

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Študijný program: Manažment hotelového a cestovného ruchu

Dominik PAVLÍK

KONGRESOVÉ UDLOSTI VO VYBRANÓM
KÚPEĽNÓM ZARIADENÍ

The congress events in chosen spa resort

BAKALÁRSKA PRÁCA

Vedúci bakalárskej práce: Dr. Ing. Pavel Tvrzník

Brno 2019

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Katedra hotelnictví a cestovního ruchu

Akademický rok: 2018/2019

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: Dominik Pavlík

Osobní číslo: 14632451

Studijní program: Gastronomie, hotelnictví a turismus (B6503)

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu (6501R027)

TÉMA PRÁCE:

KONGRESOVÉ UDÁLOSTI VE VYBRANÉM LÁZEŇSKÉM ZAŘÍZENÍ

TÉMA PRÁCE V AJ:

CONGRESS EVENTS AT SELECTED SPA FACILITIES

Cíl stanovený pro vypracování BP

1. Teoretická část BP:

- Teoretická část práce se věnuje klasifikaci kongresových akcí , nastiňuje jejich obecné poslání a kapacitní možnosti.

2. Praktická část BP:

- Analytická část:

- Analytická část aplikuje kongresové události na vybrané lázeňské zařízení. Uvedená kritéria se sledují pomocí SWOT analýzy jejímž cílem je vystihnout hlavní potenciál směrování vybraného lázeňského zařízení.

Návrhová část:

Cílem návrhové části práce je podat předmětné návrhy směřující ke zlepšení kongresových služeb, jejichž prostřednictvím dosáhneme větší návštěvnost hosty v daném lázeňském zařízení. Důležitou roli zde hraje image, který je i důležitým ukazatelem v rámci public relations.

Při zpracování BP vycházejte z pomůcky vydané VŠOH Brno.

Rozsah bakalářské práce bez příloh: 2 AA

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná i elektronická

Seznam doporučené literatury:

[1] Knopp K., Goulli R., Mikeš F. Lázeňství - ekonomika a management. Praha: Grada Publishing, 1999. ISBN 80-7169-717-6.

[2] Oriška, J. Kongresový cestovní ruch. Praha: Idea servis, 2003. 978-80-85970-45-6.

[3] Oriška, J. Služby v cestovním ruchu. 2 část. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela Ekonomická fakulta, 2011. 978-808-909-0945

Další literatura dle doporučení vedoucího bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce:



Dr. Ing. Pavel Tvrzník

Katedra hotelnictví a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: 31. března 2018

Termín odevzdání bakalářské práce: 12. dubna 2019

V Brně dne: 24.09.2018

L. S.



Dr. Ing. Pavel Tvrzník

vedoucí katedry



Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.

prorektor pro vzdělávací činnost

VYSOKÁ ŠKOLA
Cestovní a hotelová katedra
Březnická 9, 602 00 Brno

Meno a priezvisko autora:	Dominik Pavlík
Názov bakalárskej práce práce:	Kongresové udalosti vo vybranóm kúpeľnom zariadení
Názov bakalárskej práce v AJ:	The congress events in chosen spa resort
Študijný odbor:	Management hotelnictví a cestovního ruchu
Vedúci bakalárskej práce:	Dr. Ing. Pavel Tvrzník
Rok obhajoby:	2019

Anotácia:

Bakalárska práca s názvom kongresové udalosti vo vybranom kúpeľnom zariadení má za cieľ zvýšiť kvalitu, návštevnosť a taktiež zlepšiť poskytované služby kongresových podujatí vo vybranom kúpeľnom zariadení v meste Piešťany. V práci sa pomocou SWOT analýzy rozoberajú jednotlivé slabé a silné stránky, nielen vybraného hotela, ale aj kúpeľného mesta Piešťany, pomocou ktorých získavame detailnejší prehľad o interných a externých vplyvoch na hotel, mesto a kongresový cestovný ruch na území mesta Piešťany. Na základe výsledkov analýzy sa práca zameriava na konkrétne návrhové riešenia, ako dlhodobo naplniť očakávania organizátorov kongresových akcií, zlepšiť image a kvalitu čím by sa zvýšil záujem o kongresový cestovný ruch v Piešťanoch nielen pre domáci, ale aj zahraničný trh.

Kľúčové slová: kongresový cestovný ruch, kongresové podujatia, kúpeľné zariadenie, rozvoj kongresového cestovného ruchu, zvýšenie návštevnosti kongresov

Annotation:

The bachelor's thesis called "Congress events in selected spa resort" aims to increase the quality, visit rate, and increase the quality of offered services in congress events in selected spa resort in the town of Piešťany. Using the SWOT analysis, individual advantages and disadvantages of both the hotel and the town of Piešťany are researched, and this helps us to get a more detailed overview of internal and external influences on the hotel, the town, and the congress tourism in the town of Piešťany. Based on the results of the analysis, this work is focused on specific solutions to the problem, and on the ways of improving the quality of the congress events in order to increase the interest in congress tourism in Piešťany for both home and foreign market.

Key words: congress tourism, congress events, spa resort, development of congress tourism, increasing visit rate of congress

Prehlasujem, že som bakalársku prácu Kongresové udalosti ve vybraném lázeňském zařízení vypracoval samostatne pod vedením *Dr. Ing. Pavela Tvrzníka* a uviedol v nej všetky použité literárne a iné odborné zdroje v súlade s aktuálne platnými právnymi predpismi a vnútornými predpismi Vysoké školy obchodní a hotelové.

V Brne dňa 05. 04. 2019

.....
Dominik Pavlík

Pod'akovanie:

Na tomto mieste by som sa rád pod'akoval vedúcemu bakalárskej práce, Dr. Ing. Pavelovi Tvrzníkovi, za cenné rady, usmernenia a informácie, ktoré významne napomohli vzniku tejto bakalárskej práce. Rovnako by som sa chcel pod'akovať mojej rodine a priateľom za ich pomoc a podporu.

V Brne, dňa 05. 04. 2019

.....
Dominik Pavlík

OBSAH

Úvod.....	9
I. Teoretická časť	10
1 Kongresový cestovný ruch	11
1.1 Charakteristika kongresového cestovného ruchu.....	12
1.2 Služby kongresového cestovného ruchu	14
1.3 Poslanie a funkcie kongresového cestovného ruchu.....	15
1.4 Typy podujatí a účastníci kongresového cestovného ruchu.....	17
1.5 Zabezpečenie podujatí kongresového cestovného ruchu	20
1.6 Strediská a propagácia kongresového cestovného ruchu	22
II. Praktická časť	23
2 Kongresový cestovný ruch v kúpeľnom zariadení na slovensku	24
2.1 Vybraná destinácia kúpeľného zariadenia	24
2.1.1 Prírodné, kultúrne, historické a architektonické podmienky mesta Piešťany.....	25
2.1.2 Prírodné, kultúrne, historické a architektonické podmienky mesta Piešťany.....	26
2.2 Vybrané kúpeľné zariadenie v meste Piešťany.....	27
2.3 Potenciál mesta Piešťany v kongresovom cestovnom ruchu	28
2.4 Potenciál vybraného kúpeľného zariadenia v rozvoji kongresového cestovného ruchu.....	30
III. Návrhová časť.....	39
3 Možnosti rozvoja kongresového cestovného ruchu vo vybranom kúpeľnom zariadení	40
3.1 Odstránenie problémových oblastí.....	40
3.2 Príležitosti pre rozvoj kongresového cestovného ruchu vo vybranom kúpeľnom zariadení.....	42
3.3 Zlepšenie imidžu vybraného kúpeľného zariadenia.....	44

Záver	46
Použité zdroje.....	47
Zoznam ilustrácií a tabuliek.....	50

ÚVOD

Kongresový cestovný ruch sa radí k najefektívnejším a najziskovejším odvetviám cestovného ruchu, pretože sa zväčša spája s väčším objemom výdavkov účastníkov kongresov a neorientuje sa na sezónnosť, ktorá je charakteristická pre štandardný cestovný ruch. Pri kongresovom cestovnom ruchu sa dokonca v niektorých prípadoch stretávame s označením ako samostatného hospodárskeho odvetvia, práve kvôli objemu výdavkov na kongresy, ktoré bývajú v destináciách významných kongresových centier jednými z hlavných zdrojov príjmov.

Okrem iných špecifikácií sa kongresový cestovný ruch od ostatných druhov odvetvia cestovného ruchu odlišuje spôsobom propagácie – kongresové podujatia sa neponúkajú v klasických katalógoch podujatí, ale sú distribuované priamou ponukou odbornej verejnosti, ktorej sa daná tematika plánovaného kongresu dotýka, čím dokáže ponuka kongresových podujatí osloviť presne ciele skupinu.

Bakalárska práca sa zaoberá problematikou kongresových akcií, ich klasifikáciou, poslaním a kapacitnými možnosťami a praktickou aplikáciou na príklade vybraného kúpeľného zariadenia. Oboznamuje so všeobecným poslaním kongresového cestovného ruchu a špecifikami, ktoré sú pre neho charakteristické. Štruktúra bakalárskej práce pozostáva z troch častí. Prvá, teoretická časť je venovaná teoretickým poznatkom autorov, ktorí sa venujú problematike kongresového cestovného ruchu. Ďalšia časť bakalárskej práce je praktická časť, v ktorej je uvedená charakteristika vybraného kúpeľného zariadenia, jeho podmienky a skúmanie potenciálu tohto zariadenia v rozvoji kongresového cestovného ruchu. Záverečná časť práce obsahuje návrhy, v ktorých sú vymedzené identifikované problémové oblasti z praktickej aplikácie a súhrnné predmetné návrhy smerujúce k zlepšeniu možností kongresového cestovného ruchu vo vybranom kúpeľnom zariadení.

Atraktivita kongresového cestovného ruchu a jeho hospodársky význam vyžadujú nájdenie možností trvalej udržateľnosti tohto odvetvia cestovného ruchu. Prínosom tejto bakalárskej práce je poukázanie na perspektívnosť konania kongresových podujatí nielen pre ďalší rozmach a prosperitu vybraného kúpeľného zariadenia, ale aj destinácie, v ktorej sa nachádza a poukázanie na pozitívny vplyv na budovanie dobrého mena a zvyšovania turistickej atraktívnosti zariadenia a blízkeho okolia.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1 KONGRESOVÝ CESTOVNÝ RUCH

Napriek tomu, že kongresový cestovný ruch medzi bežnou verejnosťou nie je tak často skloňovaným pojmom, pre odvetvie cestovného ruchu má jeho kongresová súčasť dôležitý význam. Kongresový cestovný ruch neznamena len cestovanie, je to významný nástroj podporovania ekonomiky a rozvoja podnikania, dokonca tvorí jednu z najlukratívnejších oblastí odvetvia cestovného ruchu. Podujatia kongresového cestovného ruchu sú zaujímavým a významným zdrojom príjmov krajín, do ktorých smerujú a okrem prílevu peňažných prostriedkov vnášajú do navštevovaných destinácií know-how či predstavujú potenciálne investičné príležitosti.¹ Sú zrejmé pozitívne vplyvy kongresového cestovného ruchu na rozvoj krajín nielen z hľadiska ekonomického, ale i z hľadiska rozvoja kultúrnej a sociálnej oblasti. Podľa Jakubíkovej² je práve kongresový cestovný ruch veľmi efektívnou formou cestového ruchu z hľadiska príjmov, pretože účastníci kongresov mávajú v priemere až trikrát väčšiu útratu v navštevovanej krajine než bežní turisti. Konkrétne čísla hovoria o sume približne 1200 až 1500 €, ktoré minie bežný účastník kongresu³, čo v prípade usporadúvania pravidelných kongresov predstavuje zaujímavý balík príjmov, slúžiacich pre rozvoj destinácií.

Význam kongresového cestovného ruchu neustále vzrastá, čím vplýva na ekonomickom rozvoji krajín vďaka finančnému prínosu. Rastúci rozmach kongresového cestovného ruchu vyplýva z ľudskej potreby vzájomnej výmeny informácií - proces ich výmeny je primárnym obsahom kongresových podujatí. Kongresové podujatia sú považované za prestížne udalosti a vyžadujú si profesionálny prístup na vysokej úrovni. Častým javom je účasť na kongresových podujatiach vyplývajúca zo zamestnania, nakoľko sú mnohí účastníci kongresov pracovníci vyslaní podnikmi, ktoré im hradia všetky výdavky spojené s ich účasťou, čím kongresový cestovný ruch buduje rastúci podiel na celosvetových príjmoch plynúcich z turizmu a cestovného ruchu.

Jedným z prínosov kongresového cestovného ruchu je i vyrovnávanie výpadkov príjmov, o ktoré prichádzajú turistické destinácie mimo sezóny, kedy je citelný pokles prílevu účastníkov cestovného ruchu do krajín a tým i nižšie príjmy z cestovného ruchu. Niektorí autori

¹ HRNČÁROVÁ, Katarína. *Kongresový cestovný ruch nie je o turizme, vraví Nina Erneker, ambasádorka pre značku Bratislava*. [online]. HN Online Stratégie, 2017-03-23. [cit. 2018-09-12]. Dostupné na internete: <<https://strategie.hnonline.sk/marketing/932438-nina-erneker-kongresovy-cestovny-ruch-nie-je-o-turizme-je-to-najma-biznis>>.

² JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovných ruchoch: Jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0. s. 36.

