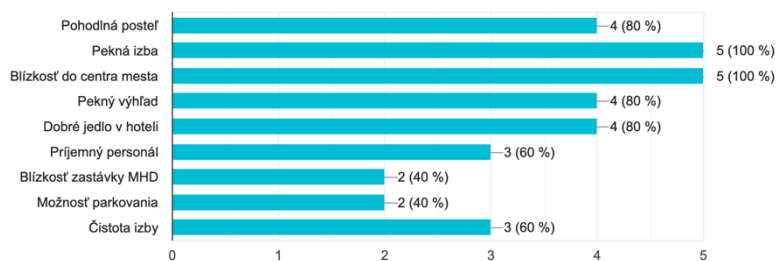
9. Akou formou ste platili za ubytovanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



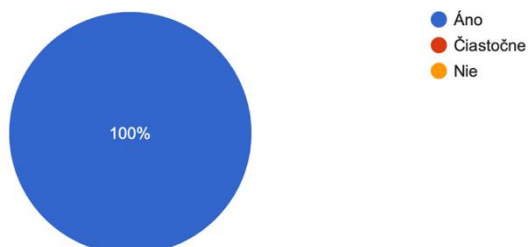
10. Čo boli podľa Vášho názoru najzásadnejšie prednosti ubytovacieho zariadenia, ktoré ste si vybrali? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



11. Splnilo ubytovanie Vaše očakávanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



12. Ak nie, aký bol dôvod? (uveďte slovnú odpoveď)

- bez odpovede

Subjekt H

a) Popis subjektu

Subjekt H je situovaný priamo na brehu rieky Dunaj, v centre mesta Bratislava. Budova hotela prešla výraznou obnovou a zmenila svoj vzhľad, pričom budova vyvoláva diskusiu odbornej aj laickej verejnosti. Súčasťou budovy je reštaurácia či nočný klub. Hotel je ľahko dostupný pešo aj prostredníctvom MHD.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,2/5,0 hviezdíčiek na základe 1 300 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,0/5,0 hviezdíčiek na základe 572 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	II	I	IIIIIIII
Čakacia doba	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť tovaru / služby	III	II	IIIIIIIIII
Prostredie (interiér, pohodlie, vzhľad)	IIIIIIIIII	I	III
Prostredie (čistota izby)			IIIIIIII
Prostredie (lokalita)			IIIIIIIIIIII
Cena	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		

Návštevníci subjekt H hodnotili aj pozitívne aj negatívne. Recenzenti hodnotili pozitívne najmä lokalitu hotela, ktorý je situovaný priamo v centre mesta medzi riekou Dunaj, Bratislavským hradom a námestím. Spokojnosť vyjadrili taktiež s chuťou jedla (chutné raňajky) a čistotou izby či spokojnosťou s personálom. Väčšina negatívnych recenzií, ktoré boli k ubytovaciemu zariadeniu uverejnené sa týkali vysokej hlučnosti, a to najmä z nočného klubu (basy z hudby sa nesú stenami, návštevníci celú noc počujú dunenie, je ťažké zaspáť, nemôžu si otvoriť okno a pod.), hlučnosť taktiež uvádzali medzi izbami navzájom (chýba odhlučnenie izbových stien a dverí).

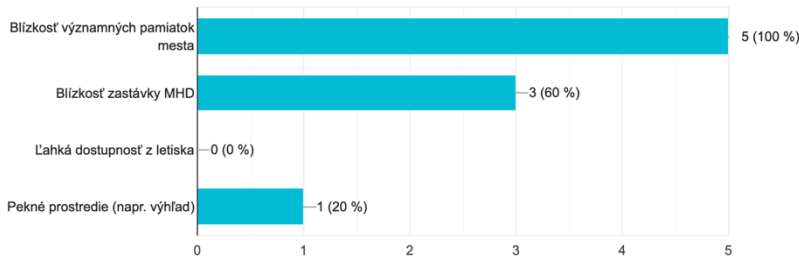
c) Dotazníkový prieskum

Respondenti si vybrali subjekt H najmä z dôvodu blízkosti hotela k významným pamiatkam mesta. 75% respondentov uviedlo, že bolo pre nich jednoduché nájsť, kde sa hotel v rámci mesta nachádza, 25% uviedlo, že len čiastočne jednoduché. Podľa respondentov je hotel najviac zapamätateľný svojím názvom. Pre 60% respondentov bolo technické vybavenie izieb vyhovujúce, pre 40% len čiastočne vyhovujúce. 80% respondentov uviedlo, že izby boli čisté, 20% si myslí, že boli čiastočne čisté. Chuť raňajok vyhovovala 80% respondentov, podľa 20% respondentov bola chuť raňajok priemerná. 60% respondentov si myslí, že personál hotela bol milý, 40% uviedlo, že len čiastočne. Pre 80% respondentov je cena za ubytovanie primeraná tomu, čo v skutočnosti dostali, 20% si myslí, že len čiastočne primeraná. Väčšina respondentov platila za ubytovanie prostredníctvom ubytovacej platformy. Ako najzásadnejšie prednosti hoteli uviedli respondenti pohodlnú posteľ a blízkosť do centra mesta. 80% respondentov je názoru, že ubytovanie splnilo jeho očakávania, 20% respondentov hotel nespĺnil očakávania. Ako dôvod uviedli, že bol príliš hlučný.

Graf 11 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – ubytovacie služby (subjekt H)

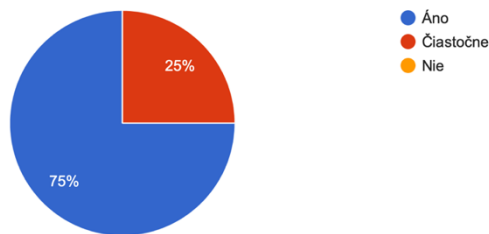
1. Prečo ste sa rozhodli vybrať si ubytovacie zariadenie v tejto lokalite mesta Bratislava? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



2. Bolo pre Vás jednoduché nájsť fyzicky toto ubytovacie zariadenie? (viditeľnosť názvu, navigácia...) (výber jednej z možností)

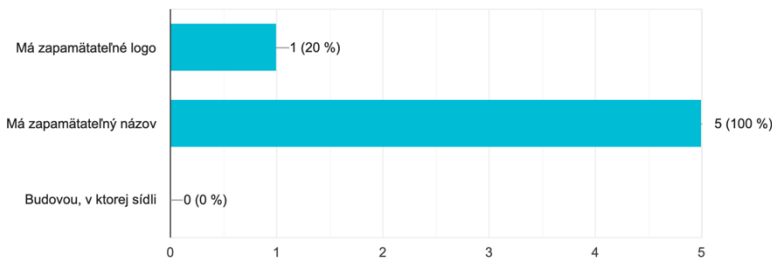
4 odpovede



1 respondent nevedel odpovedať

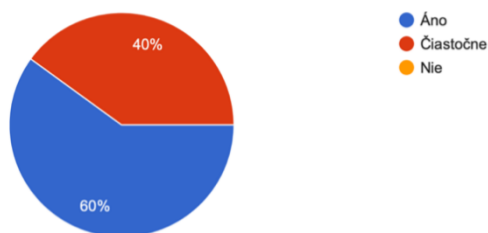
3. Čím je podľa Vás toto ubytovacie zariadenie najviac zapamätateľné? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



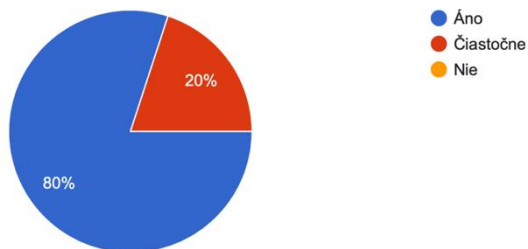
4. Bolo pre Vás technické vybavenie ubytovacieho zariadenia vyhovujúce? (zariadenie izieb) (výber jednej z možností)

5 odpovedí



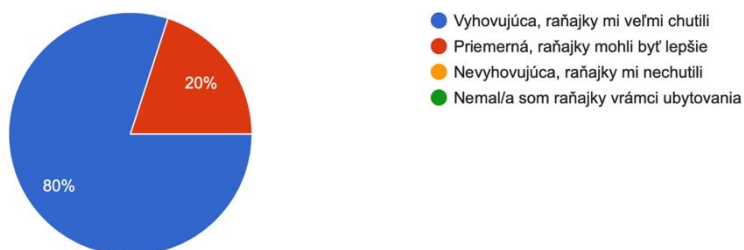
5. Boli podľa Vášho názoru izby dostatočne čisté? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



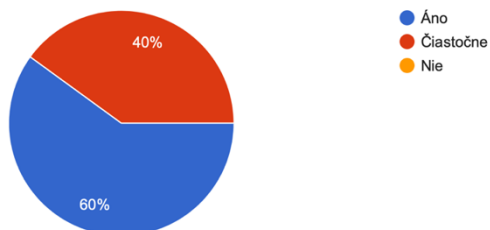
6. Aká bola podľa Vášho názoru chuť raňajok? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



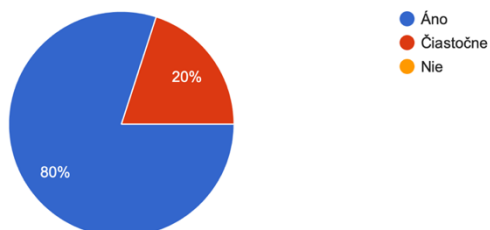
7. Bol personál ubytovacieho zariadenia ochotný a milý reagovať na Vaše požiadavky? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



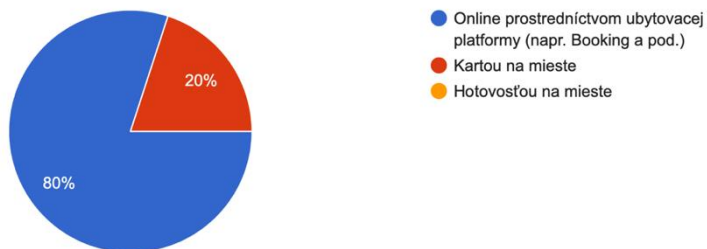
8. Bola podľa Vás cena za ubytovanie primeraná tomu, čo ste skutočne dostali? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



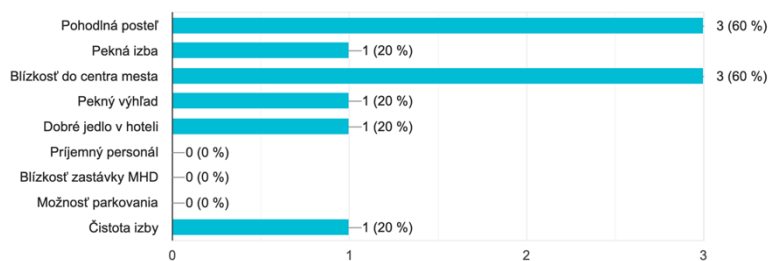
9. Akou formou ste platili za ubytovanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



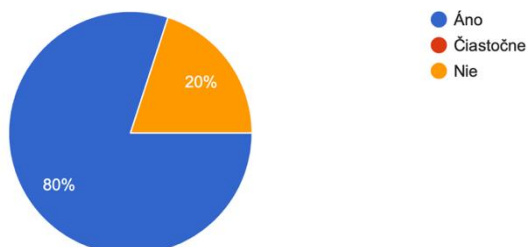
10. Čo boli podľa Vášho názoru najzásadnejšie prednosti ubytovacieho zariadenia, ktoré ste si vybrali? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



11. Splnilo ubytovanie Vaše očakávanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



12. Ak nie, aký bol dôvod? (uvedte slovnú odpoveď)
hlučné miesto

Subjekt I

a) Popis subjektu

Subjekt sa nachádza v širšom centre mesta Bratislava, približne 15 minút cestou MHD. Hotel je súčasťou komplexu budov nákupného centra a je pokladaný skôr za business hotel. Budova svojim vzhľadom pôsobí moderne a decentne. Z hotela sa naskytajú výhľady na panorámu Malých Karpát, Kamzík či okolité centrum mesta.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,6/5,0 hviezdíčiek na základe 1 689 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 703 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	I		IIII
Čakacia doba	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť tovaru / služby	IIII	III	IIIIIIII
Prostredie (interiér, pohodlie, výhľad)	III		IIIIIIII
Prostredie (čistota izby)	II		IIIIIIII
Prostredie (lokalita)			IIII
Cena	II		

Návštevníci v Subjekte I hodnotili pozitívne prevažne polohu hotela, a to z dôvodu blízkosti nákupného centra, čo pokladali za pridanú hodnotu. Návštevníci boli skôr spokojní s ľudskými zdrojmi, s tovarom / službou, interiérom, pohodlím, výhľadom aj čistotou hotela. Návštevníci hodnotili negatívne prístup k bazénu a wellness (to, že sú súčasťou hotela pokladajú za klamlivú informáciu, nakoľko sa nachádzajú ako súčasť nákupného centra, takže musia prejsť do inej časti budovy).

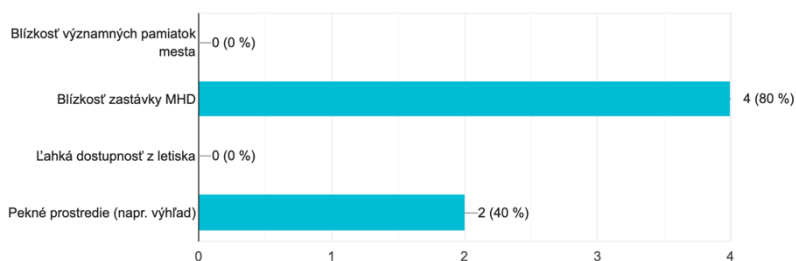
c) Dotazníkový prieskum

Väčšina respondentov si subjekt I vybral z dôvodu blízkosti zastávky MHD. 40% respondentov uviedlo, že bolo pre nich ľahké nájsť hotel v rámci mesta, 20% uviedlo, že len čiastočne jednoduché a 40% uviedlo, že to bolo náročné. Respondenti uviedli, že ubytovacie zariadenie je podľa ich názoru najviac zapamätateľné vďaka obchodnému centru, v blízkosti ktorého sa nachádza. 70 % respondentov je názoru, že technické vybavenie izieb je vyhovujúce, 30% si myslí, že len čiastočne. Všetci respondenti uviedli, že izby boli dostatočne čisté. Chuť raňajok pokladá za vyhovujúcu 40% respondentov, ďalších 40% si myslí, že sú priemerné a 20% nemalo v rámci ubytovania raňajky. 80% respondentov uviedlo, že personál hotela bol milý, 20% že len čiastočne. Všetci respondenti uviedli, že cena za ubytovanie bola primeraná a hotel splnil ich očakávanie. Väčšina respondentov platila za ubytovanie bankomatovou kartou na mieste. Ako najväčšiu prednosť hotela uviedli pohodlnú posteľ, pekný výhľad a blízkosť zastávky MHD.

Graf 12 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – ubytovacie služby (subjekt I)

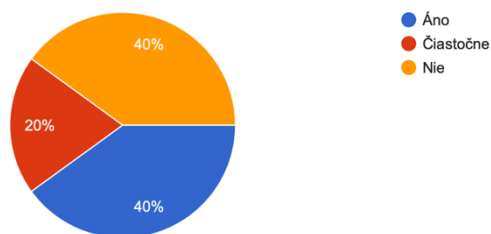
1. Prečo ste sa rozhodli vybrať si ubytovacie zariadenie v tejto lokalite mesta Bratislava? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



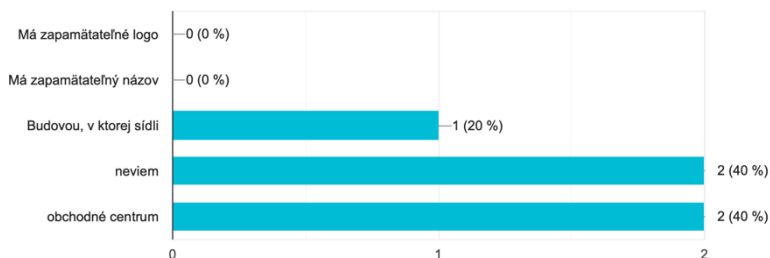
2. Bolo pre Vás jednoduché nájsť fyzicky toto ubytovacie zariadenie? (viditeľnosť názvu, navigácia...) (výber jednej z možností)

5 odpovedí

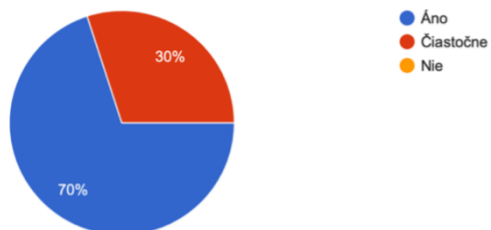


3. Čím je podľa Vás toto ubytovacie zariadenie najviac zapamätateľné? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí

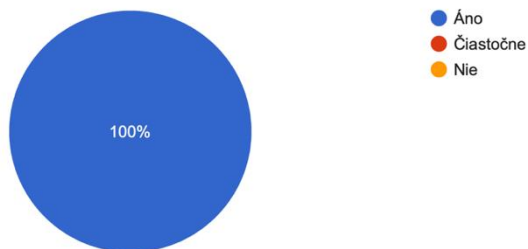


4. Bolo pre Vás technické vybavenie ubytovacieho zariadenia vyhovujúce? (zariadenie izieb) (výber jednej z možností)



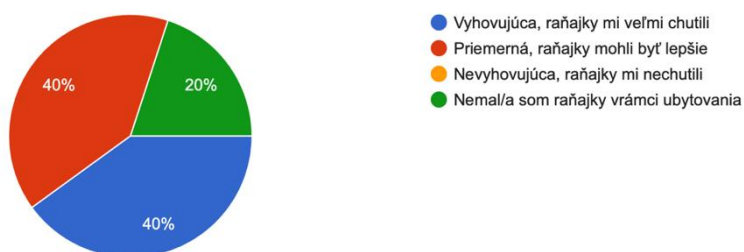
5. Boli podľa Vášho názoru izby dostatočne čisté? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



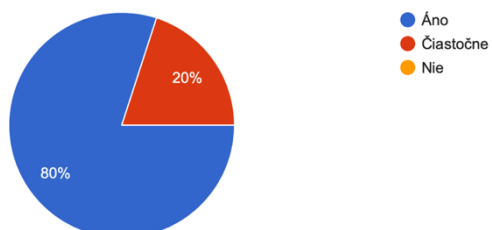
6. Aká bola podľa Vášho názoru chuť raňajok? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



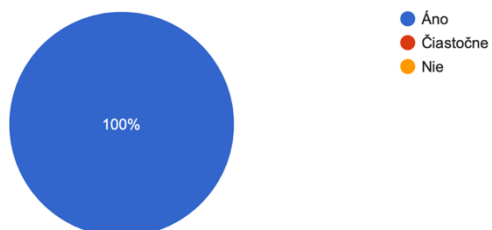
7. Bol personál ubytovacieho zariadenia ochotný a milý reagovať na Vaše požiadavky? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



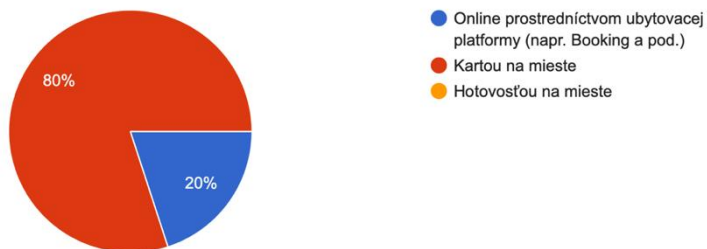
8. Bola podľa Vás cena za ubytovanie primeraná tomu, čo ste skutočne dostali? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



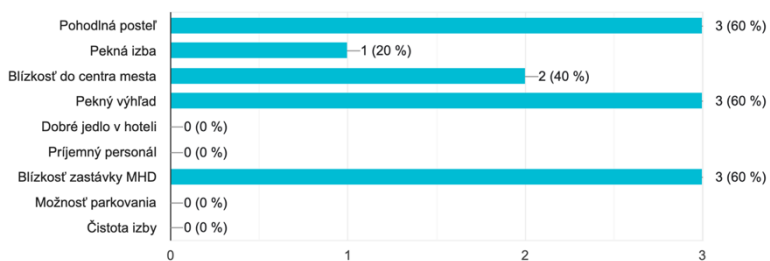
9. Akou formou ste platili za ubytovanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



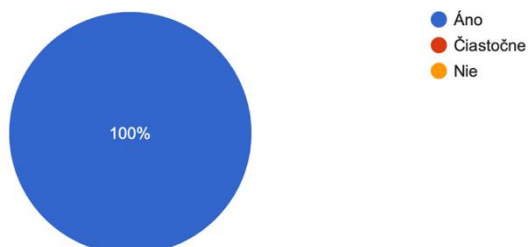
10. Čo boli podľa Vášho názoru najzásadnejšie prednosti ubytovacieho zariadenia, ktoré ste si vybrali? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



11. Splnilo ubytovanie Vaše očakávanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



12. Ak nie, aký bol dôvod? (uvedte slovnú odpoveď)

- bez odpovede

Subjekt J

a) Popis subjektu

Subjekt J je situovaný v blízkosti železničnej stanice a ponúka najmä ubytovacie služby. Návštevníci vyhľadávajú tento hotel najmä z dôvodu ľahkej dostupnosti verejnou dopravou, pričom centrum mesta je vzdialené približne 5 minút prostredníctvom MHD, či 10 minút pešou chôdzou.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 1 501 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 2 026 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi		I	IIIIIIII
Čakacia doba	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť tovaru / služby	I		IIIIII
Prostredie (interiér, pohodlie, výhľad)			IIIIII
Prostredie (čistota izby)			IIIIII
Prostredie (lokalita)			IIIIIIIIII
Cena	I		I

Subjekt J recenzenti hodnotili veľmi pozitívne, pričom najčastejšie hodnotili pozitívne lokalitu hotela (blízkosť vlakovej stanice, jednoduchá dostupnosť, blízkosť hlavného ťahu von z mesta), spokojnosť tovaru / služby (najmä chutné raňajky), pekné izby, pohodlné postele a v neposlednom rade návštevníci vyjadrili aj spokojnosť s ľudskými zdrojmi (milý a ochotný personál).

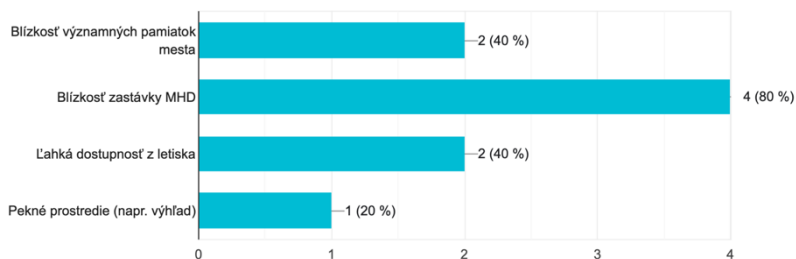
c) Dotazníkový prieskum

Väčšina respondentov si vybrala subjekt J z dôvodu blízkosti zastávky MHD. Pre všetkých respondentov bolo jednoduché nájsť polohu hotela. Respondenti uviedli, že hotel je pre nich najviac rozpoznateľný z dôvodu jeho názvu. Technické vybavenie izieb bolo vyhovujúce pre 80% respondentov, 20% uviedlo, že len čiastočne vyhovujúce. Čistota izieb bola vyhovujúca pre 80% respondentov, 20% uviedlo, že len čiastočne. Chuť raňajok bola vyhovujúca pre 40% respondentov, pričom 40% uviedlo, že bola priemerná (20% respondentov nemalo raňajky v rámci ubytovania). Všetci respondenti uviedli, že bol personál milý. 80% respondentov pokladá cenu ubytovania za primeranú tomu, čo skutočne dostali a 20% si myslí, že len čiastočne. Väčšina respondentov platila za ubytovanie prostredníctvom online ubytovacej platformy. Ako najzásadnejšie prednosti hotela pokladajú respondenti blízkosť do centra mesta a čistota izby. 80% je názoru, že ubytovanie splnilo ich očakávanie.

