

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

**NOVÉ INFORMAČNÉ TECHNOLOGIE
A KONKURENCIESCHOPNOSŤ V CESTOVNOM RUCHU**

BAKALÁRSKÁ PRÁCA

2018

Sandra MORAVSKÁ

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Gastronómia, hotelierstvo a cestovný ruch

Sandra MORAVSKÁ

**NOVÉ INFORMAČNÉ TECHNOLOGIE
A KONKURENCIESCHOPNOSŤ V CESTOVNOM RUCHU**

**NEW INFORMATION TECHNOLOGY AND
COMPETITIVENESS IN TOURISM**

BAKALÁRSKA PRÁCA

Vedúci bakalárskej práce: Prof. PhDr. Vladimír Šefčík, CSc.

Brno, 2018

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Katedra ekonomie, ekonomiky a managementu

Akademický rok: 2017/2018

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: Sandra Moravská

Osobní číslo: 14632057

Studijní program: Gastronomie, hotelnictví a turismus (B6503)

Studijní obor: Gastronomie, hotelnictví a cestovní ruch (6501R028)

TÉMA PRÁCE:

NOVÉ INFORMAČNÍ TECHNOLOGIE A KONKURENCESCHOPNOST V CESTOVNÍM RUCHU

TÉMA PRÁCE V AJ:

NEW INFORMATION TECHNOLOGY AND COMPETITIVENESS IN TOURISM

Cíl stanovený pro vypracování BP

1. Teoretická část BP:

Na základě vymezení místa a úlohy informačních technologií v cestovním ruchu charakterizovat jejich vliv na konkurenceschopnost podniku v cestovním ruchu.

2. Praktická část BP:

- Analytická část:

Charakterizovat vybraný subjekt cestovního ruchu z hlediska využití informačních technologií. Vymezit strategický cíl jejich rozvoje. S využitím SWOT analýzy a analýzy konkurenceschopnosti podniku určit možnosti jeho naplnění.

Návrhová část:

Na základě získaných poznatků z provedených analýz doporučit vedení podniku další zkvalitnění ve využití nových informačních technologií.

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] Šefčík, V. a kol. Management hotelnictví a cestovního ruchu. Brno: Akademické nakladatelství CERM®, s.r.o., 2015. ISBN 978-80-7204-928-8.
- [2] Palátková M., Zichová J. Ekonomika turismu. Turismus České Republiky. 2. aktualizované a rozšířené vydání. Grada Publishing, a.s., 2014. ISBN 978-80-247-9306-1
- [3] Petru, Z., Základy ekonomiky cestovního ruchu Praha: Idea servis 2007. ISBN 978-80-85970-55-5

Další literatura dle doporučení vedoucí/ho bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce:

Prof. PhDr. Vladimír Šefčík, CSc.

Katedra ekonomie, ekonomiky a managementů

Datum zadání bakalářské práce: 2. května 2017

Termín odevzdání bakalářské práce: 13. dubna 2018

V Brně dne: 11.4.2017

L. S.

VYSOKÁ ŠKOLA
OBCHODNÍ A HOTELOVÁ s.r.o.
Bosonožská 9, 625 00 Brno

Mgr. Tomáš Jeřábek, MBA

vedoucí katedry

Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.

prorektor pro vzdělávací činnost

Meno a priezvisko autora:	Sandra Moravská
Názov bakalárskej práce:	Nové informačné technológie a konkurencieschopnosť v cestovnom ruchu
Názov bakalárskej práce v AJ:	New information technology and competitiveness in tourism
Študijný odbor:	Gastronómia, hotelierstvo a cestovný ruch
Vedúci bakalárskej práce:	Prof. PhDr. Vladimír Šefčík, CSc.
Rok obhajoby:	2018

ANOTÁCIA

Bakalárska práca sa zaoberá využitím nových informačných technológií v cestovnom ruchu a následnou konkurencieschopnosťou podniku. Teoretická časť sa zaoberá základnými charakteristikami z oblasti cestovného ruchu, teoretickými východiskami, druhmi a formami. Spomenú sa tiež informačné systémy a systémy distribúcie v cestovnom ruchu. V praktickej časti sa opíšu bližšie informačné technológie v cestovnom ruchu, ich druhy, vývoj a vplyv. Takisto sa charakterizuje vybraný subjekt, teda Správa cestovného ruchu Senec a vymedzí sa strategický cieľ jeho rozvoja. Popíše sa proces zavádzania informačného systému od jeho výberu, školenia zamestnancov až po praktickú aplikáciu. Pomocou SWOT analýzy a analýzy konkurencieschopnosti podniku sa určí možnosť jeho naplnenia.

Kľúčové slová

Informačné technológie, cestovný ruch, rezervačný systém, informácia, konkurencieschopnosť

ANNOTATION

The bachelor thesis deals with the use of new information technologies in tourism and the consecutive competitiveness of the company. The theoretical part deals with basic characteristics of tourism, theoretical resources, types and forms. Information systems and distribution systems in tourism are also mentioned. In the practical part there will be described more information technologies in tourism, their species, development and impact. The selected subject the Administration of Tourism Senec is also characterized and the strategic objective of its development is defined. It describes the process of introducing the information system from its selection, employee training to practical application. Using SWOT analysis and business competitiveness analysis will determine the possibility of its fulfillment.

Key words

Information technologies, tourism, reservation system, information, competitiveness

PREHLÁSENIE

Prehlasujem, že som bakalársku prácu Nové informačné technológie a konkurencieschopnosť v cestovnom ruchu vypracovala samostatne pod vedením Prof. PhDr. Vladimíra Šefčíka, CSc. a uviedla v nej všetky použité literárne a iné odborné zdroje v súlade s aktuálne platnými právnymi predpismi a vnútornými predpismi Vysokej školy obchodnej a hotelovej.

V Brne dňa _____

.....

podpis

POĎAKOVANIE

Týmto vyjadrujem úprimné poďakovanie školiteľovi mojej bakalárskej práce Prof. PhDr. Vladimírovi Šefčíkovi, CSc. za jeho odborné vedenie, metodickú pomoc a cenné rady, ktoré mi poskytol pri vypracovaní mojej práce.

OBSAH

ÚVOD.....	11
I. TEORETICKÁ ČASŤ	12
1 CESTOVNÝ RUCH.....	12
1.1 Teoretické východiská.....	12
1.2 Základné pojmy	13
1.3 Cestovný ruch ako systém.....	14
1.3.1 Vonkajšie prostredie cestovného ruchu.....	15
1.3.2 Druhy cestovného ruchu	16
1.3.3 Formy cestovného ruchu.....	17
1.4 Sprostredkovanie služieb	18
1.4.1 Informácia	19
1.4.2 Informačné služby	19
1.4.3 Turistické informačné centrá	19
1.4.4 Slovenská agentúra pre cestovný ruch (SACR).....	19
1.4.5 Asociácia informačných centier Slovenska (AICES)	20
1.5 Informačné systémy a systémy distribúcie v cestovnom ruchu.....	20
II. PRAKTICKÁ ČASŤ	24
2 ANALYTICKÁ ČASŤ	24
2.1 Informačné technológie v cestovnom ruchu.....	24
2.2 Vplyv informačných technológií na cestovný ruch.....	24
2.3 Vývoj informačných technológií v cestovnom ruchu	25
2.4 Druhy informačných systémov v cestovnom ruchu.....	26
2.5 Funkcie informačných systémov v cestovnom ruchu.....	28
2.6 Výber a implementácia informačných systémov v cestovnom ruchu.....	30
2.6.1 Vytvorenie požiadaviek organizácie na informačný systém.....	30
2.6.2 Výber vhodného dodávateľa informačného systému	30

2.6.3	Uzatvorenie zmluvy a implementácia informačného systému	31
2.6.4	Určenie špecifických parametrov užívateľa.....	31
2.6.5	Napĺňanie údajov a číselníkov	31
2.6.6	Testovanie systému a školenie zamestnancov	32
3	SPRÁVA CESTOVNÉHO RUCHU SENEC	33
3.1	Všeobecné informácie	33
3.2	Rozhodnutie zaviesť informačný systém.....	34
3.3	SWOT analýza	34
3.4	Výber vhodného informačného systému a dodávateľa.....	36
3.5	Asseco solutions.....	37
3.6	Horec.....	38
3.6.1	Základné informácie o systéme	38
3.6.2	Funkcie systému.....	39
3.6.3	Podpora a služby.....	41
3.6.4	Technické informácie	41
3.6.5	Práca so systémom.....	42
3.7	Vytvorenie objednávky	43
3.8	Uzavretie zmluvy a zavedenie systému.....	47
3.9	Vplyv zavedenia systému Horec na spoločnosť	48
4	NÁVRHOVÁ ČASŤ	50
4.1	Prieskum.....	50
4.2	Odporúčania.....	54
4.3	Návrhy na zlepšenia.....	54
	ZÁVER	56
	POUŽITÁ LITERATÚRA	58
	PRÍLOHY	60

ÚVOD

*„Veľa ľudí si myslí, že zákazníci sú ako autobusy,
ktoré prichádzajú pravidelne a často.
To je ale veľký omyl.“*

Michael LeBoeuf

autor knihy The Perfect Business

Ako hovorí tento citát, zákazníci by nemali byť považovaní za samozrejmosť. Práve naopak, každá spoločnosť by sa mala snažiť nielen o ich získanie ale hlavne o udržanie si svojich klientov. Dôležité je ponúkať produkty a služby, ktoré majú svoju pridanú hodnotu a teda niečím prevyšujú ponuku konkurencie. Podstatné je klienta zaujať hneď v prvých okamihoch, ale takisto ponúkať kvalitné služby a tovary, aby sa zákazníci spokojní vracali. Autor knihy „Ako predat' neviditeľné“ Harry Beckwith to zhrnul takto: *„Neprodukujte iba to, čo trh potrebuje a chce. Vytvorte niečo, čo si zamiluje.“*

V našej práci, ktorá sa zaoberá informačnými technológiami v cestovnom ruchu, sa budeme venovať týmto moderným technológiám. Zistíme, ako sa dajú vyžiť predávajúcimi v praxi a ako ich využívajú nakupujúci. V dnešnej dobe majú zákazníci možnosť informácie potrebné k nákupu hľadať pohodlnejšie, rýchlejšie a jednoduchšie ako v minulosti. Využívajú pri tom rôzne internetové porovnávače, ktoré sú zamerané napríklad na cestovanie, nábytok, reality, automobily a podobne. Tieto skráti čas hľadania, ušetrí námahu pri porovnávaní množstva ponúk.

Na druhej strane majú možnosť poskytnúť firmám spätnú väzbu, vyjadriť svoj názor, spokojnosť, resp. nespokojnosť a tým pomôcť ostatným pri rozhodovaní. Tieto informácie sú cenné pre podnikateľa, môžu ho lepšie nasmerovať, kadiaľ sa má uberať, na ktoré produkty sa má zamerať. Môžu poskytnúť informácie pre vývojárov, ako skvalitniť služby. Nie nadarmo nazval Pete Blackshaw svoju knihu „Spokojný zákazník to povie trom známym, nespokojný trom tisícim“. Aj toto poukazuje na to, akým spôsobom sa šíria informácie.

V dnešnej dobe orientovanej na sociálne siete, blogy, mobilné aplikácie, e-shopy, či online objednávanie je teda veľmi dôležité zaujať svojou ponukou na internete. O tom, ako využíva informačné technológie Správa cestovného ruchu Senec, sa dočítame v praktickej časti tejto bakalárskej práce. Zistíme, ako ich zavedenie ovplyvnilo chod spoločnosti, poskytneme prípadné odporúčania na zlepšenie kvality služieb, zistíme či bol naplnený cieľ spoločnosti a či sa znížili jej náklady na prevádzku, v súvislosti so zavedením týchto technológií. Pomocou dotazníkového zisťovania od klientov spoločnosti, vytvoríme zoznam návrhov na zlepšenie.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1 CESTOVNÝ RUCH

1.1 Teoretické východiská

Ako sa dozvedáme z knihy Cestovný ruch od Borovského, tento pojem existoval už v staroveku. Avšak dnešnú podobu začal nadobúdať až v čase starého Ríma vo forme kúpeľov, pohostinských zariadení, resp. zariadenia tohto typu poskytovali útočisko pre obchodných cestujúcich.¹

„Cestovný ruch tvorí súbor aktivít v určitom prostredí, ktoré uspokojujú potreby ľudí súvisiace s cestovaním mimo ich trvalého bydliska bez rozdielu, či dôvodom ich cestovania je oddych alebo nepravidelná povinnosť.“²

Správanie spotrebiteľov ovplyvňujú viaceré faktory, ktoré sa môžu rozdeliť do týchto základných skupín: kultúrne, spoločenské, klimatické a psychologické. Nakoľko oblasť cestovného ruchu je ovplyvnená nepredvídateľnosťou klimatických podmienok a správaním zákazníkov, ubytovacie a stravovacie služby musia byť zabezpečené podpornými aktivitami. Patria sem možnosti športového vyžitia, turistika, wellness, možnosť navštívenia historických pamiatok a iných atrakcií. Využívajú sa animačné služby a čoraz populárnejším sa stáva gastronomický cestovný ruch, či agroturistika ako únik pred ruchom veľkomesta, aktívny odpočinok od stresujúcich faktorov dnešnej uponáhľanej doby.

Pre úspešnú spoločnosť je podstatné získať výhodu tým, ako zaujme klienta. Znamená to, že ako strategický cieľ rozvoja stanovíme schopnosť spoločnosti uspieť v konkurenčnom boji. Vychádzame z predpokladu existencie spoločností v rovnakej oblasti s rovnakým zameraním, ktoré ponúkajú svoje služby klientom. Výhodou nami zvoleného subjektu by ale malo byť využívanie moderných informačných technológií, ktoré sú neoddeliteľnou súčasťou tohto obdobia. Stretávame sa s nimi v bežnom živote, pracovnej sfére, takisto neobišli ani oblasť turizmu. Pri rôznych činnostiach, ktoré spoločnosti vykonávajú, je dnes už samozrejmosťou používanie informačných systémov. Podstatný je vhodný výber systému, či

¹ BOROVSÝ, Juraj a kol. *Cestovný ruch trendy a perspektívy*. Bratislava: Iura Edition, 2008. s. 9. ISBN 978-80-8078-215-3.

² NOVACKÁ, Ludmila, Marta KULČÁKOVÁ. *Klient v cestovnom ruchu*. Bratislava: Euronion, 1996, s. 9. ISBN 80-85568-60-8.

už pri vedení administratívy, účtovníctva, evidencii zamestnancov, alebo napríklad rezervačného systému, prípadne pri evidencii skladových zásob.

Keďže témou našej bakalárskej práce je využitie týchto technológií v cestovnom ruchu a následná konkurencieschopnosť, v teoretickej časti ich stručne charakterizujeme a v praktickej časti sa oboznámime so zvoleným subjektom, teda Správou cestovného ruchu Senec. Využijeme SWOT analýzu a analýzu konkurencieschopnosti podniku a na ich základe dospejeme k vyhodnoteniu nami určeného predpokladu.