³ MICE in MIKEŠOVÁ, Marianna. *Bratislava má potenciál stať sa SmartCity. Vďaka kongresom*. [online]. 2016-11-10. [cit. 2018-09-04]. Dostupné na internete: <<https://www.startitup.sk/bratislava-ma-potencial-stat-sa-smart-city-vdaka-kongresom/?download-ical=259893>>.

tvrdia, že kongresový cestovný ruch má význam pre predĺženie turistického obdobia tak, ako prispieva k posilneniu pracovných príležitostí a zlepšeniu efektívneho využívania zariadení jednotlivých oblastí.⁴

Nakoľko ekonomické prínosy kongresového cestovného ruchu z neho vytvárajú perspektívnu a lukratívnu záležitosť, jeho rozvoj je v ekonomickom záujme krajín, preto sa snažia o vytváranie vhodných podmienok značnými investíciami do modernizácie či výstavby kongresových hotelov a hál. „Vysoký počet účastníkov kongresov, ktorí využívajú ubytovacie služby, obrovské výdavky organizátorov medzinárodných kongresových podujatí, výdavky účastníkov kongresov pred začatím a po jeho ukončení a pozitívny vplyv kongresových podujatí na rôzne sektory v rámci miesta konania kongresu, viedlo mnoho krajín a miest k podpore rozvoja kongresového cestovného ruchu.“⁵

1.1 Charakteristika kongresového cestovného ruchu

Ako napovedá označenie kongresového cestovného ruchu, je venovaný najmä kongresom, ale i obdobným podujatiam a službám s nimi spojenými. „**Predmetom kongresového cestovného ruchu** sa v odbornej literatúre označuje najčastejšie organizovanie kongresov, konferencií, sympózií, seminárov, výstav a veľtrhov. Zároveň zahrňuje incentívny cestovný ruch a služobné (pracovné) cesty. Ide o druh cestovného ruchu, ktorý zahŕňa súbor činností spojených s cestovaním a pobytom v kongresovom mieste, zameraným na výmenu vedeckých, odborných poznatkov a skúseností.“⁶

Niektorí autori považujú kongresový cestovný ruch za segment podnikateľského cestovného ruchu a radia ho k rovnakému segmentu, ktorý je tvorený z individuálnych obchodných ciest či návštev veľtrhov a výstav.⁷

Ďalšia definícia popisuje kongresový cestovný ruch ako súbor činností, zameraných na výmenu znalostí, poznatkov a skúseností (vedeckých a odborných), nevyhnutne spätých s cestovaním či pobytom vo vybranej destinácii.⁸

⁴ YOUZCU, Özen and Orhan İCÖZ. A Model Proposal on the Use of Creative Tourism Experiences in Congress Tourism and the Congress Marketing Mix. In *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Univesidad de La Laguna, 2010, vol. 8, nu. 3. ISSN 1695-7121. p. 105.

⁵ AYZAZ, Nurettin and Nedine ŞAMATA. Integration of Congress Tourism to the Cultural Tourism Destination as an Economic Product. In *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 2017, vol. 5, no. 1. ISSN 2372-5125. p. 54.

⁶ ORIEŠKA, J. *Kongresový cestovný ruch*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB v Banskej Bystrici, 2001. ISBN 80-8055-516-8. s. 5.

⁷ PECHLANER, Harald, Alice ZENI and Frieda RAICH. Congress Tourism and Leisure Tendencies with Special Focus on Economics Aspects. In *Tourism Review*. 2007, vol. 62, no. 3 + 4. ISSN 1660-5373. p. 32.

⁸ RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3. s. 190.

V prípade kongresového cestovného ruchu sa teda jedná o taký druh cestovného ruchu, ktorý je spojený primárne s **organizovaním kongresov, konferencií** a ďalších typov podujatí, ktorým je venovaná samostatná klasifikácia a zároveň sú jeho súčasťou všetky **sprievodné podujatia a programy**, určené k využitiu voľného času v rámci priebehu kongresového podujatia.

Pre kongresový cestovný ruch sú špecifické určité charakteristické **znaky**, ktoré sú spojené s **vycestovaním osôb**, najmä vedeckých a odborných pracovníkov, pretože kongresové podujatia sú organizované za účelom vedeckej, technickej alebo odbornej výmeny poznatkov a vzdelávania. Častokrát majú podujatia **medzinárodný charakter**, ktorý sa spája s ekonomickými prínosmi a pozitívnym vplyvom na hospodárstvo. Kongresové podujatia sú spájané aj so **sprievodným programom** a ďalšími akciami. Sprievodný program slúži nielen k oddychu a regenerácii účastníkov kongresových podujatí, poskytuje i možnosť spoznávania kultúrneho, historického a prírodného bohatstva danej lokality.

Pre označenie kongresového cestovného ruchu je zaužívaná medzinárodná skratka **MICE** (Meetings, Incentives, Congress/Conventions, Exhibitions). Označuje nielen kongresový, ale i incentívny cestovný ruch či služobné cesty. Charakteristické **znaky pre podujatia MICE** sú:

- vysoký štandard služieb, ich komplexnosť a odbornosť,
- náročné požiadavky na organizačné a materiálovo-technické zabezpečenie,
- nadpriemerné výdavky účastníka kongresov v odvetví cestovného ruchu,
- uskutočňovanie podujatí celoročne, aj mimo sezóny a v štandardnom pracovnom čase,
- koncentrácia podujatí do významných stredísk cestového ruchu a miest s medzinárodným významom,
- reprezentatívnosť podujatí a ich spoločenský charakter.⁹

⁹ ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovnom ruchu: 2. časť*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism, 2011. ISBN 978-80-89090-94-5. s. 90.

Tabuľka 1 MICE - jednotlivé časti

Meeting	Incentive	Congress	Exhibitor
zhromaždenie viacerých ľudí na vybranom mieste za účelom diskusie alebo vykonávania určitej činnosti	súčasť zhromaždenia, ktorá predstavuje určitú formu odmeny za výkon jej účastníkov	diskusia, konzultácia, komunikácia a riešenie vybranej tematiky s konkrétnym cieľom, príp. výsledkom jej konania	podujatie spojené s prezentáciou produktov, služieb za účelom ich predaja

Zdroj: KÓŇA, Andrej. *Brand destinácie: Tvorba značky miesta*. [online]. Bratislava: BRAND INSTITUTE, 2017. [cit. 2018-10-14]. ISBN 978-80-972-820-0-4. Dostupné na internete: <<https://books.google.sk/books?id=VFdQDwAAQBAJ&pg=PT37&dq=typy+kongresovych+podujati&hl=sk&sa=X&ved=0ahUKEwiNhZTAhObeAhUI3SwKHdOXBf0Q6AEINDAD#v=onepage&q=typy%20kongresovych%20podujati&f=false>>.

Ďalší **rozvoj kongresového cestovného ruchu** si vyžaduje kvalitnú ponuku kongresových centier, ktoré dokážu uspokojiť potreby účastníkov, ale i organizátorov kongresových podujatí. Táto kvalita kongresových podujatí závisí od mnohých faktorov, najvýznamnejšie z nich sú najmä kvalita organizácie daného podujatia a kvalita zariadenia cestovného ruchu.¹⁰

1.2 Služby kongresového cestovného ruchu

Obsahom kongresového cestovného ruchu sú zväčša (zahraničné) obchodné cesty, počas ktorých ich účastníci využívajú služby cestovného ruchu. Kongresové služby sa členia na tri základné skupiny podľa toho, či:

- súvisia priamo s kongresovým podujatím,
- s pobytom účastníkov počas podujatia,
- sú tvorené ostatnými službami, ktoré tvoria neoddeliteľnú súčasť.

Služby súvisiace s kongresovým podujatím predstavujú všetky aktivity, ktoré je potrebné zabezpečiť pre bezproblémový chod podujatia. Pripravujú sa priestory v ktorých bude prebiehať hlavný program kongresového podujatia a ďalšie priestory pre jeho účastníkov a sprievodný program. Súčasť tvorí i poskytovanie informácií pred začatím a počas samotného priebehu kongresového podujatia či ďalšie administratívne služby s tým súvisiace.

¹⁰ KASAGRANDA, Anton, Daniel GURŇÁK and Katarína DANIELOVÁ. Congress and fair tourism of Slovakia – its quantification, spatial differentiation, and classification. In *Regional Statistics*, 2017, vol. 7, no. 2. ISSN 2063-9538. p. 3.

Ďalšiu skupinu tvoria služby súvisiace s **pobytom účastníkov kongresového podujatia** a k nim zaradujeme najmä ubytovacie a stravovacie služby, možnosti prepravy z/do miesta konania, príp. organizovaná preprava pre skupiny.

Tabuľka 2 Členenie kongresových služieb

Služby súvisiace s jednaním	Služby súvisiace s pobytom účastníkov	Ostatné služby
<ul style="list-style-type: none"> • prenájom a príprava priestorov jednania, • administratívne služby, • poskytovanie informácií a i. 	<ul style="list-style-type: none"> • ubytovanie, • stravovanie, • preprava a i. 	<ul style="list-style-type: none"> • služby recepcné, • sprievodcovské služby, • služby zmenárne, • zabezpečenie spoločenského programu a i.

Zdroj: JAKUBÍKOVÁ, D. 2012. *Marketing v cestovnom ruchu: Jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha : Grada Publishing, 2012. s. 36. ISBN 978-80-247-4209-0.

Ostatné služby kongresových podujatí tvoria služby recepcné, služby cateringu, animačné a sprievodcovské programy pre vyplnenie sprievodného programu podujatia a mnohé ďalšie služby, ktoré bývajú súčasťou prostredia významných destinácií cestovného ruchu.

1.3 Poslanie a funkcie kongresového cestovného ruchu

Kongresový cestovný ruch vzniká na základe potreby účastníkov. Jeho **poslaním** je teda **uspokojenie motívu**, ktorý účastníkov kongresového cestovného ruchu vedie k jeho využívaniu. Motív kongresového cestovného ruchu súvisí najmä s vykonávanou prácou vedeckého, technického či odborného charakteru – čo je rozdielom medzi motívmi využívania ostatných odvetví cestovného ruchu, akými sú trávenie voľného času či regenerácia a oddych, pretože tie sú v prípade kongresového cestovného ruchu len vedľajším produktom/ službou.

Pri organizácii produktu kongresového cestovného ruchu vstupujú do jeho zabezpečenia i **problémové okruhy požiadaviek** na kongresové podujatie, ktoré sú dôležitými aspektmi:

- atraktivita destinácie – kvalita vybranej krajiny, ktorá hrá primárnu úlohu vo vzťahu k destinácii cestovného ruchu,
- ubytovacie a stravovacie služby – ich kvalita väčšinou súvisí s úrovňou organizovaného podujatia, je však nutná súčinnosť dopravy, stravovania a ďalších služieb,
- dostupnosť destinácie – najmä z významných európskych a svetových metropol, výhodou sú letecké spojenia,

- bezpečnosť účastníkov – v súčasnosti jej význam čoraz viac narastá, a to nielen z dôvodu hrozieb teroristických útokov, ale i napr. požiarnej ochrany, zabezpečenia hygienických podmienok, ochrany osôb a majetku atď.,
- sprievodný program – nespochybniteľnú výhodu majú turisticky atraktívne destinácie, ktoré majú bohatú škálu turistickej ponuky, obsah sprievodného programu je častokrát konkrétne požadovaný usporiadateľom kongresového podujatia.¹¹



Obrázok 1 Funkcie kongresového cestovného ruchu

Zdroj: ORIEŠKA, Ján. Služby v cestovnom ruchu: 2. časť. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism, 2011. ISBN 978-80-89090-94-5. s. 90.

Jednotlivé **funkcie, ktoré plní kongresový cestovný ruch** ako vo vzťahu k účastníkov, tak aj vo vzťahu k spoločnosti, vytvárajú štyri základné úlohy.

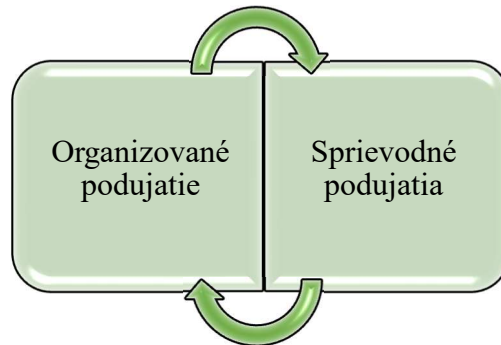
Vedecko-informačná funkcia je tvorená obsahom kongresových podujatí. Tie zväčša prinášajú nové poznatky z vedeckých, technických, odborných či spoločenských oblastí, umožňujú ich výmenu, vzájomné spoznávanie odborníkov a podnetné konverzácie, nadväzovanie nových kontaktov či spolupráce. Taktiež vytvárajú priestor na diskusiu medzi odbornou verejnosťou.

Kultúrno-poznávacie funkcia vychádza z poznávania krajiny či miesta, v ktorej sa vybrané kongresové podujatie uskutočňuje. Je súčasťou sprievodného programu a akcií organizovaného podujatia, v rámci ktorého majú účastníci možnosť spoznať kultúrne, historické a prírodné prostredie daného miesta.