Graf 13 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – ubytovacie služby (subjekt J)

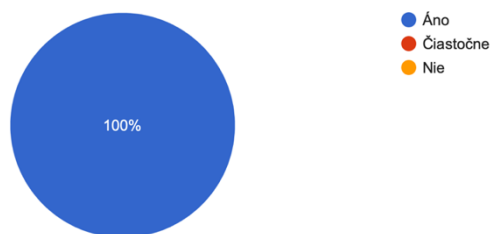
1. Prečo ste sa rozhodli vybrať si ubytovacie zariadenie v tejto lokalite mesta Bratislava? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí

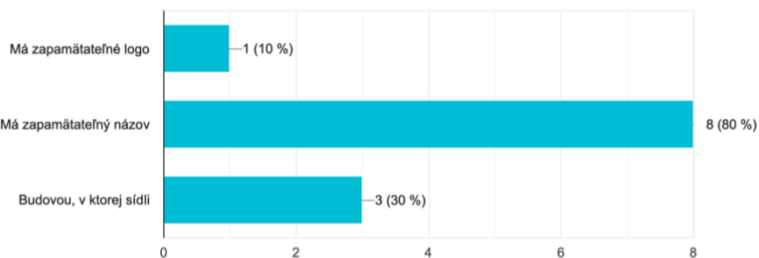


2. Bolo pre Vás jednoduché nájsť fyzicky toto ubytovacie zariadenie? (viditeľnosť názvu, navigácia...) (výber jednej z možností)

5 odpovedí

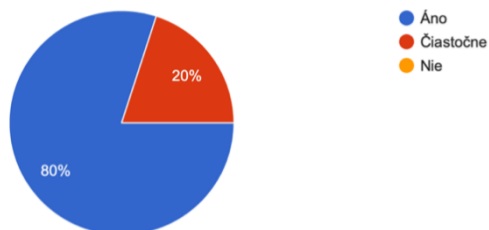


3. Čím je podľa Vás toto ubytovacie zariadenie najviac zapamätateľné? (výber z viacerých možností)



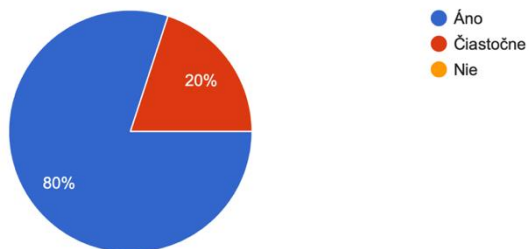
4. Bolo pre Vás technické vybavenie ubytovacieho zariadenia vyhovujúce? (zariadenie izieb) (výber jednej z možností)

5 odpovedí



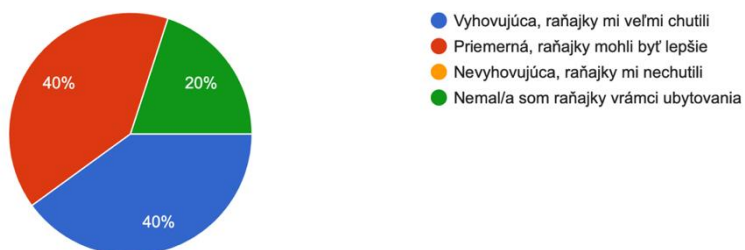
5. Boli podľa Vášho názoru izby dostatočne čisté? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



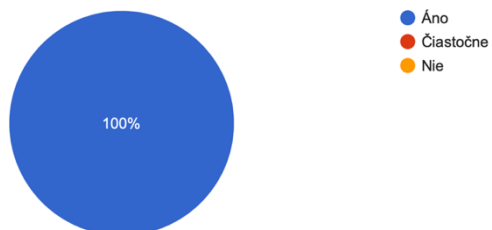
6. Aká bola podľa Vášho názoru chuť raňajok? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



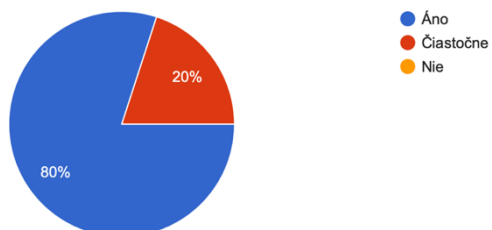
7. Bol personál ubytovacieho zariadenia ochotný a milý reagovať na Vaše požiadavky? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



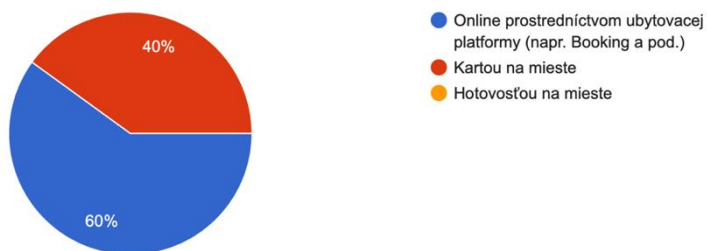
8. Bola podľa Vás cena za ubytovanie primeraná tomu, čo ste skutočne dostali? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



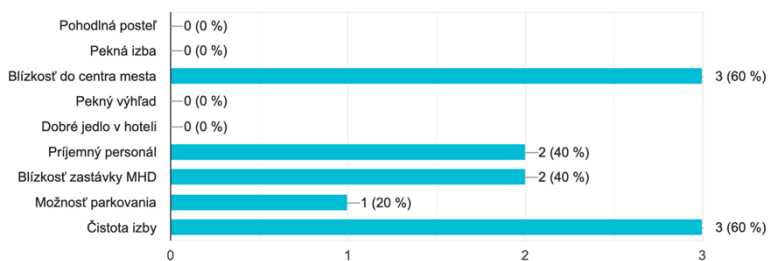
9. Akou formou ste platili za ubytovanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



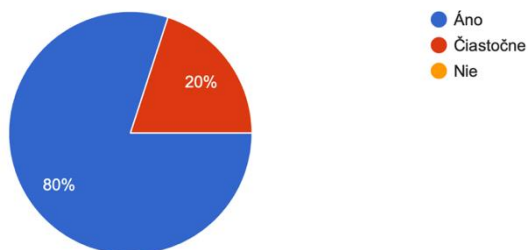
10. Čo boli podľa Vášho názoru najzásadnejšie prednosti ubytovacieho zariadenia, ktoré ste si vybrali? (výber z viacerých možností)

5 odpovedí



11. Splnilo ubytovanie Vaše očakávanie? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



12. Ak nie, aký bol dôvod? (uveďte slovnú odpoveď)

- bez odpovede

STRAVOVACIE SLUŽBY

V rámci sekcie „stravovacie služby“ bolo analyzovaných 10 subjektov, u ktorých existuje predpoklad, že sú vyhľadávané turistami mesta Bratislava. Subjekty sa zameriavajú predovšetkým na kuchyňu, ktorá je typická nie len pre Slovensko, ale aj bývalé Rakúsko-Uhorsko, či samotný Prešporok. Množstvo z analyzovaných subjektov nie je len zosobnením zážitku z gastronómie, ale poskytujú aj zážitok z výhľadu na Bratislavu, okolité susediace štáty či rozmanitú prírodu Malých Karpát a Podunajskej nížiny.

1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: MYSTERY SHOPPING A ANALÝZA RECENZIÍ

Pre oblasť stravovacie služby bola ako metóda skúmania kvality služieb cestovného ruchu zvolená metóda mystery shopping. Mystery shopping prebiehal v každej z analyzovaných prevádzok jeden krát. Výskumník mal vopred pripravený dotazník, ktorý vyplnil ihneď po skúmaní daného subjektu aby došlo k čo možno najkomplexnejšiemu zachyteniu skúseností z danej prevádzky. Skúmanými kritériami v dotazníku boli nasledovné indikátory/kritéria:

- a) **Umiestnenie a viditeľnosť subjektu.** Predmetom skúmania bola najmä lokácia samotného subjektu v rámci mesta Bratislava (napr. blízkosť navštevovaných pamiatok, rušné námestia a bulváre a pod.)
- b) **Rozpoznateľnosť subjektu.** Predmetom skúmania bola najmä identita subjektu, ktorá môže byť prezentovaná napr. prostredníctvom maskota, loga, uniformy či iných rozpoznateľných prvkov, ktoré subjekt odlišia od iných subjektov.
- c) **Technická kvalita.** Predmetom skúmania technickej kvality bolo najmä zameranie sa na vybavenie interiéru a exteriéru subjektu (nábytok, čistota tanierov a príborov, pohodlie, a iné), ako aj na doplnkové služby (či sú k dispozícii servítky, dochucovadlá – soľ, korenie, olej, ocot)
- d) **Funkčná kvalita.** Predmetom skúmania funkčnej kvality bolo cieľom sa zamerať najmä na samotnú spokojnosť ako s ľudskými zdrojmi, tak s ponúkaným tovarom/službou. Dôležitým kritériom bola v tomto prípade najmä čakacia doba, chuť objednaného jedla a nápojov, a ochota personálu.
- e) **Predaj, platba, reklamácie.** Predmetom skúmania bolo najmä zistiť aké možnosti platby podnik ponúka, ako aj to, či zákazník obdrží pokladničný doklad. Nakoľko bola

počas skúmania objednávka vždy v takom stave, ako sme si objednali, službu reklamácie sme nevyužili.

Pre každé stravovacie zariadenie bolo vybraných 40 textových recenzií od recenzentov, a to náhodným výberom zo súboru recenzií na platforme Google a Tripadvisor. Recenzie boli následne analyzované a skúmané, pričom k vopred stanoveným identifikátorom sa pridelovali hodnoty (nevyhovujúce, čiastočne vyhovujúce a vyhovujúce). Identifikátory, ktoré boli v rámci recenzií skúmané sú:

- a) **Spokojnosť s ľudskými zdrojmi.** Skúmaný bol dojem zákazníka zo správania zamestnanca subjektu voči nemu samotnému (pozdrav, ochota, odporúčanie z jedálneho lístka, možnosť spojiť stoly, možnosť platiť osobitne, a pod.)
- b) **Čakacia doba.** Skúmaný bol dojem zákazníka z dĺžky čakacej doby (akceptovateľná, neakceptovateľná – príliš dlhá)
- c) **Spokojnosť tovaru/služby.** Skúmaný bol dojem zákazníka z chuti jedla, nápojov, konzistencie a štruktúry jedál, a pod.
- d) **Prostredie (interiér, lokalita).** Skúmaný bol dojem zákazníka z dostupnosti do daného subjektu, interiér, pohodlie, zápach/vôňa, výhľad, hlučnosť a pod.
- e) **Cena.** Skúmaný bol dojem zákazníka z výšky ceny za to, čo si zakúpil, najmä, či výška ceny zodpovedala tomu, čo očakával, že za ňu dostane.

2. VÝSLEDKY VÝSKUMU

Na základe vykonanej metódy skúmania mystery shopping je možné konštatovať, že všetky skúmané subjekty mali svoje prednosti aj nedostatky. Základným nedostatkom väčšiny skúmaných subjektov nedostatočný marketing a záujem obsluhy v otázkach „Prajete si ešte niečo ďalšie k objednávke?“ a „Ste spokojný?“, „Chutilo Vám?“. Tieto nedostatky však zásadne neovplyvňujú samotnú spokojnosť zákazníka so subjektom. V zásadných faktoroch ako „čistota tanierov, pohárov a príborov“, „Bola objednávka doručená, tak ako som si objednal?“ si subjekty viedli výborne. V indikátore „čistota interiéru a exteriéru“ bol v prípade dvoch subjektov (Subjekt F a Subjekt I) identifikovaný nedostatok, a to najmä lepkavé stoly a kúsky jedla na zemi. Spokojnosť s personálom bola až na jeden subjekt (Subjekt A) výborná. Dĺžka čakacej doby bola výraznejšia v prípade štyroch subjektov (Subjekt A, Subjekt B, Subjekt F, Subjekt I). Dlhá čakacia doba sa prejavila najmä v úvode návštevy subjektu, kedy bolo potrebné

čakať na to, kým obsluha zaregistruje príchod návštevníka a v závere, keď malo dôjsť k úhrade objednávky. Pozitívnym zistením bolo, že len v jednom prípade bola chuť jedla a nápojov nevyhovujúca (Subjekt A). Ceny boli v subjektoch vzhľadom na ich polohu (väčšina bola v priamom centre mesta) adekvátne a primerané. V prípade dvoch Subjektov bola cena vysoká (Subjekt A, kde cena nezodpovedala kvalite a Subjekt H, kde bolo síce jedlo kvalitné, ale cenovo pre väčšinu ľudí nedostupné).

Na základe analýzy recenzií je predpoklad, že najväčším problémom skúmaných prevádzok sú ľudské zdroje. Najvýraznejší problém s obsluhou mali respondenti napr. v Subjekte A a Subjekte F. Problematická bola taktiež čakacia doba na jedlo, účet, ale aj kým návštevníkov obsluha v prevádzke vôbec prvý krát zaregistruje. Tento nedostatok bol identifikovaný najmä v Subjekte A, Subjekte B a Subjekte F. Cena bola problematická najmä v prípade Subjektu E a v Subjekte H, pričom respondentov nahnevalo, že musia platiť za vstup do budovy (aj v prípade, že niečo skonzumujú v reštaurácii). Respondenti hodnotili vysokú spokojnosť najmä v aspekte prostredie (pekný výhľad) a spokojnosť s tovarom/službou (chuť jedla, nápojov).

Katégoriea	Indikátor	Subjekt A	Subjekt B	Subjekt C	Subjekt D	Subjekt E	Subjekt F	Subjekt G	Subjekt H	Subjekt I	Subjekt J
Umiestnenie a visibilita	Pešia dostupnosť od centra mesta do 15 min.	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
	MHD dostupnosť od centra mesta	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Jednoduchá viditeľnosť subjektu	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Rozpoznateľnosť subjektu	Viditeľné marketingové prvky (maskot, a pod.)	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗
Technická kvalita	Vyhovujúca technická kvalita zariadenia	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Čistota tanierov, pohárov, príborov, stola	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Čistota interiéru a exteriéru	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓
	Servítky k dispozícii	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Dochucovadlá k dispozícii	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Funkčná kvalita	Spokojnosť s personálom	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Dĺžka čakacej doby	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓
	Bola objednávka doručená tak ako sme si objednali?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Odporúčila obsluhu aj niečo ďalšie k objednávke?	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✗
	Chuť tovaru	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Zaujímala sa obsluha či sme spokojní s objednávkou?	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✗
	Je cena primeraná vzhľadom na to, čo zákazník dostane?	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
Predaj, platba	Platba možná aj bank. kartou	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Pokladničný doklad	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Subjekt A

a) Popis subjektu

„Subjekt A“ je spojením kaviarne a cukrárne. Zameriava sa na predaj kávy, čaju, čokolády, dezertov, ale zákazník si môže zakúpiť aj drobné jedlo vhodné ako raňajky či brunch. Subjekt ponúka aj vegánske alternatívy surovín. Subjekt má viacero prevádzok v centre mesta, najmä kamenné predajne, ale disponuje aj prevádzkou v nákupnom centre. Prevádzky sú aj franchise typom podniku.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google 4,1/5,0 (608 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor 4,0/5,0 (221 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	IIIIIIIIIIII		IIIIIIIIII
Čakacia doba	IIIIIIII		I
Spokojnosť tovaru / služby	IIIIIIII	III	IIIIIIIIIIII
Prostredie (interiér, lokalita)	I		IIIIIIII
Cena	III		I

c) Mystery shopping

Z recenzií zákazníkov je zrejmé, že najväčším problémom prevádzky je dlhá čakacia doba na objednaný produkt. Naopak, najväčším plusom prevádzky je prívetivé prostredie. Spokojnosť s ľudskými zdrojmi a spokojnosť s tovarom je veľmi individuálna na základe skúsenosti každého návštevníka, pričom je možné hodnotiť, že zákazníci sú s personálom skôr nespokojní a s tovarom skôr spokojní.

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je situovaný vhodne, priamo na rušnom bulvári v centre mesta s dobrou pešou a MHD dostupnosťou od hl. pamiatok mesta visibilita vysoká
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> jasná a rozpoznateľná identita silná marketingová prezentácia loga, maskota a rôznych prvkov identity
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> vyhovujúca technická kvalita zariadenia čisté tanieri, poháre, príbory obrúsky k dispozícii dochucovadlá nie sú k dispozícii (soľ, korenie, olej a pod.), po vyžiadaní áno moderné technické zázemie, moderný interiér čistota v interiéri aj exteriéri
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> nedostatočná interakcia personálu dlhá čakacia doba nedostatočný prehľad o ponúkaných produktoch objednávka bola doručená presne tak ako sme si objednali chuť kávy podpriemerná (chýba barista), chuť dezertu priemerná ceny vysoké v pomere k tomu, čo zákazník skutočne dostane obsluha neponúkla nič ďalšie k objednávke obsluha sa nepýtala či sme spokojní produkty nespĺnili očakávanie
Dostupnosť služieb	<ul style="list-style-type: none"> je možná rezervácia
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> podnik umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (kartou, mobil) obdržali sme pokladničný doklad

Subjekt B

a) Popis subjektu

Subjekt B je veľkokapacitnou reštauráciou, ktorá sa primárne zameriava na tradičnú slovenskú kuchyňu a pokrmy k pivu a disponuje taktiež vlastným pivovarom. Poloha reštaurácie je situovaná v centre mesta a na prvý pohľad zaujme najmä svojim netradičným honosným interiérom.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google 4,2/5,0 (5 212 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor 4,0/5,0 (1 801 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	IIIIIIIIII	II	IIIIIIIIII
Čakacia doba	IIIIIIII		IIIIIIII
Spokojnosť tovaru / služby	III	IIII	IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Prostredie (interiér, lokalita)		IIII	IIIIIIIIII
Cena			II

c) Mystery shopping

Vo všeobecnosti zákazníci vnímali pozitívne najmä spokojnosť s jedlom a pivom ako aj dobový interiér reštaurácie. S ľudskými zdrojmi sú zákazníci skôr spokojní. Nespokojnosť nastala zväčša v príchode, kedy si ich personál dlho nevšimol. Aspekt ceny sa v recenziách vyskytoval len minimálne, avšak je možné konštatovať, že zákazníci sú spokojní s cenovou politikou prevádzky.

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je situovaný v blízkosti námestia, nie veľmi viditeľne, avšak s dobrou pešou a MHD dostupnosťou od hl. pamiatok mesta visibilita nízka (subjekt je za stromami)
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je rozpoznateľný najmä svojim špecifickým honosným interiérom subjekt nemá rozpoznateľné marketingové prvky
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> historické dobové zázemie vyhovujúca technická kvalita zariadenia čisté tanieri, poháre, príbory obrúsky k dispozícii dochucovadlá k dispozícii (soľ, korenie, olej a pod.) čistota interiéru aj exteriéru chýba bezbariérový prístup napr. na toalety nedostatočný počet toaliet vzhľadom na počet miest na sedenie hluk v miestnosti
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> dlhá čakacia doba (ak je zákazník bez rezervácie) milý personál krátka čakacia doba objednávka bola doručená presne tak ako sme si objednali chuť piva výborná (subjekt disponuje aj vlastným pivovarom) chuť jedla výborná ceny adekvátne obsluha neponúkla nič ďalšie k objednávke obsluha sa nepýtala či sme spokojní produkty splnili očakávanie
Dostupnosť služieb	<ul style="list-style-type: none"> je možná rezervácia
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> podnik umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (kartou, mobil) obdržali sme pokladničný doklad

Subjekt C

a) Popis subjektu

Subjekt C sa zameriava na prípravu a predaj prešporskej kuchyne z čias Rakúsko-Uhorsko. Tradičné dobové priestory s veľkými oknami s výhľadom na bratislavské Hviezdoslavovo námestie prenesie zákazníkov do minulých storočí. Zákazníci si môžu objednať tradičné hlavné jedlá ako napr. guláš, rezeň či bravčové koleno a z dezertov napr. obľúbené Somló halušky.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google 4,4/5,0 (885 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor 4,0/5,0 (534 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	IIIIIIII	III	IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Čakacia doba	II	I	III
Spokojnosť tovaru / služby	IIIIIIII	III	IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Prostredie (interiér, lokalita)	I		IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Cena	IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII	II	IIIIIIII

c) Mystery shopping

Subjekt C mal prevažne kladné a neutrálne hodnotenia spomedzi recenzií zverejnených na rôznych portáloch. Zákazníci považujú za najprínosnejšie najmä pozitívnu spokojnosť s chuťou jedla, obsluhou a prostredím reštaurácie. Cenovú reláciu reštaurácie hodnotia zákazníci v pomere 50:50. Čakacia doba na jedlo je skôr priaznivá.

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a vizibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je situovaný priamo na námestí v centre mesta s dobrou pešou a MHD dostupnosťou od hlavných pamiatok mesta vizibilita nízka (za stromami)
Rozpoznatelnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je rozpoznateľný najmä svojim dobovým interiérom subjekt nemá rozpoznateľné marketingové prvky
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> historické dobové zázemie vyhovujúca technická kvalita zariadenia čisté tanier, poháre, príbory obrúsky k dispozícii dochucovadlá k dispozícii (soľ, korenie, olej a pod.) čistota interiéru aj exteriéru pekné veľké okná smerujúce na promenádu námestia
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> krátka až primeraná čakacia doba odporúča sa vytvorenie rezervácie stola milý personál objednávka bola doručená presne tak, ako sme si objednali chuť piva výborná chuť jedla výborná ceny vyššie, avšak vzhľadom na polohu reštaurácie primerané (v porovnaní s inými reštauráciami, s ktorými susedí) obsluha ponúkla aj ďalšie možnosti k objednávke (šalát, dresing, dezert) obsluha sa pýtala či sme spokojní produkty splnili očakávanie
Dostupnosť služieb	<ul style="list-style-type: none"> je možná rezervácia
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> podnik umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom) obdržali sme pokladničný doklad

Subjekt D

a) Popis subjektu

Subjekt D je situovaný priamo na rušnej promenáde rieky Dunaj, v bratislavskom Starom Meste. Zákazníci si môžu v podniku vychutnať nie len občerstvenie, ale aj kávu či iné nápoje. Objekt taktiež ponúka predaj suvenírov so slovenskou tematikou. Cieľom subjektu je propagácia lokálnych umelcov a dizajnérov, hmotného a nehmotného kultúrneho dedičstva s posedením pri káve a občerstvením.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google 4,2/5,0 (88 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (nedostupné)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	IIIIII		IIIIIIIIII
Čakacia doba	I	I	I
Spokojnosť tovaru / služby	IIII	III	IIIIIIIIII
Prostredie (interiér, lokalita)	I		IIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Cena	III		

c) Mystery shopping

Subjekt D mal prevažne kladné hodnotenia zverejnené od zákazníkov. Najväčšiu spokojnosť zákazníci vyjadrili s prostredím, kde oceňovali najmä výhľad zo samotnej reštaurácie (kaviarne), ale aj celkovú polohu v blízkosti rieky Dunaj. Zákazníci taktiež vyjadrili spokojnosť s ponúkanými produktami (káva, drobné jedlo, suveníry), obsluhou. S cenovou reláciou subjektu boli zákazníci nespokojní.

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je situovaný priamo na frekventovanej promenáde pri rieke Dunaj s dobrou pešou a MHD dostupnosťou od hlavných pamiatok mesta visibilita vysoká (samostatne stojaca stavba)
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt má rozpoznateľnú architektúru subjekt nemá rozpoznateľné marketingové prvky
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> vyhovujúca technická kvalita zariadenia čisté tanieri, poháre, príbory obrúsky k dispozícii dochucovadlá nie sú k dispozícii (soľ, korenie, olej a pod.) čistota interiéru aj exteriéru okná s výhľadom na rieku Dunaj
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> krátka až primeraná čakacia doba milý personál objednávka bola doručená presne tak, ako sme si objednali ceny primerané obsluha neponúkla aj ďalšie možnosti k objednávke obsluha sa nepýtala či sme spokojní produkty splnili očakávanie
Dostupnosť služieb	<ul style="list-style-type: none"> je možná rezervácia
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> podnik umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom) obdržali sme pokladničný doklad

Subjekt E

a) Popis subjektu

Subjekt E je jedinečným miestom, kde si zákazníci môžu vychutnať nie len jedlo, ale aj príjemný výhľad na mesto a príľahlú prírodu. Podnik sa zameriava nie len na tradičnú bratislavskú kuchyňu, ale zákazníci si môžu objednať aj kávu či dezerty. Subjekt je situovaný mimo rušného centra mesta a je dostupný osobnou aj verejnou dopravou.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google 4,3/5,0 (2 393 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor 3,5/5,0 (249 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	IIII	I	IIIIII
Čakacia doba		II	
Spokojnosť tovaru / služby	I	IIIIII	IIIIIIIIIIII
Prostredie (interiér, lokalita)	IIII	III	IIIIIIIIIIIIIIII
Cena	IIIIIIIIII	III	

c) Mystery shopping

Subjekt E mal prevažne kladné hodnotenie, čo sa týka priestoru. Zákazníci oceňovali najmä pekný výhľad a zážitok spojenia jedla a pohľadu na Bratislavu či Karpaty. Spokojnosť s tovarom a službami bola taktiež vyhovujúca. Spokojnosť s ľudskými zdrojmi bola približne v pomere 60:40. Zákazníci zhodnotili ako negatívum najmä cenové podmienky (5€ vstup do budovy na 1 dospelú osobu).

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je situovaný v odľahlej časti mesta v prírode subjekt nie je v pešej dostupnosti od centra mesta, avšak je s možnosťou MHD dopravy visibilita samotného subjektu (reštaurácie) je nízka, avšak budovy v ktorej sídli vysoká, nakoľko sa jedná o dominantu mesta, takže je ľahko rozpoznateľný
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je rozpoznateľný najmä budovou, v ktorej sídli subjekt nemá rozpoznateľné marketingové prvky
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> vyhovujúca technická kvalita zariadenia čisté tanieri, poháre, príbory obrúsky k dispozícii dochucovadlá k dispozícii (soľ, korenie, olej a pod.) čistota interiéru aj exteriéru technická významnosť stavby, v ktorej subjekt sídli je nadštandardná pekný výhľad na okolitú prírodu Malých Karpát a mesto Bratislava
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> potrebná rezervácia, inak je pravdepodobnosť, že nie je miesto milý personál krátka čakacia doba objednávka bola doručená presne tak ako sme si objednali chuť jedla dobrá ceny adekvátne obsluha neponúkla nič ďalšie k objednávke obsluha sa nepýtala či sme spokojní produkty splnili očakávanie
Dostupnosť služieb	<ul style="list-style-type: none"> je možná rezervácia
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> podnik umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom) obdržali sme pokladničný doklad

Subjekt F

a) Popis subjektu

Subjekt F je orientovaný prevažne na typickú slovenskú kuchyňu. Zákazník si v podniku môže objednať nie len bryndzové halušky a pirohy, ale aj pivo z vlastného pivovaru. Subjekt disponuje taktiež vlastnou Bio farmou, ktorej produkty si zákazníci môžu zakúpiť (ovčí syr, žinčicu a iné). Prevádzka sa nachádza na rušnej nákupnej ulici.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google 4,3/5,0 (9 502 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor 4,0/5,0 (3 869 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	IIIIIIIIIIII	II	IIIIIIII
Čakacia doba	IIIIII	I	I
Spokojnosť tovaru / služby	IIIIIIIIII	IIIIII	IIIIIIIIIIIIIIIIII
Prostredie (interiér, lokalita)	IIII	II	IIIIIIII
Cena	I	II	IIIIIIII

c) Mystery shopping

Subjekt F mal veľmi rôznorodé recenzie. Zákazníci hodnotili pozitívne najmä prostredie reštaurácie, cenu a skôr pozitívne spokojnosť tovaru / služby. Zákazníci vidia ako najväčší nedostatok subjektu spokojnosť s ľudskými zdrojmi, ktoré sa nesprávali adekvátne a podľa predstáv zákazníkov.

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je situovaný na rušnom bulvári nákupnej ulice s dobrou pešou a MHD dostupnosťou od hlavných pamiatok mesta visibilita subjektu je zrejma z ulice
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je rozpoznateľný typickým slovenským interiérom subjekt nemá rozpoznateľné marketingové prvky
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> vyhovujúca technická kvalita zariadenia hluk v miestnosti čisté tanier, poháre, príbory obrúsky k dispozícii dochucovadlá k dispozícii (soľ, korenie, olej a pod.) čistota interiéru aj exteriéru slabá (stôl zamastený, toalety špinavé, pred prevádzkou odpadky)
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> dlhá čakacia doba objednávka bola doručená presne tak ako sme si objednali chuť piva výborná (subjekt disponuje aj vlastným pivovarom) chuť jedla výborná ceny adekvátne milý personál obsluha neponúkla nič ďalšie k objednávke obsluha sa nepýtala či sme spokojní produkty splnili očakávanie
Dostupnosť služieb	<ul style="list-style-type: none"> je možná rezervácia
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> podnik umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom) obdržali sme pokladničný doklad

Subjekt H

a) Popis subjektu

Subjekt H je situovaný v tesnej blízkosti rieky Dunaj a nachádza sa v budove, ktorá je dominantou mesta Bratislava. Podnik spĺňa kritéria krásneho výhľadu nie len na centrum a odľahlejšie časti mesta Bratislava, ale aj do susedných štátov, Rakúska a Maďarska. V reštaurácií si môžu zákazníci pochutiť na kulinárskych špecialitách, ako aj navštíviť dva bary, ktoré sú súčasťou subjektu.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google 4,4/5,0 (4 288 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor 4,0/5,0 (1 145recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	IIIIIIII	II	IIIIIIIIIIII
Čakacia doba	III		
Spokojnosť tovaru / služby	I	II	IIIIIIIIIIII
Prostredie (interiér, lokalita)	II		IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Cena	IIIIIIII		I

c) Mystery shopping

Subjekt H bol na základe recenzií hodnotený prevažne kladne. Návštevníci pozitívne hodnotili najmä pekný výhľad a interiér podniku, spokojnosť s tovarom / službou, pričom vyzdvihovali najmä gastronomický zážitok z jedál (degustačné menu). S ľudskými zdrojmi boli zákazníci skôr spokojní. Negatívne hodnotenia sa týkali predovšetkým vysokých cien ako za jedlo a nápoje, ale najmä nevratného poplatku za vstup do budovy (cca. 10€ vstup), bez ohľadu na to, či budú alebo nebudú konzumovať v reštaurácií.