1.2 Základné pojmy

K predpokladom vzniku cestovného ruchu zaraďujeme viacero faktorov. Palatková, Zichová (2014, s. 14) uvádzajú tieto základné podmienky: „sloboda pohybu, voľné disponibilné prostriedky, fond voľného času, dopravné možnosti, potenciál turizmu a jemu zodpovedajúca supraštruktúra.“

Pri základnej charakteristike nami zvolenej spoločnosti by sme mohli spomenúť údaje zo stránky Cestovný informátor 2018: „*Slnečné jazerá v Senci sú jedným z najznámejších letných stredísk cestovného ruchu na Slovensku. Správa cestovného ruchu, s. r. o. spravuje areál Slnečných jazier. Rozsah vodných plôch je vyše 100 ha, dĺžka 2200 m, priemerná šírka 400 m. Ponúka Vám aj ubytovanie – apartmán max. 8 osôb, bungalovy 3+1 osôb, karavanový a stanový kemp.*“³



Obr. 1: Logo Správy cestovného ruchu Senec

Zdroj: www.cestovnyinformator.sk/sk/23/sprava-cestovneho-ruchu-senec.html

Z týchto stručných informácií sa teda dozvedáme, že táto oblasť je dôležité letné stredisko dovolenkujúcich na Slovensku. Na prvý pohľad to zdôrazňuje aj jej logo uvedené na obrázku č. 1, ktoré evokuje príjemné počasie pri vode. Zaujme krátkou vzdialenosťou od

³ Správa cestovného ruchu. www.cestovnyinformator.sk/sk/23/sprava-cestovneho-ruchu-senec.html. [webová stránka]. [2018-01-27] Dostupné na : www.cestovnyinformator.sk/sk/23/sprava-cestovneho-ruchu-senec.html.

hlavného mesta, viacerými vodnými plochami. Je tu možnosť ubytovania jednak v apartmánoch, či bungalovoch. Na svoje si prídu aj stanovania chtiví dovolenkári, či cestujúci na karavanoch. Podrobnejšie spoločnosť opíšeme v ďalšej časti.

Ako sme sa dozvedeli z reportáže o 24. medzinárodnom veľtrhu cestovného ruchu v Bratislave ITF Slovakiatour, dovolenkujúci túžia v súčasnej dobe hlavne po prežití zážitkových aktivít. Teda okrem oddychu a zotavenia, čím rozumieme napríklad zdravú stravu a spánok, ktoré vedú k odstráneniu únavy, prípadne turistických aktivít, túžia dovolenkujúci po prežití nejakého zážitku.

Ak hovoríme o predmete skúmania, cestovný ruch spadá pod viacero kategórií a má interdisciplinárny charakter. To znamená, že zistenia a výsledky v jednej oblasti využívajú aj iné odvetvia. Ekonómia cestovného ruchu sa zaoberá skúmaním ekonomických aspektov, ktoré ovplyvňujú tovar a služby tohto odvetvia. Geografiu cestovného ruchu zaujímajú územné aspekty. Správanie a sociálne vzťahy skupín návštevníkov skúma sociológia cestovného ruchu a psychológia študuje psychiku návštevníkov, spokojnosť s dovolenkou a podobne.⁴

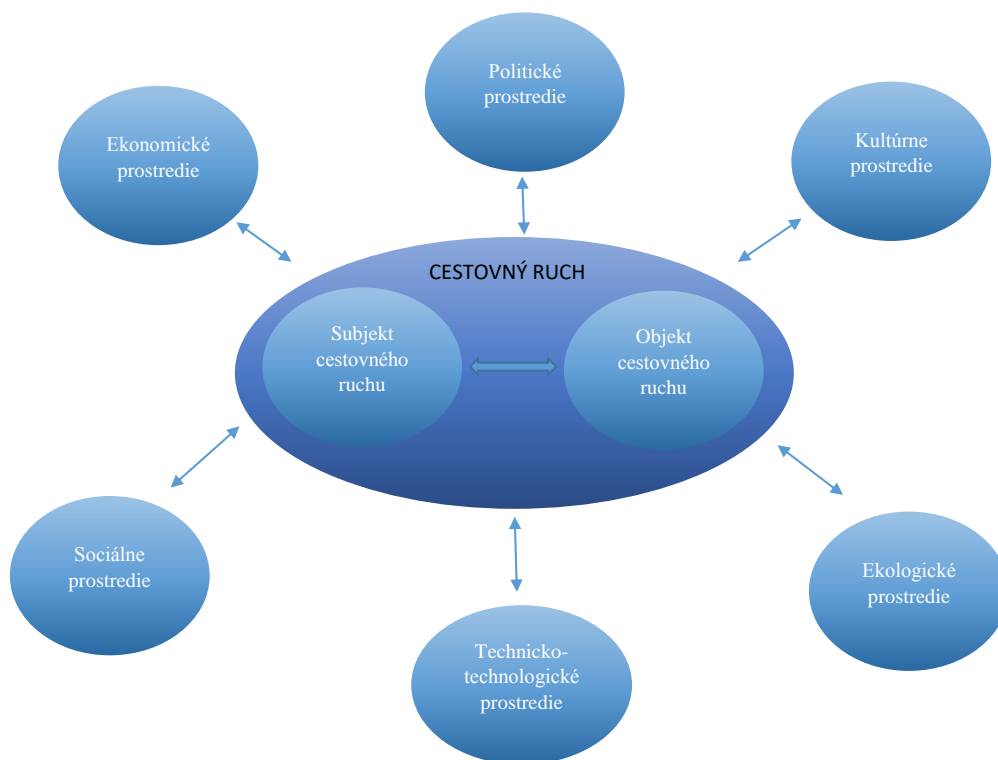
1.3 Cestovný ruch ako systém

Ako vidíme na obrázku číslo 2, cestovný ruch ako systém predstavuje vzájomné interakcie medzi dvomi podsystemami. Sú nimi subjekt a objekt cestovného ruchu. Zároveň sa vytvárajú aj väzby s vonkajším prostredím. Výsledkom vzťahov medzi subjektom a objektom cestovného ruchu sú jeho druhy a formy.

Motivácia cestujúcich určuje druh cestovného ruchu (kind of tourism). Podmienky a príčiny a následné dôsledky určujú formy cestovného ruchu (form of tourism).⁵

⁴ ORIEŠKA, Ján. *Služby cestovného ruchu I*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2010. s. 8. ISBN 978-80-10-01831-4.

⁵ ORIEŠKA, Ján. *Služby cestovného ruchu I*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2010. s. 12. ISBN 978-80-10-01831-4.



Obr. 2: Cestovný ruch ako systém

Zdroj: Spracované podľa Kaspara (1995) In Oriška (2010, s 9).

1.3.1 Vonkajšie prostredie cestovného ruchu

Do vonkajšieho prostredia cestovného ruchu, ako uvádza obr. 2 uvedený v knihe Jána Oriška Služby cestovného ruchu podľa Kaspara (1995), zaraďujeme prostredie sociálne, ekonomické, politické, kultúrne, ekologické a technicko-technologické.

Sociálne prostredie určuje sociálna politika štátu, zaraďujeme sem pracovné podmienky a rozdeľovanie HDP. Na cestovný ruch v tejto oblasti pôsobí napríklad chudoba, kedy zvýšená kriminalita, vreckoví zloději alebo žobráci negatívne pôsobia na turistov. Do viacerých krajín je potrebné pred vycestovaním absolvovať očkovania proti malárii, cholere, alebo týfusu, častým rizikom je tiež AIDS. Z hľadiska bezpečnosti je podstatná čistota pláží, vody, nezávadnosť potravín. Na cieľové skupiny návštevníkov pôsobí aj demografická štruktúra spoločnosti danej oblasti. K technicko-technologickému prostrediu zaraďujeme okrem dopravnej infraštruktúry aj informačné technológie, ktoré majú vplyv na komunikáciu, rezerváciu pobytu a celkovo informácie, ktoré o sebe poskytuje objekt pre cestujúcich. Patria sem počítačové rezervačné systémy, smart karty, ktoré sa využívajú napríklad ako hotelové kľúče, databázové systémy, manažérske informačné systémy. Bližšie sa im budeme venovať

v ďalšej časti našej práce. V súvislosti s ekológiou prostredia hovoríme o vzťahu k vode, pôde, ovzduší, faune a flóre. Cestujúci teda môže uprednostniť prevádzky so zameraním na ochranu životného prostredia. Na druhej strane je tu aj vplyv čistoty prostredia, príjemných klimatických podmienok, ale môžu sa objaviť aj hrozby prírodných katastrof, požiare, záplavy, tornáda, tsunami, ktoré nepriaznivo narušia pobyt cestujúcich. Výsledkom medzinárodnej konferencie o Zemi bola Agenda 21, čiže stratégia trvalo udržateľného rozvoja. Jej poslaním je zabrániť ohrozovaniu životného prostredia, čo v praxi znamená napríklad ochranu národných parkov, územné plánovanie pri novej výstavbe, zvyšovanie ekologického povedomia obyvateľstva. Kultúrne prostredie tvorí stupeň vzdelanosti obyvateľstva vo vzťahu k návštevníkom, ich kultúrna vyspelosť. Čím viac si uvedomujú kultúrne hodnoty svojej krajiny, tým pozitívnejší vplyv to má na prezentáciu krajiny. Takisto jazyková a odborná pripravenosť určuje možnosti pôsobenia v cestovnom ruchu. Politické prostredie a jeho stabilita má kladný vplyv na návštevnosť. V oblastiach s občianskymi nepokojmi, vojnami, či zvýšeným rizikom straty majetku alebo ohrozenia zdravia návštevníkov klesá dopyt po dovolenkách. Pri návšteve istých miest, kultúrnych a historických pamiatok je zas potrebný doprovod ozbrojených zložiek. Ekonomické prostredie je dôležité z hľadiska stability cenovej hladiny. Napríklad miera inflácie ovplyvňuje plánovanie dovolenky z dlhodobého časového horizontu. Pri výhodných úrokových sadzbách je možnosť väčšej podpory zahraničného kapitálu.⁶

1.3.2 Druhy cestovného ruchu

Zaraďujeme sem rekreačný cestovný ruch (recreational tourism), ktorý predstavuje aktívny odpočinok, osvieženie, obnovu duševných a psychických síl, prechádzky v prírode. Patrí sem aj športový cestovný ruch (sport tourism) spojený s turistikou, vodnými športami, tenisom. V zimnom období je populárne lyžovanie, korčuľovanie či snowboarding. O dobrodružnom cestovnom ruchu (adventure tourism) hovoríme v prípade horolezectva, raftingu, paraglidingu. K iným druhom cestovného ruchu patria napríklad poľovnícky (hunting) a rybársky cestovný ruch (fishing tourism). Tu návštevníci poľujú na vtáky a zver vo voľnej prírode, ako napríklad divé kačice, zajace, medvede, alebo lovia na udicu, či sa potápajú v jazerách, rybníkoch alebo moriach. Ak sa návštevníci snažia

⁶ GÚČIK, Marian a kol. *Cestovný ruch. Úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, 2010. s. 42-50. ISBN 978-80-89090-80-8.

spoznávať život domáceho obyvateľstva, vyhľadávajú pamätihodnosti, výstavy, divadelné a filmové festivaly, galérie, či múzeá, hovoríme o kultúrnom cestovnom ruchu (cultural tourism). V Európe je veľa miest s takýmto zameraním, ale takisto sú zastúpené aj oblasti Blízkeho východu, Ázie a krajiny, kde sú pozostatky dávnych civilizácií. Púte a návštevy rôznych miest spojených s uctievaním náboženstiev zaraďujeme k náboženskému cestovnému ruchu (religious tourism). Známe sú miesta Mekka, Fatima, Lurdy, z našej krajiny Šaštín, Marianka. Liečebná činnosť pod dohľadom odborného personálu a návšteva kúpeľných oblastí patria ku kúpeľnému cestovnému ruchu (spa tourism). V tejto súvislosti spomenieme aj zdravotný cestovný ruch (health tourism). Je zameraný na zlepšenie pohybovej aktivity, telesnej krásy či duševnej činnosti, wellnes a fitness. Rýchly životný štýl, nezdravé návyky a prostredie, nedostatočný pohyb majú za následok, že čoraz viac ľudí sa snaží v krátkom čase rýchlo zotaviť. Obchodným cestovným ruchom (business travel) označujeme činnosti spojené s veľtrhmi, výstavami, kongresmi, všade, kde sa plnia služobné povinnosti, rokuje sa. Prebieha čiastočne v pracovnom čase a pre účastníkov sú pripravené sprievodné podujatia Stimulačný (incentive) a kongresový cestovný ruch (congress tourism) je spojený so zlepšením medzilidských vzťahov a podporou lojality zamestnancov.⁷

1.3.3 Formy cestovného ruchu

Tabuľka v prílohe č. 1 predstavuje formy cestovného ruchu. Palatková, Zichová (2014) uvádzajú podobné delenie. Napríklad rôzne vekové kategórie prinášajú rôzne požiadavky ale aj obmedzenia, a preto sa vyznačujú rôznym spotrebiteľským správaním. Z hľadiska veku sa delia návštevníci na deti, mládež, skupinu rodiny s deťmi, osoby v produktívnom veku bez detí a seniorov. Rozdeľujeme ich aj z geografického hľadiska napríklad na medzinárodný, vnútroštátny, národný cestovný ruch. Podľa prevažujúceho miesta pobytu sa môže jednať o prímorský alebo prímestský cestovný ruch, prípadne agroturistiku. Podľa dĺžky pobytu na jednodenný, krátkodobý a dlhodobý cestovný ruch. Charakter cieľového miesta delí pobytu na vidiecke, mestské a v strediskách turizmu. Podľa spôsobu zabezpečenia cesty a pobytu na organizovaný a neorganizovaný.

Obrázok v prílohe č. 2 rozdeľuje cestujúcich podľa záverov medzinárodnej konferencie o štatistike cestovného ruchu v Ottawe v roku 1991.

⁷ ORIEŠKA, Ján. *Služby cestovného ruchu I*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2010. s. 13-16. ISBN 978-80-10-01831-4.

Pre potreby našej bakalárskej práce sa ale nebudeme týmito druhmi a formami podrobnejšie zaoberať. Chceli sme len čitateľa stručne oboznámiť so základnými charakteristikami, aby sme ho tak uviedli stručne do oblasti cestovného ruchu ako takého.

1.4 Sprostredkovanie služieb

Sprostredkovanie služieb, ako uvádza Gúčik (2010), v oblasti cestovného ruchu, teda prepojenie ponuky a dopytu v tejto oblasti zabezpečujú viacerí sprostredkovatelia. Zaradujeme sem cestovné kancelárie a agentúry, turistické informačné kancelárie, systémy rezervovania a informačné systémy.

„Predmetom činnosti cestovných kancelárií je organizovanie, ponuka a predaj zájazdov konečnému spotrebiteľovi. Rozsah činnosti cestovných kancelárií v Slovenskej republike upravuje zákon č. 281/2001 Z. z. o zájazdoch a podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr a jeho novela č. 186/2006 Z. z. Cestovná agentúra sa od cestovnej kancelárie líši tým, že plní funkciu sprostredkovateľa pri predaji zájazdov.“⁸

Gúčik (2010) ďalej uvádza, že medzi služby cestovných kancelárií zaradujeme sprostredkované a vlastné služby. K sprostredkovaným patria rezervovanie ubytovania a stravy, rezervácie miest v dopravných prostriedkoch, predaj vstupeniek, poisťovacie a zmenárenské služby, obstarávanie víz a podobne. Vlastné sú poradenstvo a informačné služby, organizovanie zájazdov, sprievodcovské a animačné služby, organizovanie výletov a kongresov. Služby ako také sú charakteristické viacerými znakmi, napríklad svojou nehmotnosťou, resp. nemateriálnym charakterom. Pri zaznamenaní informácií na internete, alebo rôznych nosičoch pomocou informačných a komunikačných technológií sa časť služieb materializuje. Synchronizácia znamená, že služba sa zároveň poskytuje a spotrebúva. Premennivosť znamená, že aj pri dodržiavaní štandardizovaných postupov sa môžu očakávania zákazníkov odlišovať. Služby sa nedajú vyrábať na sklad, rozdielom je napríklad informácia v databáze. Miestne a časovo sú služby viazané napríklad letisko a miesto pobytu na dovolenke, takisto sú sezónneho charakteru. Pre spokojnosť zákazníkov s online službami je podstatné, aby obsahovali kvalitné a dostatočné množstvo informácií a boli ľahko použiteľné. Teda aby sa zákazník dostal jednoducho k požadovaným odkazom. Dôležité je aj

⁸ GÚČIK, Marian a kol. *Cestovný ruch. Úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, 2010. s. 218. ISBN 978-80-89090-80-8.

dobré meno a užitočnosť. Týmto sa myslia rôzne odkazy prislúchajúce k stránke, možnosť ľahkého porovnania cien a iné.