Ekonomická funkcia je utvorená ekonomickým prínosom kongresového cestovného ruchu. Prílev účastníkov kongresového podujatia do miesta či krajiny podujatia zväčša prináša zvýšené príjmy pre organizácie cestovného ruchu i pre samosprávu destinácie. Významné

¹¹ CHROMÝ, Ján. Kvalita kongresového turizmu z hľadiska didaktických prostriedkov a technického zázemí sál. In *Hotelnictví, turismus a vzdělávání: Inovace a kvalita služeb*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2012. ISBN 978-80-87411-40-7. s. 118 – 119.

medzinárodné kongresové podujatia zvyšujú príťažlivosť danej destinácie, záujem turistov, ale i prílev zahraničných investícií a pracovných príležitostí, ktoré podporujú regionálny rozvoj. Rozvoj a rast cestovného ruchu v danej lokalite má za následok multiplikačný efekt, ktorý ovplyvňuje sekundárnu zamestnanosť aj menej kvalifikovaného personálu aj v iných oblastiach.



Obrázok 2 Obsah kongresového cestovného ruchu

Zdroj: vlastné spracovanie

Obsah kongresového cestovného ruchu pozostáva z organizovaného podujatia, ktoré sa nachádza mimo miesta pobytu alebo pracoviska jeho účastníkov. Okrem zhromaždení pre vybraný predmet kongresového podujatia môžu účastníci kongresov využívať ďalšie benefity cestovného ruchu, ako oddych, zábava či spoznávanie.¹²

1.4 Typy podujatí a účastníci kongresového cestovného ruchu

Kongresový cestovný ruch je tvorený rôznymi typmi zhromaždení – podujatí. Základná klasifikácia kongresových podujatí rozlišuje:

- tradičné kongresové podujatia – účastníci sú ľudia s podobnými záujmami v odbornej, vedeckej, technickej alebo inej oblasti, s cieľom vypočúť si prejavy, príspevky, riešenia vybraných problémov a viesť diskusie a výmenu názorov, poznatkov a skúseností,
- podujatia spojené s vystavovaním rozličných exponátov – veľtrhy, výstavy, workshopy – určené na prezentáciu výrobkov alebo služieb, technológií a pod.¹³

¹² KŮCŮKALTAN, Derman. *Tourism and Terrorism: An Experience of Turkey and the World*. iUniverse, 2006. ISBN 978-0-595-38998-8. p. 48.

¹³ ORIEŠKA, J. *Kongresový cestovný ruch*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB v Banskej Bystrici, 2001. ISBN 80-8055-516-8. s. 27.

Takéto rozdelenie predstavuje primárne klasifikačné hľadisko ktoré rozlišuje kongresové podujatia na tradičné formy, sústredené na výmenu informácií, vzdelávanie a na výstavné a veľtržné akcie, ktoré slúžia k prezentácii a následnému predaju.

Následná sekundárna typológia **tradičných kongresových podujatí** člení jednotlivé typy **podľa počtu účastníkov** zhromaždenia. V literatúre sa nachádza nasledovné členenie:

- „do 50 účastníkov – seminár, kolokvium, okrúhly stôl, pracovná skupina, diskusná skupina, školenia, konzultácie,
- od 50 až do 300 účastníkov – konferencia, sympóziu, meeting,
- viac ako 300 účastníkov – kongres (ktorý by mal mať osobitné podmienky podľa dĺžky trvania, počtu zúčastnených krajín a pod.)“¹⁴

Tabuľka 3 Typológia zhromaždení kongresového cestovného ruchu

Kongres	formálne stretnutie väčšej skupiny odbornej verejnosti, ktorého obsahom sú najmä prednášky, konzultácie a diskusie
Konferencia	je zväčša zameraná na riešenie konkrétnej odbornej témy, ktoré výsledky vytvárajú určité závery
Sympóziu	zhromaždenie úzko špecializovaných odborníkov, hľadajúci riešenie vybraného problému
Kolokvium	zhromaždenie spravidla akademickej verejnosti s cieľom výmeny odborných názorov
Seminár	zameraný na riešenie problémov, ktoré sú predmetom činnosti alebo záujmu jeho účastníkov

Zdroj: RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3. s. 190

Pre jednotlivé typy v podujatí môžeme v literatúre nájsť podrobnú charakteristiku.

„**Kongres** je podujatie osobitného, najčastejšie medzinárodného významu, zamerané na výmenu výsledkov ľudského poznania z rôznych vedných a spoločenských oblastí. Zvyčajne sa organizuje v pravidelných intervaloch. Návštevníkmi sú najmä významné osobnosti, počet návštevníkov presahuje 300 osôb.“¹⁵

¹⁴ MATUŠÍKOVÁ, Daniela and Dominika PLAVČANOVÁ. Congress Tourism in Slovak Conditions and Its Importance in Regional Development. In *VISNYK of Volyn Institute for Economics and Management*, 2012, no. 3. ISSN 2224-8609. p. 94.

¹⁵ ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovnom ruchu: 2. časť*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism, 2011. ISBN 978-80-89090-94-5. s. 93.

Konferencia sa skladá z troch najdôležitejších okruhov – hlavnej témy, resp. vybraného problému na riešenie, jej účastníkov a miesta a času jej konania.¹⁶ Častým výsledkom konferencií je zborník jednotlivých príspevkov, s ktorými jej účastníci na podujatí vystúpili a prijaté závery riešeného problému.

Sympóziium je formálnym stretnutím, najčastejšie v akademickom odbore, ktorého účastníci sú odborníkmi v danej problematike. Na rozdiel od konferencie je sympóziium tvorené užším kruhom jej účastníkov, takisto jeho trvanie má kratší priebeh (1 až 2 dni). Obsahom sympózia je vlastne zbierka názorov na vybranú tému, ktoré prezentujú experti v skúmanej problematike.¹⁷

Kolokvium sa zvykne nazývať i odbornou besedou. Cieľom kolokvia je zistiť názory jeho účastníkov na vybraný problém. Častejšie sa kolokvium zvykne využívať ako forma ústnej skúšky z predmetov vysokoškolského štúdia či pracovných a študijných pohovor, avšak v kongresovom cestovnom ruchu je to forma vedeckých, umeleckých, technických a iných odborných diskusií.

Seminár predstavuje kolektívnu formu štúdia odbornej problematiky, v ktorej sa spája prednáška či séria prednášok na vybranú tému s diskusiou a otázkami jeho účastníkov.¹⁸

Z primárnej typológie poznáme druhú skupinu podujatí kongresového cestovného ruchu, ktorú **tvoria veľtržné a výstavné akcie, workshopy** a iné. Tie sú charakteristické viacerými **znakmi**:

- umožňujú stret ponuky s dopytom priamo v mieste konania podujatia,
- zvyknú sa periodicky vyskytovať, približne v rovnakom čase alebo na rovnakom mieste,
- špecifickým je presne stanovený cieľ a účel ich konania,
- podujatia zvyknú prebiehať v trvaní troch až piatich dní a zvyknú sa deliť na časť pre odbornú verejnosť a pre laikov a iných záujemcov,
- účasť na týchto podujatiach býva finančne náročná, najmä pre účastníkov zo strany ponuky,

¹⁶ BEDŇÁŘ, Vojtech. *Mediální komunikace pro management*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3629-7. s. 74.

¹⁷ TABISH, Syed. *What is difference between Conference, Seminar, Symposium & Workshop ?* [online]. 2014. [cit. 2018-11-06]. Dostupné na internete: <https://www.researchgate.net/post/What_is_the_difference_between_Conference_Seminar_Symposium_Workshop>.

¹⁸ ORIEŠKA, J. *Kongresový cestovný ruch*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB v Banskej Bystrici, 2001. ISBN 80-8055-516-8. s. 29.

- samotné veľtrhy, výstavy, workshopy bývajú doplnené o sprievodný program s odborným alebo zábavným obsahom.¹⁹

Okrem cestovného ruchu majú práve veľtrhy a výstavy strategický význam pre marketing a predaj, pretože dokážu využívať potenciál presne cieleného segmentu ich účastníkov a ponúkať im produkty a služby, pre ktoré vzniká predpoklad ich potreby alebo želania účastníkov. Tým, že účastník prejaví záujem navštíviť a zúčastniť sa takéhoto podujatia, prejavuje záujem o predmet prezentácie na veľtrhu, výstave či workshope a prítomným predajcom alebo usporiadateľom sa tak vytvára priestor pre využitie sily osobného predaja, ktorý je za iných podmienok veľmi nákladný.

Pre **účastníkov kongresového cestovného ruchu** sú charakteristické určité spoločné znaky, akými sú najmä stupeň ich vzdelania či pôvod z vyššej, príp. strednej sociálnej vrstvy. Všetkých účastníkov kongresov spája spoločná potreba, ktorá ich na kongres privádza. Jedná sa o potrebu združovania sa, stretávania a výmeny poznatkov, skúseností či vedeckých, technických a odborných znalostí a informácií. Lákadlom pre účasť je získavanie väčšieho prehľadu, rozširovanie si obzorov, informovanie sa o novinkách, inováciách a trendoch, ale i uspokojovanie individuálnych a spoločenských potrieb.²⁰

1.5 Zabezpečenie podujatí kongresového cestovného ruchu

Zabezpečenie väčšieho kongresového podujatia je dlhodobým procesom, ktorý je v bežných podmienkach plánovaný viac ako rok pred začatím kongresu. Vyžaduje si dôkladnú prípravu a materiálno-technické zabezpečenie. Vo všeobecnosti platí, že čím väčšie podujatie sa organizuje, tým dlhšiu prípravu si vyžaduje.

Kongresové hotely, ponúkajúce služby organizácie kongresových podujatí, konferencií, seminárov, školení a i., musia disponovať **dostatočnou ubytovacou a priestorovou kapacitou** pre účastníkov podujatí. Pre zabezpečenie a kvalitu organizácie podujatí je potrebná okrem kvalitného technického zázemia aj ďalšia infraštruktúra, ako napríklad odborný personál, zabezpečenie sprievodného programu, centrá poskytujúce informácie o danej lokalite, pamiatkach, kultúrnych zvyklostiach a mnohé ďalšie.

Pre realizáciu kongresových podujatí vznikajú špeciálne kongresové hotely a kongresové centrá, príp. iné kongresové priestory. **Kongresovým hotelom** označujeme

¹⁹ ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovnom ruchu: 2. časť*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism, 2011. ISBN 978-80-89090-94-5. s. 94.

²⁰ GÚČIK, M. *Cestovný ruch – úvod do štúdia*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism, 2011. ISBN 978-80-89090-80-8. s. 71.

ubytovacie zariadenie takej kategórie, ktoré spĺňa predpoklady pre organizovanie kongresových podujatí, akými sú najmä kongresy, zjazdy, konferencie či semináre. Súčasťou predpokladov je **vybavenie rokovacími priestormi**, pre ktoré je charakteristická variabilita ich použitia a technické predpoklady pre poskytovanie s tým súvisiacich služieb.²¹ Aby mohol kongresový hotel niesť svoje pomenovanie, musí spĺňať požiadavky najmenej pre hotel triedy s tromi hviezdikami.

Vyhláška okrem iného popisuje aj **materiálovo-technické zabezpečenie** kongresového hotela, ktoré je potrebné k realizácii kongresového podujatia – sú nimi:

- miestnosť na konferencie a semináre s vybranou rozlohou,
- dataprojektor,
- počítačová miestnosť, príp. dostupnosť PC,
- tlmočnicke zariadenie a slúchadlá,
- videokamera,
- pripojenie k internetu,
- pracovné miestnosti pre menšie skupiny,
- rečnícky pult s mikrofónom, mikrofóny v pléne pre diskusiu,
- premietacie plátno, pripínacia tabuľa, magnetická či písacia tabuľa, flipchart, dia projektor, premietacia,
- veľkoplošný televízor, DVD prehrávač, nahrávacie možnosti,
- kopírovací prístroj, spätný projektor a ďalšie.

Za každú službu príp. materiálovo-technické zabezpečenie sú priradené body. Na to, aby bolo možné **hotel označiť za kongresový, musí hotel získať aspoň minimálny počet bodov vo fakultatívnych znakoch** špeciálne určených pre kongresové služby.²²

Z technického hľadiska pri usporiadaní kongresov sú najdôležitejšie faktory, akými sú potreba kongresových sál s komplexným vybavením, ktoré spĺňajú všeobecne požiadavky. Takéto **kongresové sály** sa najčastejšie nachádzajú priamo v kongresových hoteloch či rôznych kultúrno-spoločenských centrách. Ak daný hotel na usporiadanie kongresu využije náhradné priestory, zvyknú niesť pomenovanie seminárne hotely.²³

²¹ ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovnom ruchu: 1. časť*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism, 2011. ISBN 978-80-89090-93-8. s. 60

²² Vyhláška č. 277/2008 Z. z. – Vyhláška MH SR, ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia pri ich zaradovaní do kategórie a tried.

²³ GÚČIK, M. *Cestovný ruch – úvod do štúdia*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism, 2011. ISBN 978-80-89090-80-8. s. 71.

K zariadeniam poskytujúcim kongresové služby sú využívané aj špecializované **kongresové centrá**. Tie sa vyznačujú výhradnou špecializáciou práve na usporádvanie kongresových podujatí. Musia spĺňať prísne kritériá, a to najmä z pohľadu technického vybavenia, rokovacích miestností, ale aj kritériá, akými sú dostupnosť lokality a ubytovacích možností vyššej kategórie.