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je situovaný v centre mesta s dobrou pešou a MHD dostupnosťou od hlavných pamiatok mesta subjekt je umiestnený vo významnej dominante mesta visibilita subjektu (reštaurácie) je nízka, avšak tým, že reštaurácia sa nachádza v dominante mesta, tak je vysoká
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt nemá rozpoznateľné marketingové prvky subjekt je skôr rozpoznateľný na základe budovy, v ktorej sa nachádza
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> vyhovujúca technická kvalita zariadenia vzhľadom na cenu jedál by mohol byť interiér v lepšej kondícii pekný výhľad na mesto Bratislava a okolité štáty čisté tanierne, poháre, príbory obrúsky k dispozícii dochucovadlá k dispozícii (soľ, koreníe, olej a pod.) čistota interiéru aj exteriéru (posudzovaný len výhľad)
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> objednávka bola doručená presne tak ako sme si objednali krátka až priemerná čakacia doba chuť jedla výborná cena za jedlo, nápoje a vstup sú vyššie (pre slovenských turistov čiastočne nedostupné) milý personál obsluha ponúkla ďalšie možnosti k objednávke obsluha sa pýtala či sme spokojní produkty splnili očakávanie
Dostupnosť služieb	<ul style="list-style-type: none"> je možná rezervácia
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> podnik umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (kartou, mobil) obdržali sme pokladničný doklad

Subjekt I

a) Popis subjektu

Subjekt I je situovaný v rušných uličkách centra mesta Bratislava. Poslanie subjektu je orientované predovšetkým na zahraničnú kuchyňu a kultúru. Podnik je spojením gastronómie, baru a hudobného zážitku. Interiér podniku dýcha históriou a je dotvorený drevenými prvkami na štýl severoeurópskych krčiem.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google 4,3/5,0 (3 323 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor 3,5/5,0 (598 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	IIIIIIII		IIIIIIIIII
Čakacia doba	III		II
Spokojnosť tovaru / služby	IIIIII		IIIIIIIIIIIIII
Prostredie (interiér, lokalita)			IIIIIIIIIIIIII
Cena	III	II	III

c) Mystery shopping

Subjekt I zákazníci hodnotili pozitívne najmä z dôvodu vyhovujúceho prostredia, pričom vyzdvihli tematický a vkusne zariadený interiér po vzore severoeurópskych barov. Zákazníci taktiež skôr pozitívne hodnotili spokojnosť s tovarom / službou (najmä pivo a jedlá k pivu). Spokojnosť s ľudskými zdrojmi hodnotili taktiež skôr pozitívne, avšak v recenziách sa nachádzalo množstvo negatívnych recenzií na obsluhu.

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je situovaný v centre mesta s dobrou pešou a MHD dostupnosťou od hlavných pamiatok mesta visibilita subjektu je vysoká a daná typickými prvkami severoeurópskych barov
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt nemá rozpoznateľné marketingové prvky subjekt je skôr rozpoznateľný na základe severoeurópskych prvkov (architektonické prvky – napr. tvar okien, farebnosť, typický interiér pre severské bary a pod.)
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> vyhovujúca technická kvalita zariadenia tematický interiér subjektu nepohodlné stoličky (lavice) na dlhšie sedenie čisté taniere, poháre, príbory obrúsky k dispozícii dochucovadlá k dispozícii (soľ, korenie, olej a pod.) čistota interiéru slabá (lepkavý stôl, špinavé WC, na zemi kúsky jedla)
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> objednávka bola doručená presne tak ako sme si objednali dlhšia čakacia doba chuť piva dobrá cena prijateľná milý personál obsluha neponúkla ďalšie možnosti k objednávke obsluha sa nepýtala či sme spokojní produkty splnili očakávanie
Dostupnosť služieb	<ul style="list-style-type: none"> je možná rezervácia
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> podnik umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom) obdržali sme pokladničný doklad

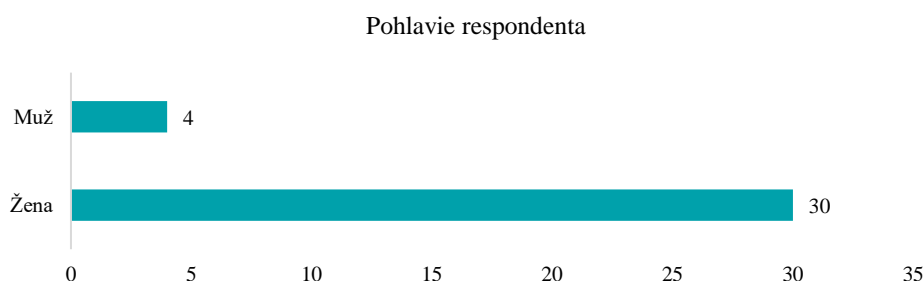
SLUŽBY CESTOVNÝCH KANCELÁRIÍ A CESTOVNÝCH AGENTÚR

V rámci sekcie „**služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr**“ bolo analyzovaných 10 subjektov, u ktorých existuje predpoklad, že sú vyhľadávané turistami mesta Bratislava. Subjekty sa zameriavajú predovšetkým na cestovateľské zážitky s návštevou pamiatok, ale aj kultúrne či gastronomicky zaujímavých miest mesta Bratislava.

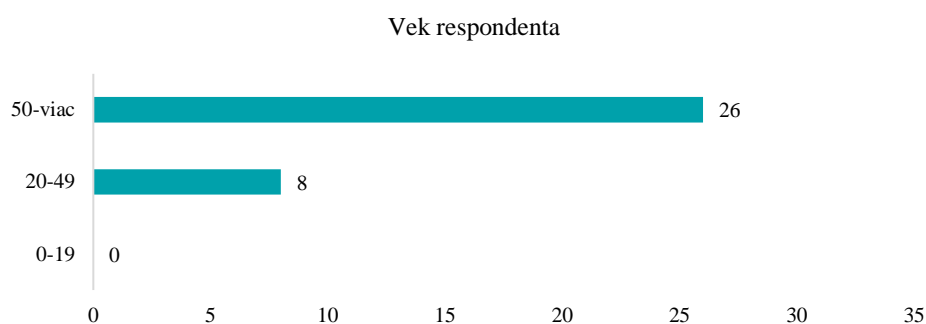
1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: DOTAZNÍK A ANALÝZA RECENZÍÍ

Pre oblasť „služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr“ bola ako metóda skúmania kvality služieb cestovného ruchu zvolená metóda dotazníkového prieskumu. Výskumník mal dotazník vopred predpripravený v tlačenej forme. Výskum prebiehal priamo v teréne, kde výskumník odchyťoval návštevníkov a pokladal im pripravené otázky. V prípade dvoch subjektov boli dotazníky vyplnené cez sprostredkovanú osobu, ktorá pokladala otázky návštevníkom. Táto osoba spolupracuje priamo s danými cestovnými kancelárkami a cestovnými agentúrami. Respondenti výskumníkovi odpovedali na otázky a výskumník si odpovede písomne zaznamenával. Celkovo bolo súčasťou výskumu v kategórii „služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr“ podrobených 34 respondentov. Výskumník si po skončení prieskumu získané dáta zaznamenal do elektronickej formy Google dotazníka.

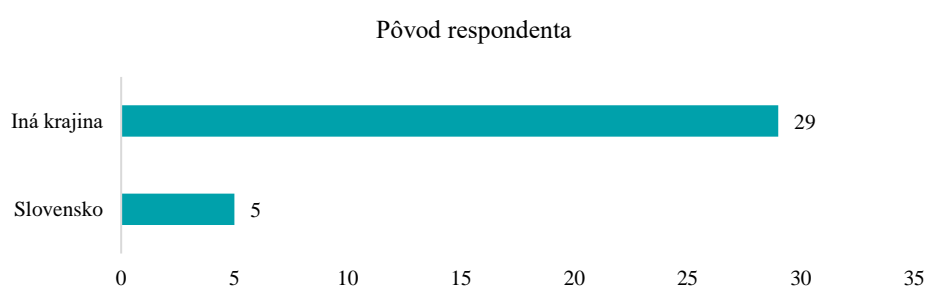
Graf 14 Počet respondentov kategorizovaný na základe ich pohlavia
– služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr



Graf 15 Počet respondentov kategorizovaný na základe ich veku



Graf 16 Počet respondentov kategorizovaný na základe ich pôvodu krajiny, z ktorej prichádzajú



Skúmanými kritériami v dotazníku boli nasledovné indikátory/kritéria:

- Umiestnenie a viditeľnosť subjektu.** Predmetom skúmania bolo najmä zistiť či bolo pre respondenta jednoduché nájsť miesto, kde sa služba poskytovala.
- Funkčná kvalita.** Predmetom skúmania funkčnej kvality bolo cieľom sa zamerať najmä na samotnú spokojnosť ako s ľudskými zdrojmi, tak s ponúkaným zážitkom služby.
- Predaj, platba, reklamácie.** Predmetom skúmania bolo najmä zistiť aké možnosti platby respondenti využívajú pri využívaní vybranej služby.

Pre kategóriu „**služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr**“ bolo vybratých 63 textových recenzií od recenzentov, a to náhodným výberom zo súboru recenzií na platforme Google, Tripadvisor a Facebook. Recenzie boli následne analyzované a skúmané, pričom k vopred stanoveným identifikátorom sa pridelovali hodnoty (nespokojný, čiastočne spokojný a spokojný). Identifikátory, ktoré boli v rámci recenzií skúmané sú:

- Spokojnosť s ľudskými zdrojmi.** Skúmaný bol dojem návštevníka zo správania zamestnanca subjektu voči nemu samotnému (pozdrav, ochota a pod.)
- Spokojnosť so službou / zážitkom.** Skúmaný bol dojem návštevníka aký v ňom zanechala služba pocit vo forme zážitku.

- c) **Spokojnosť s kvalitou služby.** Skúmaný bol dojem návštevníka aká bola kvalita ponúkanej služby najmä po technickej stránke.
- d) **Spokojnosť s kvalitou prostredia.** Skúmaný bol dojem návštevníka z navštíveného miesta z hľadiska prostredia.
- e) **Value for money.** Skúmaný bol dojem návštevníka či ponúkaná služba splnila jeho očakávanie z hľadiska hodnoty za peniaze.

2. VÝSLEDKY VÝSKUMU

Na základe vykonanej metódy skúmania dotazníkového prieskumu je možné konštatovať, že návštevníci boli prevažne spokojní so službami cestovných kancelárií a cestovných agentúr. Takmer všetci recenzenti hodnotili subjekty pozitívne, ako z hľadiska jednoduchej nájditel'nosti, kvalitne pripraveného personálu odpovedať na otázky recenzenta, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania.

Na základe analýzy recenzií je možné konštatovať, že množstvo skúmaných subjektov nemá dostatok prístupných recenzií od svojich zákazníkov. Jednak by tieto recenzie vedeli pomôcť samotným subjektom v tom, aby napredovali a zlepšovali sa vo svojich nedostatkoch, ale zároveň by to aj podporovalo ich visibilitu na internete. Toto môže byť spôsobené aj pandémiou, ktorá značne zbrzdila cestovný ruch na území mesta Bratislava. Analyzované recenzie vo väčšine prípadov komunikovali pozitívnu spätnú väzbu, negatívne hodnotenie bolo výnimočné, mimo kompetencie jednotlivých subjektov a ich pôsobenia alebo v ohľade na personál, ktorý pôsobil sezónne mimo územia mesta Bratislava (delegáti v zahraničí).

Subjekt A

a) Popis subjektu

Organizácia sa špecializuje na program pre hostí prichádzajúcich do Bratislavy na kabínkových lodiach. Okrem prehliadok mesta subjekt organizuje aj rôzne výlety po Slovensku, ochutnávky vína, piva, čokolády, jazdy vláčikom i plavby po Dunaji. Na trhu pôsobí organizácia viac ako 25 rokov.

b) Analýza recenzií³

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 3,2/5,0 hviezdíček na základe 5 recenzií)

Analyzovaný subjekt nedisponoval dostatočným množstvom recenzií, preto nie je možné subjekt štandardne hodnotiť. Je potrebné zlepšiť prítomnosť subjektu na internete, napríklad vyzývaním klientov, aby hodnotili zážitky aj na internetových platformách.

c) Dotazníkový prieskum

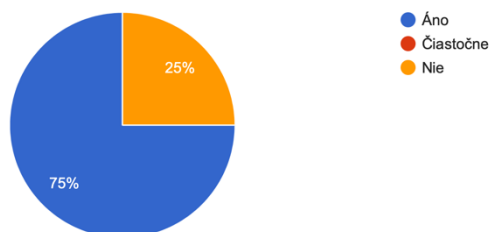
Subjekt A recenzenti hodnotili prevažne pozitívne. Všetci respondenti uviedli, že personál bol podľa ich názoru kvalitne pripravený odpovedať na ich otázky a ponúkaná služba splnila ich očakávania. Všetci respondenti za službu zaplatili vopred bankovým prevodom. 25% respondentov uviedlo, že malo problém nájsť miesto, kde sa táto služba poskytuje. Pričom uviedli: „treba lepšie označiť začiatok“ a „mal som problém nájsť miesto“.

³ Subjekt disponoval nízkym množstvom textových hodnotení, na platforme Tripadvisor je spoločnosť pôsobiaca v Rakúsku, ktorej recenzie neboli pre potreby projektu relevantné, preto sa v hodnotení neobjavovali.

Graf 17 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu
– služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr (subjekt A)

Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

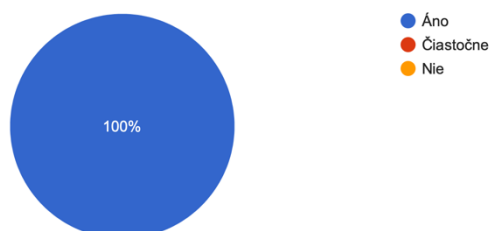
8 odpovedí



- Treba lepšie označiť začiatok
- Mal som problém nájsť miesto

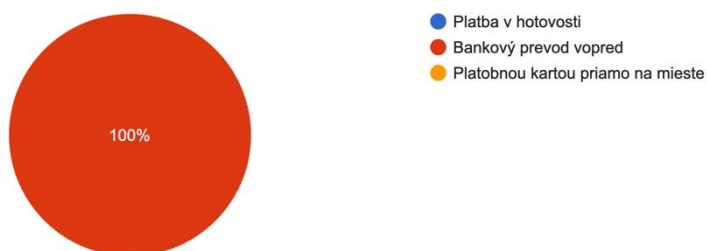
Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

8 odpovedí



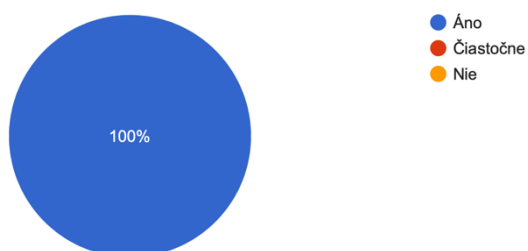
Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

8 odpovedí



Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

8 odpovedí



Subjekt B

a) Popis subjektu

Subjekt je cestovná agentúra pôsobiaca v inomingovom cestovnom ruchu so špecializáciou na riekú Dunaj.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,0/5,0 hviezdíčiek na základe 22 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Facebook (hodnotenie recenzentov: 4,7/5,0 hviezdíčiek na základe 17 recenzií)

Analyzovaná platforma č.3: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,0/5,0 hviezdíčiek na základe 27 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)			II
Spokojnosť so službou / zážitkom	I		I
Spokojnosť s kvalitou služby			I
Spokojnosť s kvalitou prostredia			I
Value for money „Hodnota za peniaze“			I

Subjekt B recenzenti hodnotili prevažne pozitívne a je zrejmé, že subjekt poskytuje kvalitné služby. Zaznamenaná nespokojnosť bola len s ohľadom na situáciu, ktoré nevie cestovná agentúra ovplyvniť.

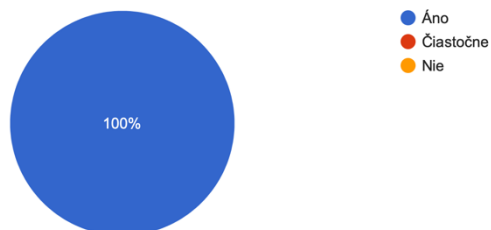
c) Dotazníkový prieskum

Subjekt B hodnotili všetci recenzenti pozitívne, ako z hľadiska jednoduchej rozpoznateľnosti, kvalitne pripraveného personálu odpovedať na otázky recenzenta, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania. Všetci respondenti uhradili poplatok bankomatovou kartou vopred.

Graf 18 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu
– služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr (subjekt B)

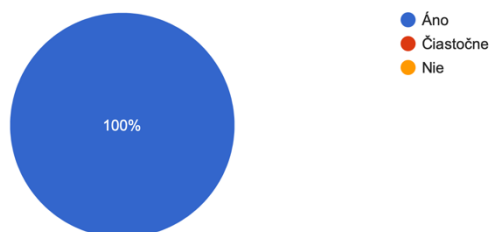
Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

2 odpovede



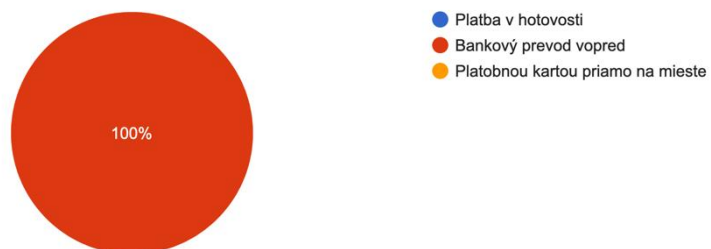
Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

2 odpovede



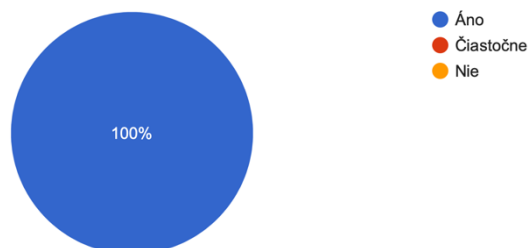
Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

2 odpovede



Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

2 odpovede



Subjekt C

a) Popis subjektu

Organizácia zabezpečuje programy vrátane tematických prehliadok, ochutnávky vína, destilátov, piva, vody, stravovacie a zábavné programy, dopravu a ubytovanie.

b) Analýza recenzií⁴

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,4/5,0 hviezdíčiek na základe 54 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Facebook (hodnotenie recenzentov: 4,8/5,0 hviezdíčiek na základe 61 recenzií)

Analyzovaná platforma č.3: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 607 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)	I		III
Spokojnosť so službou / zážitkom	I		IIIIII
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku			III
Cena za službu / zážitok		I	
Prostredie (interiér, lokalita)			III

Subjekt C dosahuje skôr pozitívne hodnotenie od recenzentov, je pozitívne vnímaný, či už cez ľudské zdroje alebo aj cez kvalitu výkladu. Personál je hodnotený veľmi profesionálne a pôsobí na klientov príjemne. Jeden recenzent hodnotil negatívne službu ako krátku a jeden recenzent nebol spokojný s plne obsadeným vláčikom (museli ich operatívne presunúť na inú exkurziu, nakoľko nebolo voľné miesto vo vláčiku).

c) Dotazníkový prieskum

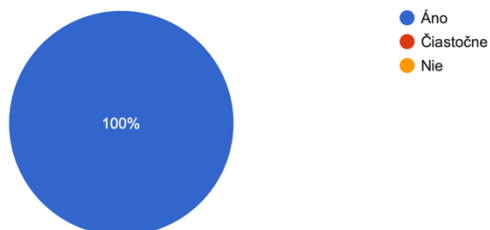
Subjekt C hodnotili všetci recenzenti pozitívne ako z hľadiska jednoduchej rozpoznateľnosti, kvalitne pripraveného personálu odpovedať na otázky recenzenta, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania. Všetci respondenti uhradili poplatok v hotovosti.

⁴ Nefungujú internetové stránky spoločnosti

Graf 19 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu
– služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr (subjekt C)

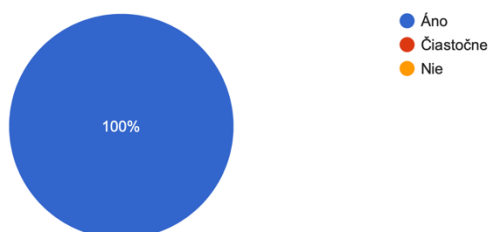
Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



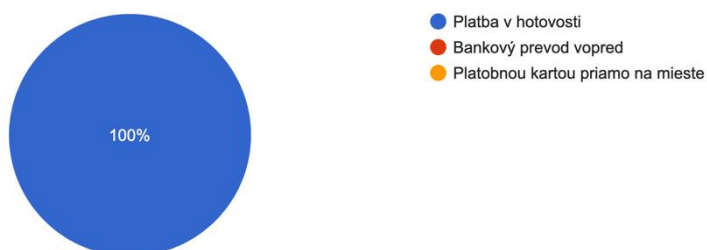
Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



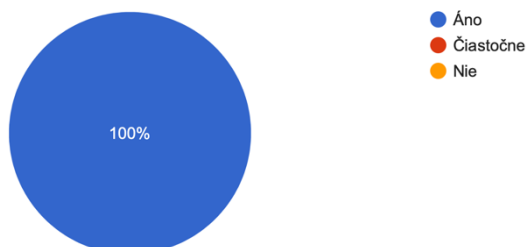
Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



Subjekt D

a) Popis subjektu

Subjekt poskytuje prehliadky mesta Bratislava, vybrané prehliadky zaujímavých miest na Slovensku a prepravné služby v blízkom regióne.

b) Analýza recenzií

Textové recenzie nie sú dostupné na internete, dostupné sú len tri vybrané recenzie na stránke spoločnosti, čo sa v kontexte hodnotenia kvality služieb nedá brať objektívne (na stránke spoločnosti sú k dispozícii len kladné a vybrané recenzie).

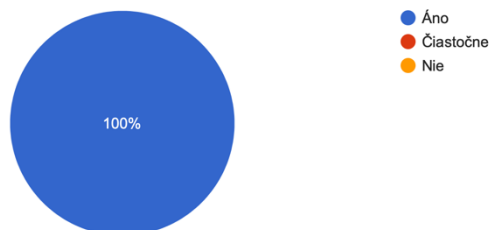
c) Dotazníkový prieskum

Subjekt D hodnotili všetci recenzenti pozitívne ako z hľadiska jednoduchej rozpoznateľnosti, kvalitne pripraveného personálu odpovedať na otázky recenzenta, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania. Všetci respondenti uhradili poplatok bankovým prevodom vopred.

Graf 20 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu
– služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr (subjekt D)

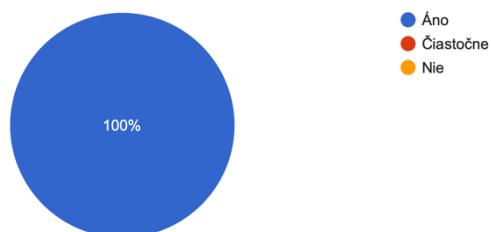
Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

2 odpovede



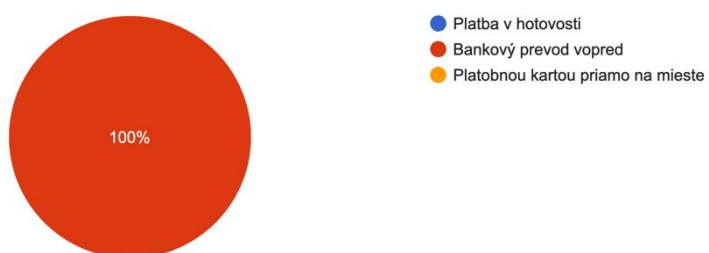
Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

2 odpovede



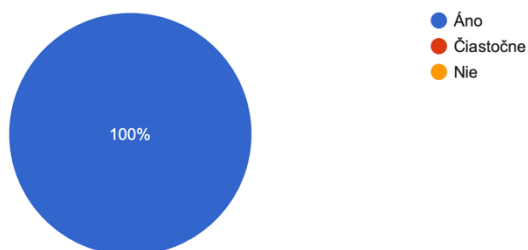
Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

2 odpovede



Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

2 odpovede



Subjekt E

a) Popis subjektu

Organizácia je najväčšia Slovenská cestovná kancelária ponúkajúca cestovné zájazdy do viac ako 150 krajín.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,3/5,0 hviezdíčiek na základe 7 recenzií); Google (hodnotenie recenzentov: 3,9/5,0 hviezdíčiek na základe 50 recenzií); Google (hodnotenie recenzentov: 3,8/5,0 hviezdíčiek na základe 8 recenzií); Google (hodnotenie recenzentov: 5,0/5,0 hviezdíčiek na základe 5 recenzií); Google (hodnotenie recenzentov: 4,2/5,0 hviezdíčiek na základe 5 recenzií). Subjekt bol skúmaný na základe viacerých pobočiek, ktorými subjekt disponuje.

Analyzovaná platforma č.2: Facebook (hodnotenie recenzentov: 3,9/5,0 hviezdíčiek na základe 150 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)	II		III
Spokojnosť so službou / zážitkom		I	III
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku			
Cena za službu / zážitok			
Prostredie (interiér, lokalita)			

Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval

Analyzovaný subjekt okrem sociálnej siete Facebook nedisponuje jediným miestom, kde by boli k dispozícii kompletne recenzie. Subjekt má recenzie na vyhľadávacej sieti Google dostupné po jednotlivých pobočkách. V rámci analýzy boli posudzované len pobočky na území mesta Bratislava. Hodnotenú recenziu sa skôr zameriavali na pracovníkov na pobočkách alebo na delegátov v zahraničných destináciách. V recenziách sa neobjavovali hodnotenia zážitkov na území mesta Bratislava. Organizácia sa zameriava prioritne na cestovné zájazdy do zahraničia.

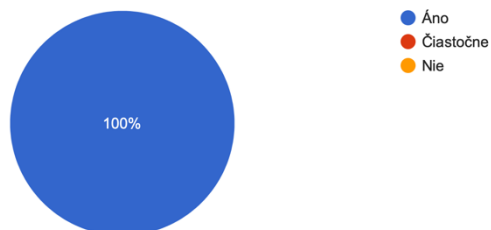
c) Dotazníkový prieskum

Subjekt E hodnotili všetci recenzenti pozitívne z hľadiska jednoduchej nájditel'nosti, a to z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania. Skôr pozitívne respondenti hodnotili pripravenosť personálu zodpovedať ich otázky, pričom 33% respondentov uviedlo, že personál nebol pripravený zodpovedať ich otázky. Všetci respondenti uhradili poplatok bankovým prevodom vopred.