1.4.1 Informácia

„Informácie sú účelne zoskupené dáta, ktoré svojim poradím, vnútornou i vonkajšou logikou a určenými väzbami tvoria základ pre potreby informačného systému, bývajú obyčajne usporiadané do súborov, tabuliek, zoznamov a pod.“⁹

Informácie poskytujú turistické informačné centrá, dodávatelia a sprostredkovatelia služieb. Zdrojmi sú rôzne informačné a rezervačné systémy a hlavne internet.

1.4.2 Informačné služby

Informačné služby pomáhajú rozhodnúť sa záujemcom, či danú lokalitu navštívia a či využijú služby, ktoré im uvedené spoločnosti poskytujú. Dôležitú úlohu zohráva podnebie a počasie, teda celková klíma, doprava. Ubytovanie a strava hrajú asi najdôležitejšiu úlohu, nesmieme zabúdať ani na kultúrne možnosti. Bližšie sme tieto charakteristiky spomenuli v prvej časti pri vonkajšom prostredí cestovného ruchu a pri druhoch cestovného ruchu.

1.4.3 Turistické informačné centrá

Poskytujú verejnú službu, ktorá je súčasťou informačného systému krajiny. V centrách cestovného ruchu v miestach kontaktu so zákazníkmi sa označujú aj pojmom turistické informačné kancelárie. Hľadajú zákazníkov, poskytujú im informácie, poskytujú doplnkové služby, koordinujú činnosť subjektov.¹⁰

1.4.4 Slovenská agentúra pre cestovný ruch (SACR)

Spolupracuje s turistickými informačnými centrami a propaguje cestovný ruch na Slovensku. Napomáha jeho rozvoju s podporou ochrany životného prostredia. Na

⁹ KOKLES, Mojmír, Aneta ROMANOVÁ. *Informačný vek*. Bratislava: Sprint vĕra, 2000. s. 11. ISBN 80-88848-66-0.

¹⁰ ORIEŠKA, Ján. *Služby cestovného ruchu I*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2010. s. 51. ISBN 978-80-10-01831-4.

medzinárodných veľtrhoch prepája ponuku našej krajiny so zahraničným dopytom. Spolupracuje s územnými orgánmi, združeniami a inštitúciami, odbornými školami.¹¹

1.4.5 Asociácia informačných centier Slovenska (AICES)

Zastrešuje turistické informačné centrá od roku 1944. Ochraňuje ich práva a záujmy, vykonáva aj kontrolu služieb, napomáha vzájomnej výmene informácií. Technický štandard pre činnosť turistických informačných centier (TIC) uvádzame v prílohe č.3. Výhody členstva sa delia na globálne (napríklad ochrana práv, sprostredkované členstvo vo Zväze cestovného ruchu SR) a priame (logo AICES, ktoré je značkou kvality a tým zvyšuje imidž u klientov – obrázok č. 3). Takisto poskytuje propagáciu a reklamu na stránke AICES, letákoch, rôznych výstavách, v tlači, televízii, rozhlase a na internete. Pri zakladaní informačného centra poskytuje poradenstvo a metodickú pomoc.¹²



Obr. 3: Logo Asociácie informačných centier Slovenska

Zdroj: http://zcrsr.christov.sk/wp-content/uploads/2015/04/09_aices1.jpg

1.5 Informačné systémy a systémy distribúcie v cestovnom ruchu

„Informačný systém (Information System), používa sa skratka IS, niekedy tiež podnikový informačný systém alebo skratka IS/ICT je pojem pre označenie súboru ľudí, technických

¹¹ ORIEŠKA, Ján. *Služby cestovného ruchu I*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2010. s. 55. ISBN 978-80-10-01831-4.

¹² ORIEŠKA, Ján. *Služby cestovného ruchu I*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2010. s. 57. ISBN 978-80-10-01831-4.

*prostriedkov (hardware, software) a dát, ktoré zabezpečujú požadovanú funkčnosť a poskytujú informácie pre definovaný a požadovaný účel podniku či organizácie.*¹³

Iná definícia hovorí: *„Informačné systémy sú systémy, ktoré sú určené na zhromažďovanie, organizovanie, distribúciu údajov. Údaje spracovávané v informačných systémoch získavajú informačný význam.*“¹⁴

Tieto informácie sú dôležité predovšetkým pre manažérov v plánovacej a kontrolnej fáze procesu riadenia. Je nutné ich uchovávať, zdieľať a mať ich k dispozícii. Na toto slúži podnikový informačný systém. Do neho vstupujú ručne zadávané dáta, alebo môžu byť automaticky zbierané. Informačná technológia tieto spracuje a užívatelia ich použijú v požadovaných procesoch.

Príkladom v našej práci môže byť rezervačný systém, napríklad žiadosti o ubytovanie, stravu a podobne. Systém tieto dáta vyhodnotí a následne im vie poskytnúť informácie o najvhodnejších alternatívach.

Takisto poznáme systémy na evidenciu skladových zásob a stavu majetku, evidenciu dochádzky zamestnancov a následne výpočet miezd. Logistika a doprava využíva informácie o pohybe tovaru, pre výrobu sú dôležité výrobné plány. Kvalita poskytuje možnosť zlepšiť skutočný stav, financie a účtovníctvo takisto využívajú tieto systémy. Stretávame sa s nimi aj v knižniciach, či už pri hľadaní, výbere, rezervácii a samotnom preberaní literatúry, pri objednávaní pacientov a ich evidencii v zdravotníctve. Prepájajú sa na registračné pokladne, využívajú sa tiež napríklad pri objednávaní dielov na automobily, v realitných kanceláriách a v mnohých ďalších oblastiach.

K základným funkciám každého IS teda patria:

- *„Evidencia a uchovanie informácií (kmeňové dáta, dokumenty a podobne).*
- *Spracovanie a uchovanie transakčných informácií (stavy zásob, objednávky, zákazky a ďalšie typy dát o transakciách).*
- *Komunikácia a výmena informácií (e-maily, instant messaging a podobne).*
- *Poskytovanie informácií pre riadenie a rozhodovanie.*
- *Plánovanie.*

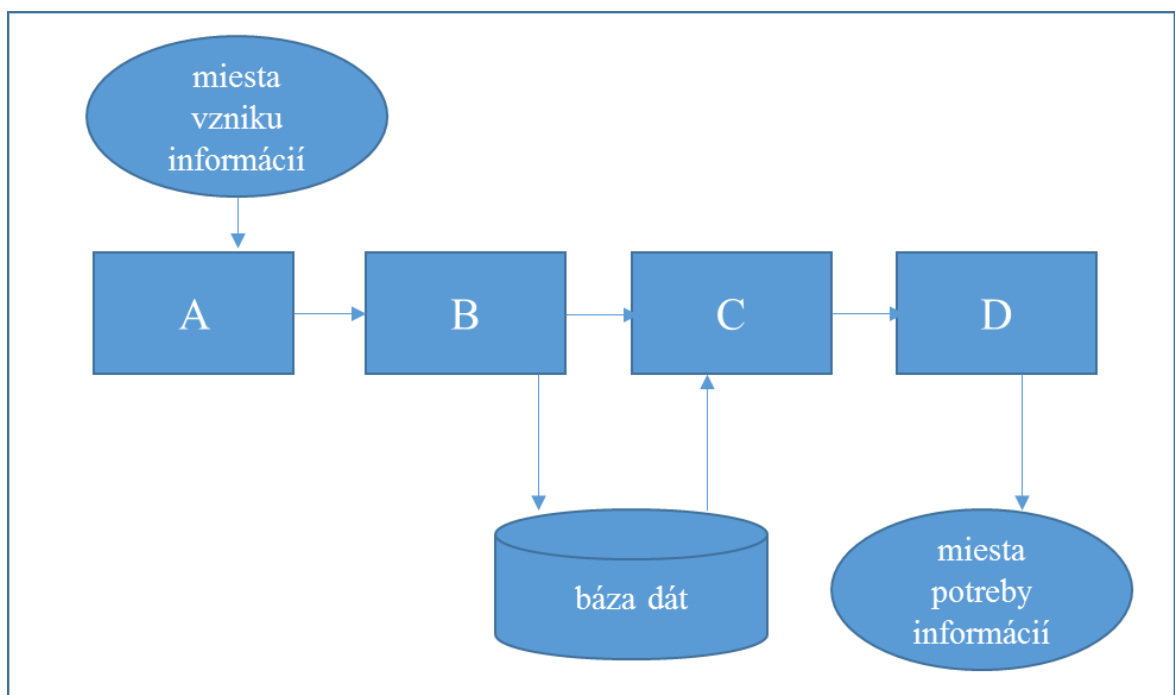
¹³ Informačný systém. <https://managementmania.com/sk/informacny-system-information-system>. [webová stránka]. [2018-03-11] Dostupné na : <https://managementmania.com/sk/informacny-system-information-system>.

¹⁴ KOKLES, Mojmir, Aneta ROMANOVÁ. *Informačný vek*. Bratislava: Sprint vfra, 2000. s. 131. ISBN 80-88848-66-0.

- *Simulácia umožňuje predpovedanie a simulácie rôznych situácií.*¹⁵

Zložky informačného systému, ako ich opisuje Kimlička (2006) v konceptuálnom modeli vidíme na obrázku 4. Skladá sa z týchto štyroch podsystemov:

- A – zber informácií v miestach ich vzniku a transfer na spracovanie,
- B – vznik dátových báz,
- C - spracovanie informácií,
- D – prenos informácií na požadované miesta.



Obr. 4: Konceptuálny model informačného systému

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Kimlička (2006, s. 47)

Prvými elektronickými informačnými systémami, ako uvádza Gúčik (2010), boli národné - v Rakúsku Traviaustria, švajčiarsky Trawiswiss, nemecký Start. Tieto sprostredkujú informácie o leteckých spojoch, podujatiach, ubytovaní a následne sa spájajú s inými systémami do globálnych informačných a rezervovacích systémov. Takto sa pri zmenšení ich počtu zvyšuje množstvo poskytnutých informácií. K elektronickým systémom rezervovania v leteckej doprave patria Amadeus, Galileo s modulmi hotels, cars, cruise,

¹⁵ Informačný systém podniku. <https://managementmania.com/sk/informacny-system-podniku-enterprise-information-system>. [webová stránka]. [2018-03-11] Dostupné na : <https://managementmania.com/sk/informacny-system-podniku-enterprise-information-system>.

insurence. Pri službách ubytovania poznáme systém Holidex, Global II. Komunikácia prostredníctvom internetu prebieha mailovo alebo web-stránkami, kde sa klient oboznámi s potrebnými informáciami a následne si môže produkt objednať a kúpiť.

V našej krajine hovoríme o národnom propagačno-informačnom systéme cestovného ruchu. Tento obsahuje :

- ✓ *„prepojenie textových informácií s interaktívnymi mapami,*
- ✓ *základný plánovač cesty (rout planner) na území Slovenska,*
- ✓ *interaktívnu mapu Slovenska, mapy miest a turistické mapy,*
- ✓ *vyhľadávanie a regionalizáciu informácií podľa administratívneho členenia štátu (8 krajov a 79 okresov) a podľa Regionalizácie cestovného ruchu na Slovensku (21 regiónov cestovného ruchu).*

Základný obsah je v 5 jazykových mutáciách (slovenská, anglická, nemecká, poľská a maďarská), pripravuje sa francúzska, ruská a holandská mutácia.¹⁶

¹⁶ GÚČIK, Marian a kol. *Cestovný ruch. Úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, 2010. s. 225. ISBN 978-80-89090-80-8.

II. PRAKTICKÁ ČASŤ

2 ANALYTICKÁ ČASŤ

2.1 Informačné technológie v cestovnom ruchu

Ako sme sa dozvedeli v úvodnej časti tejto práce, informačné technológie sú užitočné aj v cestovnom ruchu. Zjednodušujú hľadanie, čím šetria čas kupujúcich, urýchľujú komunikáciu, znižujú náklady, zvyšujú konkurencieschopnosť predávajúceho, pomáhajú aj pri strategickom rozhodovaní.

V tejto časti sa s niektorými informačnými technológiami bližšie oboznámime a tým sa dopracujeme k podkladom, ktoré využijeme pri charakteristike nami zvolenej spoločnosti.

2.2 Vplyv informačných technológií na cestovný ruch

Informačné technológie v cestovnom ruchu, ako ich uvádza Gajdošík (2017) v rovnomennej publikácii ovplyvňujú tieto kategórie:

Náklady – znižujú distribučné, komunikačné a personálne náklady,

- zvyšujú efektívnosť,
- uľahčujú dynamickú tvorbu cien.

Dopyt – poskytuje aktuálne informácie zákazníkom,

- rýchlejšie sa uspokojia potreby zákazníkov,
- rýchlejšie prebiehajú reakcie na zmeny v dopyte.

Konkurencieschopnosť - časová flexibilita,

- automatizovanie operatívnych procesov,
- vznik nových kanálov distribúcie,
- uľahčenie výskumu v oblasti marketingu a strategického

rozhodovania.

Ich následný prudký rozvoj spôsobil zavedenie nového pojmu – elektronický ruch (e-tourism), čo je digitalizácia procesov v spoločnostiach cestovného ruchu umožňujúca maximalizáciu ich efektívnosti. Zo strategického hľadiska tento pojem ovplyvňuje hodnotový

proces spoločnosti a pomáha pri komunikácii s ostatnými subjektmi (Buhalis, 2003 in Gajdošík, 2017).

„Informačné technológie zahŕňajú okrem hardvéru a softvéru aj potrebu počítačových sietí, komunikačných nástrojov a ľudské zdroje potrebné na vývoj, programovanie a údržbu systému (Gála, Pour, Šedivá, 2009).“¹⁷

V minulosti sa ponuky cestovných kancelárií publikovali v rôznych tlačných katalógoch a podobne. V súčasnej dobe sa preferujú informácie elektronického charakteru, či už pomocou webových stránok a sociálnych médií, rezervácie prebiehajú takisto elektronicky, hľadanie zjednodušujú metavyhľadávače. Sociálne siete majú veľký rozsah pôsobnosti. Jednak sú to rôzne reklamy, ktoré užívateľov informujú, navrhujú im novinky, takisto rozličné odkazy obľúbených stránok a skupín priateľov, ktoré vybiehajú ako odporúčané ponuky. Moderné technológie používame aj v mobilných aplikáciách, poskytujú informácie pred príchodom do cieľového miesta, rezervujú sa nimi kapacity. Elektronické služby využívajú aj dopravné spoločnosti, hotelierstvu pomáhajú pri plánovaní, účtovníctve, pohostinské zariadenia ich používajú pri skladovom hospodárstve, inventarizácii, kontrolujú nimi výrobné receptúry. Tieto technológie sa používajú aj pri priestorovom plánovaní. Komunikácia prebieha s domácimi, ale aj zahraničnými návštevníkmi.

2.3 Vývoj informačných technológií v cestovnom ruchu

Tab. 1.: Vývoj informačných technológií v cestovnom ruchu

Obdobie	Charakteristika
60. roky 20. storočia	vznik centrálnych systémov rezervovania a globálnych distribučných systémov (napr. Amadeus, Sabre, Galileo)
80. roky 20. storočia	penikanie informačných systémov do odvetvia hotelierstva a cestovných kancelárií (napr. Fidelio)
90. roky 20. storočia	vznik manažérskych informačných systémov cieľových miest (napr. Feratel, Tiscover); penikanie internetu do domácností (Web 1.0)
polovica 90. rokov 20. storočia	rozvoj internetových systémov rezervovania a online cestovných kancelárií (napr. Booking.com, Expedia)
začiatok 21. storočia	využívanie meta vyhľadávačov (napr. Google Hotel Finder, TripAdvisor) rozšírenie Web 2.0 a Web 3.0 a sociálnych médií (napr. Facebook, YouTube)

Zdroj: (Gajdošík, 2017, s. 16)

¹⁷ GAJDOŠÍK, Tomáš a kol. *Informačné technológie v cestovnom ruchu*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2017 s. 14. ISBN 978-80-8168-588-0.