Vplyvom rôznych trendov je však v súčasnosti možné stretnúť sa aj dokonca s organizovaním **kongresových podujatí na netradičných miestach**, akými sú napr. výletné lode, rôzne pamiatky a mnohé ďalšie. V takýchto prípadoch organizácia kongresových podujatí nedokáže spĺňať všetky požadované kritériá, ktoré sú platné a žiaduce pre štandardné priestory organizácie kongresov, ale účastníci podujatia na danom netradičnom mieste akceptujú obmedzený rozsah poskytovaných služieb výmenou za netradičnosť takéhoto podujatia.

1.6 Strediská a propagácia kongresového cestovného ruchu

K **najvýznamnejším strediskám kongresového cestovného ruchu** v Európe sa radia destinácie ako Brusel, Paríž, Londýn, Budapešť, Praha, Hamburg či Hannover, v ktorom sa nachádza aj najväčšie svetové veľtržné výstaviisko (Expo 2000). Medzi najznámejšie strediská kongresového cestovného ruchu v Českej republike patria Kongresové centrum Praha (k dispozícii pre 3 500 účastníkov), Výstavište Praha (uskutočnených vyše 50 veľtrhov ročne).

K **propagácii kongresového podujatia** sa v súčasných podmienkach využívajú najmä propagačné kalendáre, ktorých súčasťou je aj zhrnutie predchádzajúceho ročníka daného kongresu, doplnené o fotografie, zaujímavosti, udalosti a fakty či pozvánky na nadchádzajúce podobné alebo príbuzné konferencie a iné podujatia rovnakej typológie.

Moderné nástroje umožňujú využívanie internetu a sociálnych médií, pomocou ktorých je možné šíriť obsah k obrovskému množstvu odbornej, ale i laickej verejnosti, ktorá prejavuje záujem o danú problematiku.

Medzinárodné agentúry, ktoré sú organizátormi kongresových podujatí, pracujú i s videopozvánkami pre konkrétne skupiny účastníkov či využívajú prepracované online kampane na sociálnych sieťach. Pre širokú verejnosť sa zvyknú vykonávať aj informačné kampane o zaujímavých témach z odboru a smerovať ich aj na univerzity a iné vzdelávacie inštitúcie,²⁴ či ďalšie organizácie alebo spoločnosti, kde sa môže vyskytovať potenciálny záujem o účasť na pripravovanom kongresovom podujatí.

²⁴ MIKSA, Ivo. *Kongresy z druhe strany*. [online]. Praha: GUARANT, 2014-05-14. [cit. 2018-11-20]. s. 2. Dostupné na internete: < http://www.guarant.cz/resource/admin/datagroup_datagroup/kongresy-z-druhe-strany_1439968529581.pdf>.

II. PRAKTICKÁ ČASŤ

2 KONGRESOVÝ CESTOVNÝ RUCH V KÚPEĽNOM ZARIADENÍ NA SLOVENSKU

Predmetom riešenia tejto časti bakalárskej práce je poznanie súčasného stavu kongresového cestovného ruchu vo vybranom kúpeľnom zariadení s cieľom návrhu možností a odporúčaní pre zlepšenie a rozvoj kongresového cestovného ruchu v takýchto kúpeľných zariadeniach.

2.1 Vybraná destinácia kúpeľného zariadenia

Mesto Piešťany patrí k najznámejším a najobľúbenejším kúpeľným miestam na Slovensku. Je významným strediskom kúpeľného cestovného ruchu a jedinečného prírodného a kultúrneho dedičstva, s množstvom zaujímavých historických, kultúrnych, ale aj prírodných pamätihodností a zaujímavostí.



Obrázok 3 Mesto Piešťany – Kúpeľný ostrov

Zdroj: REZORT PIEŠŤANY In ANONYM. 2013. Piešťany a Dolné Považie. Prečo ich navštíviť práve teraz? In Aktuality.sk. [online]. 2013-05-20. [cit. 2019-03-12]. Dostupné na internete: <<https://www.aktuality.sk/clanok/477017/piestany-a-dolne-povazie-preco-ich-navstivit-prave-teraz/>>.

2.1.1 Historicko-demografické podmienky mesta Piešťany

Stopy po osídlení na území dnešného mesta pochádzajú z obdobia dávneho praveku. Historické pramene považujú za prvých osídlencov lovcov mamutov zo staršej doby kamennej. Z obdobia pochádza aj známy archeologický nález sošky Venuše, zobrazenej a vyrezanej z kosti mamuta. Prvé slovanské osídlenie na území sa začalo vytvárať približne v 5. až 6. storočí nášho letopočtu. Prvá písomná zmienka o meste Piešťany pochádza z roku 1113, zachytená v Zoborskej listine uhorského kráľa Kolomana I. Dejiny mesta a jeho rozvoj sú veľmi úzko späté práve s rozvojom kúpeľníctva, zmienky o termálnych prameňoch sú zachytené už v listinách zo 16. storočia.²⁵ Uzdravujúce piešťanské kúpele boli veľmi obľúbeným miestom nielen rakúsko-uhorskej, ale i rímskej či nemeckej šľachty.

Mesto Piešťany rozkvitalo a kúpele sa rozvíjali tak, že si získali svetové meno, avšak zlom nastal v časoch 1. svetovej vojny. Mesto sa stalo centrom stretnutia cisárov, ktorí rokovali o ďalšom priebehu vojny a kúpele sa začali využívať ako miesto pre liečenie zranených vojakov. V medzivojnovom období sa mesto i kúpele postupne spamätalo z vojnových strát a zásahov a kúpele sa stali opäť obľúbeným miestom významných osobností z mnohých krajín. Následný príchod 2. svetovej vojny mal na kúpele ešte horší dopad. Nastala úplná ekonomická stagnácia a cestovných ruch v kúpeľnom meste Piešťany sa začal oživovať až v 60. rokoch 20. storočia.²⁶

Mesto Piešťany je samostatným okresným mestom s kompletnou občianskou vybavenosťou. Má približne 28 tisíc obyvateľov, z toho viac ako 59 % sa nachádza v produktívnom veku. Okres sa dlhodobo radí k oblastiam s najnižšou mierou nezamestnanosti obyvateľstva, na úrovni 4,33%.²⁷

Turistickému, ale i kongresovému rozvoju dopomáha dobrá poloha a dostupnosť dopravy – leteckej, cestnej, železničnej. Regionálne medzinárodné letisko v Piešťanoch s celoročnou prevádzkou ponúka odlety a prílety do destinácií, akými sú napríklad Turecko a Egypt v hlavnej turistickej sezóne. Železničná trať sa napája na trasy do Varšavy, Viedne či Budapešti a diaľničná doprava ponúka prepojenie na Brno, Bratislavu, Viedeň. Riečna preprava na rieke Váh slúži zatiaľ len pre vyhlídkové plavby, v minulosti sa však objavili plány aj pre spojenie mesta s riečnou dopravou.

²⁵ MESTO PIEŠŤANY. *O meste: História*. [online]. [cit. 2019-01-12]. Dostupné na internete: < <https://www.piestany.sk/mesto/o-meste-1/historia/>>.

²⁶ PALKOVIČ, M. 2015. Takto sa menili Piešťany: 7 krátkych filmov z histórie. In *ZPiestan.sk*. 2015-01-11. [cit. 2018-02-23]. Dostupné na internete: < <https://www.zpiestan.sk/blog/takto-sa-menili-piestany-7-kratkych-filmov-z-historie/>>.

²⁷ MESTO PIEŠŤANY. 2019. *O meste: Štatistické údaje*. [online]. 2019. [cit. 2019-01-14]. Dostupné na internete: < <https://www.piestany.sk/mesto/o-meste-1/statisticke-udaje/>>.

Mesto Piešťany je rodiskom mnohých úspešných športovcov, z oblasti tenisu, hokeja, futbalu či plávania, ale i známych osobností kultúry, filmu a umenia.

2.1.2 Prírodné, kultúrne, historické a architektonické podmienky mesta Piešťany

Lákadlom pre turistov sú aj vyhlídkové plavby riekou Váh a priehradou Slňava, ktorá je aj chránenou oblasťou pre ochranu vodného vtáctva. Po oboch stranách rieky sa rozprestierajú nádherné piešťanské parky – kúpeľný a mestský park, obľúbené miesta prechádzok, relaxácie a oddychu nielen miestnych obyvateľov, ale aj návštevníkov kúpeľov a turistov, ktorí najmä v letnom období môžu navštevovať koncerty priamo na promenádnej časti na otvorenom priestranstve. V parku je možné vidieť mnohé vzácne a exotické druhy drevín a teplomilného vodného a močiarného rastlinstva.

Významnou slávnostnou udalosťou býva každým rokom otvorenie letnej kúpeľnej sezóny, spojenou s hudobným podujatím, koncertmi a vystúpeniami, ktoré sú veľmi obľúbené návštevníkmi. Centrom kultúrno-spoločenského diania v meste sú najmä Dom umenia, ktorý je jednou z najvýznamnejších architektonických pamiatok mesta, Mestské kultúrne stredisko či Kursalon, ktoré je miestom častých vystúpení živej hudby. Veľmi obľúbené sú hudobné podujatia – Piešťanský hudobný festival, jeden z najstarších na Slovensku, organizovaný od roku 1955, zameraný na klasiku, country festival v lodenici či organové dni. Piešťanské letisko je známe aj ako miesto konania hudobných festivalov v letných mesiacoch.

Na území mesta sa nachádza vyhlásená pamiatková zóna so sakrálnymi i svetskými stavbami a pamätihodnosťami. Patri k nim kúpeľné domy, kostoly a chrámy, liečebné domy, ale aj cestný most. Zázitky ponúka letné prírodné divadlo v amfiteátri v tvare mušle, ktoré je architektonickou pamiatkou, bývalá renesančná budova riaditeľstva kúpeľov i klasicistické Napoleonské kúpele.

Mesto Piešťany je bohaté centrum cestovného ruchu a to pre nadšencov kúpeľníctva, prírody, kultúry, architektúry či športu. Patrí síce k menším mestám na Slovensku, avšak s dobrou dopravnou dostupnosťou k hlavnému mestu a aj preto tu narastá potenciál rozvoja kongresového cestovného ruchu a kongresových podujatí v kúpeľných zariadeniach, ktoré patria k najvýznamnejším nielen na Slovensku, ale aj okolitých štátoch.

2.2 Vybrané kúpeľné zariadenie v meste Piešťany

Vybrané kúpeľné zariadenia sa radí k moderným ubytovacím zariadeniam, ktoré ponúkajú širokú škálu prvotriednych služieb. V ponuke jeho služieb nechýba pestrá škála liečebných a relaxačných procedúr či voľnočasových a športových aktivít. Výnimkou nie sú ani kulinárske stravovacie služby a priestory pre kongresové a spoločenské podujatia.

Kúpeľné zariadenie sa zameriava najmä na poskytovanie kúpeľnej starostlivosti a liečebných procedúr, avšak moderné priestory ponúkajú aj ďalšie možnosti využitia. Hotel je kompletne nefajčiarsky.

Tabuľka 4 Ubytovacie kapacity vybraného kúpeľného zariadenia

Kategória	Jednolôžková izba	Dvojlôžková izba, Trojlôžková izba	Dvojlôžková, trojlôžková s prístelkou
Standard	16	37	0
Komfort	24	51	47
Premium	8	22	24
Superior	3	13	12

Zdroj: Materiály vybraného kúpeľného zariadenia

Návštevníci hotela si môžu vybrať ubytovanie v jednolôžkových, dvojlôžkových alebo trojlôžkových izbách aj s možnosťou prístelky, pričom celkovo je k dispozícii 15 apartmánov. Všetky izby hotela sú nefajčiarske s vlastnou kúpeľnou a balkónom, prístupom k internetu, televíziou a minibarom, trezorom a sušičom vlasov. V najnižšej kategórii Standard je za príplatok možné vyžiadať izbu s klimatizáciou, všetky izby vyššej kategórie sú klimatizované.

Ubytovaní hostia, ale i návštevníci majú k dispozícii 6 reštaurácií, s ponukou raňajok, obedov a večerí, zároveň i a la carte alebo nočný bar, kaviareň s letnou terasou a bar priamo pri bazéne. Pre súkromné udalosti uzatvorenej spoločnosti sa využíva tanečná sála alebo menšie salóniky.

Wellness centrum a kúpeľné služby sú zamerané na zdravotné procedúry v liečbe pohybového aparátu a nervového ústrojenstva. Prírodné liečivé zdroje termálnych vôd v Piešťanoch majú blahodarné účinky pri rehabilitácii pohybového ústrojenstva, pri liečbe reumatických ochorení, preto je aj symbolom piešťanského kúpeľníctva socha barlolámača.

Kúpeľné procedúry sa využívajú nielen k liečbe rôznych ochorení a ťažkostí, ale aj pre terapeutické, kozmetické a relaxačné účely. Návštevníci vodného sveta majú k dispozícii vnútorný i vonkajší bazén, vírivky, vodné atrakcie, relaxačné miestnosti, pestrú ponuku masáží,

saunového sveta a služieb solária, kozmetiky, kaderníctva, pedikúry a manikúry, letnej terasy a relaxácie. K ponuke patrí taktiež aj fitness centrum s osobným kondičným trénerom.

Hotel okrem ubytovacích a stravovacích služieb návštevníkom ponúka služby práčovne, zmenárne, knižnicu, nákupnú pasáž, transfer z/do hotela, strážené parkovanie, golf, tenis, požičovňu bicyklov, biliard a bowling.