Graf 21 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu
– služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr (subjekt E)

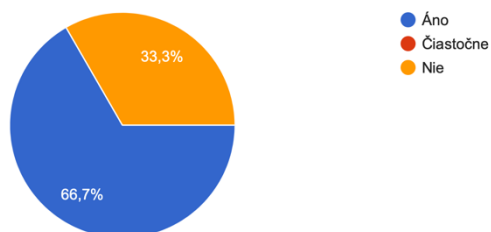
Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

3 odpovede



Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

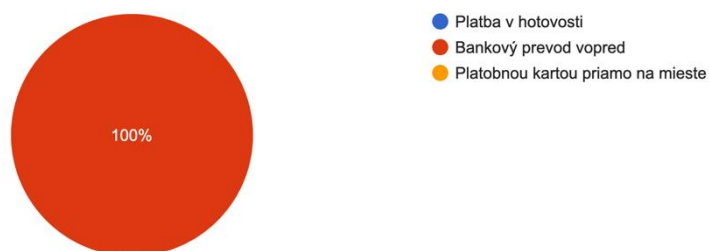
3 odpovede



- Delegáti mohli byť lepšie pripravený, nebol som úplne spokojný za cenu zájazdu

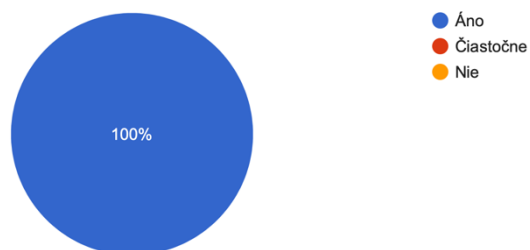
Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

3 odpovede



Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

3 odpovede



Subjekt F

a) Popis subjektu

Subjekt poskytuje služby v oblasti prenájmu lodí, organizácia rôznych akcií v spojení s vodou a vodnými športami. Okrem vyššie spomenutého sa zameriava aj na pomoc pri získavaní kapitánskych kurzov.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,8/5,0 hviezdíčiek na základe 7 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Facebook (hodnotenie recenzentov: 5,0/5,0 hviezdíčiek na základe 14 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)			IIII
Spokojnosť so službou / zážitkom			II
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku			I
Cena za službu / zážitok	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Prostredie (interiér, lokalita)			

Analyzovaný subjekt nemal rozsiahlu bazu textových hodnotení, avšak za roky pôsobenia na trhu získava len vysoko pozitívne hodnotenia. Klienti oceňujú profesionalitu personálu a jedinečnosť, ako hodnotnosť služby. Okrem zážitkov sa subjekt špecializuje aj na prípravu kapitánskych kurzov, ktoré boli rovnako hodnotené vysoko pozitívne. Žiadna negatívna recenzia sa v rámci skúmania subjektu F nevyskytovala.

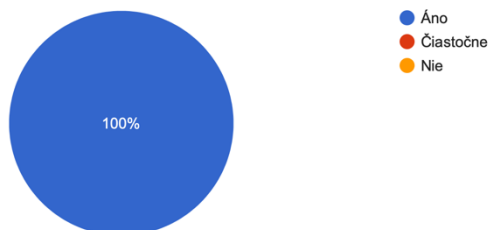
c) Dotazníkový prieskum

Subjekt F hodnotili všetci recenzenti pozitívne ako z hľadiska jednoduchej rozpoznateľnosti, kvalítne pripraveného personálu odpovedať na otázky recenzenta, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania. Všetci respondenti uhradili poplatok bankovým prevodom vopred.

Graf 22 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu
– služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr (subjekt F)

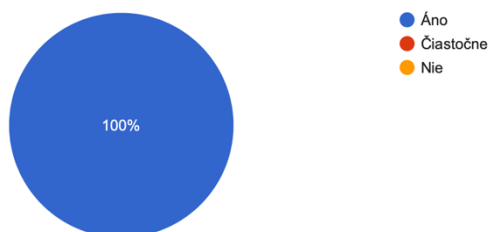
Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

2 odpovede



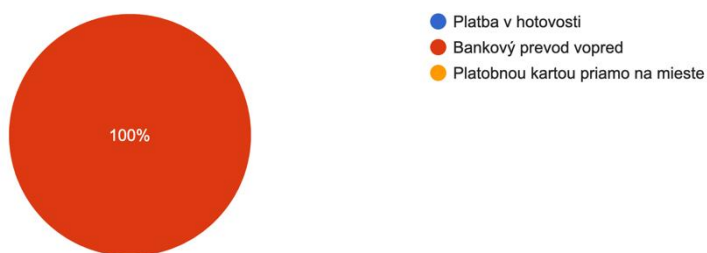
Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

2 odpovede



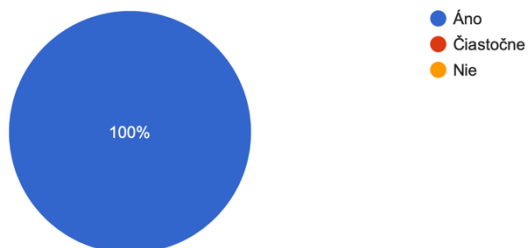
Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

2 odpovede



Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

2 odpovede



Subjekt G

a) Popis subjektu

Organizácia bola založená v roku 1991. Je držiteľom licencie na poskytovanie služieb cestovného ruchu, vrátane poznávacích zájazdov a destinačného manažmentu.

b) Analýza recenzií

Nie sú dostupné⁵

c) Dotazníkový prieskum

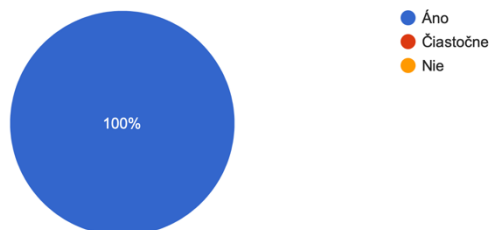
Subjekt G hodnotili všetci recenzenti pozitívne ako z hľadiska jednoduchej rozpoznateľnosti, kvalitne pripraveného personálu odpovedať na otázky recenzenta, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania. Všetci respondenti uhradili poplatok bankovým prevodom vopred.

⁵ Je potrebné zabezpečiť výraznejšiu viditeľnosť subjektu v online prostredí

Graf 23 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu
– služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr (subjekt G)

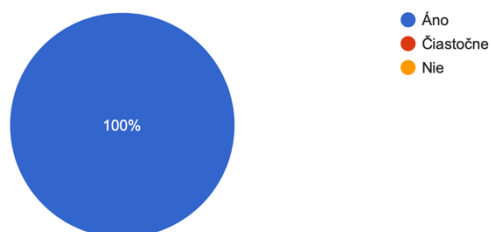
Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

2 odpovede



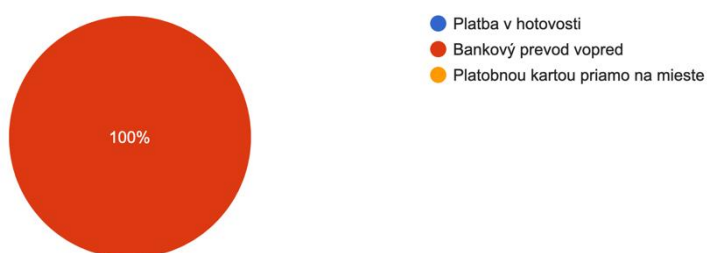
Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

2 odpovede



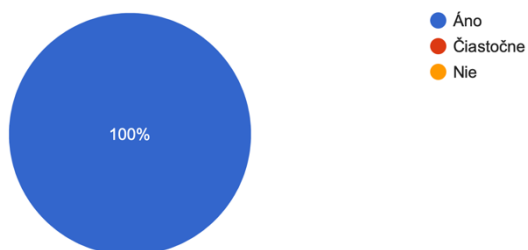
Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

2 odpovede



Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

2 odpovede



Subjekt H

a) Popis subjektu

Organizácia, ktorá sa venuje destinačnému manažmentu na území mesta Bratislava a v blízkom okolí.

b) Analýza recenzií

Nie sú dostupné⁶

c) Dotazníkový prieskum

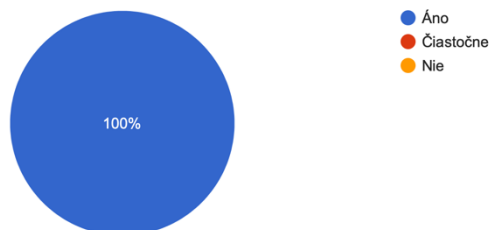
Subjekt H hodnotili všetci recenzenti pozitívne ako z hľadiska jednoduchej rozpoznateľnosti, kvalitne pripraveného personálu odpovedať na otázky recenzenta, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania. Všetci respondenti uhradili poplatok bankovým prevodom vopred.

⁶ Je potrebné zabezpečiť výraznejšiu viditeľnosť subjektu v online prostredí

Graf 24 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu
– služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr (subjekt H)

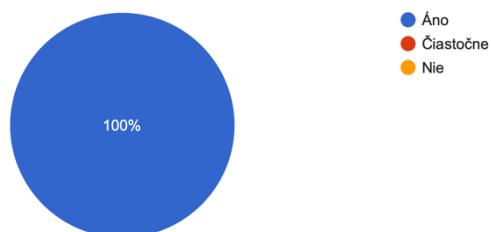
Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



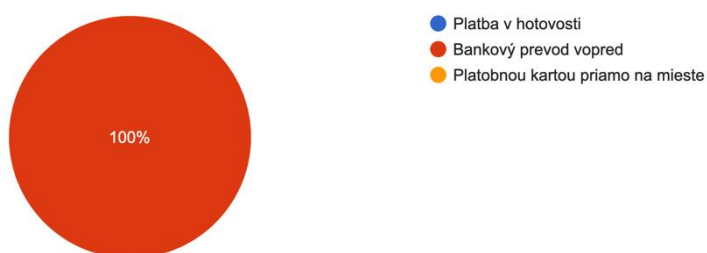
Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



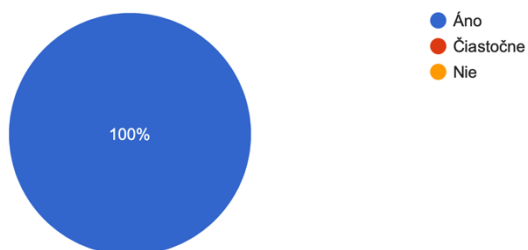
Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



Subjekt I

a) Popis subjektu

Spoločnosť sa zameriava na poskytovanie cestovateľských služieb na Slovensku a v strednej Európe (Rakúsko a Maďarsko).

b) Analýza recenzií

Nie sú dostupné⁷

c) Dotazníkový prieskum

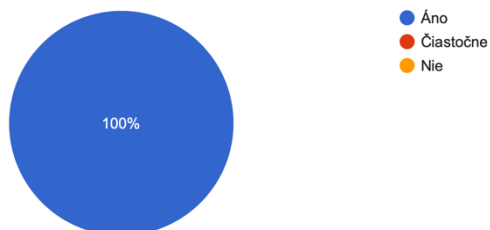
Subjekt I hodnotili všetci recenzenti pozitívne ako z hľadiska jednoduchej rozpoznateľnosti, kvalitne pripraveného personálu odpovedať na otázky recenzenta, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania. Všetci respondenti uhradili poplatok v hotovosti.

⁷ Je potrebné zabezpečiť výraznejšiu viditeľnosť subjektu v online prostredí

Graf 25 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu
– služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr (subjekt I)

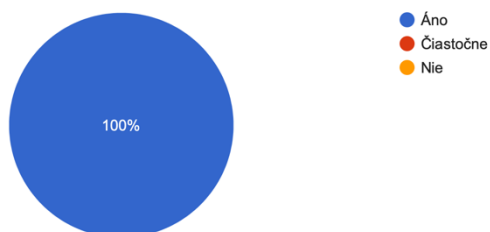
Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

3 odpovede



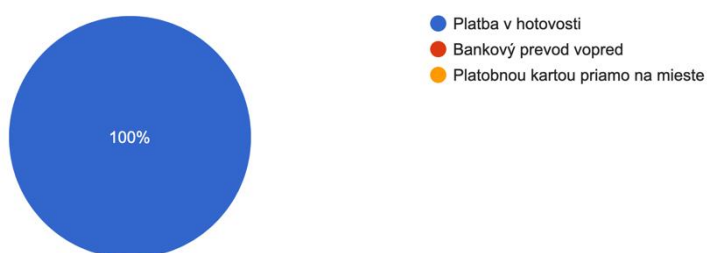
Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

3 odpovede



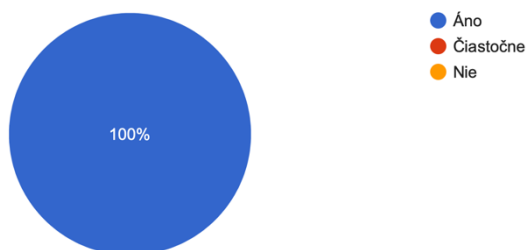
Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

3 odpovede



Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

3 odpovede



Subjekt J

a) Popis subjektu

Subjekt J je DMC agentúra pôsobiaca v bratislavskom regióne a je ovation strategic partner pre Slovensko. Poskytuje tiež online služby ako sú online konferencie, online teambuilding, online eventy alebo online ochutnávku vín.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 2 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 5,0/5,0 hviezdíčiek na základe 82 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)			III
Spokojnosť so službou / zážitkom			II
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Cena za službu / zážitok			I
Prostredie (kvalita technických zariadení)	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		

Analyzovaný subjekt nemal rozsiahlu bázu textových hodnotení, avšak za roky pôsobenia na trhu získava len vysoko pozitívne hodnotenia. Klienti oceňujú profesionalitu personálu a jedinečnosť, ale aj hodnotnosť služby.

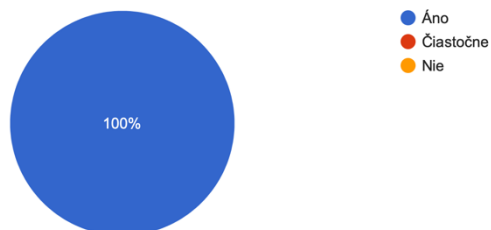
c) Dotazníkový prieskum

Subjekt J hodnotili všetci recenzenti pozitívne ako z hľadiska jednoduchej rozpoznateľnosti, kvalitne pripraveného personálu odpovedať na otázky recenzenta, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania. Všetci respondenti uhradili poplatok bankovým prevodom.

Graf 26 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu
– služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr (subjekt J)

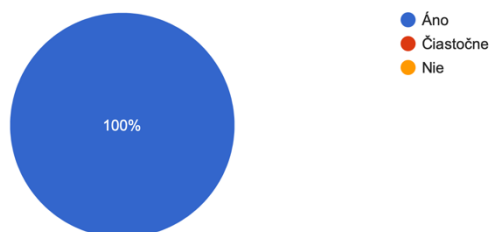
Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

2 odpovede



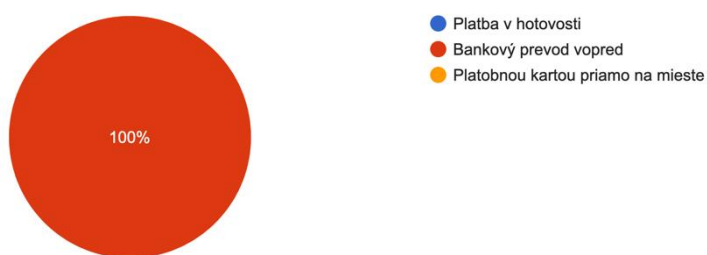
Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

2 odpovede



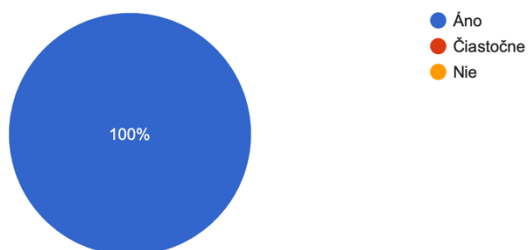
Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

2 odpovede



Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

2 odpovede



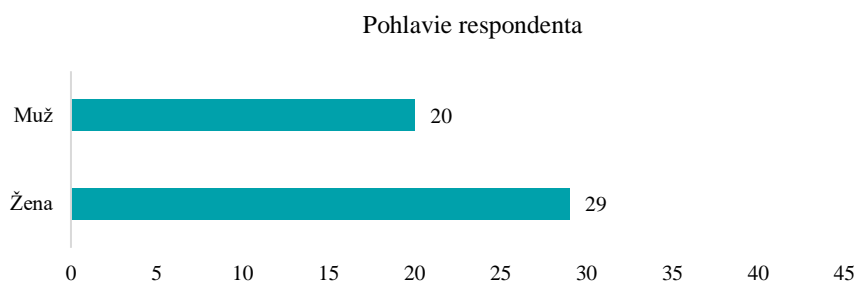
SPRIEVODCOVSKÉ SLUŽBY

V rámci sekcie „sprievodcovské služby“ bolo analyzovaných 10 subjektov, u ktorých existuje predpoklad, že sú vyhľadávané turistami mesta Bratislava. Subjekty sa zameriavajú predovšetkým na sprievodcovské zážitky s návštevou pamiatok, zážitkové jazdy a zápožičky dopravných prostriedkov.

1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: DOTAZNÍK A ANALÝZA RECENZÍÍ

Pre oblasť „sprievodcovské služby“ bola ako metóda skúmania kvality služieb cestovného ruchu zvolená metóda dotazníkového prieskumu. Výskumník mal dotazník vopred predpripravený v tlačenej forme, prípadne dotazník zaslal poverenej osobe, ktorá bola zodpovedná za dodanie dát z dotazníka. Výskum prebiehal priamo v teréne, kde výskumník odchytoval návštevníkov a pokladal im pripravené otázky. V prípade subjektov, kde toto nebolo možné bol zber dát prostredníctvom poverenej osoby, ktorá s danými sprievodcami spolupracuje. Respondenti výskumníkovi odpovedali na otázky a výskumník si odpovede písomne zaznamenával (v prípade dvoch subjektov, boli odpovede zaslané on-line formou). Celkovo bolo súčasťou výskumu v kategórii „sprievodcovské služby“ podrobených 49 respondentov. Výskumník si po skončení prieskumu získané dáta zaznamenal do elektronickej formy Google dotazníka.

Graf 27 Počet respondentov kategorizovaný na základe ich pohlavia – sprievodcovské služby



Graf 28 Počet respondentov kategorizovaný na základe ich veku – sprievodcovské služby



Graf 29 Počet respondentov kategorizovaný na základe ich pôvodu krajiny, z ktorej prichádzajú – sprievodcovské služby



Skúmanými kritériami v dotazníku boli nasledovné indikátory/kritéria:

- d) **Umiestnenie a viditeľnosť subjektu.** Predmetom skúmania bolo najmä zistiť či bolo pre respondenta jednoduché nájsť miesto, kde sa služba poskytovala.
- e) **Funkčná kvalita.** Predmetom skúmania funkčnej kvality bolo cieľom sa zamerať najmä na samotnú spokojnosť ako s ľudskými zdrojmi, tak s ponúkaným zážitkom služby.
- f) **Predaj, platba, reklamácie.** Predmetom skúmania bolo najmä zistiť aké možnosti platby respondenti využívajú pri využívaní vybranej služby.

Pre kategóriu „sprievodcovské služby“ bolo vybratých 67 textových recenzií od recenzentov, a to náhodným výberom zo súboru recenzií na platforme Google, Tripadvisor, Facebook a Zľavomat. Recenzie boli následne analyzované a skúmané, pričom k vopred stanoveným identifikátorom sa pridelovali hodnoty (nespokojný, čiastočne spokojný a spokojný). Identifikátory, ktoré boli v rámci recenzií skúmané sú:

- a) **Spokojnosť s ľudskými zdrojmi.** Skúmaný bol dojem návštevníka zo správania zamestnanca subjektu voči nemu samotnému (pozdrav, ochota a pod.)
- b) **Spokojnosť so službou / zážitkom.** Skúmaný bol dojem návštevníka aký v ňom zanechala služba - pocit vo forme zážitku.
- c) **Spokojnosť s kvalitou služby.** Skúmaný bol dojem návštevníka aká bola kvalita ponúkanej služby najmä po technickej stránke.

- d) **Spokojnosť s kvalitou prostredia.** Skúmaný bol dojem návštevníka z navštíveného miesta z hľadiska prostredia.
- e) **Value for money.** Skúmaný bol dojem návštevníka či ponúkaná služba splnila jeho očakávanie z hľadiska hodnoty za peniaze.

2. VÝSLEDKY VÝSKUMU

Na základe vykonanej metódy skúmania dotazníkového prieskumu je možné konštatovať, že návštevníci boli spokojní so službami sprievodcovských služieb. Všetci recenzenti hodnotili subjekty pozitívne, ako z hľadiska jednoduchej rozpoznateľnosti, kvalitne pripraveného personálu odpovedať na otázky recenzenta (respondenti, ktorí sa zúčastnili e-prehliadky nevedeli na túto otázku odpovedať), tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania.

Na základe analýzy recenzií je možné konštatovať, že množstvo skúmaných subjektov nemá dostatok prístupných recenzií od svojich zákazníkov. Jednak by tieto recenzie vedeli pomôcť samotným subjektom v tom, aby napredovali a zlepšovali sa vo svojich nedostatkoch, ale zároveň by to aj podporovalo ich visibilitu na internete. Takmer všetky skúmané indikátory v rámci recenzií predstavovali vyhovujúce hodnotenie, čo značí o kvalitne poskytovaných sprievodcovských službách.

Subjekt A

a) Popis subjektu

Subjekt A v rámci mesta Bratislava organizuje množstvo bezplatných peších prehliadok mesta, ktoré sú organizované celoročne. Subjekt organizuje bezplatné prehliadky starého mesta, Bratislavského hradu a iných zaujímavostí.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Facebook (hodnotenie recenzentov: 4,8/5,0 hviezdíčiek na základe 347 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Google (hodnotenie recenzentov: 4,9/5,0 hviezdíčiek na základe 713 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)			IIII
Spokojnosť so službou / zážitkom			II
Spokojnosť s kvalitou služby			III
Spokojnosť s kvalitou prostredia			
Value for money „Hodnota za peniaze“	Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyškýtoval		

Všetci recenzenti subjektu A vyjadrili len pozitívne recenzie. Hodnotenie tejto služby je teda vnímané vysoko pozitívne. Pri analýze recenzií sme v priebehu posledných 3 rokov nezaznamenali negatívne hodnotenie. V recenziách bola vyzdvihovaná predovšetkým kvalita sprievodcov, ich vedomosti a zánietenosť pre prezentáciu mesta Bratislava.

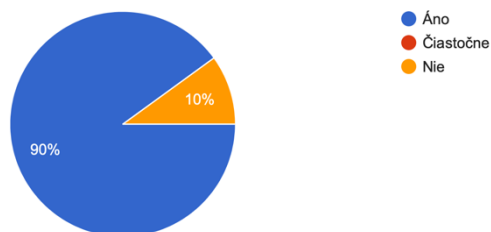
c) Dotazníkový prieskum

Subjekt A hodnotili všetci respondenti pozitívne ako z hľadiska kvality pripraveného personálu odpovedať na otázky respondenta, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania. 90% respondentov nemalo problém nájsť dohodnuté miesto stretnutia. Až 90% respondentov uviedlo, že ponúkla nejakú formu odmeny za poskytnutú službu (40% tringelt, 30% platba v hotovosti, 20% dar).

Graf 30 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – sprievodcovské služby (subjekt A)

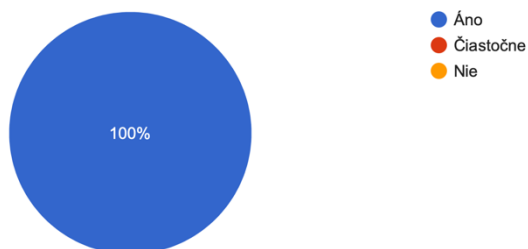
1. Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

10 odpovedí



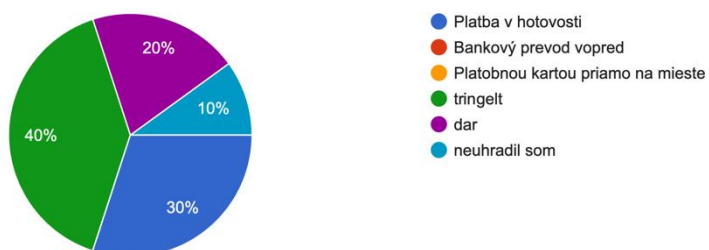
2. Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? (výber jednej z možností)

10 odpovedí



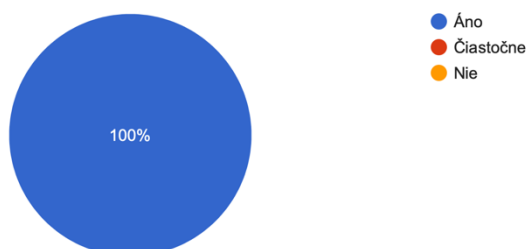
3. Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

10 odpovedí



4. Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

10 odpovedí



Subjekt B

a) Popis subjektu

Subjekt B je organizáciou na dobrovoľnej, nezávislej, nepolitickej báze a je kategorizovaná ako profesijné občianske združenie kvalifikovaných sprievodcov cestovného ruchu zo všetkých regiónov Slovenskej republiky.

b) Analýza recenzií

Nie sú dostupné.⁸

c) Dotazníkový prieskum

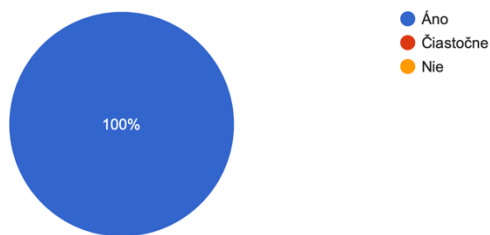
Subjekt B hodnotili všetci respondenti pozitívne ako z hľadiska jednoduchej nájditeľnosti miesta stretnutia a kvalitne pripraveného personálu odpovedať na otázky respondenta, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania.