Ako uvádza Gajdošík (2017), prvé centrálné systémy rezervovania sa začali využívať začiatkom 60. rokov dvadsiateho storočia v leteckej doprave a tým sa manuálne rezervovanie zmenilo na elektronické. Postupne sa z nich stali globálne distribučné systémy a až do nástupu internetu boli komplexným marketingovým a distribučným systémom podnikov cestovného ruchu. Za nevýhodu sa považuje, že zákazník nemohol vykonať rezerváciu. Toto bolo v kompetencii cestovných kancelárií alebo agentúr. Patria sem systémy Amadeus, Galileo alebo Sabre. V osemdesiatych rokoch 20. storočia začali informačné technológie, napríklad Fidelio, prenikať do odvetvia hotelierstva a cestovných kancelárií. Dovtedy sa používali ďalekopisy. Zavedením týchto technológií sa zvýšila efektívnosť a rýchlosť prenosu informácií a vykonávaných funkcií. V deväťdesiatych rokoch 20. storočia vznikli databázové systémy Feratel a Tiscover, teda manažérske informačné systémy cieľových miest. Ich funkciami je osloviť správny segment trhu, tvorba elektronickej databázy subjektov v cieľovom mieste a umožňujú rezervovanie kapacít v cieľovom mieste. Postupne sa zvyšovalo aj domáce používanie internetu, rozmáhali sa rezervácie online. Pre pohodu klientov klesla potreba osobne navštíviť cestovnú agentúru. Súčasnú dobu ovládajú sociálne siete a neobišli ani oblasť cestovného ruchu. Internet je nielen distribučný, ale aj komunikačný kanál a tieto nástroje a Web 2.0 a Web3.0 je pre organizáciu v oblasti cestovného ruchu konkurenčnou výhodou. Začiatkom 21. storočia sa rozmohlo využívanie metavyhľadávačov. Tieto porovnávajú ceny z rozličných stránok a vyhľadajú tak najvhodnejšiu ponuku.

U nás by sme mohli spomenúť v tejto súvislosti napríklad Trivago. Porovnáva na základe zadaných kritérií klienta cieľové miesto a vďaka tomu mu pomôže nájsť najvhodnejšiu ponuku. Napríklad cena za tú istú izbu je od rôznych poskytovateľov rôzna a tým ušetrí klientovi čas, nemusí práčne porovnávať ponuky rôznych agentúr a cestovných kancelárií, zadá si svoje požiadavky, ako napríklad dátum dovolenky, počet osôb a vyhľadávač mu ukáže najvýhodnejšie ponuky, z ktorých si vyberie.

2.4 Druhy informačných systémov v cestovnom ruchu

Informačné systémy sme si charakterizovali v prvej časti práce, v tejto kapitole sa dozvieme, ako ich rozdelenie opisuje Gajdošík v rámci organizácie do štyroch hlavných skupín.

➤ Transakčný systém (Transaction Processing System – TPS) sa používa na nižšej úrovni manažmentu pri riadení procesov prevádzky. V oblasti cestovného ruchu zaznamenáva registračné údaje, rezervácie hostí, skladové zásoby.

➤ Riadiace informačné systémy (Management Information System – MIS) využíva stredný a vyšší manažment pri taktických úlohách, tvorbe produktu, cien, marketingovej komunikácii. Pri anglickej a slovenskej terminológii treba brať do úvahy rozdielnosť v preklade a skratkách. Riadiaci informačný systém s anglickou skratkou MIS nie je v slovenskom jazyku správne označiť pojmom manažérsky informačný systém. Manažérsky informačný systém s anglickou skratkou EIS sa využíva v oblasti vrcholového manažmentu.

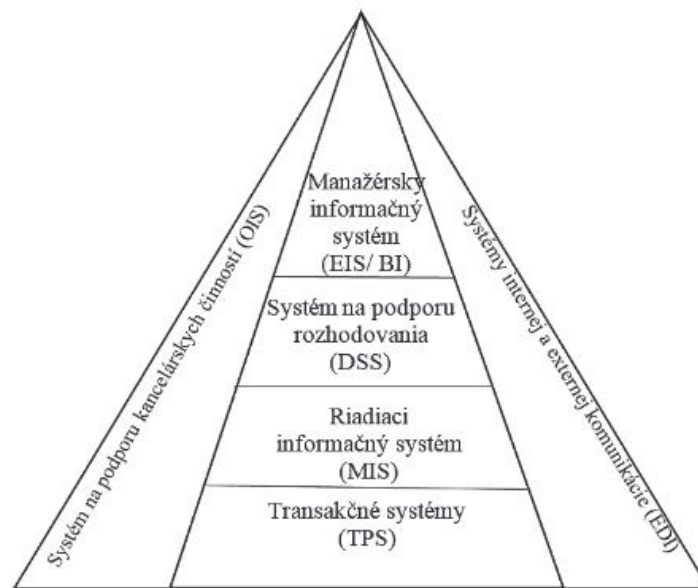
➤ V oblasti taktického plánovania sa využívajú aj systémy na podporu rozhodovania (Decision Support System – DSS).

➤ Manažérske informačné systémy (Executive Information System – EIS) podporujú vrcholové riadenie organizácie (niekedy sa nazývajú aj Business Intelligence – BI). Umožňujú analýzy v oblasti financií, obchodu a iné na podporu prípravy strategických plánov a rozhodovania.

➤ Okrem týchto základných úrovní sa využívajú aj systémy na podporu kancelárskych činností (Office Information Systems – OIS). Najčastejšie sú nimi kancelárske balíky (napr. Microsoft Office). Tieto obsahujú textový procesor WORD, tabuľkový kalkulačtor EXCEL, POWER POINT na tvorbu prezentácií, databázový program ACCESS, publikačný program PUBLISHER.

➤ K systémom externej a internej komunikácie (Electronic Data Interchange – EDI) zaraďujeme internet, intranet a extranet.

Spoločnosti v oblasti cestovného ruchu sú väčšinou malého a stredného charakteru a využívajú najmä transakčnú a riadiacu úroveň v jednom spoločnom systéme (Property Management System – PMS). Využívajú ho hotely, pohostinstvá a cestovné kancelárie. Tento systém možno rozšíriť prídavnými modulmi (napr. manažment vzťahov so zákazníkom – CRM, výnosový manažment) a tým sa vytvorí komplexný informačný systém organizácie. Takéto systémy využívajú aj väčšie organizácie (napr. sieťové hotely a letecké spoločnosti).



Obr. 5: Riadenie informačných systémov v organizáciách

Zdroj: (Gajdošík, 2017, s. 18)

2.5 Funkcie informačných systémov v cestovnom ruchu

Nakoľko cieľom našej záverečnej práce sú informačné technológie a ich vplyv na konkurencieschopnosť podniku v cestovnom ruchu, povieme si niečo o ich funkciách.

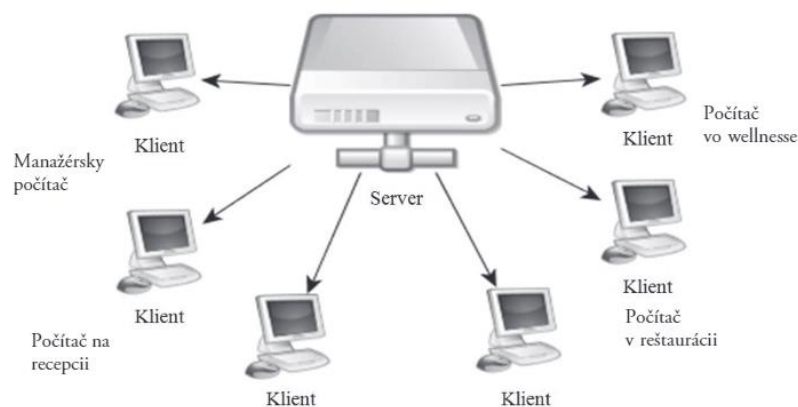
Šefčík (2017) hovorí o tom, že oblasť, v ktorej sa nachádzajú podniky cestovného ruchu, výrazne ovplyvňuje ich konkurencieschopnosť. Prírodné a kultúrne zdroje, infraštruktúra, environmentálne charakteristiky a iné faktory sú dôležitými aspektami, ktoré môžu viesť k úspechu v konkurencieschopnosti, ak udržuujú atraktivitu pre návštevníkov. Takisto dôležité sú ale aj ľudské zdroje, teda ľudský kapitál, marketing a manažment, ktoré takisto vplývajú na zisky spoločnosti. Určujúcimi faktormi sú teda:

- *„partnerstvo medzi súkromným a verejným sektorom a úzka spolupráca medzi všetkými lokálnymi dodávateľmi tak, aby vytvárali kvalitný produkt destinácie,*
- *nové technológie a internet, ktoré môžu zlepšiť efektívnosť všetkých miestnych dodávateľov a tiež poskytnúť nástroje pre vývoj a distribúciu diferencovaného produktu cestovného ruchu,*

- *optimalizácia dopadov cestovného ruchu a dosiahnutie strategických cieľov všetkými stakeholdermi.*¹⁸

Informačné technológie teda znižujú prevádzkové a komunikačné náklady, zvyšujú efektívnosť, na podporné činnosti je potrebný menší počet zamestnancov. Informácie prístupné na internete nie sú časovo ohraničené a zákazník má k nim neustály prístup, nakoľko pri telefonickom alebo osobnom kontakte je pracovník k dispozícii len určitú časť dňa. Uľahčujú teda rezervovanie, zrýchľujú registrácie a platby. Procesy sa automatizáciou zjednodušujú, priamo naviazané účtovníctvo a mzdy umožňujú ich jednoduchý a rýchly výpočet. Informačné systémy však umožňujú aj efektívne prispôbenie sa želaniam zákazníka a tým sa zvyšuje výhoda v oblasti konkurencie medzi firmami. Zjednodušujú výskum trhu, vytváranie produktu, pružne sa prispôbujú aj ceny a tým sa maximalizuje výnos. Kontrolná funkcia umožňuje manažérom rýchlejšie vykonať nápravné opatrenia. Ak hovoríme o modulárnej štruktúre, myslí sa tým prispôbenie systému požiadavkám konkrétneho podniku, ktorý v určitom čase využíva istý typ modulov a v prípade rozšírenia oblasti si môže ďalšie pridať.

V oblasti cestovného ruchu sa často využíva architektúra „*klient – server*“. Toto znamená, že údaje sú uložené na serveri, kam sa zamestnanci jednoducho pripoja a teda nezaberajú kapacitu diskov v podniku. Iným podobným pripojením je „*cloud computing*“, kde sa komunikuje prostredníctvom internetu a údaje sú na vzdialenom serveri (Velte et al., 2011 in Gajdošík).



Obr. 6: Architektúra Klient - server

Zdroj: (Gajdošík, 2017, s. 21)

¹⁸ ŠEFČÍK, Vladimír a kol. *Manažment služieb hotelníctví a cestovního ruchu*. Český Těšín: 2 THETA, 2017. s 28-29. ISBN 978-80-86380-84-1.

2.6 Výber a implementácia informačných systémov v cestovnom ruchu

Basl a Blažíček uvádzajú, že ak sa spoločnosť rozhodne zefektívniť svoje procesy a zaviesť informačný systém, vhodné je najprv vykonať analýzu. Najčastejšie používanou je SWOT analýza, ktorá vyhodnotí silné a slabé stránky spoločnosti, pomôže upresniť možné príležitosti a prípadné hrozby. V tejto fáze spoločnosť zistí, alebo si overí nasledovné údaje: zámery majiteľov, strategické ciele podniku, program výrobkov a služieb, vzťahy a formy komunikácie so zákazníkmi, dodávateľmi a obchodnými partnermi, stav informačných tokov a používaných dokladov, hardvér a softvér vyžívaný v súčasnosti, stav procesov v podniku, potenciál personálu, finančné priority podobne.

2.6.1 Vytvorenie požiadaviek organizácie na informačný systém

Ak je už rozhodnutá pre zavedenie informačného systému, robí tak na základe viacerých kritérií. Najprv si musí určiť svoje potreby. Patria sem základné technické parametre, akými by mal systém disponovať, najvyššiu hodnotu, ktorú je ochotný za tento systém uhradiť a tiež dĺžku dodacej lehoty. Rozdiel je aj v požiadavke na hotový systém, alebo si spoločnosť dá vyhotoviť vlastný. Pri spoločnostiach v oblasti nami zvolenej témy sa v drvivej väčšine rozhodujú firmy pre už vopred pripravený systém. Je to tak z dôvodu nedostatku vedomostí a času potrebného na špecifikáciu požadovaných funkcií zo strany vedenia firmy. Ďalším dôvodom na výber vopred pripraveného systému je aj finančné hľadisko. Príprava systému na mieru si vyžaduje vyššie náklady ako už hotový systém.

2.6.2 Výber vhodného dodávateľa informačného systému

Potom si spoločnosť vyberá vhodného dodávateľa. Toto závisí napríklad od možnosti rozšírenia systému o ďalšie moduly. Dôležité je, aby zameranie systému korešpondovalo s potrebami organizácie, ktorá ho bude využívať a aby sa dal prepojiť s jej ostatnými systémami. Príkladom môže byť napríklad systém zadávania objednávok v reštaurácii, kde čašník vloží objednávku hostí do PDA, automaticky sa to zobrazí v kuchyni, kde podľa toho kuchári pripravujú pokrmy a následne aj na pokladni, aby sa mohol vystaviť účet na zaplatenie. Systém si týmto môže automaticky odrátať spotrebované nápoje a tým sa ľahšie dá kontrolovať stav zásob v sklade.

2.6.3 Uzatvorenie zmluvy a implementácia informačného systému

Nasleduje uzatvorenie zmluvy a systém sa môže implementovať. Najčastejšie sa uzatvára zmluva o dielo. Táto je upravená Obchodným zákonníkom, teda Zákomom č. 513/1991 Zb. a upravuje všeobecné princípy. V § 536 sú uvedené základné ustanovenia:

„(1) Zmluvou o dielo sa zaväzuje zhotoviteľ vykonať určité dielo a objednávateľ sa zaväzuje zaplatiť cenu za jeho vykonanie.

(2) Dielom sa rozumie zhotovenie určitej veci, pokiaľ nespadá pod kúpnu zmluvu, montáž určitej veci, jej údržba, vykonanie dohodnutej opravy alebo úpravy určitej veci alebo hmotne zachytený výsledok inej činnosti. Dielom sa rozumie vždy zhotovenie, montáž, údržba, oprava alebo úprava stavby alebo jej časti.

(3) Cena musí byť v zmluve dohodnutá alebo v nej musí byť aspoň určený spôsob jej určenia, ibaže strany v zmluve prejavia vôľu uzavrieť zmluvu aj bez tohto určenia.“¹⁹

2.6.4 Určenie špecifických parametrov užívateľa

Vo fáze prípravy sa analyzujú špecifické podmienky užívateľa, najčastejšie veľkosť a typ podniku, počet prevádzok, zamestnancov, procesy, ktoré v organizácii prebiehajú a iné a dodá sa potrebný softvér, prípadne hardvér.

2.6.5 Napĺňanie údajov a číselníkov

Na to, aby bol systém čo najefektívnejší, naplnia sa dáta a číselníky. Tieto závisia od konkrétneho zamerania organizácie. Pri ubytovacích zariadeniach sa uvádza počet poschodí, počet a druh izieb, teda, či sa jedná o jednolôžkové, dvojlôžkové, apartmány a podobne. Takisto tu býva uvedená aj orientácia izieb na konkrétnu svetovú stranu, cenníky a kurzy mien či doplnkové služby. V prípade pohostinského zariadenia sú podstatné skladové, výrobné a odbytové strediská, počet miest na sedenie a rozmiestnenie jednotlivých stolov a samozrejme štruktúra jedál a nápojov. Cestovná kancelária uvádza svoj druh, nástupné miesta a trasy dopravy, letové poriadky a kódy letísk. Takisto sú veľmi dôležité druhy a triedy ubytovacích zariadení, formy stravovania, kurzy mien a doplnkové služby. Ak hovoríme o manažérskej organizácii v cieľovom mieste, v číselníkoch sa charakterizuje toto miesto, infraštruktúra, karty návštevníkov so zľavami a predávaný tovar a suveníry.