Kongresové centrum disponuje kapacitnými priestormi pre 400 účastníkov, moderným zariadením, kvalitným technologickým vybavením a veľkým pódium s rečníckym pultom. Podmienky centra sú vhodné pre usporiadanie kongresov, konferencií, sympózií aj so zahraničnou účasťou. K dispozícii sú väčšia kongresová sála, ktorej kapacita je 400 miest a menšia sála s kapacitou 120 miest. Vstupná hala kongresového centra môže byť tiež využitá ako výstavná plocha pre prezentácie či výstavy. Pre potreby usporadúvania banketov či recepcií je k dispozícii átrium s kapacitou až 150 účastníkov. Pre menšie, súkromné zasadnutia a stretnutia sú k dispozícii luxusne zariadené priestory 2 menších salónikov s kapacitou 15 osôb alebo pre firemné školenia, semináre a pod. ďalšie 3 tematické salóniky s kapacitou 20 až 50 osôb.²⁸

2.3 Potenciál mesta Piešťany v kongresovom cestovnom ruchu

Pri skúmaní **potenciálu rozvoja kongresového cestovného ruchu** vo vybranom kúpeľnom zariadení sa práca zameriavama na všetky faktory, ktoré môžu mať vplyv na súčasnú, ale najmä budúcu situáciu kúpeľného zariadenia a jeho potenciál pre kongresový cestovný ruch.

Jednou z oblastí, ktoré je potrebné identifikovať a skúmať, je aj potenciál samotného mesta Piešťany a to prostredníctvom jeho silných a slabých stránok a príležitostí a ohrození, ktoré sú pre mesto charakteristické.

K identifikácií charakteristických črt sa v praxi používa tzv. **SWOT analýza**, ktorá skúma vymedzené štyri oblasti – interné vlastnosti zariadenia (sily a slabosti) a externé možnosti prostredia (príležitosti či hrozby). SWOT analýza mesta Piešťany nám poukazuje na príležitosti pre rozvoj kongresového cestovného ruchu, ale aj na oblasti, ktorým je potrebné sa vyvarovať a ktorým musí hotelové zariadenie venovať špecifickú pozornosť, aby sa minimalizovali negatívne následky.

²⁸ Materiály vybraného kúpeľného zariadenia

Tabuľka 5 SWOT analýza mesta Piešťany

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • intenzita dopravy, • cyklo doprava, • prírodné predpoklady, • hospodárska základňa, • sociálna a zdravotnícka infraštruktúra, • vzdelávanie, • kúpeľníctvo a cestovný ruch, • kultúrne zariadenia a podujatia, • športová infraštruktúra, • podiel zelene v meste, • odpadové hospodárstvo. 	<ul style="list-style-type: none"> • dopravná infraštruktúra v meste, • cyklistická infraštruktúra, • možnosti zamestnania, • podmienky pre podnikanie, • propagácia a spolupráca mesta, • vývoj populácie a podmienky pre seniorov, • podpora rodín s deťmi, • nedostatky infraštruktúry, • stav zelene a verejných priestranstiev, • trvalá udržateľnosť životného prostredia.
Príležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • rozvoj dopravy, • podpora nízkouhlíkového hospodárstva, • podpora podnikania, • podpora územnej spolupráce, • rozvoj cestovného ruchu, • rozvoj sociálnej infraštruktúry, • podpora vzdelávania, • zvyšovanie kvality života, • podpora ochrany životného prostredia. 	<ul style="list-style-type: none"> • dopravná infraštruktúra v meste, • nevyužitie potenciálu cyklistickej dopravy, • populačný vývoj v SR, • manažment územnej spolupráce, • nevyužitie potenciálu známeho kúpeľného mesta, • obmedzené kompetencie mesta, • environmentálne záťaž, • globálne klimatické zmeny.

Zdroj: VLHOVÁ, D. 2015. *Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta Piešťany – SWOT analýza*. [online]. 2015-08-28. [cit. 2019-03-02]. Dostupné na internete: < https://www.piestany.sk/evt_file.php?file=905 >.

Pre **rozvoj kongresového cestovného ruchu v meste Piešťany** v hotelovom zariadení, má význam hneď niekoľko silných stránok mesta. Je to najmä intenzita dopravy, dostupnosť a infraštruktúra. Doprava z/ do miesta uskutočnenia kongresového podujatia je jedným z hlavných faktorov, ktoré vstupujú do rozhodovania o výbere lokality pre organizované podujatie. Orientácia mesta na kúpeľníctvo je však dvojakou stránkou – pre potreby rozvoja kongresového cestovného ruchu v kúpeľnom zariadení sú kúpeľné podmienky silnou stránkou, avšak pre samotné organizované kongresové podujatia, ktoré sa neorientujú na využívanie doplnkového programu kúpeľníctva, wellness, relaxu a regenerácie, môže byť táto jednostranná orientácia považovaná za slabú stránku. K silným stránkam mesta, ktoré podporujú cestovný ruch v destinácií, patrí aj kultúrne vybavenie, spoločenský život a organizované podujatia, ktoré

lákajú domácich aj zahraničných turistov. Na druhej strane je však slabou stránkou nedostatočná propagácia. Marketing a chýba podnikateľská stratégia destinácie či slabá podpora miestnych malých a stredných podnikateľov. Rozvoju kongresového cestovného ruchu v meste Piešťany nenapomáha ani nedostatočná spolupráca s kúpeľnými zariadeniami a ostatnými zariadeniami cestovného ruchu a ich slabá podpora zo strany mesta, ktoré nedisponuje potrebnými ďalšími financiami.

K príležitostiam mesta sa radí najmä využitie potenciálu dopravných spojení – diaľničná, letecká a železničná, ale aj podpora a rozvoj cyklodopravy, ktorá sa teší čoraz väčšej obľúbenosti. Podpora tradičných remesiel, dizajnu, kultúrneho a kreatívneho priemyslu v meste môže oslovovať záujemcov o tieto oblasti, čo je možné využiť pri tvorbe hlavného či sprievodného programu organizovaných podujatí. Prítomnosť vysokoškolského vzdelávania a podpora duálneho vzdelávania môže byť motiváciou pre organizáciu vzdelávacích kongresových podujatí či workshopov. K príležitostiam rozvoja patrí i zvyšovanie kvality života obyvateľov v meste, dobudovanie športovísk, zlepšenie udržiavania verejných priestranstiev a dobudovanie pokrytia širokopásmovým internetom.

Ohrozením rozvoja kongresového cestovného ruchu v kúpeľnom zariadení je nedostatočné využitie potenciálu známeho kúpeľného mesta a obmedzená spolupráca mesta s kúpeľnými zariadeniami. Nedostatok finančného kapitálu, odliv kvalifikovanej pracovnej sily a obmedzené služby lokálnych poskytovateľov sú ohrozením infraštruktúry cestovného ruchu v meste Piešťany.

2.4 Potenciál vybraného kúpeľného zariadenia v rozvoji kongresového cestovného ruchu

V spolupráci s kúpeľným zariadením v rámci analýzy súčasného stavu príležitostí pre rozvoj a v snahe o zvýšenie návštevností kongresových podujatí bolo možné viesť komunikáciu s kompetentnou osobou, ktorá zabezpečuje organizáciu kongresových podujatí a bolo možné tak nahliadnuť do praktických príprav, organizácie a vedenia týchto podujatí. Vďaka ochote kompetentného pracovníka sa v práci môžu uviesť cenne informácie, ktoré následne pomôžu pri zostavovaní SWOT analýzy hotela a konkrétnych návrhov na zlepšenie podujatí. Rozhovor bol vedený formou interview a boli pokladané otázky týkajúce sa aktuálneho diania vo svete a trendov v konferenčnom cestovnom ruchu.

Práca sa zameriavala na niekoľko hlavných oblastí. Prvou z oblastí bolo zabezpečenie bezpečnosti - opatrenia, ktoré slúžia k udržiavaniu poriadku, bezpečnosti a bezproblémového chodu pri kongresových podujatiach a eliminácia ohrozenia, s ktorým je možné dostať sa do

styku pri uskutočňovaní takýchto podujatí. Odpovede manažéra sú uvedené v nasledujúcich bodoch:

I. Bezpečnosť

1. Je potrebné v súčasnosti prijímať zvýšené bezpečnostné opatrenia pri organizácii kongresových podujatí a rôznych typov podujatí kongresového cestovného ruchu, pri ktorých sa stretáva vyšší počet účastníkov?

Pri zabezpečovaní bezproblémového chodu organizovaného podujatia je potrebné neustále prijímať bezpečnostné opatrenia, ktoré závisia od charakteru a účastníkov podujatia, aby nedošlo nielen k narušeniu podujatia, ale najmä k ohrozeniu života a zdravia, majetku, bezpečnosti alebo životného prostredia či k narušeniu verejného poriadku v danom mieste. Tieto opatrenia vychádzajú z mnohých ISO noriem:

- bezpečnostná politika,
- organizácia,
- správa aktív,
- personálna bezpečnosť,
- fyzická bezpečnosť,
- manažment vzťahov s dodávateľmi, poskytovateľmi služieb,
- prevádzka systémov a komunikácie,
- manažment aplikačných sieťových služieb,
- riadenie prístupu,
- obstarávanie, vývoj a údržba systémov,
- riešenie bezpečnostných incidentov,
- manažment kontinuity činnosti,
- súlad s legislatívou.

Vo všeobecnosti dnes ale platí, že pri organizovaní akéhokoľvek podujatia, pri ktorom sa stretáva vyšší počet účastníkov, sa prijímajú zvýšené bezpečnostné opatrenia, častokrát doplnené o služby súkromnej bezpečnostnej služby. V kongresovom cestovnom ruchu vzniká predpoklad, že jeho účastníci prichádzajú v dobrej vôli s cieľom získavania nových poznatkov, názorov a spoznávania nových ľudí. Častokrát sa jedná o návštevníkov s vyšším vzdelaním alebo z vyššej spoločenskej vrstvy, preto organizátori nepracujú s vysokou pravdepodobnosťou vzniku krízových situácií a narušania bezpečnosti, napr. pod vplyvom alkoholu a pod.. Ak sa však bavíme o veľkých, medzinárodných podujatiach vo významných centrách kongresového

ruchu, v takých prípadoch je nutné prihliadať na zvýšené bezpečnostné opatrenia a to nielen v spolupráci so súkromnou bezpečnosťou službou, ktoré sa však realizujú veľmi taktne, aby neobmedzovali priebeh kongresového podujatia.

2. Boli už zaznamenané nejaké (príp. i významnejšie, vážnejšie) narušenia bezpečnosti kongresového podujatia?

Je to stále objektívne existujúca možnosť, ktorej naplnenie môže poškodiť niektoré aktívum – ne bavíme sa len o úmyselnej činnosti človeka, ale vstúpiť môžu i nečakané prírodné javy, technické poruchy, ľudské chyby a omyly alebo iné zlyhanie ľudského faktora, ktoré nie je možné predpokladať a nemusí byť vždy úmyselné. V tomto kontexte teda áno, došlo už k závažnejším i menej závažným incidentom. Keďže sa jednalo o neúmyselné jednanie, vzniknutá škoda bola hradená hotelovým zariadením, prípadne poisťovňou. V podmienkach nášho zariadenia sa však ne bavíme o závažnom úmyselnom útoku alebo ohrození života, zdravia či majetku. Organizátori a najmä bezpečnostné zložky však stále prihliadajú najmä na rizikových účastníkov podujatia – sú to také fyzické osoby, u ktorých je predpoklad, že môžu v súvislosti s účasťou na podujatí svojím správaním alebo konaním narušiť verejný poriadok, ohroziť bezpečnosť alebo zdravie, majetok či životné prostredie alebo aj narušiť pokojný priebeh podujatia, najmä však tie osoby, ktoré sú evidované v informačnom systéme o bezpečnosti na organizovaných podujatiach podľa príslušného zákona.

3. Na ktoré oblasti sa teda sústreďí najväčšia pozornosť pri zabezpečení bezpečnosti organizovaného kongresového podujatia?

Jednoznačne je to určenie bezpečnostného manažéra a zabezpečenie riadneho vykonávania jeho činnosti pri organizovaní a počas priebehu konania podujatia. Jeho úlohou je identifikovať, analyzovať a vyhodnotiť bezpečnostné riziká, na základe ktorých stanovujú režimové opatrenia a pokyny pre bezpečnostných pracovníkov. Tí vykonávajú dohľad nad parkovacou službou, reguláciu pohybu osôb, dohľad nad poriadkom v mieste podujatia, stráženie pódia a VIP priestorov a mnohé ďalšie). Odborní pracovníci taktiež vykonávajú preventívnu kontrolu kongresových priestorov pred každou udalosťou, pri čom hľadajú a následne napravujú nedostatky, ktoré by mohli ohroziť účastníkov.

V prípade vzniku mimoriadnej udalosti, priamej hrozby, ktorá si vyžaduje evakuáciu účastníkov, zamestnancov, sú bezpečnostní pracovníci trénovaní na zvládnutie evakuačných postupov. Pri niektorých typoch väčších podujatí sa zvyknú využívať aj vypracované návrhy zabezpečenia prostredníctvom bezpečnostných technológií, ktoré dokážu zabezpečiť neustály

prehľad o bezpečnostnej situácii, avšak takéto opatrenia sú realizované v podmienkach väčších zariadení, príp. väčších kongresových podujatí.

Následne sa zisťovali priebeh a požiadavky na organizáciu podujatí a to v objeme pracovníkov či materiálovo-technického vybavenia, ktoré je potrebné k zabezpečeniu takéhoto typu podujatia a čo býva obsahom organizovaných kongresových podujatí.