⁸ Je potrebné zabezpečiť výraznejšiu viditeľnosť subjektu v online prostredí

Graf 31 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – sprievodcovské služby (subjekt B)

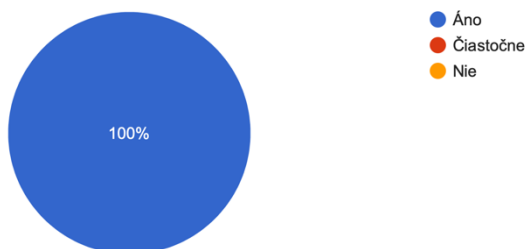
1. Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



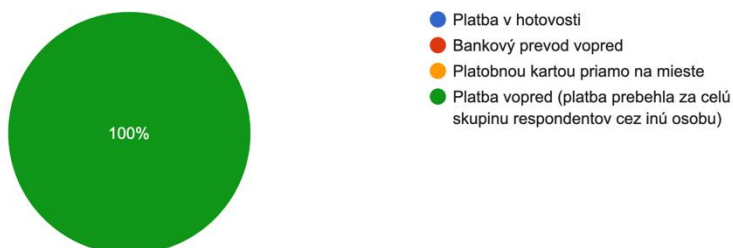
2. Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



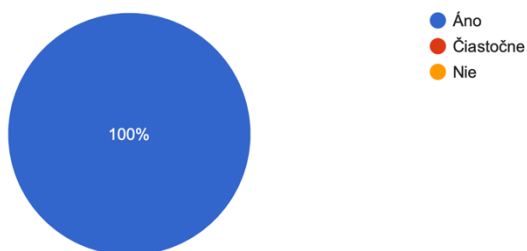
3. Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



4. Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



Subjekt C

a) Popis subjektu

Analyzovaný subjekt C ponúka prehliadky mesta Bratislava a Slovenska so súkromným certifikovaným sprievodcom pre jednotlivcov, ale aj skupiny. Subjekt organizuje v meste Bratislava okrem sprievodcovských služieb aj firemné eventy na mieru s dôrazom na bohatú históriu a tradície mesta.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 5,0/5,0 hviezdíček na základe 130 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)			IIIIIIII
Spokojnosť so službou / zážitkom			IIII
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku			III
Cena za službu / zážitok	Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval		
Prostredie (interiér, lokalita)			

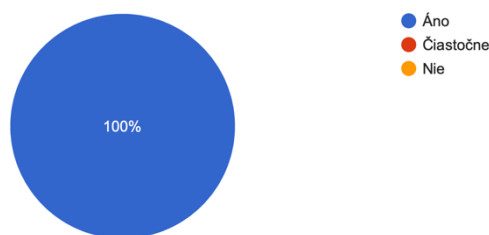
Subjekt C bol hodnotený recenzentami len pozitívne, pričom vyzdvihovali najmä spokojnosť s ľudskými zdrojmi, spokojnosť so službou a odbornosť obsadenia. Hodnotený subjekt mal k dispozícii recenzie na platforme Tripadvisor v anglickom jazyku. Z toho je zrejmá špecializácia na zahraničnú klientelu.

c) Dotazníkový prieskum

Subjekt C hodnotili všetci respondenti pozitívne ako z hľadiska jednoduchej nájditel'nosti miesta stretnutia a kvalitne pripraveného personálu odpovedať na otázky respondenta, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania.

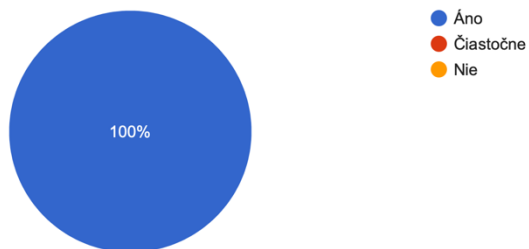
Graf 32 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – sprievodcovské služby (subjekt C)

1. Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)
3 odpovede



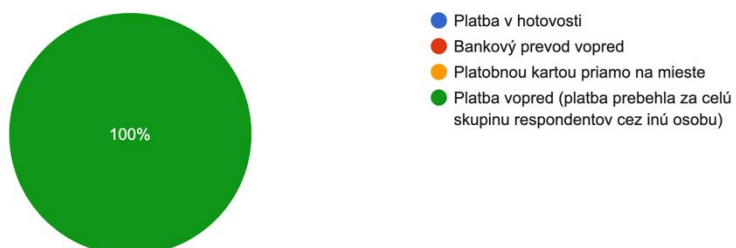
2. Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? (výber jednej z možností)

3 odpovede



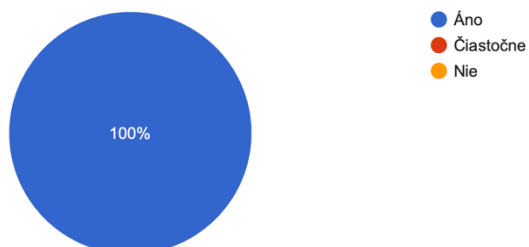
3. Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

3 odpovede



4. Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

3 odpovede



Subjekt D

a) Popis subjektu

Subjekt D združuje kvalifikovaných sprievodcov cestovného ruchu na území hlavného mesta Slovenskej republiky – v Bratislave a ponúka komentované prehliadky na území mesta Bratislavy a Bratislavského kraja.

b) Analýza recenzií

Nie sú dostupné⁹

c) Dotazníkový prieskum

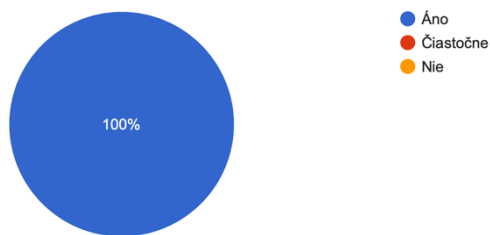
Subjekt D hodnotili všetci respondenti pozitívne ako z hľadiska jednoduchej nájditel'nosti miesta stretnutia a kvalitne pripraveného personálu odpovedať na otázky respondenta, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania. Služba bola bezplatná, avšak 40% respondentov uviedlo, že sprievodcovi ponúklo tringelt.

⁹ Je potrebné zabezpečiť výraznejšiu viditeľnosť subjektu v online prostredí

Graf 33 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – sprievodcovské služby (subjekt D)

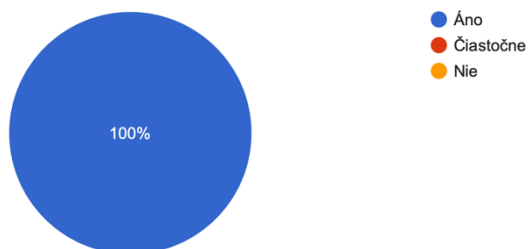
1. Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



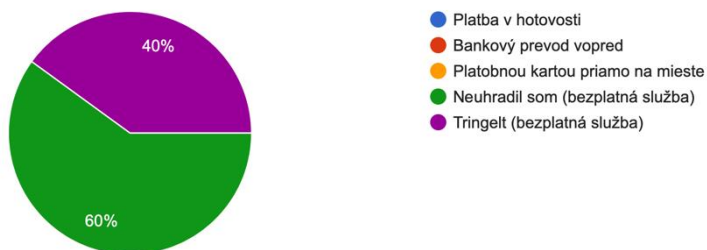
2. Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



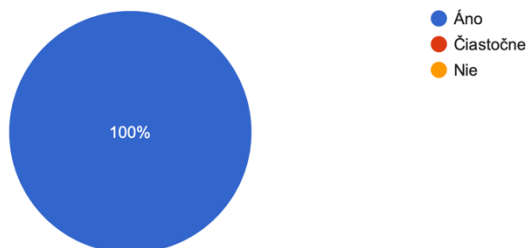
3. Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



4. Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



Subjekt E

a) Popis subjektu

Subjekt E poskytuje sprievodcovské služby v spojení s objavovaním mesta Bratislava, spoznávaním kultúry a kulinárskych možností v meste.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,9/5,0 hviezdíčiek na základe 33 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Facebook (hodnotenie recenzentov: 5,0/5,0 hviezdíčiek na základe 11 recenzií)

Analyzovaná platforma č.3: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 5,0/5,0 hviezdíčiek na základe 117 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)			IIIIIIII
Spokojnosť so službou / zážitkom			IIII
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku			III
Cena za službu / zážitok	Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval		
Prostredie (interiér, lokalita)			

Subjekt E bol recenzentami hodnotený len pozitívne, a to najmä v hodnotenom kritériu spokojnosť s ľudskými zdrojmi, spokojnosť so zážitkom a odbornosť obsadenia. Analyzovaný subjekt sprevádza návštevníkov v rámci tematických ciest (najpopulárnejšia v rámci recenzií je pivná cesta). Návštevníkom vyhovovala aj flexibilita sprievodcov pri riešení individuálnych problémov a požiadaviek.

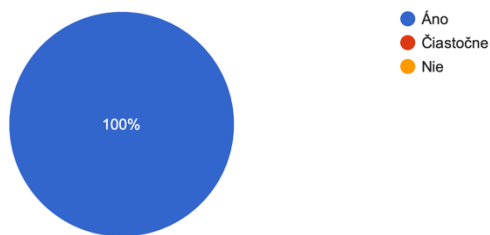
c) Dotazníkový prieskum

Subjekt E hodnotili všetci respondenti pozitívne ako z hľadiska jednoduchej rozpoznateľnosti miesta stretnutia a kvalitne pripraveného personálu odpovedať na otázky respondenta, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania.

Graf 34 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – sprievodcovské služby (subjekt E)

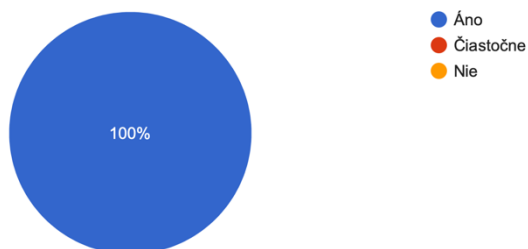
1. Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



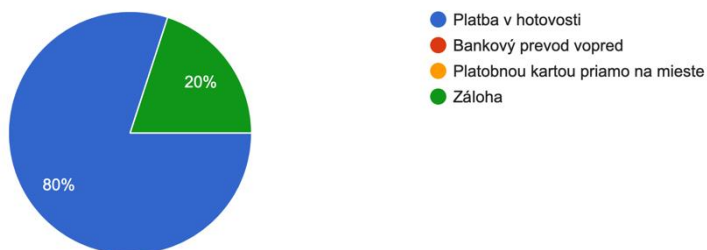
2. Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



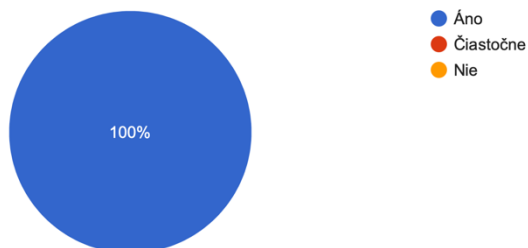
3. Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



4. Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



Subjekt F

a) Popis subjektu

Subjekt F poskytuje dopravné služby, vrátane zabezpečenia programov v meste Bratislava. Spoločnosť má skúseností v oblasti prepravy a poskytovania služieb pre cestovný ruch. Poskytuje služby dopravy, sprievodcov, programy pre návštevníkov, stravovanie, zábavné programy a ďalšie miestne atrakcie a zaujímavosti, ktoré ponúka Bratislava.

b) Analýza recenzií ¹⁰

Nie sú dostupné

c) Dotazníkový prieskum

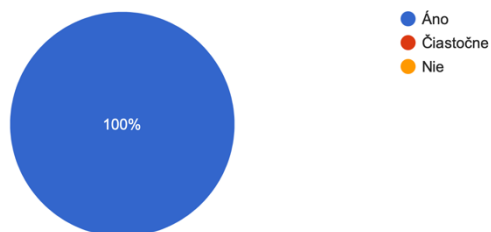
Subjekt F hodnotili všetci respondenti pozitívne ako z hľadiska jednoduchej rozpoznateľnosti, miesta stretnutia, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania. Respondenti uviedli, že nevedia posúdiť či bol personál kvalitne pripravený odpovedať na ich otázky, nakoľko absolvovali prehliadku on-line.

¹⁰ Internetové stránky nefunkčné

Graf 35 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – sprievodcovské služby (subjekt F)

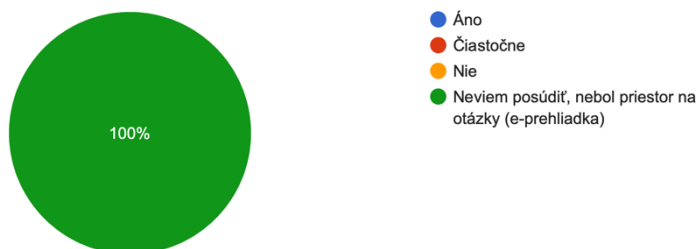
1. Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

4 odpovede



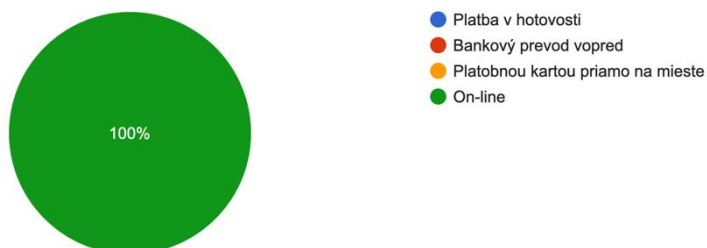
2. Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? (výber jednej z možností)

4 odpovede



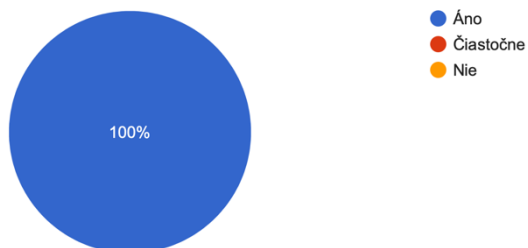
3. Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

4 odpovede



4. Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

4 odpovede



Subjekt G

a) Popis subjektu

Subjekt G je príspevkovou organizáciou, zabezpečujúcou podporu pre aktérov v oblasti zriaďovanej a nezriaďovanej kultúry a verejného života na celom území mesta Bratislava. Prioritou je podpora občianskych aktivít a komunit v Bratislave.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,2/5,0 hviezdíčiek na základe 10 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Facebook (hodnotenie recenzentov: 4,3/5,0 hviezdíčiek na základe 21 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)	<i>Hodnotenie nižšie</i>		
Spokojnosť so službou / zážitkom			
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku			
Cena za službu / zážitok			
Prostredie (interiér, lokalita)			

Analyzovaný subjekt neobsahoval dostatočné množstvo recenzií, aby bolo možné aplikovať rovnaké hodnotenie ako pri iných analyzovaných subjektoch. V rámci analyzovaných recenzií bolo zistené:

- organizácia sa presťahovala na novú adresu
- nevyhovujúce parkovanie
- je potrebné pridať otváracie hodiny na webovú stránku

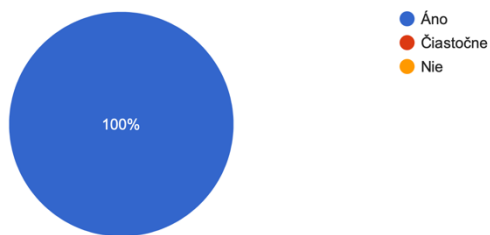
c) Dotazníkový prieskum

Subjekt G hodnotili všetci respondenti pozitívne ako z hľadiska jednoduchej nájditel'nosti miesta stretnutia, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania. Respondenti uviedli, že nevedia posúdiť či bol personál kvalitne pripravený odpovedať na ich otázky, nakoľko absolvovali prehliadku on-line.

Graf 36 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – sprievodcovské služby (subjekt G)

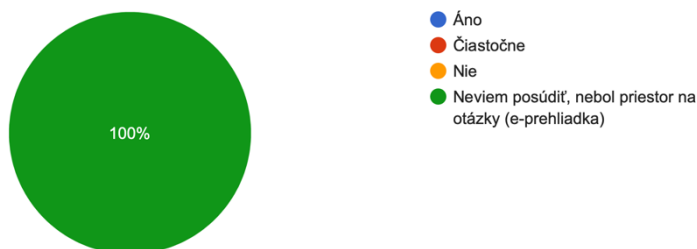
1. Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

4 odpovede



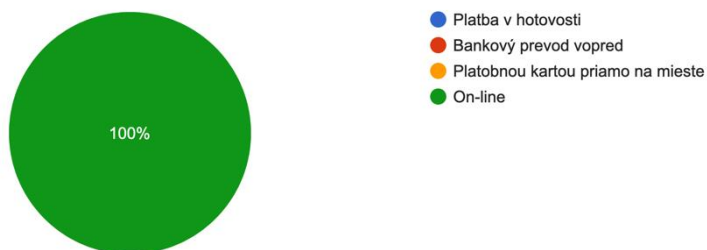
2. Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? (výber jednej z možností)

4 odpovede



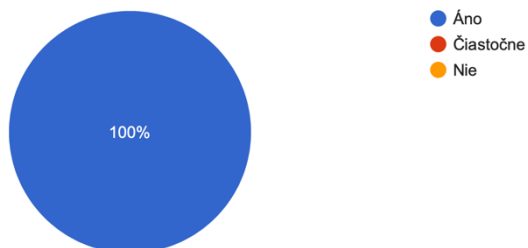
3. Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

4 odpovede



4. Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

4 odpovede



Subjekt H

a) Popis subjektu

Subjekt H pôsobí ako dovolenkový a pobytový špecialista na bývalé krajiny Sovietskeho zväzu. Subjekt pôsobí ako cestovná kancelária, ktorá poskytuje komplexné služby poznávacích zájazdov, napr. ubytovanie, sprievodcovské služby, zabezpečenie vstupného, transfer, strava, poistenie a iné.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,8/5,0 hviezdíčiek na základe 36 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Facebook (hodnotenie recenzentov: 4,9/5,0 hviezdíčiek na základe 47 recenzií)

Analyzovaná platforma č.3: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 27 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)			IIIIII
Spokojnosť so službou / zážitkom			IIIIII
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku			II
Cena za službu / zážitok			II
Prostredie (interiér, lokalita)	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		

Subjekt H bol recenzentami hodnotený len pozitívne, a to najmä v skúmanom kritériu spokojnosť s ľudskými zdrojmi, spokojnosť so zážitkom, odbornosť obsadenia a cena za službu. V textových hodnoteniach sa nevyskytovali negatívne hodnotenia.

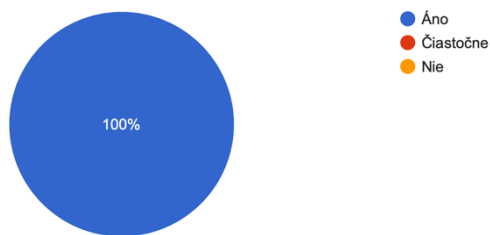
c) Dotazníkový prieskum

Subjekt H hodnotili všetci respondenti pozitívne ako z hľadiska jednoduchej dohľadateľnosti miesta stretnutia a kvalitnej pripravenosti personálu, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania. Respondenti uviedli, že počas prehliadok sa veľa nachodili, avšak odporúčajú prehliadky.

Graf 37 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – sprievodcovské služby (subjekt H)

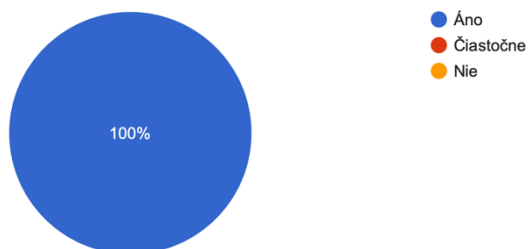
1. Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



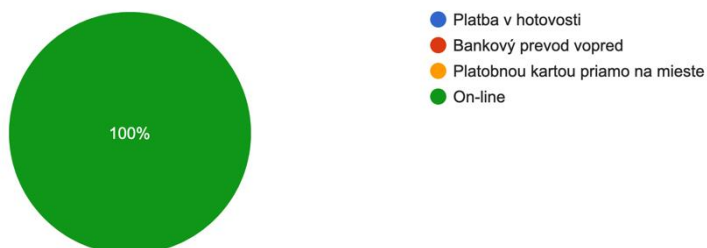
2. Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



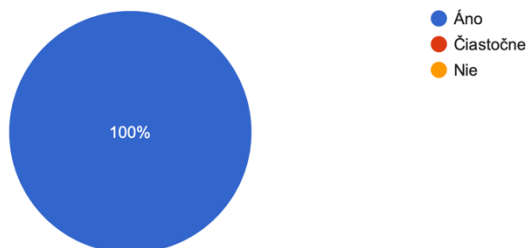
3. Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



4. Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



Subjekt I

a) Popis subjektu

Subjekt I zabezpečuje prehliadky mesta Bratislava v kontexte príbehov a faktov z Bratislavy 20. storočia. Prehliadky prebiehajú s využitím dopravných prostriedkov, ktoré typicky reflektujú na danú dobu, čo umocňuje zážitok z prehliadky.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 5,0/5,0 hviezdíčiek na základe 41 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 5,0/5,0 hviezdíčiek na základe 649 recenzií)

Analyzovaná platforma č.3: Facebook (hodnotenie recenzentov: 5,0/5,0 hviezdíčiek na základe 49 recenzií)

Analyzovaná platforma č.4: Zľavomat (hodnotenie recenzentov: 5,0/5,0 hviezdíčiek na základe 4 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)			IIIIII
Spokojnosť so službou / zážitkom			IIIIII
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku			IIIIII
Cena za službu / zážitok	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Prostredie (interiér, lokalita)			

Analyzovaný subjekt I má len pozitívne recenzie, pričom recenzenti vyjadrili spokojnosť najmä s ľudskými zdrojmi, spokojnosť so zážitkom a odbornosť obsadenia. Na všetkých analyzovaných portáloch mal tento subjekt pozitívne hodnotenie. Návštevníci oceňovali originalitu prehliadok, ich dômyselnosť a kvalitu tour guide.

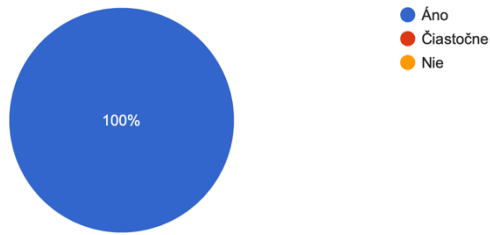
c) Dotazníkový prieskum

Subjekt I hodnotili všetci respondenti pozitívne ako z hľadiska jednoduchšej dohľadateľnosti miesta stretnutia a kvalitnej pripravenosti personálu, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania.

Graf 38 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – sprievodcovské služby (subjekt I)

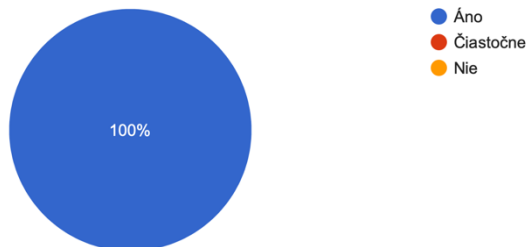
1. Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

3 odpovede



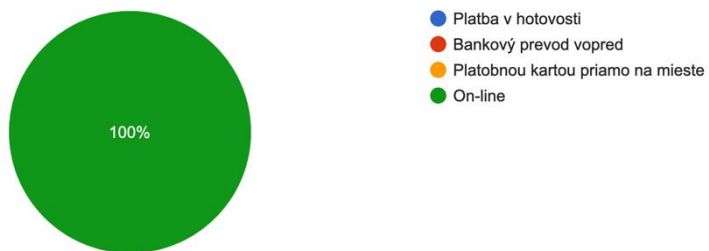
2. Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? (výber jednej z možností)

3 odpovede



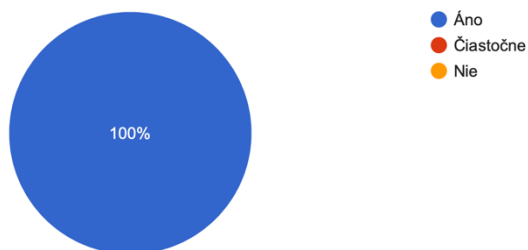
3. Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

3 odpovede



4. Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

3 odpovede



Subjekt J

a) Popis subjektu

Subjekt J zabezpečuje prehliadky mesta Bratislava v skupinách do 15 ľudí prostredníctvom zariadení „segway“, ktoré umožňujú jednoduchý presun mestom na elektrickom dopravnom prostriedku. Subjekt zabezpečuje aj prenájom bicyklov a elektrických kolobežiek.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,6/5,0 hviezdíček na základe 80 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 5,0/5,0 hviezdíček na základe 250 recenzií)

Analyzovaná platforma č.3: Facebook (recenzie nie sú k dispozícii)

Analyzovaná platforma č.4: Zľavomat (hodnotenie recenzentov: 4,6/5,0 hviezdíček na základe 44 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)			IIIIIIII
Spokojnosť so službou / zážitkom		I	IIII
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku			II
Cena za službu / zážitok	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Prostredie (kvalita technických zariadení)	II		

Analyzovaný subjekt mal prevažne pozitívne recenzie, pričom recenzenti hodnotili pozitívne najmä spokojnosť s ľudskými zdrojmi, spokojnosť so zážitkom a hodnotnosť zážitku. Zaznamenané boli 2 negatívne recenzie na požičiavanie bicyklov, ktoré recenzenti vnímali ako nevyhovujúce. V subjekte je možná platba len v hotovosti, čo nevyhovuje všetkým turistom.

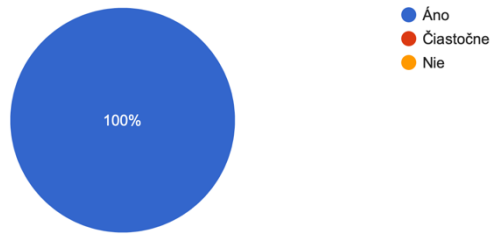
c) Dotazníkový prieskum

Subjekt J hodnotili všetci respondenti pozitívne ako z hľadiska jednoduchej dohľadateľnosti miesta stretnutia a kvalitnej pripravenosti personálu, tak aj z hľadiska očakávaní, že daný zážitok splnil respondentove očakávania.

Graf 39 Grafické spracovanie dotazníkového prieskumu – sprievodcovské služby (subjekt J)

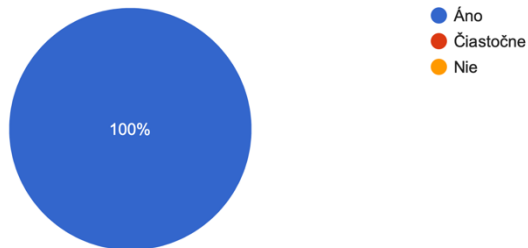
1. Našli ste miesto, kde sa služba poskytuje (miesto, kde ste sa dohodli na stretnutí). Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



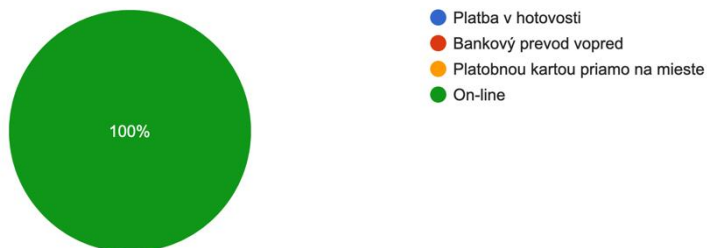
2. Bol personál kvalitne pripravený odpovedať na Vaše otázky? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



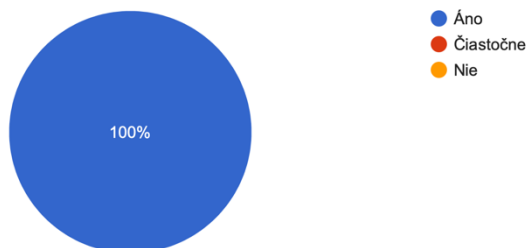
3. Akou formou ste službu uhradili? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



4. Splnila služba Vaše očakávanie? Ak nie, tak prečo? (výber jednej z možností)

5 odpovedí



PREPRAVNÉ SLUŽBY

V rámci sekcie „**prepravné služby**“ bolo analyzovaných 5 subjektov, u ktorých existuje predpoklad, že sú vyhľadávané turistami mesta Bratislava. Subjekty sa zameriavajú predovšetkým na transporty v rámci mesta Bratislava, ale aj do okolitých miest (napr. medzinárodné letisko Schwechat, destinácie v rámci Bratislavského samosprávneho kraja a pod.).