¹⁹ Obchodný zákonník. www.epi.sk/zz/1991-513#p536. [webová stránka]. [2018-03-24] Dostupné na : www.epi.sk/zz/1991-513#p536.

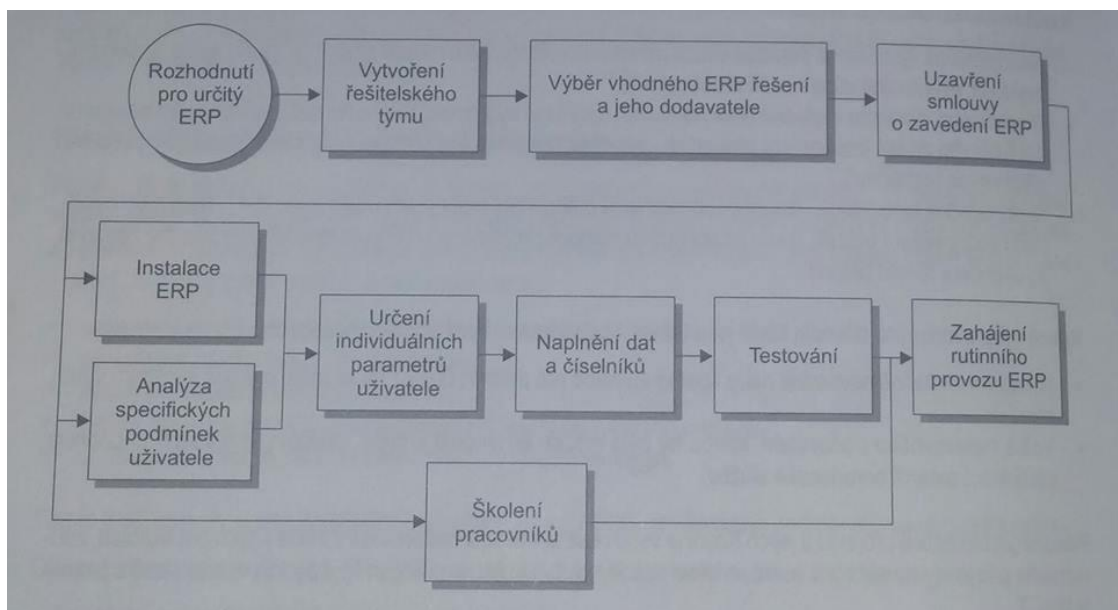
2.6.6 Testovanie systému a školenie zamestnancov

Systém sa po naplnení údajov a číselníkov musí otestovať. Postupne sa spustia moduly a presne sa nastavujú pracovné parametre. Počas testovania sa už môžu zaškoľovať zamestnanci.

Nákupu a implementácii informačného systému sa musia podriadiť organizačné a kapacitné požiadavky, ale treba zohľadniť aj finančné hľadisko, nakoľko sa prejavia náklady aj na údržbu systému. Patria sem teda okrem hardvérového vybavenia náklady na obstaranie systému, licencií, implementácie a školenia. V prípade, ak si zavedenie systému vyžaduje zlepšiť kvalitu používaných prostriedkov, musí sa nakúpiť aj nový hardvér. Číselníky sa naplnia podľa podmienok organizácie, je nutná aj správa a zálohovanie systému. Táto sa často vykonáva na diaľku a treba sa dohodnúť aj na podporných aplikáciách a updatech programov a nezabudnúť na servisné práce a konzultácie.

Pri zavádzaní informačných systémov sa môžu vyskytnúť isté problémy. Niekedy manažment očakáva rýchlu návratnosť investícií, resp. sa preceňuje rýchlosť, s akou očakáva výsledky. Dostatočný časový úsek treba vyhradiť aj na prípravu, naplnenie číselníkov a prepojenie systému s ostatnými databázami organizácie. Dôležitý je sociálno-psychologický faktor, teda zžitie sa zamestnancov s novým systémom a ich riadne zaškolenie.

Proces zavádzania systému vidíme zobrazený na nasledovnej schéme.



Obr. 7: Výber a implementácia informačného systému

Zdroj: (Basl, Blažíček, 2008, s. 194)

3 SPRÁVA CESTOVNÉHO RUCHU SENEC

3.1 Všeobecné informácie²⁰

Zo stránky Správy cestovného ruchu Senec sa dozvedáme základné informácie o nami zvolenej spoločnosti. Je členom AICES. Informácie o svojej činnosti poskytuje na sociálnych sieťach Facebook a Instagram. Za ich aktualizáciu je zodpovedná zamestnankyňa Správy CR Lenka Moravcová. Videá sú k nahliadnutiu aj na Youtube.

Oblasť Slnecných jazier v Senci je jedným z najznámejších a najviac navštevovaným letným strediskom našej krajiny. Vyše 100 hektárovú vodnú plochu s dĺžkou 2,2 km a šírkou v priemere 400 m na východnej strane ohraničuje mesto Senec.

Tento areál rozdelený na severnú a južnú stranu je v správe spoločnosti aj mimo turistickej sezóny. Nachádza sa na hlavnom jazdnom ťahu Bratislava – Trnava, okolo 25 km od hlavného mesta (prístupovými cestami sú diaľnica D1, cesty E571 a 61).

Areál poskytuje zelené pláže a ubytovacie služby v podobe hotelov, penziónov, chat, či turistických chatiek. Stravovať sa dá aj v týchto zariadeniach. Zabezpečujú raňajky, plnú alebo polpenziu, alebo si môžu dovolenkujúci variť sami.

Pre športu chtivých návštevníkov sa tu nachádzajú príležitosti na vodné športy, rybári môžu využiť jazerá na lov. V požičovniach je ponuka vodných bicyklov, člnov, na severnej strane sa nachádzajú tobogany a vodný futbal, južná strana má futbalové ihrisko. Deti majú tiež svoje ihriská, pre milovníkov loptových hier sa zriadili volejbalové plážové ihriská a tenisové kurty. V komplexoch hotelov si môžu zahrať dovolenkujúci stolný tenis, biliard, šípky, kolky, bowling, minigolf, squash. Za poplatok sú sauny, posilňovne, masáže, či vírivá masážna vaňa jakuza a bazén s protiprúdom. Celoročne prístupný aquapark disponuje množstvom atrakcií, plážovým a detským ihriskom.

Vďaka priaznivým prírodným podmienkam a miernemu podnebiu s vodou o teplote priemerne 25 stupňov Celzia a slnečnému svitu viac ako 2200 hodín ročne je toto miesto výbornou alternatívou pre letnú turistiku.

²⁰ Správa cestovného ruchu Senec. www.slnecnejazera.eu. [webová stránka]. [2018-03-18] Dostupné na : www.slnecnejazera.eu.

V letnom období zabezpečuje Správa cestovného ruchu zdravotnú starostlivosť Záchrannou zdravotnou službou a Vodnou záchrannou službou.

Jazerá vznikli okolo roku 1845 ako následok bagrovania štrku pri výstavbe železničnej trate z Bratislavy do Galanty. Pôvodných päť sa spojilo do jedného s rozlohou 80 ha hlbokého 12 metrov. Ako prírodné kúpalisko ho začali využívať v roku 1919 a volalo sa Slovenské Tahiti. Dnešné pomenovanie sa používa od roku 1960.

3.2 Rozhodnutie zaviesť informačný systém

Ako sme sa dozvedeli v rozhovore s predstaviteľmi vedenia, spoločnosť sa rozhodla pre implementáciu informačného systému z viacerých dôvodov. Medzi hlavné patrila najmä snaha získať konkurenčnú výhodu, zvýšiť zisky a zjednodušiť a urýchliť procesy. Táto snaha vyplýva na jednej strane zo schopnosti lepšieho uspokojenia zákazníkov, na druhej strane ide o prekonanie konkurencie. Toto chcela dosiahnuť zefektívnením komunikácie v rámci spoločnosti, skvalitnením poskytovaných služieb klientom, urýchlením a vyššou prehľadnosťou vybavovaných objednávok a zlepšením spôsobu kontroly. V tejto kapitole našej záverečnej práce sa dozvieme, ako pri zavádzaní týchto technológií postupovala a či sa jej tieto zámery podarilo naplniť.

3.3 SWOT analýza

„SWOT analýza (z anglického strengths = sily, silné stránky, weaknesses = slabiny, slabé stránky, opportunities = príležitosti a threats = hrozby, riziká) je pomerne jednoduchá metóda na spracovanie prehľadu o strategickej situácii podniku, ktorá kompletizuje (vnútorné) silné a slabé stránky podniku a príležitosti a riziká (vonkajšieho) prostredia a zoraďuje ich podľa dôležitosti.“²¹

Správa cestovného ruchu Senec po počiatočnom rozhodnutí zaviesť informačný systém vykonala SWOT analýzu. Pomocou nej sa jej podarilo zistiť, aké sú jej silné a slabé stránky a takisto príležitosti, ktoré môžu firmu posunúť vpred, ale aj hrozby, ktoré môžu naopak jej podnikaniu uškodiť.

²¹ LESÁKOVÁ, Dagmar a kol. *Strategický marketingový manažment*. Bratislava : Sprint- vfra, 2001. s 45. ISBN 80-88848-90-3.

Tab. 2: SWOT analýza

silné stránky		slabé stránky
Lokalita		Komunikácia v rámci podniku- napr. manažér vs. Pokladník
Unikátnosť (v rámci regiónu?)		Nezáujem vrcholového manažmentu
Gastronomické služby		Nedostatočná informovanosť
História		Konzervatívny prístup k inováciám
Tradícia		Byrokracia
Dobrá finančná situácia		Nedostatok zamestnancov, security
(Nízke náklady?)		(Nízke ohodnotenie zamestnancov?)
Ziskovosť		Nevyškolený personál
Nízke ceny		
príležitosti, využitím ktorých môže firma získať konkurenčnú výhodu		riziká, ktoré môžu negatívne ovplyvniť úspech, implementácie marketingového plánu
Zisk nových zákazníkov		Jazykové bariéry
Využitie technologických, moderných trendov : kamerový systém, turnikety, pokladne,		Zmeny v zákonoch
Ubytovacie kapacity,		Zvýšenie nákladov
Vybavenosť existujúcich ubyt. Zariadení		Pokles záujmu ľudí
↑ marketingová komunikácia		Nepriaznivé podmienky- počasie

Zdroj: vlastný prieskum SCR Senec

Zo silných stránok bola dôležitá vhodná lokalita spoločnosti a unikátnosť v rámci regiónu. Nakoľko sa nachádza v oblasti s výhodnými klimatickými podmienkami a blízko hlavného mesta, s tradíciou a historickým základom, mala na čom stavať.

Každoročne sa v oblasti uskutočňuje veľké množstvo atraktívnych podujatí, ktoré prilákajú zákazníkov. V zimnom období sa stretávajú otužilci na Trojkráľovom plávaní, koná sa viacero plesov, divadelných predstavení pre deti, burzy drobných zvierat a chovateľských potrieb prebiehajú viackrát ročne. V letnom období sa využíva oblasť jazier na rybárske preteky, súťaže vo varení guláša, rozprávkový piknik a množstvo športových aktivít

a pretekov. Tematicky sa usporadúvajú veľkonočné, farmárske a vianočné trhy, ľudové remeslá, jablkové slávnosti a množstvo iných zaujímavých podujatí.

Toto sú príležitosti, ktoré môže spoločnosť využiť vo svoj prospech a získať aj nových zákazníkov. Pri rôznych podujatiach, resp. v období letnej sezóny teda ponúka viaceré možnosti ubytovania, stravovania a sprievodných atrakcií, možnosť športového vyžitia a relaxu. Ubytovacie zariadenia majú veľmi dobrú vybavenosť.

Správa cestovného ruchu Senec vie rôznymi elektronickými formami upútať zákazníkov. Či už sa jedná o webovú stránku, ktorú spravuje externá firma pána Papa, vytvorila ju spoločnosť 4it, alebo LED obrazovkou. Túto nainštalovali pre potreby marketingových aktivít na budovu MsKS s finančnou podporou Krajskej organizácie cestovného ruchu Turizmus regiónu Bratislava a s finančnou spoluúčasťou Správy cestovného ruchu Senec. Je určená pre podnikateľov, ale aj fyzické osoby na propagovanie reklám, inzerciu alebo sa tu môžu zverejniť rôzne informácie.

Za negatíva, resp. hrozby považuje spoločnosť možnosť nepriaznivých poveternostných podmienok, ktoré by mohli spôsobiť pokles záujmu dovolenkujúcich, zmeny v zákonoch, hrozbu zvýšenia nákladov, či jazykové bariéry.

Slabými stránkami spoločnosti bola nedostatočná komunikácia v rámci podniku medzi jednotlivými úrovňami, napríklad medzi manažérom a pokladníkom, nezaujímavosť vrcholového manažmentu a nedostatočná informovanosť zamestnancov. Zbytočná byrokracia a konzervatívny prístup k inováciám, slabo vyškolený personál a nedostatočný počet zamestnancov a ich slabé ohodnotenie tiež nevyplývali pozitívne k rozvoju spoločnosti.

3.4 Výber vhodného informačného systému a dodávateľa

S výberom vhodného systému pre potreby spoločnosti sa rozhodli obrátiť na odborníka. Ako IT manažér informačného portálu mesta Senec bol Bc. Štefan Pap vhodný poradca. Podrobne si preštudoval požiadavky spoločnosti a vedeniu bližšie predstavil niekoľko vhodných systémov. Boli medzi nimi nasledovné rezervačné systémy:

✓ Rescan - recepčný program používaný vo verzii pre Windows a Linux. Obsahuje funkcie pre evidenciu rezervácií ubytovania, služieb, tovarov a elektronické kľúče,

ubytovanie hostí, platbu s účtami rezervácií vrátane zálohových platieb, sledovanie hotovostnej pokladne a rôzne iné zostavy a štatistiky.

✓ ActiveWeb Penzion – rezervačný systém podporujúci online platby a prehľad obsadenosti, tlač príjmových dokladov, kategórie hostí, notifikácie a nastavenie zliav.

✓ Hores – rezervačný systém s funkciou recepcie a na ňu nadväzujúce služby. Produkuje dáta pre účtovníctvo, daňové priznanie, štatistiky a fakturáciu. Komunikuje s telefónnou ústredňou, závorami v garážach, informačnými TV systémami a zvyšuje teda kontrolu nad prevádzkou.

✓ Horec – výber padol práve na tento systém. Ovplyvnený bol jednak finančným hľadiskom, kedy zo zvolených systémov bol pre Správu cestovného ruchu Senec najdostupnejší. Na druhej strane aj jeho implementácia bola spomedzi všetkých navrhovaných systémov najjednoduchšia a časové hľadisko tiež zohralo svoju rolu. Dodatočné vybavenie, nakoľko dovtedy používané počítače boli zastaralé, bolo tiež nutné. Ako vhodný dodávateľ bola zvolená spoločnosť Asseco solutions.