II. Organizácia

1. Aký objem a typ personálnych zdrojov je potrebných k organizovaniu kongresových podujatí?

Za organizáciou takýchto typov podujatí stojí celý tím ľudí, pretože napriek tomu, že jadro organizácie je tvorené obchodným oddelením v spolupráci s príslušnými odbytovými strediskami, je potrebné koordinovať ubytovacie kapacity, stravovacie kapacity, materiálovo-technické zabezpečenie, bezpečnostných pracovníkov, pracovníkov, ktorí koordinujú účastníkov a sú im k dispozícii v prípade potreby a mnohé ďalšie, v závislosti od typu sprievodného programu. Ako kúpeľné zariadenie musíme koordinovať aj tieto služby, pretože sú častým doplnkom programu podujatí. Zodpovednosť za organizáciu kongresového podujatia vychádza teda z obchodného oddelenia v spolupráci s manažérmi dotknutých stredísk, avšak dá sa povedať, že pri konaní určitej akcie sú „v pozore“ takmer všetky personálne kapacity zariadenia. Ako väčší komplex hotelov je pre nás možnosť v prípade potreby dočasne presunúť časť pracovnej kapacity z iného hotelového zariadenia v Piešťanoch do zariadenia, kde sa koná podujatie. No z dlhodobého hľadiska je pracovná sila v Piešťanskom okrese problémová a stáva sa, že pri väčšej obsadenosti ostatných hotelov je problém zohnať pracovnú silu.

2. Aké sú najhlavnejšie požiadavky pre usporiadanie kongresových podujatí? Ktoré z oblastí materiálovo-technického zabezpečenia, kapacity hotelov/ sál sú tie, na ktoré sa kladú najvyššie požiadavky?

Základ tvoria poskytované služby a kapacity zariadenia. Ak vieme, čo máme k dispozícii a čo môžeme poskytnúť, tak vieme, aké podujatie sme schopní zorganizovať. To znamená, že ak sme oslovení s požiadavkou pre usporiadanie podujatia, vyhodnocujeme, či máme dostatočné zdroje na jeho organizáciu. Požiadavky sú subjektívne a častokrát rôzne, ale najčastejšie sú to kapacita priestorov, najmä kongresových sál a ubytovacie jednotky, zabezpečenie stravovania, coffee breakov a sprievodný program – v našom prípade teda ponúka kúpeľných procedúr, masáží a wellness. Najčastejšie požiadavky sú kapacity, zabezpečenie stravovania či občerstvenia a od tých sa potom odvíjajú ďalšie možnosti.

3. Stretávate sa s požiadavkami na špeciálne kongresové balíčky? Ak áno, čo býva ich obsahom?

Rôzni usporiadatelia majú aj rôzne požiadavky, je to v prípade najmä väčších kongresov. Pri menších podujatiach, akými sú semináre či konferencie, sa stretávame skôr so štandardnými požiadavkami. Je však potrebné rozlíšiť, čo je štandardná požiadavka. Sme moderný komplex a poskytujeme služby na určitej úrovni, preto považujeme za štandard aj niečo, čo napríklad iné zariadenia alebo iní organizátori podujatí za štandard považovať nemusia. Na základe doterajších požiadaviek a skúseností sme spracovali špeciálne ponuky kongresových balíčkov, ktoré neprezentujeme ako balíky s fixným obsahom a nepoužívame formulu „nedá sa, nie je to zahrnuté.“ Každé podujatie sa líši podľa svojho zamerania, podľa cieľa kongresu a tematiky, v ktorej sa nesie. Určitých základných cenníkov v balíkoch sa pridržujeme, akými sú napr. prenájom sály, stravné a pod., ďalšie požiadavky posudzujeme a navrhujeme variácie.

Čo sa týka obsahov týchto balíkov, tak základ tvoria primárne služby – ako už bolo spomenuté, prenájom sál, miestností, stravovacie služby. Ak sa jedná o viacdňovú akciu, pridávajú sa okrem ubytovacích služieb aj služby nášho kúpeľného zariadenia. Stretli sme sa už aj s niekoľkými veľmi individuálnymi požiadavkami, v tomto prípade však, čo sme schopní zabezpečiť alebo obstaráť, to zahrnieme do organizovaného podujatia. Čo nedokážeme, tomu sa snažíme navrhnúť vhodné alternatívy.

4. V čom zlyháva usporiadanie kongresového podujatia? Príp. aké sú najčastejšie chyby, pre ktoré podujatie stráca na atraktivite alebo záujme o účasť?

Najčastejšími zakopnutiami sú nedorozumenia v komunikácii, z čoho vzniká buď zlá organizácia celého podujatia alebo nesprávne pochopenie, čo sa má zabezpečiť a čo sa od podujatia očakáva, kto za to nesie zodpovednosť, z čoho vzniká nejasné vymedzenie podmienok, povinností a pravidiel. Stávajú sa aj situácie, ktoré nie sme schopní len veľmi ťažko ovplyvniť, je to napr. náhly výpadok personálu, kedy musíme zabezpečiť náhradu, čím sa už narúša priebeh organizácie.

III. Obsah podujatí

1. Je vnímaný dopyt účastníkov podujatí po špecifických doplnkových službách a oblastiach sprievodného programu?

Čím viac účastníkov podujatia, tým rozdielnejšie a subjektívnejšie sú aj požiadavky. Na jednej strane musíme pozerat' na to, že efektívny dopyt je len kúpyschopný dopyt, to znamená, taký, ktorý je krytý kúpnyim fondom. Ak máme napríklad organizované stretnutie, kde účastník požaduje zabezpečenie atrakcie pre svoje dieťa, avšak v konečnom dôsledku by táto atrakcia bola len ojedinele využitá, lebo žiadne ďalšie deti, vo veku príslušnom pre daný typ atrakcie, by sa na podujatí nenachádzali, takýto dopyt nie je možné považovať za kúpyschopný. Preto sa na druhej strane snažíme stále o návrh vhodných alternatív aj pre tie požiadavky, ktoré nie sú splniteľné alebo rentabilné.

2. Aké činitele najviac vplyvajú pri výbere miesta, v ktorom sa bude organizovať podujatie?

Kongresové podujatia najčastejšie smerujú do destinácií, ktoré sú turisticky atraktívne, majú príjemnú klímu, zaujímavé okolie a stabilnú miestu a politickú situáciu. Svoju váhu zohráva tiež miestna úroveň kultúrneho a spoločenského života a možnosť dohovoriť sa cudzími jazykmi. Lokalita, v ktorej je situované naše zariadenie, je historicky už dlhodobo obľúbenou destináciou kúpeľníctva, z čoho taktiež čerpá aj kongresový cestovný ruch.

3. Aké typy podujatí, spadajúcich do oblasti kongresového cestovného ruchu, sa organizujú najčastejšie?

Na to, aby sme boli usporiadateľom kongresov so stovkami účastníkov, t. j. viac ako 500 účastníkov, nemáme kapacity, preto sa naše priestory využívajú najčastejšie pre firemné stretnutia a prezentácie, semináre, akademické konferencie.

4. Z akých oblastí (veda, technika, školstvo a i., firmy) sú najčastejšie organizované podujatia?

Akademické typy kongresových podujatí sú zvyčajne úzko späté s univerzitným štatútom mesta, avšak usporadúvame aj vedecké konferencie, pri ktorých sa spája užitočné s príjemným, t. j. vedecká náplň kongresu a relaxačný alebo kultúrny sprievodný program. Veľmi častými typmi sú prezentácie a školenia firiem a spoločností, pri ktorých sa už jedná aj o pestršiu a bohatšiu náplň sprievodného programu. Výnimku však netvorí ani workshopy a výstavy, spájané aj s predajom a sympózia, napr. lekárskej komory a pod. Organizujeme aj podujatia zamerané na kúpeľníctvo, jeho rozvoj a príležitosti, z ktorých môže čerpať.

5. Aká je štandardná dĺžka podujatí? Jedná sa častejšie o jednodňové, dvojdňové alebo viacdňové podujatia?

Nemáme štatistiku, ktorá by nejako komplexne zachytávala početnosť návštevníkov a rozdelenie podľa typu podujatí, avšak najčastejšie sa realizujú jednodňové podujatia s menším počtom účastníkov alebo dvojdňové konferencie, školenia a semináre s vyšším počtom účastníkov. Jednodňové podujatia, na ktorých sa stretne plná kapacita kongresových sál, sa dejú výnimočne takisto i podujatia, ktoré trvajú viac ako tri dni.

Možnosti rozvoja kongresových podujatí vo vybranom kúpeľnom zariadení sledujeme aj prostredníctvom kritérií, ktoré sú obsahom **SWOT analýzy kúpeľného zariadenia**, ktorá vystihuje potenciál smerovania kúpeľného zariadenia.

Tabuľka 6 SWOT analýza kúpeľného zariadenia

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • kapacita zariadenia, • vysoká úroveň služieb, • tradícia kúpeľného zariadenia, • stála kúpeľná klientela, • modernizované priestory, • zahraničná klientela, • bohaté zastúpenie kúpeľných, prírodných, športových, kultúrnych a spoločenských podmienok zariadenia. 	<ul style="list-style-type: none"> • jednostranná orientácia na kúpeľníctvo, • obmedzené finančné zdroje, • chýbajúce marketingové a propagačné znalosti, • úroveň poskytovaných kongresových služieb nedosahuje medzinárodné štandardy, • slabá viditeľnosť potenciálu kongresových podujatí, • slabá propagácia kongresových podujatí na sociálnych sieťach.
Príležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • potenciál kúpeľníctva, • koncepcia sociálneho a hospodárskeho rozvoja, • potencionálna prac. sila stredných škôl, • dobrá dopravná dostupnosť, zlepšovanie stavu komunikácií a infraštruktúry, • každoročné kultúrne udalosti, • vysoké množstvo veľkých spoločností v okolí, • využitie v letnej i zimnej sezóne, • rozširovanie ponuky zeleného cestovného ruchu, agroturistiky. 	<ul style="list-style-type: none"> • nedostatok kvalifikovaného personálu, • chýbajú participácia a spolupráca s ďalšími zariadeniami cestovného ruchu, • naďalej nedostatočný rozvoj malého a stredného podnikania lokálnych poskytovateľov, • rastúca konkurencia.

Zdroj: vlastné spracovanie

Kúpeľné zariadenie čerpá zo známosti piešťanského kúpeľníctva, okrem toho sa však vyznačuje bohatým zastúpením ďalších typov služieb pre športové, rekreačné, kultúrne či spoločenské záujmy návštevníkov. Kapacita, rozsiahla modernizácia, rekonštrukcia zariadenia, moderné priestory, technické vybavenie a materiálna infraštruktúra zariadenia sú kladnými hodnotami pre rozvoj kongresových podujatí. Orientácia na zahraničnú klientelu

a prispôsobenie služieb pre medzinárodnú návštevnosť sú silnými stránkami zariadenia, čo otvára možnosť nie len krátkodobej, ale aj dlhodobej medzinárodnej spolupráce pre zahraničný trh.

Na druhej strane však jednoznačný kúpeľný charakter a zamerania primárne na kúpeľnú klientelu v kúpeľnom zariadení obmedzuje rozsah kongresových možností a aj napriek všemožnej snahe kúpeľné zariadenie stále nedosahuje štandard poskytovaných služieb na medzinárodnej úrovni, čo sa odráža aj na potenciálnom rozvoji kongresového cestovného ruchu. Nedostatok finančných prostriedkov je brzdou akéhokoľvek rozvoja a nedostatočný marketing a propagácia nedokáže osloviť investorov, ktorí by mohli zlepšiť súčasné podmienky, čím by sa zariadenie mohlo lepšie zviditeľniť medzi konkurenciou na trhu kongresového cestovného ruchu.

III. NÁVRHOVÁ ČASŤ

3 MOŽNOSTI ROZVOJA KONGRESOVÉHO CESTOVNÉHO RUCHU VO VYBRANOM KÚPEĽNOM ZARIADENÍ

Návrhová časť bakalárskej práce slúži k prijatiu návrhov na zlepšenie budúcnosti kongresového cestovného ruchu vo vybranom kúpeľnom zariadení. Venujeme sa problémovým oblastiam, ktoré vyplynuli z rozboru a SWOT analýzy hotelového zariadenie a snažíme sa o identifikáciu príležitostí, vplývajúce na rozvoj kongresových podujatí v kúpeľnom zariadení. Zároveň sa sústreďujeme na budovanie dobrého mena a imidžu, ktoré by vplývalo na budúcich potencionálnych hostí a organizátorov kongresov.

3.1 Odstránenie problémových oblastí .

Najčastejším problémom, s ktorým sa borí nielen odvetvie kongresového cestovného ruchu, ale i ďalšie oblasti turizmu a cestovného ruchu na Slovensku či v zahraničí, je **nedostatok finančných prostriedkov**, ktoré smerujú k organizácii podujatí.