1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: MYSTERY SHOPPING A ANALÝZA RECENZIÍ

Pre oblasť „prepravné služby“ bola ako metóda skúmania kvality služieb cestovného ruchu zvolená metóda mystery shopping. Mystery shopping prebiehal v každom zo subjektov jeden krát formou využitia ponúkanej služby. Výskumník mal vopred pripravený dotazník, ktorý vyplnil ihneď po skúmaní daného subjektu, aby došlo k čo možno najkomplexnejšiemu zachyteniu skúseností z danej prevádzky. Skúmanými kritériami v dotazníku boli nasledovné indikátory/kritéria:

- a) **Umiestnenie a viditeľnosť subjektu.** Predmetom skúmania bola najmä lokácia samotného subjektu v rámci mesta Bratislava.
- b) **Rozpoznateľnosť subjektu.** Predmetom skúmania bola najmä identita subjektu, ktorá môže byť prezentovaná napr. prostredníctvom maskota, loga, uniformy či iných rozpoznateľných prvkov, ktoré subjekt odlišia od iných subjektov (napr. farebnosť autobusu, a pod.)
- c) **Technická kvalita.** Predmetom skúmania technickej kvality bolo najmä zameranie sa na vybavenie interiéru a exteriéru subjektu (pohodlie, a pod.).
- d) **Funkčná kvalita.** Predmetom skúmania funkčnej kvality bolo cieľom sa zamerať najmä na samotnú spokojnosť ako s ľudskými zdrojmi, tak s ponúkaným tovarom/službou.
- e) **Predaj, platba, reklamácie.** Predmetom skúmania bolo najmä zistiť aké možnosti platby subjekt ponúka, ako aj to, či zákazník obdrží pokladničný doklad.

Pre každý subjekt prepravných služieb boli vybrané recenzie od recenzentov, a to náhodným výberom zo súboru recenzií na platforme Google, Tripadvisor, Foursquare, Zľavomat a Facebook. Recenzie boli následne analyzované a skúmané, pričom k vopred stanoveným identifikátorom sa prideliť hodnoty (nevyhovujúce, čiastočne vyhovujúce a vyhovujúce). Identifikátory, ktoré boli v rámci recenzií skúmané sú:

- a) **Spokojnosť s ľudskými zdrojmi.** Skúmaný bol dojem zákazníka zo správania zamestnanca subjektu voči nemu samotnému (pozdrav, ochota a pod.)
- b) **Spokojnosť so službou / zážitkom.** Skúmaný bol dojem zákazníka zo samotného zážitku z prepravy.
- c) **Spokojnosť s kvalitou služby.** Skúmaný bol dojem zákazníka s úrovňou kvality služby najmä po technickej stránke.
- d) **Spokojnosť s kvalitou prostredia.** Skúmaný bol dojem zákazníka z interiéru a exteriéru skúmaného subjektu (napr. hlučnosť, zápach, čistota).
- e) **Value for money.** Skúmaný bol dojem zákazníka z výšky ceny za to, čo si zakúpil, najmä, či výška ceny zodpovedala tomu, čo očakával, že za ňu dostane, teda hodnota za peniaze.
- f) **Spokojnosť s doplnkovými službami.** Skúmaný bol dojem zákazníka, či bol spokojný s doplnkovými službami a či ich prepravca ponúkal (napr. toaleta či voda v autobuse a pod.)

2. VÝSLEDKY VÝSKUMU

Na základe vykonanej metódy skúmania mystery shopping je možné konštatovať, že všetky subjekty sú vhodne situované a majú jasnú visibilitu. Rovnako tak je aj rozpoznateľnosť subjektov úplne bezproblémová (budovy sú jasne vyznačené, navigujú k nim informačné tabule, autobusy sú označené logom, prípadne farbou, ktorá jasne definuje spoločnosť). Po technickej kvalite a funkčnej stránke subjekty taktiež spĺňali kritéria.

Na základe analýzy recenzií je možné konštatovať, že Subjekt B a Subjekt D mali najlepšie hodnotený zákaznícky servis a poskytovanie služieb. Subjekt A musí zapracovať na kvalite doplnkových služieb. Subjekt C je v špecifickej situácii, je nevyhnutné aby kontinuálne zlepšoval kvalitu služieb nakoľko má prirodzene monopolné postavenie. Subjekt E začal podnikanie na území mesta rozpačito (spôsobené množstvom faktorov), čomu nasvedčujú aj recenzie, avšak na základe nášho skúmania mystery shopping nebol so subjektom žiadny problém.

Subjekt A

a) Popis subjektu

Subjekt A, je najväčším letiskom v Slovenskej republike. Letisko sa nachádza 9 km severovýchodne od centra mesta, na rozlohe 4,77 km². Nachádza sa len hodinu jazdy od Viedne (Rakúsko), Brna (Česko) a Győru (Maďarsko), pokrývajúc tak spádovú oblasť až štyroch krajín. V počte odbavených cestujúcich subjekt dosahoval 2-2,3 mil. cestujúcich za rok.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,0/5,0 hviezdíčiek na základe 2 952 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Foursquare (hodnotenie recenzentov: 6,0/10,0 hviezdíčiek na základe 756 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)	IIIIII		IIIIII
Spokojnosť so službou / zážitkom	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť s kvalitou služby	III		II
Spokojnosť s kvalitou prostredia	IIIIII	I	IIII
Value for money „Hodnota za peniaze“			I
Spokojnosť s doplnkovými službami	I	II	III

Analýza recenzií jasne ukázala aké sú prednosti subjektu a naopak akými nedostatkami subjekt disponuje. Medzi prednosti sa radí jednoznačne poloha letiska a kvalita prostredia. Je možné sem zaradiť aj personál, ktorý bol ochotný poradiť návštevníkom (najmä letiskový personál). Na druhú stranu najviac negatívnych reakcií vyvolala kvalita doplnkovej služby (čistota toaliet), ktorú hodnotili takmer všetci návštevníci ako nedostatočnú. Ponuka letov z letiska je síce limitovaná, avšak v hodnoteniach na toto nebolo výrazne upozorňované. Negatívne hodnotenie vyvoláva aj čas čakania na batožinu (toto môže byť spôsobené krátkymi vzdialenosťami, ktoré návštevník na tomto letisku prekonáva), ale aj nedostatočným množstvom zodpovedných pracovníkov. Návštevníci by ocenili viac nabíjajúcich miest pre elektroniku a vyššiu mieru automatizácie (napr. dvere na WC).

c) Mystery shopping

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none">subjekt je situovaný vhodne, priamo v rámci hlavného mesta, dopravná dostupnosť je kvalitná (MHD, taxi, parkovanie)architektúra objektu je jednoznačná, identifikácia objektu nespôsobovala problémy
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none">jasná a rozpoznateľná identita,logo organizácie na budove je jasné a zrejmé, orientovanie v priestore bez problémov, letisko je menšie a smerovanie je zrozumiteľné
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none">moderný interiér, čistota v interiériokolie letiska (pred budovou) môže byť čistejšie, rovnako aj toalety v objekte, sú síce veľmi exponované, ale môžu byť čistené hustejším intervalombezbariérový objekt
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none">veľmi ochotný personálceny vyššie, avšak porovnateľné s iným letiskom podobnej veľkostižiadne zásadné výhrady neevidujeme
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none">služby v letisku umožňujú hotovostné aj bezhotovostné platby

Subjekt B

a) Popis subjektu

Činnosti spoločnosti zahŕňajú prenájom autobusov pre turistické účely, paneurópske diaľkové autobusové linky v spolupráci s medzinárodným prepravcom a prepravu zamestnancov pre popredné automobilové spoločnosti pôsobiace v Bratislave a Žiline.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,0/5,0 hviezdíčiek na základe 70 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Facebook (hodnotenie recenzentov: 3,7/5,0 hviezdíčiek na základe 3 recenzií)

Analyzovaná platforma č.3: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,0/5,0 hviezdíčiek na základe 18 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)			IIIIII
Spokojnosť so službou / zážitkom			II
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku			III
Cena za službu / zážitok	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Prostredie (interiér, lokalita)			II
Spokojnosť s doplnkovými službami			II

Analýza recenzií preukázala, že dopravca poskytuje kvalitné služby a zamestnáva personál, ktorý reprezentuje spoločnosť nadpriemerne. Zamestnanci sú ochotní riešiť problémy zákazníkov k ich spokojnosti. Negatívne recenzie neboli zistené s výnimkou recenzie na zmluvnú dopravu pre partnerov v automobilovom priemysle (Žilina), avšak z dôvodu hrubého vyjadrovania sme recenziu do hodnotenia nezahrnuli (bola vyhodnotená ako neobjektívna).

c) Mystery shopping

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none">autobus spoločnosti je jednoznačne identifikovateľný, je zrejmé, ktorý autobus mám využiť
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none">logo je ľahko identifikovateľné, logo na autobuse je výrazné a ľahko čitateľné
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none">moderné autobusykvalitné doplnkové služby na palube, nie je čo vytknúť
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none">milý personálcena adekvátnapreprava splnila očakávania, cesta mala trvať hodinu, dopravca ma dopravil do destinácie skôr
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none">zakúpenie cestovného dokladu cez internetobdržali sme doklad online

Subjekt C

a) Popis subjektu

Analyzovaný subjekt je stopercentná dcérska spoločnosť hlavného mesta SR Bratislavy, ktorá je jediným poskytovateľom MHD na území mesta Bratislava. Prevádzkuje trolejbusovú, autobusovú a električkovú dopravu.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 3,3/5,0 hviezdíčiek na základe 320 recenzií) – predajňa Olejkárska; Google (hodnotenie recenzentov: 3,9/5,0 hviezdíčiek na základe 88 recenzií) – predajňa Hodžovo námestie; Google (hodnotenie recenzentov: 3,5/5,0 hviezdíčiek na základe 44 recenzií) – predajňa Petržalka; Google (hodnotenie recenzentov: 4,1/5,0 hviezdíčiek na základe 17 recenzií) – predajňa Vinohrady; Google (hodnotenie recenzentov: 3,6/5,0 hviezdíčiek na základe 16 recenzií) – predajňa Hlavná stanica; Google (hodnotenie recenzentov: 4,0/5,0 hviezdíčiek na základe 37 recenzií) – predajňa Dúbravka; Google (hodnotenie recenzentov: 4,0/5,0 hviezdíčiek na základe 7 recenzií) – predajňa Most SNP.

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)	I		IIII
Spokojnosť so službou / zážitkom	III		
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku	Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval		
Cena za službu / zážitok	Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval		
Prostredie (interiér, lokalita)			I
Spokojnosť s doplnkovými službami	Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval		

Hodnotený subjekt je v špecifickej situácii. Je to spoločnosť v monopolnom postavení, ktorá poskytuje komplexné služby na území hlavného mesta Bratislava. V recenziách sa často objavovali pozitívne hodnotenie na zamestnancov, ktorí pracujú za pultom (poskytujú kvalitné služby prvého kontaktu). Negatívne recenzie sa objavovali v spojení s kvalitou dopravných prostriedkov alebo s označením pre turistov (na čom organizácia v posledných rokoch intenzívne pracuje).

c) Mystery shopping

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none">označenie organizácie je unifikované a zjavné, vo farebnej schéme mesta
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none">označenie zastávok, orientácia v grafikone a mapách bola bezproblémová
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none">kvalita dopravných prostriedkov sa rapidne zlepšujedoplnkové služby vo vozidláchmoderné vozidlá vo väčšine presunov
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none">milý personálbez čakacej dobycena adekvátne k zážitku
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none">organizácia umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom) – prostredníctvom automatov a aj kartou vo vozidleobdržali sme doklad o kúpe

Subjekt D

a) Popis subjektu

Subjekt D poskytuje služby v oblasti prepravy lodnou dopravou na území mesta Bratislava a po rieke Dunaj do významných miest, ako napr. Viedeň, Danubiana, Šamorín alebo Gabčíkovo.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,2/5,0 hviezdíček na základe 1 334 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,0/5,0 hviezdíček na základe 9 recenzií)

Analyzovaná platforma č.3: Zľavomat (hodnotenie recenzentov: 4,6/5,0 hviezdíček na základe 5 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)	I		II
Spokojnosť so službou / zážitkom	I	II	IIIIIIII
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku			I
Cena za službu / zážitok	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Prostredie (interiér, lokalita)			I
Spokojnosť s doplnkovými službami	II		II

Hodnotenie návštevníkov bolo v prevažnej miere pozitívne. Zážitky, ktoré agentúra ponúka boli hodnotené pozitívne bez negatívnych recenzií. Množstvo hodnotení naznačovalo záujem recenzenta zopakovať si zážitok. Negatívne boli hodnotené: možnosti parkovania a stav objektu.

c) Mystery shopping

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none">• budova potrebuje modernizáciu• orientácia na móla by mohla byť lepšia
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none">• po nájdení správneho móla je orientácia v poriadku
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none">• zabezpečená bezbariérovosť, možnosť parkovania za poplatok
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none">• milý personál,• cena je adekvátna• návšteva organizácie splnila očakávania, pekný výber plavieb
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none">• organizácia umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom)• obdržali sme pokladničný doklad

Subjekt E

a) Popis subjektu

Organizácia zabezpečuje prímestskú autobusovú dopravu najmä v Bratislavskom kraji. Svojim vozidlovým parkom s vyše 220 autobusmi vykonáva viac ako 60 prímestských autobusových liniek v okolí Bratislavy, Malaciek, Pezinka, Senca, ale aj Šamorína.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 1,6/5,0 hviezdíčiek na základe 37 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)	IIII		I
Spokojnosť so službou / zážitkom	IIIIIIIIII		
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku	I		
Cena za službu / zážitok	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Prostredie (interiér, lokalita)	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť s doplnkovými službami	II	I	I

Analyzovaný subjekt poskytuje služby prepravy na území Bratislavského kraja. Subjekt nastúpil ako nový po dlhoročnom konkurenčnom dopravcovi. Nástup bol poznačený výpadkami spojov, čo sa prejavilo na nespokojnosti cestujúcich a negatívnych recenziách, ktoré sa objavujú. Meškanie spojov, vynechanie spojov a zlé správanie vodičov sú hlavné negatíva objavujúce sa v recenziách. Obnovenie spoju do pohraničia a pomoc personálu boli hodnotené kladne. Pozitívne recenzie sa objavili sporadicky, v drvivej väčšine boli hodnotenia negatívne.

c) Mystery shopping

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> označenie autobusu je bezproblémové
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> rozpoznateľnosť subjektu je jasná
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> autobusová stanica v Bratislave je na vysokej úrovni, rovnako ako doprava zastávky oznamovala grafická tabuľa aj zvuková signalizácia spoj prišiel, bez meškania sme dorazili do cieľa (nástupnou stanicou bola Bratislava, autobusová stanica a cieľovou stanicou zastávka Hamuliakovo, Stredný hon) nevýhodou spoju je množstvo zastávok, čo spomaľuje príchod do cieľovej stanice
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> milý personál bez čakacej doby cena je adekvátna
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom) obdržali sme doklad

INFORMAČNÉ SLUŽBY

V rámci sekcie „**informačné služby**“ bol analyzovaný 1 subjekt, u ktorého existuje predpoklad, že je vyhľadávaný turistami mesta Bratislava. Subjekt je zameraný predovšetkým na sprostredkovanie informácií, ktoré slúžia k uľahčeniu spoznávania mesta Bratislava a celého Bratislavského kraja.

1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: MYSTERY SHOPPING A ANALÝZA RECENZIÍ

Pre oblasť „informačné služby“ bola ako metóda skúmania kvality služieb cestovného ruchu zvolená metóda mystery shopping. Mystery shopping prebiehal v subjekte dva krát rozdielnymi osobami. Výskumník mal vopred pripravený dotazník, ktorý vyplnil ihneď po skúmaní daného subjektu, aby došlo k čo možno najkomplexnejšiemu zachyteniu skúseností z danej prevádzky. Skúmanými kritériami v dotazníku boli nasledovné indikátory/kritéria:

- a) **Umiestnenie a viditeľnosť subjektu.** Predmetom skúmania bola najmä lokácia samotného subjektu v rámci mesta Bratislava ako aj stupeň náročnosti dopraviť sa do subjektu.
- b) **Rozpoznateľnosť subjektu.** Predmetom skúmania bola najmä identita subjektu, ktorá môže byť prezentovaná napr. prostredníctvom maskota, loga, uniformy či iných rozpoznateľných prvkov, ktoré subjekt odlišia od iných subjektov.
- c) **Technická kvalita.** Predmetom skúmania technickej kvality bolo najmä zameranie sa na vybavenie interiéru a exteriéru subjektu (pohodlie, a pod.).
- d) **Funkčná kvalita.** Predmetom skúmania funkčnej kvality bolo cieľom sa zamerať najmä na samotnú spokojnosť ako s ľudskými zdrojmi, tak s ponúkaným tovarom/službou.
- e) **Predaj, platba, reklamácie.** Predmetom skúmania bolo najmä zistiť aké možnosti platby subjekt ponúka.

Pre subjekt informačných služieb boli vybrané recenzie od recenzentov, a to náhodným výberom zo súboru recenzií na platforme Google, Tripadvisor a Facebook. Recenzie boli následne analyzované a skúmané, pričom k vopred stanoveným identifikátorom sa prideliť hodnoty (nevyhovujúce, čiastočne vyhovujúce a vyhovujúce). Identifikátory, ktoré boli v rámci recenzií skúmané sú:

- a) **Spokojnosť s ľudskými zdrojmi.** Skúmaný bol dojem zákazníka zo správania zamestnanca subjektu voči nemu samotnému (pozdrav, ochota a pod.)
- b) **Spokojnosť so službou / zážitkom.** Skúmaný bol dojem zákazníka zo samotnej služby (či boli návštevníkovi podané informácie a pod.).
- c) **Spokojnosť s kvalitou služby.** Skúmaný bol dojem zákazníka s úrovňou kvality služby najmä po technickej stránke.
- d) **Spokojnosť s kvalitou prostredia.** Skúmaný bol dojem zákazníka z interiéru a exteriéru skúmaného subjektu (napr. hlučnosť, zápach, čistota).
- e) **Value for money.** Skúmaný bol dojem zákazníka z výšky ceny za to, čo si zakúpil, najmä, či výška ceny zodpovedala tomu, čo očakával, že za ňu dostane, teda hodnota za peniaze.

2. VÝSLEDKY VÝSKUMU

Na základe vykonanej metódy skúmania mystery shopping je možné konštatovať, že subjekt spĺňa všetky skúmané indikátory vo vyhovujúcej forme. Pracovníci subjektu ochotne poradili a zodpovedali naše otázky. Okrem našich otázok nám ponúkli aj doplnkové služby a pýtali sa nás či nám vedia ešte nejako poradiť. Postrehom jedného z výskumníkov bolo zriadenie on-line chatu, ktorý by nahradil nutnosť ísť navštíviť subjekt osobne, čo by ocenili najmä mladší návštevníci mesta.

Na základe analýzy recenzií je možné konštatovať, že väčšina recenzentov je spokojná so službami subjektu. V prípade, ak došlo k pochybeniu zo strany zamestnancov subjektu, na tieto recenzie bola zaznamenaná reakcia zo strany subjektu. Negatívne recenzie, ktoré sa objavovali boli skôr jedinečného charakteru a nie vždy bolo možné im predísť (napr. nespokojnosť s nedostupnosťou poľského jazyka na prospektoch). Niektorí ľudia sa v recenziách sťažovali na invazívne ponúknanie Bratislava Card. Výskumníkom v rámci mystery shopping bola tiež táto karta ponúknutá, ale z nášho pohľadu to nepôsobilo invazívne alebo otravne. Na sociálnej sieti Facebook sa v rámci subjektu objavuje množstvo spamových recenzií, ktoré odporúčame nahlásiť podpore Facebooku.

Subjekt A

a) Popis subjektu

Hlavnou funkciou subjektu je podávať informácie návštevníkom mesta Bratislava. Subjekt slúži ako centrum základných informácií o meste a Bratislavskom kraji a jeho pamiatkach. Subjekt taktiež ponúka predaj cestovných lístkov na verejnú dopravu, rezerváciu prehládok mesta, či rezerváciu ubytovania. V centre je možné nájsť infografiky, mapy, bedekre, brožúry a iné informačné materiály prospešné pre návštevníka mesta Bratislava.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Facebook (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 267 recenzií)¹¹

Analyzovaná platforma č.2: Google (hodnotenie recenzentov: 4,2/5,0 hviezdíčiek na základe 209 recenzií)

Analyzovaná platforma č.3: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,0/5,0 hviezdíčiek na základe 150 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)	III		IIIIIIII
Spokojnosť so službou / zážitkom		I	III
Spokojnosť s kvalitou služby	I	I	IIII
Spokojnosť s kvalitou prostredia	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Value for money „Hodnota za peniaze“	I		

Analýza recenzií jasne preukázala spokojnosť so zamestnancami informačného centra. V prípade, ak došlo k zlyhaniu, čo sa odrazilo aj v negatívnej recenzii, subjekt na túto recenziu reagoval a informácie upresnil, prípadne sa za zlyhanie ľudského faktora ospravedlnil. Kvalita poskytovaných informácií bola hodnotená pozitívne. Negatívne bola hodnotená nedostupnosť informačných letákov v poľskom jazyku.

c) Mystery shopping

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping – osoba č.1
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none">subjekt je situovaný vhodne, priamo v centre mesta v blízkosti významnej pamiatky (Primaciálny palác), rovnako som evidovala aj smerové tabule v centre mesta, ktoré ma navigovali. Prítomnosť subjektu v online prostredí je jasná, cez mapovú aplikáciu som bez problémov našla cestu (peši, verejnou dopravou). Ako jediné mínus hodnotím ťažšie možnosti parkovania (len za úhradu – nevyužila som), avšak je to pochopiteľné s ohľadom na miesto (centrum mesta)budova je zreteľne označená, bez zaváhania som vedela kam mám ísť
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none">logo je dobre umiestnené, nepôsobí na budove rušivologo organizácie je jasné a zrejmé, orientovanie v priestore subjektu bez problémov
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none">pekné čisté priestorymoderný interiér, čistota v interiéri aj v blízkom exteriéri

¹¹ Veľa spamových referencií na sociálnej sieti Facebook

Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> • veľmi ochotný personál, poradiť som potrebovala kultúrne inštitúcie pre mňa a moju babku, ktorá je na vozíku. Personál mi poradil vhodné miesta, pracovníčka ma informovala o možnosti získania Bratislava Card • pracovníčka sa ma na konci spýtala či mi môže ešte nejako pomôcť • v priestore som sa cítila príjemne, vítaná, odchádzala som s dobrým pocitom z návštevy
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> • turistické centrum umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping – osoba č.2
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> • umiestnenie organizácie som si vopred pozrel, aj hromadnú dopravu (trolejbus a pešo), cestoval som z autobusovej stanice, možno by bolo dobré, keby na týchto miestach (autobusová stanica, vlaková stanica) viem získať informácie ako sa dostať do subjektu. Ak to tak je, tak je to slabo označené.
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> • po príchode som hneď vedel, kde to je, dobré označenie
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> • pekné prostredie, možno by sa hodilo spraviť architektonickú súťaž, aby tie priestory boli jedinečnejšie, viac by som si vedel predstaviť prezentovať jedinečnosť mesta skrz architektúru subjektu.
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> • veľmi ochotný personál • bola mi ponúknutá Bratislava Card • online chat! – celkom by mi stačilo, keby sa viem so subjektom spojiť online a netreba tam cestovať
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> • hotovostné aj bezhotovostné platby

SPOLOČENSKO-KULTÚRNE SLUŽBY

V rámci sekcie „spoločensko-kultúrne služby“ bolo analyzovaných 5 subjektov, u ktorých existuje predpoklad, že sú vyhľadávané turistami mesta Bratislava. Subjekty sú zamerané predovšetkým na kultúrne vyžitie návštevníkov mesta v podobe galérií, múzeí či divadiel.

1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: MYSTERY SHOPPING A ANALÝZA RECENZIÍ

Pre oblasť „spoločensko-kultúrne služby“ bola ako metóda skúmania kvality služieb cestovného ruchu zvolená metóda mystery shopping. Mystery shopping prebiehal v subjektoch jednorazovo. Výskumník mal vopred pripravený dotazník, ktorý vyplnil ihneď po skúmaní daného subjektu, aby došlo k čo možno najkomplexnejšiemu zachyteniu skúseností z danej prevádzky. Skúmanými kritériami v dotazníku boli nasledovné indikátory/kritéria:

- a) **Umiestnenie a viditeľnosť subjektu.** Predmetom skúmania bola najmä lokácia samotného subjektu v rámci mesta Bratislava.
- b) **Rozpoznateľnosť subjektu.** Predmetom skúmania bola najmä identita subjektu, ktorá môže byť prezentovaná napr. prostredníctvom maskota, loga, uniformy či iných rozpoznateľných prvkov, ktoré subjekt odlišia od iných subjektov.
- c) **Technická kvalita.** Predmetom skúmania technickej kvality bolo najmä zameranie sa na vybavenie interiéru a exteriéru subjektu (pohodlie, a pod.).
- d) **Funkčná kvalita.** Predmetom skúmania funkčnej kvality bolo cieľom sa zamerať najmä na samotnú spokojnosť ako s ľudskými zdrojmi, tak s ponúkaným tovarom/službou.
- e) **Predaj, platba, reklamácie.** Predmetom skúmania bolo najmä zistiť aké možnosti platby subjekt ponúka.

Pre subjekty spoločensko-kultúrnych služieb boli vybrané recenzie od recenzentov, a to náhodným výberom zo súboru recenzií na platforme Google a Tripadvisor. Recenzie boli následne analyzované a skúmané, pričom k vopred stanoveným identifikátorom sa prideliťovali hodnoty (nevyhovujúce, čiastočne vyhovujúce a vyhovujúce). Identifikátory, ktoré boli v rámci recenzií skúmané sú:

- a) **Spokojnosť s ľudskými zdrojmi.** Skúmaný bol dojem zákazníka zo správania zamestnanca subjektu voči nemu samotnému (pozdrav, ochota a pod.)
- b) **Spokojnosť so službou / zážitkom.** Skúmaný bol dojem zákazníka zo samotnej služby (či si návštevník odniesol pozitívny zážitok a pod.).
- c) **Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku.** Skúmaný bol dojem zákazníka spokojnosti s úrovňou kvality služby z hľadiska profesionality.
- d) **Cena za službu / zážitok.** Skúmaný bol dojem zákazníka z výšky platby za zážitok.
- e) **Prostredie (interiér, lokalita).** Skúmaný bol dojem zákazníka z vybavenia interiéru a exteriéru (napr. čistota, technické prevedenie interiéru, pohodlie a pod.)
- f) **Spokojnosť s doplnkovými službami.** Skúmaný bol dojem zákazníka z kvality doplnkových služieb a či vôbec boli poskytované (napr. občerstvenie v divadle a pod.)

2. VÝSLEDKY VÝSKUMU

Na základe vykonanej metódy skúmania mystery shopping je možné konštatovať, že všetky skúmané subjekty majú umiestnenie a visibilitu dobrú (subjekt E sa síce nachádza pomerne ďaleko od centra mesta, je však dostupný aj MHD). Rozpoznateľnosť všetkých subjektov je zrozumiteľná. Technická kvalita subjektov je postačujúca, avšak v prípade subjektu A je pohodlie sedadiel označené časom a v subjekte B by mal byť lepšie vyriešený bezbariérový prístup. Cena za služby bola v rámci takmer všetkých subjektov adekvátne. V prípade subjektu C bola cena nadštandardne vysoká.