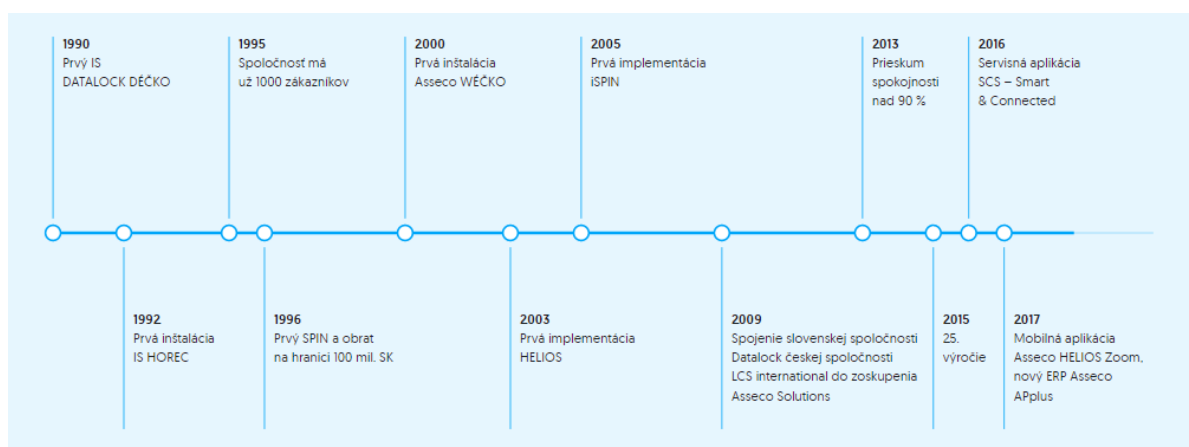
3.5 Asseco solutions²²

Spoločnosť pôsobí na slovenskom trhu už 25 rokov. Pôvodným názvom Datalock ako člen skupiny Asseco je lídrom vo vývoji firemných informačných systémov a pomoc poskytuje flexibilne veľkým aj malým podnikom v ktoromkoľvek segmente podnikania 24 hodín denne 7 dní v týždni. Vďaka špičkovému servisu a individuálnej starostlivosti sú vzťahy so zákazníkmi dlhodobé a zakladajú sa na dôvere. Slovenské skúsenosti sú prepojené s technologickými novinkami svetového trhu. Zabezpečuje podporu informačného systému od úvodných analýz, cez testovanie a implementáciu až po servis. Na obrázku 8 nižšie vidíme stručný prehľad jej histórie

Spoločnosť je tiež držiteľom viacerých ocenení. V rebríčku Technology Fast 50 – Deloitte and Touche sa umiestnila za rok 2003, 10krát získala ocenenie ORACLE – The Best General Business Partner a v roku 2014 aj Business Wall of Fame. Takisto je nositeľom viacerých certifikátov, napríklad hodnotenie najvyššej dôveryhodnosti AAA a titulu Business

²² ASSECO solutions. www.assecosolutions.sk/o-nas.html. [webová stránka]. [2018-03-25] Dostupné na : www.assecosolutions.sk/o-nas.html.

Superbrands 2017. 4000 firemných zákazníkov a 19 710 koncových užívateľov tiež hovorí v prospech tejto spoločnosti.



Obr. 8: História spoločnosti

Zdroj: www.assecosolutions.sk/o-nas.html

Klienti využívajúci služby firmy sú z oblasti obchodu, výroby, služieb, verejnej správy a gastronómie a hotelierstva. Zo známych spoločností môžeme spomenúť napríklad TA3 a. s., Tlačovú agentúru Slovenskej Republiky. V oblasti hotelierstva sú to Tatry mountain resorts a. s., Tále a. s., kultúru zastupuje Divadlo Andreja Bagara v Nitre. Ďalšími klientami sú aj Najvyšší kontrolný úrad Slovenskej republiky, Úrad geodézie, kartografie a katastra Slovenskej republiky, Slovenský metrologický ústav, Samosprávne kraje, Incheba a. s., Agrokomplex - Výstavníctvo Nitra, štátny podnik, či Jablotron Slovakia a množstvo ďalších známych mien svedčí o spokojnosti klientov.

3.6 Horec²³

3.6.1 Základné informácie o systéme

Horec- hotelová recepcia je sofistikovaný hotelový systém, ktorý je na trhu od začiatku 90-tych rokov a je vhodným pomocníkom ubytovacích zariadení rozličných typov a veľkostí.

²³ Horec. www.assecosolutions.sk/produkty/horec.html. [webová stránka]. [2018-03-25] Dostupné na : www.assecosolutions.sk/produkty/horec.html

Využívajú ho penzióny rodinného typu, renomované hotely, ubytovne, rekreačné zariadenia, kúpele, či wellness centrá. Poskytuje širokú ponuku funkcií a inovácií z praxe. Zjednodušuje prácu recepcie automatizáciou. Zabezpečuje prehľadnú evidenciu objednávok, hostí, účtov a zásob tovaru. Ponúka užitočné štatistiky, uzávierky a manažérske výstupy pre ďalšie rozhodovanie a tým šetrí používateľovi čas.



Obr. 9: Moduly hotelového systému Horec

Zdroj: www.amiplus.sk/moduly-hoteloveho-systemu-datalock-horec

3.6.2 Funkcie systému²⁴

- ✓ Rezervácie,
- ✓ Alokácie,
- ✓ Príchod a odchod hostí,

²⁴ Horec.

<https://cloud1.edupage.org/cloud/Horec.pdf?z%3A9G%2FBtAibMNIT0W%2B5yO4FctHVVtyUGkeuu2oVAZmluTtmFrt1Tl6ZYs%2F%2F3pQFf0MV>. [webová stránka]. [2018-03-25] Dostupné na :

<https://cloud1.edupage.org/cloud/Horec.pdf?z%3A9G%2FBtAibMNIT0W%2B5yO4FctHVVtyUGkeuu2oVAZmluTtmFrt1Tl6ZYs%2F%2F3pQFf0MV>

- ✓ Rezervácia priestorov,
- ✓ Stáli hostia,
- ✓ Cenotvorba,
- ✓ FlexiRate,
- ✓ Pokladňa,
- ✓ Uzávierky a prehľady,
- ✓ Prepojenie na systém Asseco BLUEGASTRO,
- ✓ Externé zariadenia a systémy,
- ✓ Reporting a OLAP.

System Horec vykonáva príjem a evidenciu rezervácií návštevníkov, či už sa jedná o jednotlivcov alebo celé skupiny, pričom sa môžu zarezervovať konkrétne izby. Po prijatí zálohy sa rezervácia automaticky potvrdí. Je tu možnosť variabilnej zmeny maximálne dostupného počtu izieb pre skupiny a cestovné kancelárie. Návštevník môže jednoducho vykonať platbu a pri odchode prebieha automatická kontrola stavu účtu. Je tu možnosť aj čiastočného odchodu, kedy účet ostáva otvorený, funkcia predčasný odchod a príchod, objednávky je možné prijímať aj viac ako rok vopred a priebežne ich meniť a dopĺňať.

Priestory sa rezervujú pomocou grafického prehľadu, kde klient nájde miestnosti, služby, personál alebo športové, relaxačné či wellness miesta. Tieto sa objednávajú a následne prebehne aj účtovanie. Pre stálych hostí je možnosť pridelenia zliav na základe vernostnej karty. Pomocou konkrétnych nástrojov sa dajú efektívne vytvoriť cenníky, pravidlá tvorby zliav, individuálne ceny a doplnkové služby. Evidovať sa môžu aj nežiadúci hostia.

Externý systém FlexiRate dodávaný v spolupráci s treťou stranou sa integruje do Horca a je schopný poskytnúť cenotvorbu centrálnu pre viacero ubytovacích zariadení súčasne. Okrem toho je samozrejmosťou vystavenie záverečného účtu, platba v cudzej mene, fakturácia či zálohy. V rámci pokladne je zastrešený aj predaj doplnkových služieb a tovaru a sledovanie ich stavu. V súlade so zákonom č. 289/2008 Z. z. o používaní elektronickej registračnej pokladnice plne podporuje pripojenie na fiškálne tlačiarne. V rámci uzávierky generuje automaticky potrebné štatistiky a výstupy o finančných operáciách, tržbách, stave pokladne, zásob a účtoch, denne aj priebežne.

Plne kompatibilné prepojenie na vlastný reštauračný systém umožňuje jednotnú evidenciu nákupu, medzistrediskové výdaje a inventúry. Možné je vykonať prenos tržieb zo stravovacích stredísk na účet zákazníka, ktorý je v prevádzke ubytovaný a teda sa prepojí

system ubytovania a stravy – baru a reštaurácie, prípadne telefonické účty do možnosti jednotnej platby.

Z externých systémov a zariadení spomenieme zámkové karty, prepojenie s turniketmi a inými systémami, ktoré generujú tržby, čítačky čipových kariet stálych hostí a čítačky dokladov a čiarových kódov. Samozrejmosť je filtrovanie a export dát do bežne používaných formátov, dá sa uzamykať proti nepovolaným vstupom, uchovávať a verifikovať údaje.

3.6.3 Podpora a služby

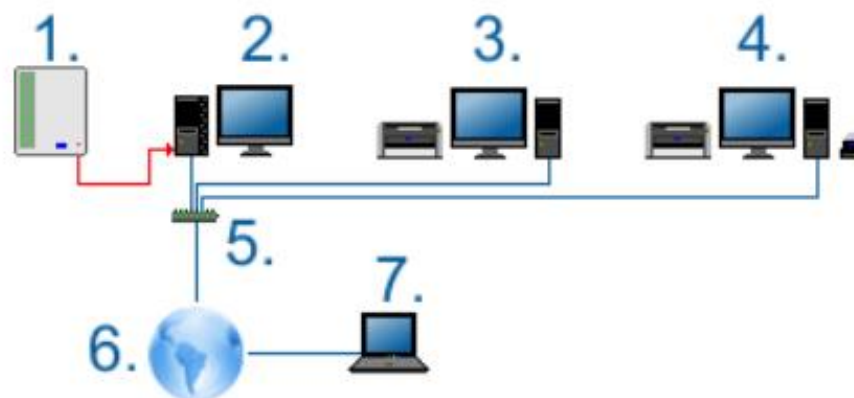
Spolupráca s klientom začína pochopením jeho požiadaviek. Riešenia sa zostavujú na mieru. Začína sa analýzou aktuálneho stavu, kľúčových indikátorov výkonnosti a nasleduje konkrétne zostavenie systému.

Aj po zavedení systému klient ostáva v spojení s firmou prostredníctvom operatívneho poradenstva na telefonicknej linke, môže využiť e-mail, online helpdesk JIRA, integrovaný portál pre klientov Moje konto, alebo možnosť osobnej konzultácie. V režime 24/7 poskytuje nadštandard podpory.

Ak zákazník prejaví záujem, existuje možnosť uzatvorenia servisnej zmluvy, v prípade ktorej sa môžu čerpať zazmluvnené hodiny na servis, updatey a školenia. Tieto sa pravidelne organizujú v regióne, alebo sa môžu objednať špeciálne pre tú ktorú organizáciu a zamestnanci tak získajú efektívny prehľad o používaných systémoch.

3.6.4 Technické informácie

System Horec sa prevádzkuje na platforme Windows alebo Linux a je postavený na trojvrstvovej architektúre: SQL databáza – Aplikačný server – Klient. Konfigurácia servera, a pracovných staníc a vybavenie vhodnými externými zariadeniami sa vypracúva pre zákazníka na mieru. Technické riešenie pre penzión s telefónnou ústredňou a vzdialeným pripojením manažmentu prostredníctvom siete Internet vidíme na obrázku 10. Číslom 1 je telefónna ústredňa, 2 znázorňuje server, počítač manažéra je označený číslom 3, 4 je recepcia. Swich je na čísle 5, internet je 6 a 7 je notebook manažmentu.



Obr. 10: Technické riešenie pre penzión s telefónnou ústredňou a vzdialeným pripojením manažmentu prostredníctvom siete Internet.

Zdroj: <https://cloud1.edupage.org/cloud/Horec.pdf?z%3A9G%2FBtAibMNIT0W%2B5yO4FctHVVtyUGkeuu2oVAZmluTtmFrt1TI6ZYS%2F%2F3pQFf0MV>

3.6.5 Práca so systémom

Systém Horec je zabezpečený používaním prístupových mien a hesiel oprávnených používateľov s prioritou od 1 do 4 a je rozdelený do základných skupín:

- ✓ Hostia – objednávka, pobyt a účel hosťa,
- ✓ Skupiny – objednávka, pobyt a účet skupiny,
- ✓ Služby – evidencia a predaj ostatných služieb,
- ✓ Informácie – informačný systém spoločnosti,
- ✓ Servis – podporné činnosti – číselníky, ...


Minimálne údaje potrebné na naplnenie číselníkov sú číselník pracovníkov, štátov, izieb a ich cenník.

Skupina funkcií Hostia umožňuje základné činnosti pri práci s rezerváciou izby a s príchodom, pobytom a odchodom hosťa, tak isto, ako to je pri samostatných objednávkach alebo individuálnych príchodoch.

- ✓ Objednávka – evidencia sólo objednávky, rezervácia
- ✓ Zmena objednávky – doplnenie, zmena alebo zrušenie objednávky
- ✓ Prehľad – prehľad o obsadení izieb, presun objednávky
- ✓ Príchod – evidencia príchodu hosťa

- ✓ Pobyt – predĺženie, skrátenie, doplnenie ...
- ✓ Odchod – odchod host'a a záverečný účet
- ✓ Účet – vyhotovenie účtu za hotelové služby
- ✓ Izba – práca s celou izbou

3.7 Vytvorenie objednávky²⁵

Funkcia Objednávka (menu Hostia – Objednávka, pomocou klávesovej skratky Ctrl+O alebo cez ikonu ) umožňuje príjem objednávky a neskôr ju možno doplniť alebo zmeniť pomocou funkcie Zmena objednávky, alebo ju nahráme cez mapu prehľadu. Zobrazí sa formulár uvedený nižšie.

Obr. 11: Horec – vytvorenie objednávky


Zdroj:<https://cloud1.edupage.org/cloud/Horec.pdf?z%3A9G%2FBtAibMNIT0W%2B5yO4FctHVvtyUGkeuu2oVAZmluTtmFrt1Tl6ZYs%2F%2F3pQFf0MV>

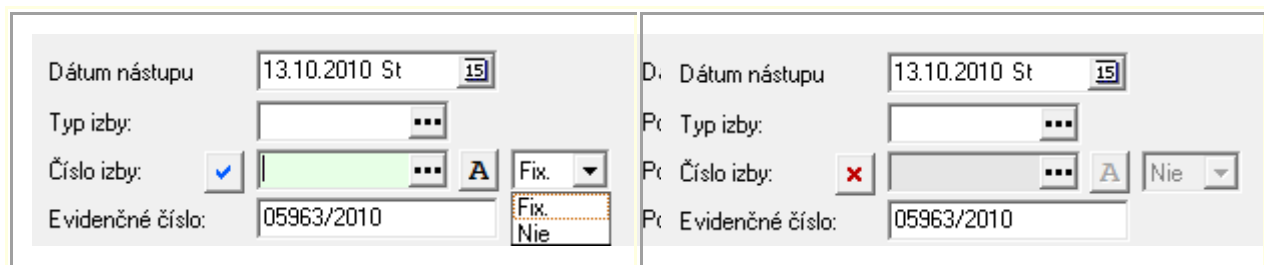
Ak chceme vytvoriť novú objednávku cez menu alebo ikonu, objaví sa formulár s predplneným termínom pobytu, kde je dĺžka trvania jedna noc. Obyčajne je to dátum pobytového dňa plus jeden. Takisto sa zobrazí číslo objednávky a dátum, dokedy je rezervovaná. Počet lôžok sa predvolí podľa nastavenia systému. Následne pracovník zadá

²⁵ Objednávka. www.hotelovesystemy.sk/wiki/index.php/Horec_-_Hostia_-_Objedn%C3%A1vka. [webová stránka]. [2018-03-28] Dostupné na : www.hotelovesystemy.sk/wiki/index.php/Horec_-_Hostia_-_Objedn%C3%A1vka

číslo izby a údaje host'a, ktoré si systém pýta automaticky v záložke Pobyť a skontroluje ich, ak by niektoré chýbali.

Formulár objednávky má formu, ako vidíme na obrázku 11. Ak je v aktívnom režime, pri vytváraní a zmene, polia sú uvoľnené na zapisovanie. V prípade, ak si chce pracovník objednávku len prezrieť, polia sú zasívené. V ľavej hornej strane sú tlačítka pre vykonanie akcií. Hlavička je spoločná a záložky prislúchajú jednotlivým host'om. Spodná lišta obsahuje rezervačné číslo (podľa objednávky alebo host'a), čas poslednej zmeny objednávky a skratka pracovníka, ID objednávky/host'a (jednoznačný identifikátor).