Financovanie cestovného ruchu je celospoločenským problémom s ktorým sa snažia vysporiadať organizácie a agentúry rozvoja cestovného ruchu. Tie poskytujú destináciám, zariadeniam a malým podnikom v tomto sektore podporu a pomoc pri získavaní finančných prostriedkov a smerujú ich k možnostiam, ako získavať investorov alebo finančnú pomoc z európskych či iných zahraničných zdrojov. Jednou z možností ako získať finančné prostriedky od EU, je reagovať na výzvu ministerstva v danej republike a splniť všetky náležité podmienky. Výzvy môžu byť rôzne, v cestovnom ruchu je to najčastejšie na rozvoj vidieka, cestovného ruchu, ale aj na výstavbu a modernizáciu budov. Vybrané hotelové zariadenie je zmodernizované s novým vybavením a v súčasnosti nepotrebuje ďalšie investície do zariadenia a budov. Vhodnou možnosťou, ako využiť tieto finančné zdroje v spolupráci s mestom Piešťany, je investícia do obnovy zelene, green manažmentu, kúpeľného a mestského parku a verejných priestranstiev mesta Piešťany. Týmto krokom by sa zlepšilo ekologické prostredie v mieste konaných podujatí.

Ďalšou z možností zlepšenia finančnej situácie je aj **uzatváranie partnerstiev medzi destináciami cestovného ruchu** či jednotlivými zariadeniami, ktoré sa vzájomne podporujú a vytvárajú turisticky atraktívne podmienky pre klientov cestovného ruchu. Takéto možnosti spolupráce nie sú vylúčené ani pre vybrané kúpeľné zariadenie, ktoré môže využiť blízkosť iných zariadení či lokalít, akými sú ďalšie turisticky atraktívne destinácie a spájať ich s ponukou organizácie kongresových podujatí. V okolí mesta Piešťany sa nachádza mnoho

potenciálnych turistických miest a destinácií, ktoré by zaujali širokú skupinu účastníkov kongresového cestovného ruchu, ale výber záleží od charakteru a požiadavky organizátora podujatia.

Hotelové zariadenie zefektívni spoluprácu s oblastným združením *Rezort Piešťany*, ktoré zastrešuje organizáciu cestovného ruchu v oblasti Piešťan, ale aj s Trnavským samosprávnym krajom, ktorý zastrešuje organizáciu cestovného ruchu na regionálnej úrovni.

Samostatnou problematickou oblasťou je kvalita poskytovaných služieb, ktorá je priamo závislá od **kvalitného a profesionálneho personálu kúpeľného zariadenia**. Pri analýze kritických oblastí, na ktorých zlyháva príprava kongresových podujatí, sme zistili, že jednou z najčastejších príčin, ktoré je v možnostiach zariadenia odstrániť, je výpadok personálnych zdrojov, príp. jeho nedostatočná kvalifikácia, profesionalita, alebo ďalšie negatívne vlastnosti v sektore služieb cestovného ruchu.

Pracovníkom musí zariadenie venovať osobitnú pozornosť a neustále ich **viest' k zlepšovaniu profesionality a lojality** k zariadeniu a motivovať ich k vyšším výkonom či zvyšovaniu svojej profesionálnej úrovne.

Jednou z možností motivácie sú finančné bonusy, alebo možnosť víkendového pobytu v hotelovom zariadení s možnosťou využitia kúpeľných procedúr počas menej vyťažených mesiacov. Na organizovaní kongresových podujatí sa vo vysokej miere podieľa ľudský faktor zamestnancov reprezentujúcich dané zariadenie. Pracovník hotelového zariadenia prichádza do priameho kontaktu s hosťami a účastníkmi cestovného ruchu, čím vo veľkej miere ovplyvňuje hosťa pozitívne, v horšom prípade aj negatívne, čo má vplyv na budúce rozhodovanie hosťa a organizátora podujatí. Z toho dôvodu je potrebné, aby sa zariadeniu rozvoju svojho personálu venovalo naplno a snažilo sa o vytvorenie kvalifikovanej, lojálnej, motivovanej a reprezentatívnej pracovnej sily.

Mesto Piešťany patrí dlhodobo k okresom s najnižšou nezamestnanosťou a zamestnanci gastronomických služieb preferujú sezónnu prácu v menších zariadeniach typu kaviareň a reštaurácia z dôvodu vyšších zárobkov počas letných mesiacov, preto je veľmi náročné zohnať kvalitný personál. Hotelové zariadenie preto musí hľadať iné možnosti ako získať kvalitný personál. Medzi také možnosti patrí napríklad nadviazanie dlhodobej spolupráce s Hotelovou akadémiou L. Wintera a Strednou odbornou školou obchodu a služieb. Spomenuté školy zvyšujú každým rokom svoju úroveň a produkujú veľmi kvalitný a profesionálny personál, ktorý má bohaté znalosti a skúsenosti v oblasti služieb v gastronómii a v cestovnom ruchu. Študenti boli súčasťou plesu Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí SR, niekoľkých divadelných premiér, plesu v opere, podieľali sa na obsluhu francúzskeho

prezidenta a Slovenského predsedníctva v rade EU. Tieto podujatia si vyžadujú vysokú úroveň a profesionalitu, čo je dôkaz toho, že študenti majú profesionálne správanie a vystupovanie a že daná spolupráca by bola prínosom ako pre študentov, tak aj pre hotelové zariadenie. Študenti by sa zúčastňovali na podujatiach v rámci školskej praxe a brigád, prípadne v budúcnosti by sa rozšírila spolupráca aj na projekte duálneho vzdelávania s možnosťou stáleho pracovného miesta po ukončení štúdia na škole.

3.2 Príležitosti pre rozvoj kongresového cestovného ruchu vo vybranom kúpeľnom zariadení

Chýbajúca **kooperácia medzi jednotlivými zariadeniami** cestovného ruchu v kúpeľnej lokalite Piešťan spomaľuje rozvoj a propagáciu potenciálu kongresového cestovného ruchu. Vybudovanie strategických lokálnych partnerstiev či medzinárodných spoluprác podporuje rozvoj a dokáže znižovať vplyv hrozieb plynúcich z prostredia na trhu a zároveň posilňovať konkurencieschopnosť zariadení.

Napriek chýbajúcej kooperácii konkurenčných hotelových zariadení v oblasti mesta Piešťany, zariadenie ktorým sa práca zaoberá má možnosť kooperácie so sieťou hotelov, ktoré patria pod rovnakú spoločnosť a taktiež sú v lokácii Piešťany. Takýmto spôsobom je možné v prípade potreby poskytnúť komplexnejšie služby záujemcom, poskytnúť vyšší štandard a oproti konkurencii je možné zaobstarat' vyšší počet ubytovacích kapacít.

Ďalšou možnosťou je konkurenčná analýza **špeciálnych balíčkov kongresových služieb** a ich porovnanie so súčasne nastavenými podmienkami vo vybranom kúpeľnom zariadení. Pri porovnaní konkurenčných služieb sa môžeme inšpirovať danými službami a balíčkami a podľa nich nastaviť ponukovú stratégiu nášho hotelového zariadenie. Kongresové balíčky by sa odlišovali podľa špecifických parametrov a žiadosti organizátora a tiež by sa dali dokúpiť nadštandardné služby a doplnky.

Základný obsah balíčka s prenocovaním by zahrňoval:

- ubytovanie
- strava (raňajky, obed, večera)
- 2x coffee break s občerstvením
- konferenčná sála/salón s technickým vybavením
- wi-fi
- vstup do vnútorného a vonkajšieho bazéna s prírodnou minerálnou vodou

- parkovanie
- nealkoholický pitný režim na izbe
- vstup do sauny a fitness

Hotelové zariadenie sa bude snažiť vyhodnotiť každého klienta individuálne a podľa toho mu aj navrhnúť vhodný balíček služieb, ktorý bude spĺňať požiadavky klienta a poskytne dostatok času na konferenčné a vzdelávacie aktivity, ale aj na rekreáciu.

V odvetví kongresového cestovného ruchu je veľmi náročné vybudovať si **stálu klientelu**, čo nám potvrdil aj rozhovor s kompetentným pracovníkom v spolupráci s vybraným kúpeľným zariadením. Hotelové zariadenie sa preto musí snažiť o poskytovanie prvotriednych služieb a o vytvorenie takej atmosféry kongresového podujatia, pre ktoré by sa účastníci radi **vracali do kúpeľného zariadenia** a organizátori či objednávateľia podujatia vďaka spokojnosti a splnením očakávaniam opakovane využívali kongresové služby zariadenia.

Je veľmi dôležité podotknúť **význam komunikácie** medzi zariadením a medzi organizátorom či objednávateľom služieb, pretože práve kvôli nedostatočným informáciám, zanedbaniu spätnej väzby či nedorozumeniam pri výmene správ dochádza k nenaplneniu očakávaní, čím sa znižuje šanca na opakované využívanie služieb zariadenia.

Medzi možnosti, ako **zvýšiť návštevnosť a získať nových stálych klientov** je osloviť organizátorov medzinárodných festivalov, ktoré sa každoročne konajú na území Piešťan.

Jeden z takých festival je **International Film Festival – Cinematik**. Festival každý rok láka do mesta nielen širokú verejnosť, z rôznych krajín sveta, ale aj odborníkov, kritikov a zahraničných režisérov, ktorý na festivale prezentujú svoje filmy. Keďže festival trvá až 5 dní, s organizátormi by sa uzavrelo partnerstvo ktoré by zahŕňalo poskytnutie zlacneného ubytovania pre účastníkov a divákov festivalu. Pre VIP hostí festivalu (zahraničný režiséri, kritici...) by boli k dispozícii nadštandardné ubytovacie jednotky v obmedzenom počte, ktoré by boli poskytované za zvýhodnené cenný, prípadne v rámci spolupráce aj zadarmo. K dispozícii organizátorom festivalu budú priestory konferenčnej sály a salóniky, v ktorých bude môcť prebiehať premietanie, diskusie, prípadne záverečné slávnostné vyhodnotenie filmov. Organizátor festivalu by na svojej internetovej stránke zverejnil možnosť rezervácie vo vybranom hotelovom zariadení za zvýhodnenú cenu. Takouto kooperáciou by kúpeľné zariadenie získalo novú potenciálnu klientelu, ktorá medzi sebou zahŕňa množstvo odborníkov zo zahraničia a nového dlhodobého partnera, ktorý sa podieľa na raste kongresového a kultúrneho cestovného ruchu v Piešťanoch.

Partnerstvo s atómovou elektrárnou Jaslovské Bohunice je ďalším potencionálnym partnerom v okolí mesta Piešťan. Keďže sa jedná o rizikové pracovisko pre zamestnancov elektrárne, vedeniu sa navrhne dlhodobá spolupráca, ktorá by zahŕňala ubytovacie a kúpeľné služby s možnosťou relaxu. Na takúto spoluprácu priaznivo vplýva aj Slovenská legislatíva, ktorá káže väčším podnikom, aby zamestnancom prispievali na rekreáciu na Slovensku – tzv. rekreačné poukazy, vo výške 55% z ceny pobytu až do výšky 275 €. Keďže vybrané kúpeľné zariadenie je najbližšie zariadenie poskytujúce kúpeľnú starostlivosť, takáto spolupráca by priniesla značný nárast návštevnosti. Druhou možnosťou spolupráce s elektrárnou je poskytnúť konferenčné baličky na viacdenné školiace aktivity a iné služby podľa potreby elektrárne.

Medzi ďalší segment trhu, ktoré kúpeľné zariadenie osloví sú **finančné inštitúcie**, ktoré sú známe pravidelnými pracovnými školiacimi pobytmi v hotelových zariadeniach. Hotel vie ponúknuť dostatočné množstvo rokovacích miestností pre menšie aj väčšie skupiny a taktiež sprievodný relaxačný program. Pri dlhodobej spolupráci je možnosť flexibilnej úpravy potrieb organizátora a cenovej ponuky.

Ako silný potenciál spolupráce pre hotel je **využiť svoju už existujúcu klientelu kúpeľných hosti**, ktorý využívajú procedúry k liečbe pohybového ústrojenstva a pozvať odborných lekárov, lekárske zariadenia a organizácie, ktoré sa zaujímajú o liečbu týchto chorôb. Konferencie s podobnou tematikou by našli svoju záujmovú skupinu medzi odborníkmi, ale aj medzi hosťami hotelového zariadenia, pretože problematika sa ich priamo týka a radi by sa dozvedeli nové a aktuálne informácie od odborníkov.

Partnerstvá s inými spoločnosťami predstavujú pre hotel obrovský potenciál, ktorý môže priamo zvýšiť návštevnosť a taktiež rozšíriť kongresový cestovný ruch vo vybranom hotelovom zariadení. V hoteli preto vznikne nová pracovná pozícia obchodného oddelenia, na ktorej bude skúsený pracovník oslovovať potencionálnych partnerov a organizátorov podujatí a bude im predstavovať kongresové možnosti a služby kúpeľného zariadenia.

3.3 Zlepšenie imidžu vybraného kúpeľného zariadenia

Nakoľko imidž, dobré meno, povest', pozitívne referencie a skúsenosti zákazníkov kúpeľného zariadenia sú nielen veľmi dôležitým ukazovateľom vzťahov s verejnosťou, ale i faktorom, ktorý ovplyvňuje ďalšie smerovanie a rozvoj kongresového cestovného ruchu či zvyšovania návštevností a počtu organizovaných podujatí, venujeme sa v návrhovej časti i možnostiam zlepšenia imidžu vybraného zariadenia a to prostredníctvom moderných nástrojov online marketingu, ktoré dokážu v prostredí internetu efektívne osloviť obrovské davy verejnosti.