Na základe analýzy recenzií je možné konštatovať, že každý analyzovaný subjekt vykazoval znaky kvality. Vo všeobecnosti nebol žiaden subjekt, ktorý by z hľadiska hodnotenia kvality služieb vykazoval nevhodný prístup. Medzi najlepšie hodnotené subjekty je možné považovať Subjekt A a Subjekt D. Subjekt B by mal zjednotiť svoju online visibilitu, aby návštevníci mohli písať recenzie len pod jeden subjekt (nie v rámci každej budovy). Subjekt C by mal zlepšiť kvalitu svojej expozície, aby zabezpečil lepšiu hodnotu za peniaze.

Subjekt A

a) Popis subjektu

Subjekt A je jednou z najvýznamnejších kultúrnych inštitúcií Slovenska. Subjekt tvoria tri zložky so stálym profesionálnym umeleckým súborom: Činohra, Opera a Balet. Budova, v ktorej subjekt pôsobí je pomerne novou a modernou budovou situovanou neďaleko rieky Dunaj, v blízkosti hlavných pamiatok mesta Bratislava.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,7/5,0 hviezdíčiek na základe 4 097 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 221 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)			I
Spokojnosť so službou / zážitkom			III
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku			III
Cena za službu / zážitok			I
Prostredie (interiér, lokalita)	IIIIII		IIIIII
Spokojnosť s doplnkovými službami	I		III

Z recenzií návštevníkov je jasne vidieť, že panuje všeobecná spokojnosť s ľudskými zdrojmi v tejto inštitúcii (ako s obslužným personálom, tak aj s hereckým obsadením a ich výkonmi). Kvalita zamestnancov a prestíž inštitúcie sú najväčšou pridanou hodnotou. Zmiešané dojmy vyvoláva objekt, v ktorom inštitúcia sídli (kvalita sedenia, okolité prostredie, nedostatočná kapacita hygienických zariadení). Hodnotenia, ktoré vyvolávajú negatívne reakcie boli zamerané len na vyššie spomínané zmiešané dojmy. Vo všeobecnosti hodnotíme inštitúciu kladne a z recenzií nebol zrejmy kvalitatívny nedostatok, ktorý by poškodzoval primárny zážitok, a to účasť na udalosti.

c) Mystery shopping

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none">subjekt je situovaný vhodne, priamo na rušnom pešom bulvári v novom centre mesta (biznis štvrť)
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none">jasná a rozpoznateľná identita, silná marketingová prezentácialogo organizácie je zrejme, orientovanie v priestore bez problémov
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none">moderné technické zázemie, kvalita sedenia je čiastočne poznačená vplyvom časumoderný interiér, čistota v interiéri aj exteriériexteriér by mohol byť doplnený o zelené prvky
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none">veľmi ochotný personálkvalitné herecké obsadenieceny v pomere k tomu, čo zákazník dostane (bufet), výborná kvalitanávšteva organizácie splnila moje očakávania, predstavenie pôsobilo profesionálnežiadne zásadné výhrady neevidujem
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none">podnik umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platbyvstup zakúpený komfortne online s výberom konkrétneho sedeniaobdržali sme pokladničný doklad

Subjekt B

a) Popis subjektu

Organizácia pôsobí ako samostatná kultúrna organizácia v zriaďovateľskej pôsobnosti hlavného mesta Slovenskej republiky. Základným poslaním je cieľavedome a systematicky zhromažďovať, odborne spracovávať, ochraňovať, dokumentovať a verejnosti sprístupňovať zbierkové predmety z oblasti výtvarného umenia formou výstav, stálych expozícií, vedecko-výskumnej, vzdelávacej a edičnej činnosti.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov 4,4/5,0 hviezdíčiek na základe 144 recenzií) – „Františkánske námestie – celá organizácia“

Analyzovaná platforma č.2: Google (hodnotenie recenzentov: 4,6/5,0 hviezdíčiek na základe 168 recenzií) – „Panská“

Analyzovaná platforma č.3: Google (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 156 recenzií) – „Františkánske námestie“

Analyzovaná platforma č.4: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,0/5,0 hviezdíčiek na základe 55 recenzií)

Analyzovaná platforma č.5: Google (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 2 700 recenzií) – „Primaciálne námestie“

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)			II
Spokojnosť so službou / zážitkom			III
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku			IIII
Cena za službu / zážitok			I
Prostredie (interiér, lokalita)	I		IIII
Spokojnosť s doplnkovými službami			II

Po analýze recenzií je zjavné, že návštevníci vyhľadávajú tento kultúrny zážitok zámerne a v pomere cena / kvalita inštitúcia plní ich očakávania. Vyzdvihujú kvalitu prostredia (interiér a aj exteriér), Jediné pozorované negatívum bolo smerované na zdravotne ťažko postihnuté osoby a možnosti ich mobility v objektoch. Pravidelne sa meniace výstavy sú hodnotené kladne. Nevýhodou je, že nie sú recenzie na vyhľadávacom nástroji Google jednotné ale v rámci troch lokalít. Je potrebné návštevníkov motivovať, aby písali recenzie, prípadne zjednotiť online prítomnosť inštitúcie.

c) Mystery shopping

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none">• hodnotená inštitúcia je v dvoch objektoch, ktoré sú ale pomerne blízko seba. Pre návštevníka Bratislavy to nie je problém, sú v centre mesta a je možné oba objekty komfortne navštíviť.
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none">• logo je ľahko identifikovateľné, objekty sú dobre označené
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none">• historické dobové zázemie, vyhovujúca technická kvalita zariadenia• chýba bezbariérový prístup (historické budovy)
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none">• milý personál• krátka čakacia doba• cena adekvátna• návšteva organizácie splnila očakávania, výber umenia korešpondoval s poslaním organizácie, z návštevy si neodnášam vysoký umelecký zážitok ale je to len subjektívny pocit• kaviareň v objekte
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none">• organizácia umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom)• obdržali sme pokladničný doklad

Subjekt C

a) Popis subjektu

Organizácia patrí medzi najvýznamnejšie a zároveň najväčšie múzeá na Slovensku. Múzeum zhromažďuje, všestranne ochraňuje, vedecky spracúva a sprístupňuje múzejné zbierky dokumentujúce dejiny Slovenska od stredoveku.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,2/5,0 hviezdíčiek na základe 1 094 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,0/5,0 hviezdíčiek na základe 5 565 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)	I		I
Spokojnosť so službou / zážitkom	IIIIII		I
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku	III	III	I
Cena za službu / zážitok	IIIIII		
Prostredie (interiér, lokalita)	I		IIIIIIII
Spokojnosť s doplnkovými službami	I		I

Návštevníci múzeá oceňovali najmä jeho výnimočnú polohu a možnosť pozorovať krásne výhľady, či už z „bezplatnej“ časti, ale aj z časti, kde si museli zakúpiť vstupenku. Obnova objektu bola tiež veľmi vyzdvihovaná. Tie recenzie, z ktorých bolo zrejmé, že návštevník získal vstup bezplatne, hodnotili expozície kladne, naopak tie recenzie, pri ktorých bolo zrejmé, že návštevník uhrádzal vstup spokojnosť nepanovala. Pomer cena / získaná hodnota nebol zabezpečený. Vysoká cena vstupného v značnej miere znižovala pozitívne vnímanie návštevy.

c) Mystery shopping

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none">• hodnotená inštitúcia je umiestnená v rámci dominanty mesta Bratislava• vstup a orientácia v objekte bola logická a zrozumiteľná
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none">• označenie miesta na zakúpenie vstupu mohlo byť jasnejšie, vstup a usmernenie od personálu bol v poriadku
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none">• historické dobové zázemie, vyhovujúca technická kvalita zariadenia, príjemná rekonštrukcia objektu• zabezpečená bezbariérovosť (čiastočne), možnosť parkovania priamo v objekte
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none">• milý personál• bez čakacej doby• cena nie je adekvátna k zážitku• návšteva organizácie nespĺnila očakávania, očakával som viac exponátov a lepší zážitok k výške vstupného, ktoré bolo nadštandardné
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none">• organizácia umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom)• obdržali sme pokladničný doklad

Subjekt D

a) Popis subjektu

Subjekt D sprístupňuje súkromnú zbierku umenia pre širokú verejnosť na Slovensku. Orientuje sa na propagáciu slovenského umenia priamo v Bratislave.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,7/5,0 hviezdíčiek na základe 694 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 271 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)	I		
Spokojnosť so službou / zážitkom		I	
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku	II		
Cena za službu / zážitok			
Prostredie (interiér, lokalita)			
Spokojnosť s doplnkovými službami			

Návštevníci galérie vo svojich hodnoteniach oceňovali hodnotu, ktorú získali za vstupné. Doplnkové služby hodnotili veľmi pozitívne. Okrem umeleckého zážitku v recenziách vyzdvihovali aj architektonickú kvalitu objektu a jeho zaujímavé prevedenie. Objavovali sa slovné spojenia ako „skrytý drahokam mesta Bratislava“ a „oáza pokoja“. Negatívne bol hodnotený len jeden krát personál, k tomu sa galéria vyjadrila a zjedнала nápravu. Odborné obsadenie bolo hodnotené v drvivej väčšine kladne, negatívne hodnotenie sa pripisuje len subjektívnemu pocitu návštevníkov, ktorých bolo zanedbateľné minimum.

c) Mystery shopping

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> • hodnotená inštitúcia je umiestnená v rámci dominanty mesta Bratislava, dekorácia vstupnej ulice je jedinečná, galéria bola jasne identifikovateľná • vstup a orientácia v objekte bola logická a zrozumiteľná, objekt je menšieho rozsahu
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> • vstup a usmernenie od personálu bol v poriadku, objekt pôsobí veľmi esteticky a jedinečne, pekne zariadený priestor pre galériu
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> • zabezpečená bezbariérovosť, bez možnosti parkovania priamo v objekte, objekt sa nachádza v rámci pešej zóny • objekt je komfortne obnovený, celkový zážitok z priestoru bol veľmi príjemný
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> • milý personál, bez čakacej doby • cena je adekvátna k zážitku, doplnkové služby (káva) ma príjemne prekvapili a potešili • návšteva organizácie splnila očakávania, pekný výber exponátov
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> • organizácia umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom) • obdržali sme pokladničný doklad

Subjekt E

a) Popis subjektu

Organizácia patrí medzi najvýznamnejšie a zároveň najväčšie galérie na Slovensku. Galéria uskutočňuje výstavy najprestížnejších osobností slovenskej, európskej a svetovej výtvarnej scény. Galéria sa orientuje na moderné umenie.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,7/5,0 hviezdíčiek na základe 2 754 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 516 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi (personál)	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť so službou / zážitkom	II		III
Odborné obsadenie / hodnotnosť zážitku	I	I	I
Cena za službu / zážitok	I		I
Prostredie (interiér, lokalita)			IIII
Spokojnosť s doplnkovými službami	III	I	II

V analyzovaných recenziách je najviac vyzdvihovaná lokalita galérie, ktorej impozantnosť recenzentom vyhovovala. Hodnotenie umeleckých diel je subjektívnou záležitosťou, avšak v väčšine návštevníkov sa umelecké obsadenie páčilo a hodnotili ho kladne.

Naopak, najväčšie rezervy boli evidované v oblasti doplnkových služieb, konkrétne kaviareň v objekte v hodnotení návštevníkov neposkytovala dostatočné služby (personál). Objekt galérie je uzatvorený pre návštevníkov, v hodnotení sa spomínala potreba otvorenia areálu pre turistov, ktorí prechádzajú okolo galérie a doplniť mobiliár pre cyklistov.

c) Mystery shopping

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none">• hodnotená inštitúcia je umiestnená v krásnom prírodnom prostredí obklopená dominantou mesta Bratislava• vstup a orientácia v objekte bola logická a zrozumiteľná
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none">• galéria pôsobí jasne a zrozumiteľne, štruktúra objektu je koncipovaná jasne• nebol problém sa k objektu dostať a orientovať sa v ňom
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none">• historické dobové zázemie, vyhovujúca technická kvalita zariadenia, príjemná rekonštrukcia objektu• zabezpečená bezbariérovosť, možnosť bezplatného parkovania v blízkosti objektu
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none">• milý personál• bez čakacej doby• cena je adekvátna k zážitku, vybaveniu a prostrediu galérie• návšteva organizácie splnila očakávania
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none">• organizácia umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom)• obdržali sme pokladničný doklad

ŠPORTOVO-REKREAČNÉ SLUŽBY

V rámci sekcie „športovo-rekreačné služby“ bolo analyzovaných 5 subjektov, u ktorých existuje predpoklad, že sú vyhľadávané turistami mesta Bratislava. Subjekty sa zameriavajú predovšetkým na poskytovanie možností športového vyžitia, ale aj možností na rekreáciu a oddych či voľnočasové aktivity. Okrem športových aktivít sú niektoré zo subjektov využívané aj na kultúrno-spoločenské udalosti, predovšetkým hudobného charakteru (koncerty).

1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: MYSTERY SHOPPING A ANALÝZA RECENZIÍ

Pre oblasť športovo-rekreačné služby bola ako metóda skúmania kvality služieb cestovného ruchu zvolená metóda mystery shopping. Mystery shopping prebiehal v každom zo subjektov (podujatia) jednorázovo. Výskumník mal vopred pripravený dotazník (v prípade troch subjektov prebehol mystery shopping 4-12 mesiacov retrospektívne). Skúmanými kritériami v dotazníku boli nasledovné indikátory/kritéria:

- a) **Umiestnenie a viditeľnosť subjektu.** Predmetom skúmania bola najmä lokácia samotného subjektu v rámci mesta Bratislava (napr. blízkosť navštevovaných pamiatok, rušné námestia, cesty a bulváre a pod.)
- b) **Rozpoznateľnosť subjektu.** Predmetom skúmania bola najmä identita subjektu, ktorá môže byť prezentovaná napr. prostredníctvom maskota, loga, uniformy či iných rozpoznateľných prvkov, ktoré subjekt odlišia od iných subjektov.
- c) **Technická kvalita.** Predmetom skúmania technickej kvality bolo najmä zameranie sa na vybavenie interiéru a exteriéru subjektu (pohodlie, športové komponenty, nábytok, a iné), ako aj na doplnkové služby (bufety, reštaurácie, bary a ponuka v nich)
- d) **Funkčná kvalita.** Predmetom skúmania funkčnej kvality bolo cieľom sa zamerať najmä na samotnú spokojnosť ako s ľudskými zdrojmi, tak s ponúkaným tovarom/službou.
- e) **Predaj, platba, reklamácie.** Predmetom skúmania bolo najmä zistiť aké možnosti platby podnik ponúka, ako aj to, či zákazník obdrží pokladničný doklad.

Pre každé športovo-rekreačné zariadenie bolo vybraných 40 textových recenzií od recenzentov, a to náhodným výberom zo súboru recenzií na platforme Google, Tripadvisor a Facebook. Recenzie boli následne analyzované a skúmané, pričom k vopred stanoveným identifikátorom sa prideliťovali hodnoty (nespokojný, čiastočne spokojný a spokojný). Identifikátory, ktoré boli v rámci recenzií skúmané sú:

- a) **Spokojnosť s ľudskými zdrojmi.** Skúmaný bol dojem návštevníka zo správania zamestnanca subjektu voči nemu samotnému (pozdrav, ochota)
- b) **Čakacia doba.** Skúmaný bol dojem návštevníka z dĺžky čakacej doby napr. po skončení športového zápasu, na nákup lístku a pod. (akceptovateľná, neakceptovateľná – príliš dlhá)
- c) **Spokojnosť tovaru/služby.** Skúmaný bol dojem návštevníka z chuti jedla, nápojov, konzistencie a štruktúry jedál, a pod. v bufetoch a reštauráciách, či spokojnosť s ubytovaním, kurzami a pod.
- d) **Spokojnosť so zážitkom.** Skúmaný bol dojem návštevníka či zážitok splnil jeho očakávanie (napr. návštevník sa cítil príjemne v jazere, návštevník zažil perfektný športový zápas a nič ho nevyrušovalo)
- e) **Prostredie (interiér, lokalita).** Skúmaný bol dojem návštevníka z dostupnosti do daného subjektu, interiér, pohodlie, zápach/vôňa, výhľad, hlučnosť a pod.
- f) **Cena.** Skúmaný bol dojem návštevníka z výšky ceny za to, čo si zakúpil, najmä, či výška ceny zodpovedala tomu, čo očakával, že za ňu dostane.

2. VÝSLEDKY VÝSKUMU

Na základe vykonanej metódy skúmania mystery shopping je možné konštatovať, že subjekty majú vyhovujúcu technickú kvalitu. Množstvo zo subjektov poskytuje rôznorodé športové vyžitie, ktoré uspokojí klienta akejkoľvek vekovej kategórie. Subjekt C, D, E je využívaný okrem športových aktivít aj na kultúrno-spoločenské aktivity, najmä hudobné vystúpenia (koncerty, festivaly) a cirkusy. Vo väčšine subjektov je možné si zapožičať aj športové pomôcky. Subjekt D a E prešiel v posledných rokoch modernizáciou, čo zvyšuje atraktivitu týchto subjektov. Dostupnosť do subjektov je výborná, nakoľko sa v blízkosti subjektov nachádza zastávka MHD (Subjekt D a E sú aj v pešej dostupnosti od pamiatok mesta, napr. od budovy Kanskej železnice).

Na základe analýzy recenzií je predpoklad, že najväčším problémom skúmaných subjektov je prostredie, najmä neporiadok, nedostatočná čistota ako v interiéri, tak aj v exteriéri (nečistota v ubytovaní, špinavá voda, odpadky v exteriéri a pod.). Naopak iní recenzenti hodnotili ako pozitívne, práve čistotu (paradoxne aj v rovnakom subjekte sa tieto názory diametrálne líšili). V prípade subjektu D a E recenzenti hodnotili negatívne možnosti parkovania, nakoľko v okolí týchto subjektov je parkovacia politika. Recenzenti v skúmaných subjektoch hodnotili pozitívne najmä spokojnosť so zážitkom (dobrý pocit zo športového zápasu, maratónu, teambuildingu a iné). Recenzenti hodnotili pozitívne taktiež spokojnosť s ľudskými zdrojmi (organizácia podujatia), a to najmä v subjekte B.

Subjekt A

a) Popis subjektu

Subjekt A je vzdialený od centra mesta Bratislava približne 20 km. Subjekt A je adrenalínovým centrom, kde návštevníci môžu vyskúšať predovšetkým vodné športy, ale nachádza sa tam taktiež dráha pre štvorkolky. Areál ponúka aj možnosti ubytovania v hoteli, teambuildingy, rozlúčky so slobodou, priestor pre kongresy, svadby, oslavy, ale aj bazén, wellness, fitness a catering.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 653 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2: Tripadvisor (hodnotenie recenzentov: 3,0/5,0 hviezdíčiek na základe 14 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	II	II	I
Čakacia doba	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť tovaru / služby		I	IIII
Spokojnosť so zážitkom	II		IIIIIIIIIIII
Prostredie (čistota, lokalita)	IIIIIIIIIIII	II	IIIIIIIIIIII
Cena	II		II

Subjekt A návštevníci hodnotili pozitívna najmä z dôvodu spokojnosti so zážitkom. V prípade hodnotenia prostredia boli recenzie výrazne rozporuplné (12 negatívnych hodnotení v porovnaní s 14 pozitívnymi hodnoteniami). Návštevníci vyčítali subjektu najmä: neporiadok v okolí, zanedbané a špinavé toalety a sprchy, a pavučiny v chatkách. Podľa názoru recenzentov je v areáli taktiež nedostatočné množstvo barov s občerstvením.

c) Mystery shopping

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a viditeľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je situovaný približne 20 km od centra mesta s dostupnosťou MHD (spoj premáva približne 1-2x za hodinu) viditeľnosť subjektu je dobrá
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt nemá rozpoznateľné marketingové prvky
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> vyhovujúca technická kvalita zariadenia rozmanité športové vyžitie možnosti zapožičania rôznych športových prvkov športové prvky zachovalé čistota v exteriéri v ubytovaní internet, klimatizácia reštaurácia (čisté tanierne, poháre, príbory; obrúsky k dispozícii; dochucovadlá k dispozícii)
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> rozmanité športové vyžitie: rafting, kajak, kanoe, paddleboard, reversurfing, hydrospeed, vodné skútre, plavba po Dunaji, jazda na štvorkolke, paintball, aquaroller, streľba, plážový volejbal, futbal inštruktáž a škola kajaku/surfingu možnosti usporiadania vianočných večierkov, teambuildingov, firemných akcií, kongresov, svadiieb, osláv, rozlúčky so slobodou kúpanie v bazéne, wellness, fitness, možnosti ubytovania ceny prijateľné, produkty splnili očakávanie milý personál
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> subjekt umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom) obdržali sme pokladničný doklad

Subjekt B

a) Popis subjektu

Hlavnou činnosťou Subjektu B je organizácia podujatí, obzvlášť športových a kultúrnych najmä pre širokú verejnosť, ale aj súkromných partnerov. Okrem toho subjekt poskytuje aj cateringové služby.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,7/5,0 hviezdíčiek na základe 3 recenzií)

Analyzovaná platforma č.2 Facebook (hodnotenie recenzentov: 4,9/5,0 hviezdíčiek na základe 103 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	I		
Čakacia doba	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť tovaru / služby			
Spokojnosť so zážitkom	I		
Prostredie (čistota, lokalita)	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Cena	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		

Subjekt B bol hodnotený na základe podujatí, ktoré organizuje. Recenzenti organizáciu hodnotili veľmi pozitívne. Za najpriaznivejšie kritérium bolo hodnotené najmä spokojnosť so zážitkom z podujatia a spokojnosť s ľudskými zdrojmi vo forme dobrej organizácie podujatí. Recenzenti taktiež vyjadrili spokojnosť s tovarom / službou (napr. občerstvenie, suveníry).

c) Mystery shopping

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> nehodnotí sa (subjekt je len organizátor podujatia) visibilita udalosti je vysoká (centrum mesta, marketingové prvky)
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt má rozpoznateľné marketingové prvky
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> jednoduchá registrácia na podujatie dostatok informácií na internete vyhovujúca technická kvalita podujatia jednoduchá registrácia na podujatie zabezpečenie občerstvenia na podujatí odmena za účasť na podujatí fotografie z podujatia
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> výborný zážitok z podujatia výborná organizácia podujatia podujatie splnilo očakávanie
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> nákup/registrácia možná on-line

Subjekt C

a) Popis subjektu

Subjekt C je prírodným kúpaliskom s množstvom atrakcií pre deti aj dospelých. Areál poskytuje športové aj rekreačné využitie. V areáli subjektu sa nachádza vodná plocha, piesková pláž, workoutové ihrisko, športové ihriská, ale aj bufety či reštaurácie a autocamping.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,4/5,0 hviezdíček na základe 805 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	I		
Čakacia doba	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť tovaru / služby	III	I	IIII
Spokojnosť so zážitkom		I	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Prostredie (čistota, lokalita)	IIIIIIIIII		IIIIIIIIIIII
Cena	II		I

Subjekt C respondenti hodnotili kladne najmä z dôvodu spokojnosti so zážitkom (veľká plocha na plávanie). Prostredie hodnotili recenzenti aj pozitívne aj negatívne. Ako negatíva v recenziách návštevníci uvádzali: zapáchajúca voda, špina, rozpadnuté okolie, zákaz kúpania psov, predražené stánky, málo stánkov s občerstvením, rozbitá cesta.

c) Mystery shopping

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a vizibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je situovaný na konci mesta Bratislava s dostupnosťou MHD vizibilita subjektu je málo výrazná
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt nemá rozpoznateľné marketingové prvky
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> vyhovujúca technická kvalita zariadenia rozmanité športové vyžitie možnosť zapožičania rôznych športových prvkov športové prvky zachovalé čistota v exteriéri voda čistá (posudzované v 10/2022 mimo hlavnej sezóny)
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> rozmanité športové vyžitie vodná nádrž vhodná na kúpanie v zimných mesiacoch využívaná aj na otužovanie ceny prijateľné produkty splnili očakávanie
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> návšteva prebehla mimo prevádzky

Subjekt D

a) Popis subjektu

Subjekt D je novým športovým areálom pre futbalové zápasy a má kapacitu viac ako 22 tisíc miest. Subjekt má síce najmä športovú funkciu, avšak je využívaný aj na kultúrno-spoločenské vyžitie hudobného charakteru. Súčasťou subjektu sú bary a bytový komplex. Situovaný je v blízkosti rušného dopravného ťahu mesta, s dobrou dostupnosťou MHD.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,6/5,0 hviezdíček na základe 2 932 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	III		II
Čakacia doba	IIII		I
Spokojnosť tovaru / služby	IIIIIIII		I
Spokojnosť so zážitkom	I		IIIIIIII
Prostredie (pohodlie, čistota, lokalita)	IIIIIIII	II	IIIIIIIIIIII
Cena	III		II

Subjekt D recenzenti pozitívne hodnotili najmä kvôli spokojnosti so zážitkom a prostredím. Ako negatívne však recenzenti vnímali nepohodlné sedadlá, úzke uličky na nohy, malé množstvo toaliet a s tým spojená dlhá čakacia doba na ne, nefunkčné výťahy, problematické parkovanie (málo miest vo vyhradenom parkovaní, v okolí budovy je parkovacia politika), zlé značenie v garáži, nevyhovujúce bary v subjekte (vysoké ceny, neochotná a pomalá obsluha).

c) Mystery shopping

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je situovaný na rušnej dopravnej komunikácii s dobrou dostupnosťou MHD visibilita subjektu je výrazná
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt má rozpoznateľné marketingové prvky (logo domovského športového klubu, maskota)
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> vyhovujúca technická kvalita zariadenia (po komplexnej modernizácii) športové prvky zachovalé čistota v interiéri aj exteriéri sedadlá vyhovujúce dobrá viditeľnosť zo sedadiel možnosť parkovania na vyhradených miestach (vnútorné parkovacie státa) bezbariérový prístup
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> možnosti športových, ale aj spoločensko-kultúrnych zážitkov ceny prijateľné v blízkosti sa nachádzajú bary s pivom a občerstvením (dobrá kvalita) produkty splnili očakávanie
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> subjekt umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom), možnosť platby vopred kumulatívne za viac návštev obdržali sme pokladničný doklad

Subjekt E

a) Popis subjektu

Subjekt E je primárne určený na športové vyžitie zimných športov, pričom budova prešla kompletnou rekonštrukciou pred viac ako 10-timi rokmi. V subjekte E sa konali podujatia na európskej ale aj svetovej úrovni. Okrem športového využitia slúži subjekt aj na kultúrno-spoločenské udalosti najmä hudobného charakteru.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov: 4,6/5,0 hviezdíčiek na základe 6 450 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	II		I
Čakacia doba	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť tovaru / služby	IIIIIIII		IIIIII
Spokojnosť so zážitkom			IIIIIIIIII
Prostredie (čistota, lokalita)	IIII	I	IIIIIIII
Cena	IIII		

Subjekt E hodnotili recenzenti pozitívne najmä v súvislosti so spokojnosťou so zážitkom. Prostredie bolo hodnotené veľmi rozpačito, zatiaľ čo niektorí recenzenti boli s prostredím spokojní (poloha, čistota WC) iní recenzenti hodnotili prostredie negatívne, pričom ako najväčšie mínus uvádzali: špinavé WC, zápach, zle vyriešené parkovanie pre osobné automobily aj taxíky. Návštevníci hodnotili taktiež rozpačito spokojnosť s tovarom/službou, pričom niektorí hodnotili bufety pozitívne a iní negatívne, najmä z dôvodu: malý počet bufetov, málo rôznorodá ponuka bufetov, na výber je len jeden druh piva, v bufetoch sa vždy všetko rýchlo minie. Skúmaný indikátor cena bol taktiež hodnotený negatívne, a to z dôvodu vysokých cien v bufetoch (nie cena za vstup do subjektu).

c) Mystery shopping

Kritérium	Hodnotenie na základe Mystery shopping
Umiestnenie a viditeľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je situovaný na rušnej dopravnej komunikácii s dobrou dostupnosťou MHD viditeľnosť subjektu je výrazná
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt má rozpoznateľné marketingové prvky (logo domovského športového klubu, maskota)
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> vyhovujúca technická kvalita zariadenia (po kompl. modernizácii) športové prvky zachovalé čistota v interiéri (sektory, WC) aj exteriéri sedadlá vyhovujúce dobrá viditeľnosť zo sedadiel bez možnosti parkovania (v okolí je náročné parkovanie, nakoľko je v okolí parkovacia politika Nového Mesta aj Ružinova) bezbariérový prístup
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> možnosti športových, ale aj spoločensko-kultúrnych zážitkov ceny prijateľné v budove sa nachádzajú bary s pivom a občerstvením (dobrá kvalita) produkty splnili očakávanie
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> subjekt umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom), možnosť platby vopred kumulatívne za viac návštev obdržali sme pokladničný doklad

KONGRESOVÉ SLUŽBY A INÉ

V rámci sekcie „kongresové služby“ bolo analyzovaných 5 subjektov, u ktorých existuje predpoklad, že sú vyhľadávané turistami mesta Bratislava. Subjekty sa zameriavajú predovšetkým na poskytovanie možností na usporiadanie kongresu, konferencie či workshopu. Okrem kongresových aktivít sú niektoré zo subjektov využívané aj na kultúrno-spoločenské udalosti či trhy a veľtrhy.