Hlavička objednávky obsahuje dátum nástupu. Tento je nastavený na aktuálny dátum, ale v prípade predčasného príchodu host'a je možné ho zmeniť pred dennou uzávierkou. Takisto je tu dátum odchodu, ktorý sa vyplňa manuálne, alebo sa vyberá z kalendára. Ďalšími údajmi sú typ izby a poschodie, číslo izby a fixovanie. Tieto sa zapisujú priamo, ak zodpovedajú voľnej izbe, alebo sa vyberú pomocou tlačidla . Nasleduje manuálne nastavenie počtu lôžok podľa konkrétneho typu izby, alebo cez tlačítka Posteľ sa nastavujú jednotlivé počty typov lôžok. Systém si vygeneruje evidenčné číslo objednávky, ale možno ho aj editovať. Počet nocí si systém vypočíta z rozdielu dátumu príchodu a odchodu. Ešte sa uvádza dátum najneskoršieho potvrdenia rezervácie, hodina nástupu hostí a dátum a čas prijatia objednávky.



The image shows a screenshot of a reservation form header, divided into two columns. The left column contains the following fields: 'Dátum nástupu' (13.10.2010 St) with a calendar icon, 'Typ izby:' with a three-dot menu icon, 'Číslo izby:' with a checkmark icon, a text input field containing '05963/2010', and a 'Fix.' dropdown menu with 'Nie' selected. The right column contains: 'D. Dátum nástupu' (13.10.2010 St) with a calendar icon, 'Pt. Typ izby:' with a three-dot menu icon, 'Pt. Číslo izby:' with a red 'x' icon, a text input field containing '05963/2010', and a 'Nie' dropdown menu. On the far right, there are labels for 'Dátum o...', 'Poschod...', 'Počet lôž...', and 'Počet no...'. The 'Fix.' dropdown menu is open, showing 'Fix.' and 'Nie' options.

Obr. 12: Hlavička objednávky

Zdroj: <https://cloud1.edupage.org/cloud/Horec.pdf?z%3A9G%2FBtAibMNIT0W%2B5yO4FctHVVtyUGkeuu2oVAZmluTmFrt1Tl6ZYs%2F%2F3pQFf0MV>

Ak používame režim objednávanie na izbu, polia s výberom sú aktívne a fixácia izieb je povolená. Ak máme režim objednávanie na typ izby, polia Poschodie a Číslo izby nie sú aktívne a fixácia izieb nie je povolená.

Záložka Pobyť obsahuje kód typu lôžka, nepovinné oslovenie slúži skôr v module Stálych hostí. Povinný údaj je štát a priezvisko. V prípade klienta, ktorý už bol ubytovaný, sa

môže dohľadať v systéme. Meno, titul, dátum a miesto narodenia, adresa, cestovný doklad, emailový a telefonický kontakt, ŠPZ vozidla, údaje o type, čísle a expirácii platobnej karty sú nepovinné. Parameter Kategória je určený na triedenie hostí. Používateľom systému uľahčuje stanoviť zľavy a osobitné ceny pre isté kategórie hostí.

Nájdeme tu ešte kategórie miestny poplatok, spôsob platby, jazyk, cenový profil, individuálny profil, voľba individuálnej ceny, zľavový profil, účet v mene. Tento vyberáme iba v prípade, ak sú všetky ceny zadefinované aj v cudzej mene. Do poľa Poznámka zapisujeme údaje, ktoré nemožno zaznamenať vo vybraných poliach.

Záložka Popis umožňuje zapisovať do poľa Popis účtu text. V záložke Marketing môžeme zadať ďalšie informácie o klientovi. Typ externého čísla a Externé číslo slúži na priradenie údajov klienta z iných systémov. Parametre – tu sa uvedie napríklad VIP, nefajčiar, má psa a podobne. Kategórie – v nich sa zadávajú hodnoty pre príslušnú kategorizáciu.

Záložka Info-host' zobrazí údaje o host'ovi a v prípade licencie modulu Stálych hostí je možnosť priamo využiť údaje z predchádzajúcich pobytov zákazníka. Patria sem napríklad údaje o počte pobytov, počte prenocovaní za všetky pobyty, ich priemerná dĺžka a podobne.

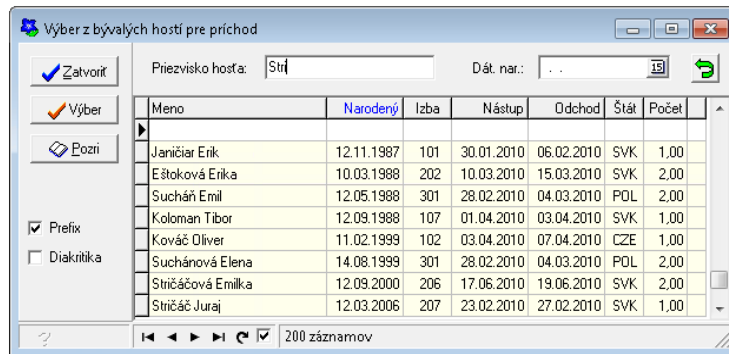
Rezervačné číslo pridelené konkrétnej objednávke alebo host'ovi je reťazec 10 číselných znakov, teda sa dá využiť aj ako variabilný symbol a podľa neho sa dá vyhľadávať vo viacerých formulároch systému, napríklad v zozname zaplatených účtov, zálohových faktúr a podobne.

Údaje v objednávke možno pred príchodom meniť a dopĺňať. Takisto je možnosť objednania služieb, ak sú mimo balíka cenového profilu.

Objednávka bez záložiek nastáva, ak sú k dispozícii údaje jedného host'a, ale objednávka je pre viacerých. Dôležité pre správny výpočet ceny je zapísať počet lôžok. Problémom môže byť, že systém si nastaví služby pre každého rovnako, čo napríklad v prípade stravy pre dieťa a dospelého nie je šťastným riešením. Takisto nie je možné všetkým zadať jednu službu spoločne, napríklad poplatok za psa na izbe.



Preto sa využíva objednávka so záložkami. Tu má pracovník k dispozícii všetky údaje a teda každý host' je zapísaný v rámci jedného formulára, ale má svoju osobitnú záložku, kde sa stanovia osobitne služby pre každého. Vložiť sa dá záložka s kópiou údajov prvého host'a, tu však treba zmeniť požadované služby, ak sa odlišujú a samozrejme osobné údaje. Používa sa najčastejšie pri rodinných skupinách. Ak sa vloží prázdna záložka, vložia sa nanovo údaje

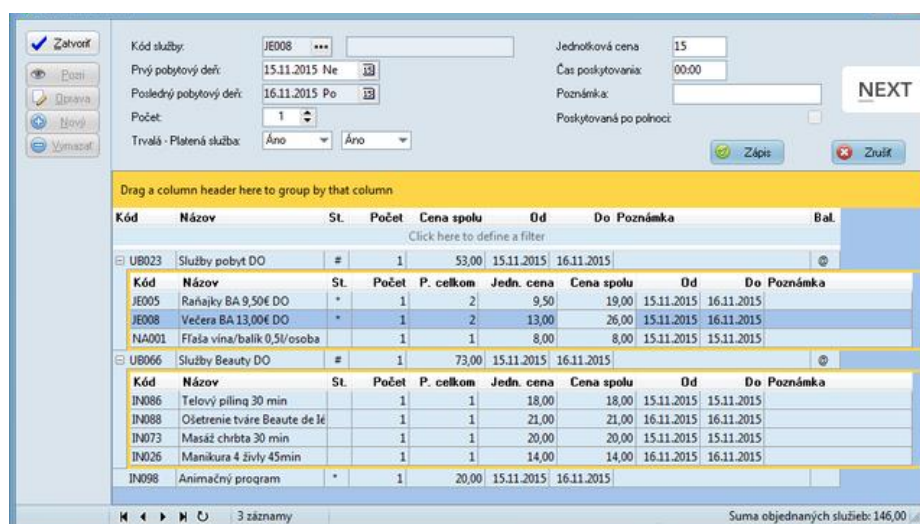
o každom hosťovi. V prípade, že hosť už v zariadení bol ubytovaný, vyhľadá sa na základe priezviska alebo dátumu narodenia, ako vidno na obrázku 13.



Obr. 13: Výber z bývalých hostí

Zdroj: <https://cloud1.edupage.org/cloud/Horec.pdf?z%3A9G%2FBtAibMNIT0W%2B5yO4FctHVVtyUGkeuu2oV AZmluTtmFrt1Tl6ZYs%2F%2F3pQFf0MV>

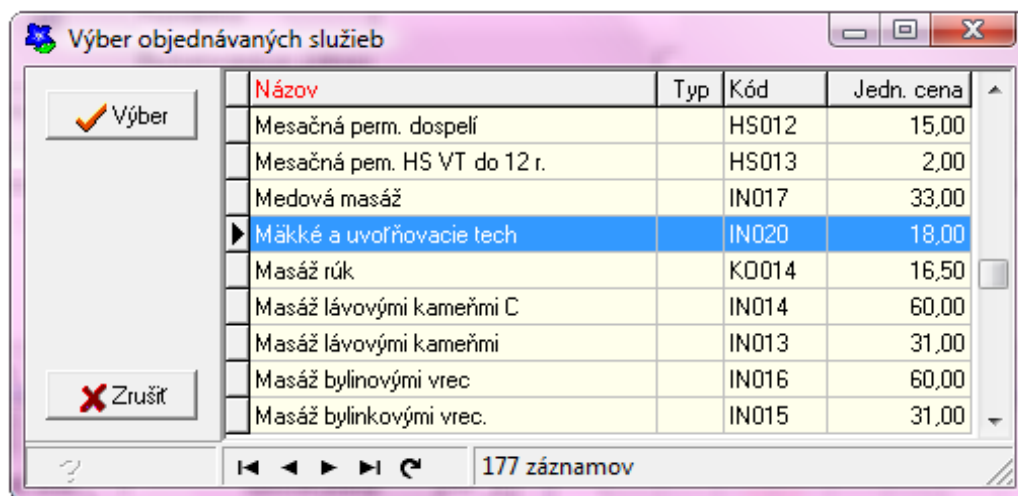
Objednanie služieb, ak nie sú uvedené v balíku, ako napríklad polpenzia, prebieha pomocou tlačítka . Tieto sa zadávajú na celý pobyt, alebo iba na časť. Parametre, ktoré sa zadávajú sú kód služby setu, prvý a posledný pobytový deň, počet čerpaných služieb, trvalá služba, prípadne služba poskytovaná po polnoci, či platená služba. Službu je možné objednať manuálne pomocou kódu z číselníka, alebo vybrať zo zoznamu . Následne sa nastaví trvanie, účtovanie a čas poskytovania a systém údaje odošle na účet ubytovaného.



Obr. 14: Úprava objednaných služieb

Zdroj: <https://cloud1.edupage.org/cloud/Horec.pdf?z%3A9G%2FBtAibMNIT0W%2B5yO4FctHVVtyUGkeuu2oV AZmluTtmFrt1Tl6ZYs%2F%2F3pQFf0MV>

Objednané služby je možno opraviť (obrázok 14, 15) a vymazať, ak neboli uvedené v rámci cenového profilu.



Obr. 15: Výber objednávaných služieb

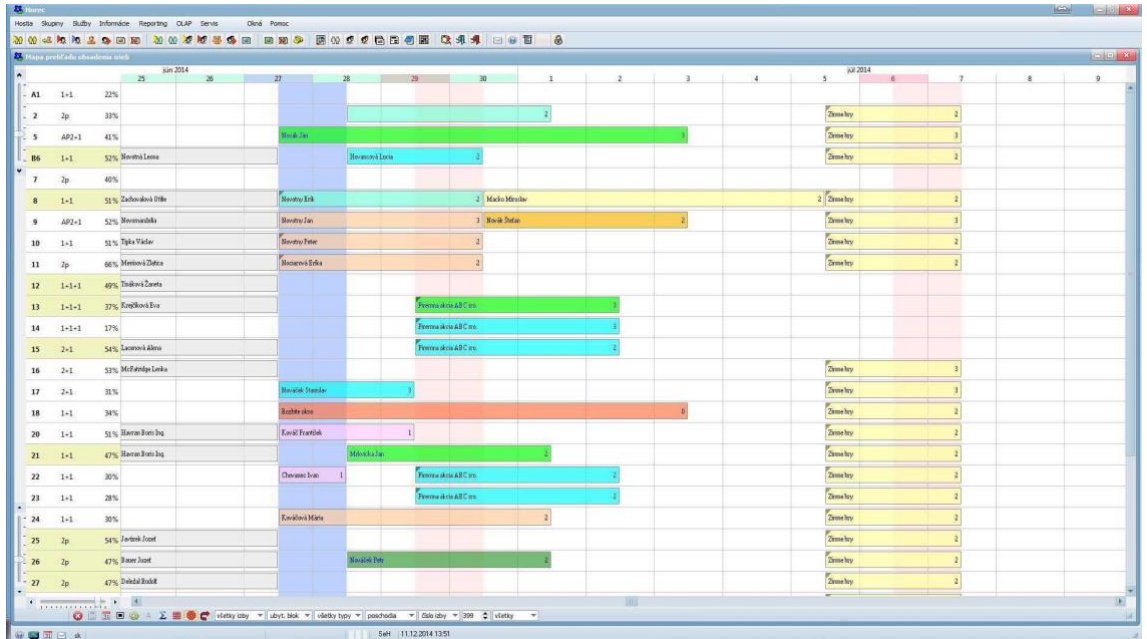
Zdroj:<https://cloud1.edupage.org/cloud/Horec.pdf?z%3A9G%2FBtAibMNIT0W%2B5yO4FctHVVtyUGkeuu2oVAZmluTmFrt1Tl6ZYs%2F%2F3pQFf0MV>

3.8 Uzavretie zmluvy a zavedenie systému

Ako sme uviedli, spoločnosť sa rozhodla pre systém Horec. Najprv prebehli rokovania a uzatvorenie zmluvy o dielo. Následne sa analyzovali špecifické podmienky Správy cestovného ruchu Senec a nasledovala inštalácia. Po určení individuálnych parametrov sa začali sa naplňovať číselníky a dáta šité na mieru pre potreby bookovania ubytovania. Priebežne sa začalo so školeniami zamestnancov. Po prechodnom období, kedy sa testovaním odstránili posledné nedostatky, ktoré bránili riadnemu používaniu systému, sa mohol tento uviesť do ostrej prevádzky.

Ako sme spomínali, systém Horec je šitý na mieru organizácie a dá sa upravovať využívaním rôznych modulov presne podľa aktuálnych požiadaviek a potrieb organizácie. Aj z tohto dôvodu prebehla v roku 2015 aktualizácia poskytovaných služieb a úpravu licencie vidíme v prílohe číslo 4.

Na obrázkoch 16 a 17, ktoré nám poskytla Správa cestovného ruchu Senec, vidíme konkrétne využívanie systému Horec v ich spoločnosti.



Obr. 16: Pracovná plocha systému Horec v SCR Senec

Zdroj: Správa cestovného ruchu Senec



Obr. 17: Pracovná plocha systému Horec v SCR Senec

Zdroj: Správa cestovného ruchu Senec

3.9 Vplyv zavedenia systému Horec na spoločnosť

Ako nám potvrdili zamestnanci vedenia skúmanej spoločnosti Správa cestovného ruchu Senec, zavedením systému sa zistili viaceré pozitíva. Jednak sa zvýšila produktivita práce zamestnancov, pretože sa im ušetril čas s prácnym vypisovaním údajov a následnou

viacnásobnou kontrolou, tým pádom boli prívetivejší aj k hosťom a celkovo sa pozitívne odzrkadlili tieto zmeny aj v pracovnom kolektíve. V minulosti sa objavovali nezrovnalosti pri zápisoch a isté nepochopenie údajov, čo sa ale v tomto prípade vylučuje. Takisto sa odbúrali viacnásobné objednávky toho istého priestoru, ktoré predtým mohli nastať. Tu v prípade systému to zamestnanca ďalej nepustí a tým pádom nemôže zvoliť dvakrát ten istý bungalov. Komunikácia medzi zamestnancami sa tiež zlepšila.