V dnešnej dobe je priaznivým spôsobom zvýšenia povedomia a zlepšenia imidžu využívanie moderných prostriedkov komunikácie a prezentácie **prostredníctvom sociálnych sietí**. Umožňujú osloviť presne cieľnú skupinu spotrebiteľov, ktorí sa združujú v skupinách vďaka spoločným záujmom. Z marketingového hľadiska to predstavuje obrovský potenciál, pretože oslovovanie takýchto skupín a ciele marketingových posolstiev je omnoho jednoduchšie a účinnejšie, pretože spotrebiteľia sami označia, o čo majú záujem.

Na takýto **cieľný marketing** sa dá využiť facebooková stránka vybraného kúpeľného zariadenia. Stránka je momentálne spravovaná iba v slovenskom jazyku, čím sa hotel obmedzuje iba na vnútroštátny trh v rámci SR. V rámci snahy zvýšiť povedomie aj v zahraničí je potrebné, aby zariadenie začalo spravovať aj anglickú stránku, čím by sa ich trh potenciálne rozšíril aj o zahraničný segment. Pre zameranie a propagáciu kongresového cestovného ruchu by sa na anglickej facebookovej stránke uverejňovali príspevky, fotky a zaujímavé úryvky a postrehy z jednotlivých konferencií. Pomocou nástroja Facebook Ads sa príspevky propgujú cieľnej skupine ľudí. Touto formou online marketingu sa o možnosti kongresových služieb vo vybranom zariadení dozvedia nový potenciálny klienti a organizátori kongresových akcií.

Dôležitou formou online marketingu je prehľadná, moderná a pútava internetová stránka, ktorá má možnosť rôznych jazykov. Správnym obsahom na webovej stránke sa dá doceliť lepšia **optimalizácia SEO** (search engine optimization), čo v podstate znamená marketing v internetových vyhľadávačoch, napríklad google. Ako kúpeľné zariadenie, ktoré sa chce presadiť aj v kongresovom cestovnom ruchu, je miesto na prvých priečkach v internetových vyhľadávačoch kľúčové a keďže dosiahnutie takýchto výsledkov je dlhodobý proces, je v začiatkoch vhodné investovať do Google reklamy, kedy sa pri zvolených kľúčových slovách zobrazí vybrané hotelové zariadenie a popredných priečkach.

Mnoho zariadení ešte neobjavilo silu **vizuálnej prezentácie a jej potenciál zdieľania prostredníctvom fotografií či videí**, ktoré je možné umiestniť na sociálne siete či videokanál a zvyšovať tak povedomie o poskytovaných službách zariadenia. Na trhu sa dnes nachádza výrazný objem ponuky k organizácii kongresových podujatí a preto musí kúpeľné zariadenie využívať čo najviac možností prezentácie, ktoré sa mu ponúkajú. Online nástroje majú výhodu v ich nízkych nákladoch, rýchlej šíriteľnosti a veľkému záberu osloveného publika.

Nesmierne dôležité je sústredenie sa na **budovanie pozitívneho referenčného marketingu**. Mnohí spotrebiteľia sa pri výbere odrážajú od dostupných hodnotení a referencií, ktoré nájdu na internete. Kúpeľné zariadenie sa musí venovať aj týmto online referenciám a smerovať ich želaným spôsobom. Ideálnou možnosťou je prejavovať vďaka pozitívnym hodnoteniam a pri negatívnych referenciách identifikovať príčinu a hľadať možnosti nápravy.

ZÁVER

Význam kongresového cestovného ruchu neustále narastá, čo podporuje i fakt, že patrí k tým najziskovejším odvetviám cestovného ruchu. Podieľa sa na zlepšovaní hospodárskych výsledkov, zvyšovaní ekonomického rozvoja, prispieva k znižovaniu regionálnych rozdielov a tvorbe pracovných miest. Organizácia kongresových udalostí má dopad i na ďalšie oblasti, ktorých zariadenia sa nachádzajú v blízkosti miest ich konania. Práve preto sa dotknuté zariadenia, ale i samosprávy snažia o vytváranie podmienok, ktoré by prilákalo vyšší počet účastníkov a zvyšovanie návštevnosti kongresových podujatí.

Bakalárska práca sa venovala charakteristike kongresového cestovného ruchu, jeho obsahu, poskytovaným službám a ich členeniu, poslaniu a funkciám kongresového cestovného ruchu a typom podujatí, ktoré ho vytvárajú. K zabezpečeniu kongresových podujatí je potrebná stanovená materiálno-technická základňa, ktorá sa odvíja podľa typu organizovaného podujatia a kategórie účastníkov, pre ktorých je určené.

Poznanie kongresového cestovného ruchu je dôležité nielen z teoretického, ale i z praktického hľadiska. Preto bolo potrebné vybrať konkrétne kúpeľné zariadenie a oboznámiť sa s prostredím, v ktorom sa nachádza, s jeho kapacitnými možnosťami, poskytovanými službami a potenciálom pre organizáciu kongresových podujatí.

Charakteristika kúpeľného zariadenia a identifikácia jeho silných a slabých stránok, príležitostí a hrozieb bola dôležitá pre stanovenie potenciálu rozvoja kongresového cestovného ruchu vo vybranom zariadení. Poznanie všetkých procesov, ktoré sa zúčastňujú na organizácii kongresových podujatí vo vybranom zariadení bolo umožnené vďaka spolupráci s vybraným zariadením a tak analýzou všetkých faktorov a podmienok bolo možné prijať závery a opatrenia, ktoré môže kúpeľné zariadenia využívať k tomu, aby dokázalo prilákať vyšší počet účastníkov kongresového cestovného ruchu a zlepšiť pozitívny imidž a dobré meno na trhu.

Pretrvávajúcim problémom rozvoja cestovného ruchu je nedostatok finančných prostriedkov na realizáciu kongresových podujatí, ktorého dopady je možné sčasti eliminovať kooperáciou a vytváraním strategických partnerstiev nielen medzi zariadeniami cestovného ruchu, ale aj medzi jednotlivými organizátormi zúčastňujúcich sa na kongresovom cestovnom ruchu. Dôraz na profesionalitu personálu a kvalitu služieb, ktoré poskytuje, môže napomôcť obľúbenosti kúpeľného zariadenia pri organizovaní podujatí a mať dopad na kladné hodnotenia zariadenia, ktoré dokáže osloviť ďalších záujemcov o organizáciu kongresových podujatí.

POUŽITÉ ZDROJE

Knižné publikácie

BEDŇÁŘ, V. *Mediální komunikace pro management*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3629-7.

GÚČIK, M. *Cestovný ruch – úvod do štúdia*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism, 2011. ISBN 978-80-89090-80-8.

JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu: Jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. vyd. Praha : Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

KNOPP, K. – GOULLI, R. – MIKEŠ, F. *Lázeňství – ekonomika a management*. Praha : Grada Publishisng, 1999. ISBN 80-7169-717-6.

KÚCŮKALTAN, D. *Tourism and Terrorism: An Experience of Turkey and the World*. Lincoln: iUniverse, 2006. ISBN 978-0-595-38998-8.

ORIEŠKA, J. *Kongresový cestovní ruch*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB v Banskej Bystrici, 2001. ISBN 80-8055-516-8.

ORIEŠKA, J. *Služby v cestovnom ruchu: 1. časť*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism, 2011. ISBN 978-80-89090-93-8.

ORIEŠKA, J. *Služby v cestovnom ruchu: 2. časť*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism, 2011. ISBN 978-80-89090-94-5.

RYGLOVÁ, K. - BURIAN, M. – VAJČNEROVÁ, I. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

Príspevky a články

AYAZ, Nurettin and Nedine ŞAMATA. Integration of Congress Tourism to the Cultural Tourism Destination as an Economic Product. In *Journal of Toursim and Hospitality Management*. American Research Institute for Policy Development, 2017, vol. 5, no. 1. ISSN 2372-5125. p. 53 – 61.

CHROMÝ, Ján. Kvalita kongresového turismu z hľadiska didaktických prostriedků a technického zázemí sálů. In *Hotelnictví, turismus a vzdělávání: Inovace a kvalita služeb*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2012. ISBN 978-80-87411-40-7. s. 115 – 127.

KASAGRANDA, Anton, Daniel GURŇÁK and Katarína DANIELOVÁ. Congress and fair tourism of Slovakia – its quantification, spatial differentiation, and classification. In *Regional Statistics*. Hungarian Central Statistical Office, 2017, vol. 7, no. 2. ISSN 2063-9538. p. 1 – 26.

MATUŠÍKOVÁ, Daniela and Dominika PLAVČANOVÁ. Congress Tourism in Slovak Conditions and Its Importance in Regional Development. In *VISNYK of Volyn Institute for Economics and Management*. Volyn Institute for Economics and Management, 2012, no. 3. ISSN 2224-8609. p. 92 – 102.

PECHLANER, Harald, Alice ZENI and Frieda RAICH. Congress Tourism and Leisure Tendencies with Special Focus on Economics Aspects. In *Tourism Review*. 2007, vol. 62, no. 3 + 4. ISSN 1660-5373. p. 32 – 38.

YOUZCU, Özen and Orhan İCÖZ. A Model Proposal on the Use of Creative Tourism Experiences in Congress Tourism and the Congress Marketing Mix. In *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Univesidad de La Laguna, 2010, vol. 8, nu. 3. ISSN 1695-7121. p. 105 – 114.

Elektronické zdroje

HRNČÁROVÁ, Katarína. *Kongresový cestovný ruch nie je o turizme, vraví Nina Erneker, ambasádorka pre značku Bratislava*. [online]. HN Online Stratégie, 2017-03-23. [cit. 2018-09-12]. Dostupné na internete: <<https://strategie.hnonline.sk/marketing/932438-nina-erneker-kongresovy-cestovny-ruch-nie-je-o-turizme-je-to-najma-biznis>>.

KÓŇA, Andrej. *Brand destinácie: Tvorba značky miesta*. [online]. Bratislava: BRAND INSTITUTE, 2017. [cit. 2018-10-14]. 160 s. ISBN 978-80-972-820-0-4. Dostupné na internete: <

<https://books.google.sk/books?id=VFdQDwAAQBAJ&pg=PT37&dq=typy+kongresovych+podujati&hl=sk&sa=X&ved=0ahUKewiNhZTAhObeAhUI3SwKHdOXBf0Q6AEINDAD#v=onepage&q=typy%20kongresovych%20podujati&f=false>>.

MESTO PIEŠŤANY. 2019. *O meste: Štatistické údaje*. [online]. 2019. [cit. 2019-01-14]. Dostupné na internete: < <https://www.piestany.sk/mesto/o-meste-1/statisticke-udaje/>>.

MICE in MIKEŠOVÁ, M. *Bratislava má potenciál stať sa SmartCity. Vďaka kongresom*. [online]. 2016-11-10. [cit. 2018-09-04]. Dostupné na internete: < <https://www.startitup.sk/bratislava-ma-potencial-stat-sa-smart-city-vdaka-kongresom/?download-ical=259893>>.

MIKSA, Ivo. *Kongresy z druhe strany*. [online]. Praha: GUARANT, 2014-05-14. [cit. 2018-11-20]. 4 s. Dostupné na internete: <http://www.guarant.cz/resource/admin/datagroup_datagroup/kongresy-z-druhe-strany_1439968529581.pdf>.

OFICIÁLNE STRÁNKY MESTA PRIEVIDZA. *Turista*. [online]. [cit. 2019-01-12]. Dostupné na internete: <<http://www.prievidza.sk/turista/geografia/>>.

PALKOVIČ, M. 2015. Takto sa menili Piešťany: 7 krátkych filmov z histórie. In *ZPiestan.sk*. 2015-01-11. [cit. 2018-02-23]. Dostupné na internete: <<https://www.zpiestan.sk/blog/takto-sa-menili-piestany-7-kratkych-filmov-z-historie/>>.

REZORT PIEŠTANY In ANONYM. 2013. Piešťany a Dolné Považie. Prečo ich navštíviť práve teraz? In *Aktuality.sk*. [online]. 2013-05-20. [cit. 2019-03-12]. Dostupné na internete: <<https://www.aktuality.sk/clanok/477017/piestany-a-dolne-povazie-preco-ich-navstivit-prave-teraz/>>.

TABISH, Syed. *What is difference between Conference, Seminar, Symposium & Workshop ?* [online]. 2014. [cit. 2018-11-06]. Dostupné na internete: <https://www.researchgate.net/post/What_is_the_difference_between_Conference_Seminar_Symposium_Workshop>.

VLHOVÁ, Darina. 2015. *Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta Piešťany – SWOT analýza*. [online]. 2015-08-28. [cit. 2019-03-02]. 4 s. Dostupné na internete: <https://www.piestany.sk/evt_file.php?file=905>.

Ostatné zdroje

Materiály vybraného kúpeľného zariadenia.

Vyhláška č. 277/2008 Z. z. – Vyhláška MH SR, ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia pri ich zaradovaní do kategórie a tried.

ZOZNAM ILUSTRÁCIÍ A TABULIEK

Zoznam obrázkov

Obrázok 1 Funkcie kongresového cestovného ruchu	16
Obrázok 2 Obsah kongresového cestovného ruchu	17
Obrázok 3 Mesto Piešťany	24

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1 MICE - jednotlivé časti	13
Tabuľka 2 Členenie kongresových služieb	15
Tabuľka 3 Typológia zhromaždení kongresového cestovného ruchu	18
Tabuľka 4 Ubytovacie kapacity vybraného kúpeľného zariadenia.....	27
Tabuľka 5 SWOT analýza mesta Piešťany	29
Tabuľka 6 SWOT analýza kúpeľného zariadenia.....	37