1. METODOLÓGIA VÝSKUMU: ODBORNÉ POZOROVANIE, ROZHOVOR A ANALÝZA RECENZÍÍ

Pre oblasť kongresové služby bola ako metóda skúmania kvality služieb cestovného ruchu zvolená kombinácia metód, a to: odborné pozorovanie (Subjekt B a Subjekt C), rozhovor (Subjekt A, Subjekt D a Subjekt E) a analýza recenzií (pre všetky skúmané subjekty).

Odborné pozorovanie prebiehalo v každom zo subjektov B a C jednorazovo. Výskumník mal vopred predpripravené indikátory, ktoré si počas pozorovania všimol a priebežne si zistenia zapisoval. Skúmanými kritériami boli nasledovné indikátory/kritéria:

- a) **Umiestnenie a viditeľnosť subjektu.** Predmetom skúmania bola najmä lokácia samotného subjektu v rámci mesta Bratislava (napr. blízkosť navštevovaných pamiatok, rušné námestia, cesty a bulváre a pod.)
- b) **Rozpoznateľnosť subjektu.** Predmetom skúmania bola najmä identita subjektu, ktorá môže byť prezentovaná napr. prostredníctvom maskota, loga, uniformy či iných rozpoznateľných prvkov, ktoré subjekt odlišia od iných subjektov.
- c) **Technická kvalita.** Predmetom skúmania technickej kvality bolo najmä zameranie sa na vybavenie interiéru a exteriéru subjektu (digitálna technika, kapacita udalosti, dostupnosť toaliet, dostupnosť šatne, bezbariérový prístup, organizačné bannery pre lepšiu orientáciu, dostupnosť občerstvenia, možnosti parkovania), ako aj na doplnkové služby (napr. dostupnosť reštaurácií a barov v budove a pod.)
- d) **Funkčná kvalita.** Predmetom skúmania funkčnej kvality bolo cieľom sa zamerať najmä na samotnú spokojnosť ako s ľudskými zdrojmi (napr. odbornosťou prednášajúcich, spokojnosť s organizačným tímom a pod.), tak s ponúkaným tovarom/službou.
- e) **Predaj, platba, reklamácie.** Predmetom skúmania bolo najmä zistiť aké možnosti platby podnik ponúka, ako aj to, či zákazník obdrží pokladničný doklad.

Metóda skúmania rozhovor bola zvolená z dôvodu, že počas trvania projektu nebolo možné navštíviť a zhodnotiť fungovanie niektorých zo subjektov. Rozhovor bol uskutočnený vždy s jedným respondentom, ktorý sa daného kongresu alebo konferencie zúčastnil, pričom odpovedal na otázky, ktoré obsahovali indikátory ako v prípade odborného pozorovania.

Analýza recenzií bola v procese skúmania komplikovaná, nakoľko niektoré zo subjektov nedisponujú verejne dostupnými recenziami. Niektoré subjekty (Subjekt A, Subjekt D a Subjekt E) boli preto hodnotené na základe recenzií napísaných k udalostiam, ktoré tento subjekt organizoval, pričom aj v tomto prípade bol počet dostupných recenzií nízky. Recenzie boli získané z portálov Google, Facebook, Zl'avomat a webových stránok subjektov.

2. VÝSLEDKY VÝSKUMU

Na základe vykonanej metódy skúmania (rozhovor a odborné pozorovanie) je možné konštatovať, že subjekty majú vyhovujúcu technickú kvalitu. Množstvo zo subjektov poskytuje rôznorodé kongresové služby, ktoré uspokojia klienta akejkoľvek vekovej kategórie. Subjekty A, E a D organizujú kongresy, ktoré sú primárne určené pre odbornú verejnosť a venujú sa predovšetkým celospoločenským témam, politike, energetike, medicíne, a iným odborným tematikám. Subjekt B a C organizuje udalosti (veľtrhy, trhy) určené skôr širokej verejnosti, pričom množstvo z udalostí je spojených aj s priamym predajom (produkty remeselného charakteru a iné). Dostupnosť do subjektov je výborná, nakoľko sa v blízkosti subjektov nachádza zastávka MHD. Všetky zo skúmaných subjektov je možné navštíviť aj bezbariérov. Vo všetkých skúmaných subjektoch bola taktiež jednoduchá orientácia (organizačné tabule).

Na základe analýzy recenzií je predpoklad, že respondenti boli skôr spokojní s kongresovými službami. Negatívne recenzie sa objavili v prípade Subjektu B, avšak najmä z dôvodu, že tento subjekt mal dostatočný počet recenzií k hodnoteniu. Návštevníci hodnotili negatívne najmä nespokojnosť s rozmanitosťou predajcov na veľtrhu a zatvorené stánky aj počas otváracích hodín veľtrhu. V prípade Subjektu C respondenti hodnotili negatívne nedostatočné prúdenie vzduchu v budove v letných mesiacoch. Subjekty A, E, a D boli hodnotené vysoko pozitívne, avšak je nutné podotknúť, že nie je dostatok verejne prístupných recenzií, ktoré by hodnotili kvalitu kongresových služieb v týchto subjektoch. Respondenti hodnotili kladne najmä profesionalitu a odbornosť prednášajúcich. Subjekt C bol hodnotený pozitívne najmä z dôvodu atmosféry z trhov (rozmanitosť trhov a predaja domácich produktov), ale aj z dôvodu historickej hodnoty budovy, v ktorej sa trhy organizujú.

Hlavné nedostatky kongresových služieb na Slovensku, respektíve v Bratislave:

- Nedostatočná infraštruktúra na organizovanie veľkých kongresov
- Nedostatočná zaužívanosť kongresovej turistiky na Slovensku
- Veľká konkurencia v regióne – Viedeň, Praha a podobne
- Nedostatočná podpora tohto segmentu ekonomiky zo strany štátu

Subjekt A

a) Popis subjektu

Aktivitou subjektu je každoročná organizácia podujatí venovaných spoločenským a politickým témam na národnej a medzinárodnej úrovni, v oblasti technologického pokroku, energetiky, migrácie, ľudských práv, udržateľnosti, a otázkam bezpečnosti. Subjekt každoročne hostí authority z oblasti vedy a politiky. Okrem organizácie podujatí sa subjekt venuje aj publikačnej činnosti a projektom.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov 5,0/5,0 hviezdíček na základe 1 recenzie)

Analyzovaná platforma č.2: webová stránka subjektu a stránky jej partnerov

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi			III
Čakacia doba	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť tovaru / služby			III
Spokojnosť so zážitkom			IIIIIIII
Prostredie (čistota, lokalita)			III
Cena	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		

Subjekt A bol vzhľadom na neexistenciu recenzií hodnotený prostredníctvom konferencií a kongresov, pričom aj v tomto prípade bolo k dispozícii len málo recenzií. Všetky dostupné recenzie, ktoré boli analyzované boli pozitívne a recenzenti hodnotili kladne prevažne zážitok zo samotnej konferencie ako aj odbornosť a profesionalitu prednášajúcich odborníkov. Žiadna negatívna recenzia nebola identifikovaná.

c) Rozhovor

Kritérium	Hodnotenie na základe rozhovoru
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none">• subjekt nie je možné hodnotiť z hľadiska umiestnenia, nakoľko nemá stále miesto• visibilita subjektu je nízka
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none">• subjekt má rozpoznateľné marketingové prvky
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none">• vyhovujúca technická kvalita zariadenia• čistota v interiéri aj v exteriéri• dostupnosť toaliet• občerstvenie k dispozícii• možnosť parkovania v okolí• organizačné bannery pre ľahšiu orientáciu• bezbariérový prístup• nízka kapacita návštevníkov kongresu• k dispozícii sú viaceré obrazovky a plátna na sledovanie prezentácií
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none">• milý personál• konferencie, kongresy a workshopy (z oblasti politiky, ekonomiky, energetiky a spoločenského diania)• kongresy na vysokej odbornej úrovni
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none">• nehodnotené

Subjekt B

a) Popis subjektu

Subjekt B je organizátorom veľtrhov, výstav a kultúrnych, spoločenských, firemných či športových podujatí. Veľtrhy sú organizované najmä v oblasti automobilového priemyslu, stavebníctva, potravinárstva, poľnohospodárstva a iných. Subjekt v rámci svojej činnosti poskytuje aj ubytovacie služby.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Zľavomat (hodnotenie recenzentov 3,8/5,0 hviezdíček na základe 3 490 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	IIII		IIII
Čakacia doba			III
Spokojnosť tovaru / služby	IIIIIIIIIIII		IIIIIIIIIIII
Spokojnosť so zážitkom	IIIIIIII		IIIIIIII
Prostredie (čistota, lokalita)	II		IIII
Cena	IIIIII		IIII

Subjekt B bol recenzentami hodnotený približne v pomere 50:50. Ako najväčšie pozitívum a zároveň najväčšie negatívum hodnotili recenzenti spokojnosť s tovarom/službou, pričom negatívne hodnotili: slabá ponuka občerstvenia, tovar bez konceptu a zlá ponuka tovaru. V rámci spokojnosti so zážitkom respondenti hodnotili negatívne najmä pocit, že sa cítia ako na poľských trhoch alebo na blšom trhu. V rámci hodnoteného kritéria „cena“, respondenti hodnotili negatívne najmä: cena za vstup nepredstavovala spokojnosť s očakávaniami na veľtrhu a vysoká cena za parkovanie. Spokojnosť s ľudskými zdrojmi bola skôr negatívna, a to najmä: predajcovia zatvárali svoje stánky ešte v rámci času veľtrhu (niektorí respondenti si zaplatili za veľtrh a množstvo stánkov už bolo poobede zatvorených).

c) Odborné pozorovanie

Kritérium	Hodnotenie na základe odborného pozorovania
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je situovaný neďaleko centra mesta s dobrou dostupnosťou MHD a dobrou pešou dostupnosťou od hist. pamiatok mesta visibilita subjektu je dobrá
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt má rozpoznateľné marketingové prvky (množstvo bannerov na veľtrhy – napr. veľký banner na budove) subjekt je rozpoznateľný
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> vyhovujúca technická kvalita zariadenia čistota v interiéri aj v exteriéri dostupnosť toaliet k dispozícii šatňa k dispozícii dostupné parkovanie priamo v areáli, prípadne v okolí (nákupné centrum a pod.) viditeľné organizačné prvky (smerovacie tabule) bezbariérový prístup
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> ceny prijateľné milý personál rozmanité spoločensko-kultúrne podujatia (napr. koncerty), tematické veľtrhy možnosti nákupu výrobkov a tovaru produkty splnili očakávanie
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> subjekt umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom), medzi predajcami je možné prevažne len hotovosťou platiť obdržali sme pokladničný doklad

Subjekt C

a) Popis subjektu

Subjekt C organizuje kultúrno-spoločenské podujatia, podujatia podporujúce vedu a výskum, trhy, street food festivaly či projekty pre obyvateľov ale aj návštevníkov mesta. Subjekt je miestom, kde sa stretávajú návštevníci naprieč všetkými generáciami, avšak je stretom prevažne mladšej generácie.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov 4,6/5,0 hviezdíček na základe 1 991 recenzií)

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Čakacia doba	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť tovaru / služby	III		
Spokojnosť so zážitkom		I	
Prostredie (čistota, lokalita)	I		
Cena	III		III

Subjekt C respondenti hodnotili prevažne pozitívne, najmä v aspektoch spokojnosť tovaru/služby, spokojnosť so zážitkom a prostredie. V rámci spokojnosť tovaru/služby respondenti označili ako najpozitívnejšie: široký sortiment tovaru, kvalitné suroviny a domáce výrobky. Len minimum respondentov bolo nespokojných, a to s nízkym výberom surovín. V rámci spokojnosti so zážitkom respondenti hodnotili pozitívne najmä celkový dojem z podujatí organizovaných subjektom. V rámci hodnoteného kritéria „prostredie“ respondenti hodnotili pozitívne predovšetkým vizuál historickej budovy. Medzi negatívnymi recenziami bolo subjektu vytknuté: zlý vzduch v letných mesiacoch a nedostatočné prúdenie vzduchu.

c) Odborné pozorovanie

Kritérium	Hodnotenie na základe odborného pozorovania
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je situovaný priamo v centre mesta s výbornou dostupnosťou MHD a výbornou pešou dostupnosťou od historických pamiatok mesta visibilita subjektu je dobrá
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt nemá rozpoznateľné marketingové prvky subjekt je rozpoznateľný najmä vzhľadom historickej budovy
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> vyhovujúca technická kvalita zariadenia čistota v interiéri aj v exteriéri dostupnosť toaliet ekologické zmýšľanie subjektu je na vysokej úrovni (napr. zálohované poháre, koše na separovaný odpad) v exteriéri je dostupné posedenie pre verejnosť k dispozícii sú v rámci subjektu aj stravovacie zariadenia a bary problematické parkovanie čiastočne bezbariérový prístup
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> ceny prijateľné milý personál rozmanité spoločensko-kultúrne podujatia a trhy možnosti nákupu výrobkov a tovaru k dispozícii aj výrobky od domácich pestovateľov a výrobcov produkty splnili očakávanie
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> subjekt umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom) obdržali sme pokladničný doklad

Subjekt D

a) Popis subjektu

Subjekt D ponúka možnosti multifunkčných kongresových služieb v spoločenských priestoroch s kapacitou 1 500 hostí. Návštevníkom je k dispozícii viacero miestností vhodných na konferencie rôzneho charakteru. V minulosti sa tu uskutočnili konferencie zamerané na obchod a predaj, zdravotníctvo, či ekonomiku.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov 4,5/5,0 hviezdíčiek na základe 1 502 recenzií – recenzie týkajúce sa tematiky kongresov sú len minimálne sa vyskytujúce)

Analyzovaná platforma č.2: webové stránky subjektu a partnerov, webové stránky podujatí

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi			II
Čakacia doba	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť tovaru / služby			III
Spokojnosť so zážitkom			IIIIII
Prostredie (čistota, lokalita)	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Cena	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		

Subjekt D bol vzhľadom na neexistenciu recenzií hodnotený prostredníctvom konferencií a kongresov, pričom aj v tomto prípade bolo k dispozícii len málo recenzií. Všetky dostupné recenzie, ktoré boli analyzované boli pozitívne a recenzenti hodnotili kladne prevažne zážitok zo samotnej konferencie ako aj odbornosť a profesionalitu prednášajúcich odborníkov. Žiadna negatívna recenzia nebola identifikovaná.

c) Rozhovor

Kritérium	Hodnotenie na základe rozhovoru
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je situovaný približne 10 min od centra mesta na rušnej komunikácii s dobrou dostupnosťou MHD visibilita subjektu je dobrá
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt má rozpoznateľné marketingové prvky subjekt je rozpoznateľný najmä identifikáciou hotela, v ktorej sa tieto kongresy usporadúvajú
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> vyhovujúca technická kvalita zariadenia čistota v interiéri aj v exteriéri dostupnosť toaliet k dispozícii sú v rámci subjektu aj stravovacie zariadenia a bary občerstvenie k dispozícii možnosť parkovania priamo v hoteli, v okolí je problematické parkovanie z dôvodu parkovacej politiky organizačné bannery pre ľahšiu orientáciu bezbariérový prístup veľké množstvo prednáškových miestností vysoká kapacita návštevníkov kongresu k dispozícii sú viaceré obrazovky a plátna na sledovanie prezentácií
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> milý personál rozmanité konferencie, kongresy a workshopy (napr. z oblasti medicíny, kozmetiky, realít a pod.) kongresy na vysokej odbornej úrovni
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> subjekt umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom) obdržali sme pokladničný doklad

Subjekt E

a) Popis subjektu

Subjekt E ponúka možnosti na usporiadanie konferencií pre približne 800 hostí. Subjekt je situovaný v centre mesta s výbornou dostupnosťou. V subjekte sa konajú konferencie nie len domáceho ale aj medzinárodného charakteru.

b) Analýza recenzií

Analyzovaná platforma č.1: Google (hodnotenie recenzentov 4,5/5,0 hviezdíček na základe 2 052 recenzií – recenzie týkajúce sa tematiky kongresov sú len minimálne sa vyskytujúce)

Analyzovaná platforma č.2: webové stránky subjektu a partnerov, webové stránky podujatí

Hodnotenie	Nevyhovujúce	Čiastočne vyhovujúce	Vyhovujúce
Spokojnosť s ľudskými zdrojmi			IIIIIIII
Čakacia doba	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		
Spokojnosť tovaru / služby			IIIIII
Spokojnosť so zážitkom			IIIIIIII
Prostredie (čistota, lokalita)			III
Cena	<i>Vo vybraných recenziách sa hodnotený identifikátor nevyskytoval</i>		

Subjekt E bol vzhľadom na neexistenciu recenzií hodnotený na základe konferencií a kongresov, ktoré organizuje, pričom recenzie pochádzali aj z webovej stránky jedného z podujatí, ktoré napísala odborná verejnosť. Všetky recenzie subjektu E boli pozitívne, pričom recenzenti najčastejšie vyjadrili spokojnosť s profesionalitou odbornej verejnosti, ktorá na konferencii či kongrese vystúpila ako aj s celkovým zážitkom z podujatia. Žiadne negatívne recenzie neboli identifikované.

c) Rozhovor

Kritérium	Hodnotenie na základe rozhovoru
Umiestnenie a visibilita subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt je situovaný priamo v centre mesta s výbornou dostupnosťou MHD a výbornou pešou dostupnosťou od historických pamiatok mesta visibilita subjektu je dobrá
Rozpoznateľnosť subjektu	<ul style="list-style-type: none"> subjekt má rozpoznateľné marketingové prvky subjekt je rozpoznateľný najmä identifikáciou hotela, v ktorej sa tieto kongresy usporadúvajú
Technická kvalita	<ul style="list-style-type: none"> vyhovujúca technická kvalita zariadenia čistota v interiéri aj v exteriéri dostupnosť toaliet k dispozícii sú v rámci subjektu aj stravovacie zariadenia a bary občerstvenie k dispozícii možnosť parkovania v hoteli, v okolí je problematické parkovanie organizačné bannery pre ľahšiu orientáciu bezbariérový prístup veľké množstvo prednáškových miestností vysoká kapacita návštevníkov kongresu k dispozícii sú viaceré obrazovky a plátna na sledovanie prezentácií
Funkčná kvalita	<ul style="list-style-type: none"> milý personál rozmanité konferencie, kongresy a workshopy (napr. z oblasti technológií, inovácií, energetiky a pod.) kongresy na vysokej odbornej úrovni
Predaj, platba, reklamácie	<ul style="list-style-type: none"> subjekt umožňuje hotovostné aj bezhotovostné platby (bankomatovou kartou, mobilom) obdržali sme pokladničný doklad

ZÁVER A ODPORÚČANIA

Cieľom projektu „Vyhodnotenie kvality služieb cestovného ruchu v destinácii“ bola analýza vybraných subjektov, ktoré boli hodnotené na základe vopred stanovených identifikátorov. Oblasť, ktoré boli v rámci tohto dokumentu skúmané sú: ubytovacie služby; stravovacie služby; služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr; sprievodcovské služby; prepravné služby; informačné služby; spoločensko-kultúrne služby; športovo-rekreačné služby kongresové služby a iné.

Dokument analyzuje a hodnotí každú kategóriu poskytovaných služieb v destinácii, pričom každá z kategórií obsahuje vyhodnotenie sekundárnych zdrojov, a to stručný popis každého subjektu poskytujúceho služby cestovného ruchu. Ku každej kategórii bol vytvorený prehľad recenzií jednotlivých subjektov, pričom v rámci analýzy boli využité bežne dostupné hodnotiace portály. Okrem skúmania sekundárnych zdrojov, bol uskutočnený aj primárny výskum, a to podľa vopred stanoveného metodologického postupu v rámci každej kategórie.

Vo všeobecnosti je možné konštatovať, na základe analýzy recenzií, mystery shoppingu, dotazníkového prieskumu, aj odborného pozorovania, že kvalita poskytovaných služieb v cestovnom ruchu v meste Bratislava je na vysokej úrovni. Problematická je najmä kategória „kongresové služby a iné“. Túto kategóriu bolo mimoriadne náročné hodnotiť, nakoľko kongresy v Bratislave sa konajú roztrúsene len v rámci hotelov a výstavníka. Nie len v Bratislave aj na Slovensku chýba veľkokapacitné kongresové centrum, ktoré by sa stalo miestom celosvetových kongresov a zvýšilo kongresovú turistiku na Slovensku.

Dokument „**Vyhodnotenie kvality služieb cestovného ruchu v destinácii**“ identifikoval čiastkové nedostatky skúmaných subjektov v oblasti poskytovania služieb na základe vopred stanovených kritérií. Najviac nedostatkov sa týkalo technickej alebo funkčnej kvality, ale aj cenovej politiky, napríklad:

- doplnenie vybavenia hotelových izieb,
- odhlučnenie disco baru, ktorý sa nachádza v budove hotela a ruší ubytovaných hostí,
- zlepšenie čistoty v interiéri aj exteriéri (napr. prírodného jazera a pod.)
- zníženie fluktuácie zamestnancov a zlepšenie komunikácie so zákazníkmi v reštaurácii,
- zlepšenie pohodlia sedadiel v divadle, nakoľko súčasné sedadlá sú vysedené,
- zlepšenie vzduchotechniky v subjekte, kde sa konajú trhy, nakoľko v letných mesiacoch je v subjekte sťažené dýchanie,
- zlepšiť rozmanitosť predajcov na veľtrhu,
- zabezpečiť, aby predajcovia na veľtrhu boli k dispozícii počas celej doby otváracích hodín, a množstvo iných opatrení,
- zníženie ceny za parkovné či vstupu do múzea.

Tabuľka 2 Návrh opatrení pre skvalitnenie poskytovaných služieb v cestovnom ruchu

Identifikátor	Umiestnenie a viditeľnosť	Rozpoznateľnosť subjektu	Technická kvalita	Funkčná kvalita	Predaj, platba, reklamácie
Ubytovacie služby	Uľahčiť dohľadateľnosť hotela (problém môže byť v názve hotela, ktorý keď návštevníci zadajú do Google, tak im ponúkne iné možnosti) (subjekt F)		Na izby hotela doplniť rýchlovarnú kanvicu a čaj s kávou (subjekt F) Odhlučniť disco bar v rámci hotela, ktorý znepríjemňuje pobyt ubytovaným hosťom (subjekt H)	Dbat' na otvorenú kuchyňu v hoteli, aby návštevníkom neboli odopierané raňajky (subjekt F)	Znížiť cenu za parkovné (ak zákazník navštívi hotel, hotelový wellness a pod.) (subjekt E)
Stravovacie služby	-	Zlepšiť marketingové prvky subjektov	Zlepšiť čistotu subjektov (subjekt F, subjekt I) Doplniť na stoly reštaurácie dochucovadlá (soľ, korenie a pod.) (subjekt A, subjekt D) Znížiť fluktuáciu zamestnancov Zlepšiť komunikáciu personálu voči zákazníkom	-	-
Služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr	Zlepšiť viditeľnosť v on-line prostredí prostredníctvom recenzií (motivovať zákazníkov, aby hodnotili službu on-line)		-		
Spríevodcovské služby	Zlepšiť viditeľnosť v on-line prostredí prostredníctvom recenzií (motivovať zákazníkov, aby hodnotili službu on-line)		-		
Prepravné služby	-		Zlepšiť doplnkové služby (subjekt A)	-	
Informačné služby	-		Nahlásiť spamové recenzie na sociálnej sieti Facebook	Zaviest' on-line chat pre jednoduchšiu komunikáciu	-

Spoločensko-kultúrne služby	Zjednotiť visibilitu v on-line prostredí (rôzne budovy v rámci jednej inštitúcie zjednotiť pod jeden virtuálny názov)	-	Zlepšiť pohodlie sedadiel, nakoľko súčasne sú zastaralé (subjekt A)	-	Znížiť cenu vstupu do subjektu (subjekt C)
			Zlepšiť bezbariérový vstup (subjekt B)		
Športovo-rekreačné služby	-	-	Zlepšiť čistotu v bytovacích zariadeniach	-	-
			Zlepšiť čistotu prírodných jazier		
			Zlepšiť čistotu exteriérových trávnatých plôch		
			Vyriešiť lepšie podmienky pre parkovanie počas športových podujatí		
Kongresové služby a iné	Zlepšiť visibilitu v on-line prostredí prostredníctvom recenzií (motivovať zákazníkov, aby hodnotili službu on-line)	-	Zlepšiť vzduchotechniku (počas letných mesiacov je v subjekte nedostatočné prúdenie vzduchu) (subjekt C)	Dbáť na otvorenosť predajných stánkov počas veľtrhu počas celej doby otváracích hodín (subjekt B)	-
				Nízka rozmanitosť vystavovateľov (subjekt B)	
			Vybudovať veľkokapacitné kongresové centrum	Zvýšenie kongresovej turistiky	