Nakoľko sú systémy prepojené, je veľmi jednoduché vystaviť následnú faktúru a zjednodušuje sa aj zapisovanie údajov pri opakovanej objednávke. Osobné údaje hosťa sa jednoducho vyhľadajú v systéme a nemusia sa neustále prácne zapisovať, tým sa odstránili aj prípadné omyly v osobných údajoch.

V oblasti uzávierky nastali takisto vylepšenia, lepšie sa vykonáva inventúra a celkovo kontrola stavov skladových zásob.

Keďže systém má viacjazyčné nastavenie, lepšie sa komunikuje aj so zahraničnými hosťami.

4 NÁVRHOVÁ ČASŤ

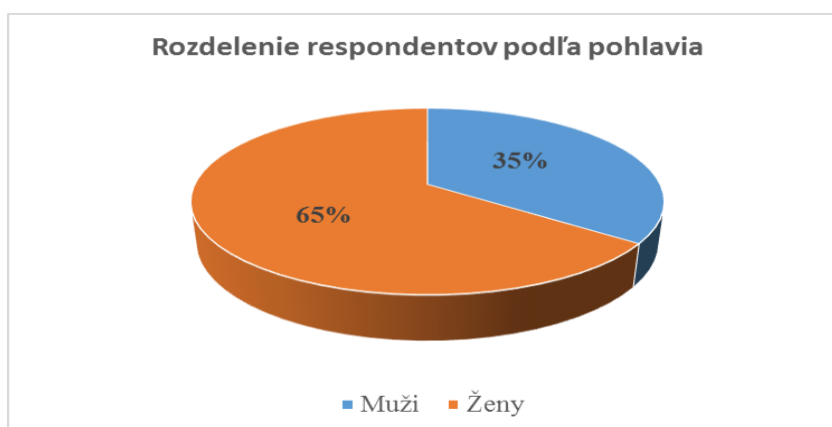
Táto záverečná časť bakalárskej práce predstavuje vyhodnotenie prieskumu medzi zákazníkmi spoločnosti a obsahuje tiež nami odporúčané zlepšenia. Tieto by mohli po aplikácii do praxe zvýšiť konkurenčnú schopnosť spoločnosti v danej oblasti, mohli by jej pomôcť zvýšiť počet spokojných klientov a tým aj zvýšiť jej zisky.

4.1 Prieskum

Okrem prieskumu v rámci spoločnosti Správa cestovného ruchu Senec a informácií od vedenia a zamestnancov sme vykonali aj dotazníkové zisťovanie so zákazníkmi spoločnosti. Dotazníky sme rozдали v spoločnosti, prieskum sme vykonali v niekoľkých prislúchajúcich hoteloch a stravovacích zariadeniach v lokalite. Dotazník, uvádzame ho v prílohe 5, obsahoval 6 otázok. Prvá časť sa týkala pohlavia a veku respondentov a v druhej sme sa konkrétne zaujímali o skúsenosti so spoločnosťou.

Dotazníkového zisťovania sa zúčastnilo 100 odpovedajúcich. Z celkového počtu bolo 65 žien, teda 65% a 35 mužov, teda 35%. Zobrazuje to graf na obrázku 18.

Veková štruktúra odpovedajúcich bola rozdelená do skupín 15-20 rokov, ich odpovedalo 30, teda 30% respondentov. Vo veku 21-35 rokov odpovedalo 38 respondentov, teda 38%. 36-45 ročných bolo 21, teda 21%. Nasledovala veková kategória 46-60 rokov, z nich odpovedalo 7 ľudí, teda 11% a zvyšok tvorili návštevníci nad 61 rokov, teda 4, čo sú 4%. Údaje zobrazuje graf na obrázku 19.



Obr. 18: Rozdelenie respondentov podľa pohlavia

Zdroj: Vlastný prieskum



Obr. 19: Rozdelenie respondentov podľa veku

Zdroj: Vlastný prieskum

Na otázku, ako často využívajú respondenti služby Správy cestovného ruchu Senec, odpovedali takto. V tabuľke 3 vidíme, že u mužov prvý raz využilo služby spoločnosti 10 respondentov, čo je 29%. Občas služby spoločnosti využívajú 12, teda 34% opýtaných mužov a pravidelne 13, teda 37% mužov, čo zobrazuje tabuľka 4. Tieto skutočnosti sú zobrazené na obrázku 20. Ženy odpovedali nasledovne. Prvý raz využilo služby spoločnosti 15 žien, čo predstavuje 23%, občas tieto služby využíva 25 žien, teda 38% a tak isto to bolo aj s možnosťou pravidelného využívania služieb, 25 žien a teda 38%. Toto zobrazuje obrázok 21.

Tab. 3: Frekvencia využívania služieb SCR Senec – počet

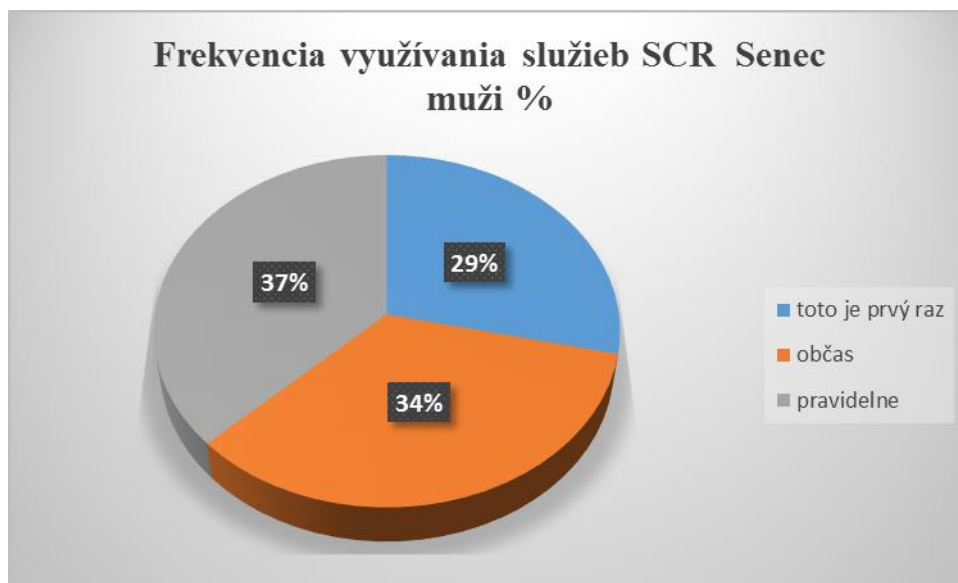
	muži	ženy
toto je prvý raz	10	15
občas	12	25
pravidelne	13	25

Zdroj: Vlastný prieskum

Tab. 4: Frekvencia využívania služieb SCR Senec – percentuálny podiel

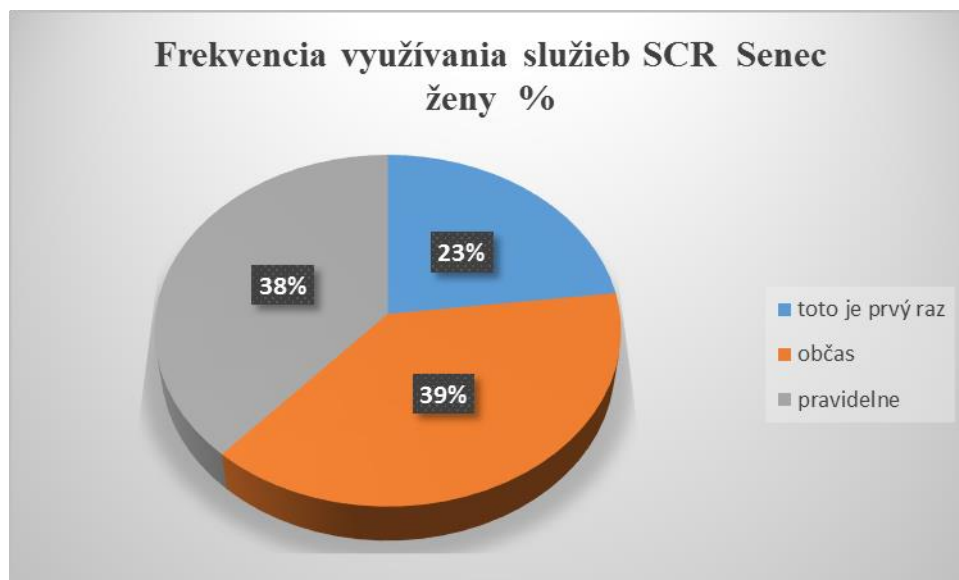
	muži %	ženy %
toto je prvý raz	29	23
občas	34	38
pravidelne	37	39

Zdroj: Vlastný prieskum



Obr. 20: Frekvencia využívania služieb SCR Senec muži v %

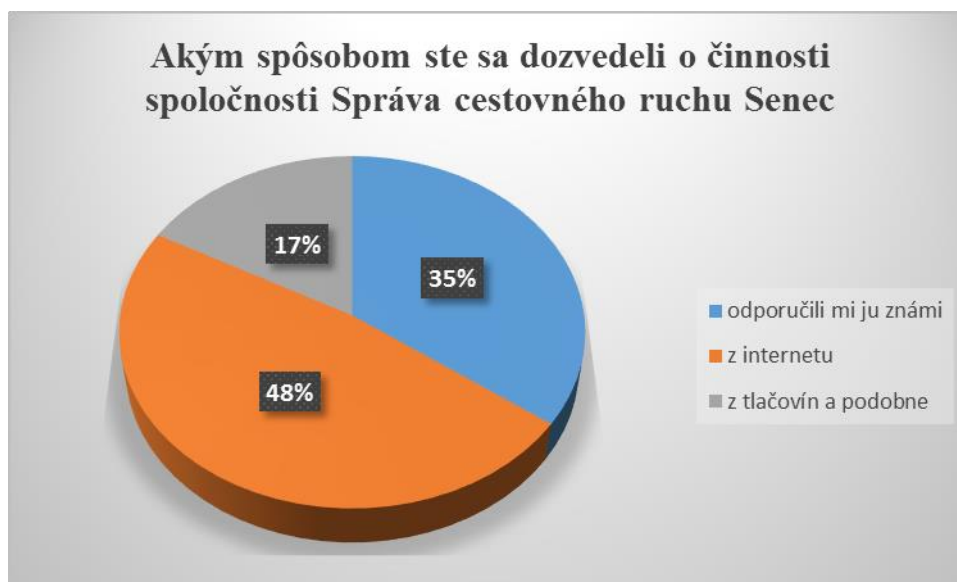
Zdroj: Vlastný prieskum



Obr. 21: Frekvencia využívania služieb SCR Senec ženy v %

Zdroj: Vlastný prieskum

Ďalšia otázka sa týkala informácie, ako sa respondenti dozvedeli o činnosti spoločnosti Správa cestovného ruchu Senec. Najpočetnejšiu skupinu tvorili respondenti, ktorí sa o jej činnosti dozvedeli pomocou informácií na internete, týchto bolo 48% opýtaných. Druhou skupinou boli odpovedajúci, ktorým túto spoločnosť odporučili známi, týchto bolo 35% a najmenej zastúpená skupina so 17% boli tí, ktorí sa o spoločnosti dozvedeli z tlačovín a podobne. Uvedené v obrázku 22.



Obr. 22: Akým spôsobom ste sa dozvedeli o činnosti spoločnosti SCR Senec v %

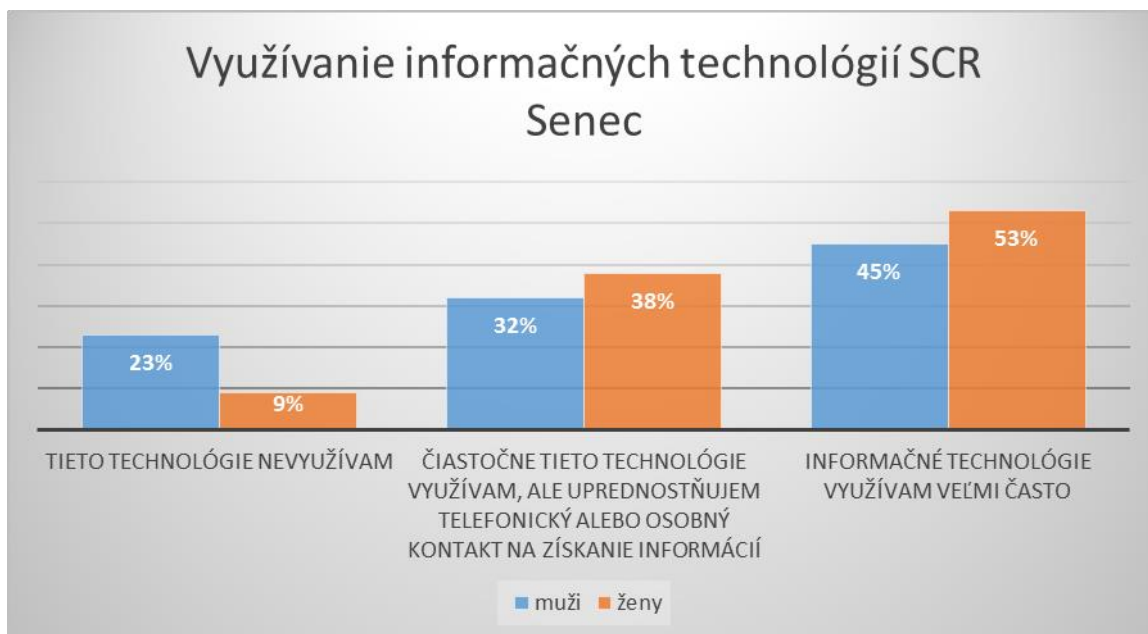
Zdroj: Vlastný prieskum

V predposlednej otázke nás zaujímalo, ako sú respondenti spokojní s dostupnými informačnými technológiami v spoločnosti. V tabuľke 5 vidíme výsledok. Z mužov ich nevyužíva 23%, žien v tejto kategórii je iba 9%. Čiastočne tieto služby využíva 32% mužov a 38% žien. Najpočetnejšou skupinou je tá, ktorá tieto služby využíva veľmi často. U mužov má zastúpenie 45% a u žien 53%. Z tohto teda jasne vyplýva, že aj u zákazníkov sa uprednostňuje takýto kontakt a spôsob získavania jednak informácií a tiež využívania služieb.

Tab. 5: Frekvencia využívania služieb SCR Senec – percentuálny podiel

	muži	ženy
tieto technológie nevyužívam	23%	9%
čiastočne tieto technológie využívam, ale uprednostňujem telefonický alebo osobný kontakt na získanie informácií	32%	38%
informačné technológie využívam veľmi často	45%	53%

Zdroj: Vlastný prieskum



Obr. 23: Spokojnosť s informačnými technológiami SCR Senec v %

Zdroj: Vlastný prieskum

4.2 Odporúčania

V poslednej otázke dotazníka nás zaujímali zlepšenia, ktoré by respondenti navrhovali spoločnosti. Mali možnosť sa voľne vyjadriť, zhodnotiť vlastnými slovami, čo sa im páči a s čím sú naopak nespokojní a teda by žiadali zmeniť.

V globále boli odpovedajúci spokojní. Privítali by viac informácií, možno by boli vhodné mailové notifikácie o novinkách. Niektorí uviedli, že by bolo vhodné rozšíriť fotodokumentáciu napríklad o viac virtuálnych prehliadok priestorov a okolia, viac videí z podujatí, ktoré by prilákali aj viac klientov. Prostredie spoločnosti a priláhlé okolie je zaujímavé, len ho treba ešte viac spropagovať, aby sa ľudia rozhodli využiť práve služby tejto spoločnosti.

4.3 Návrhy na zlepšenia

Vychádzajúc z doterajších zistení našej bakalárskej práce, informácií získaných štúdiom teoretických poznatkov, podkladov, ktoré nám poskytla Správa cestovného ruchu Senec

a dotazníkového zisťovania, by sme zhrnuli naše odporúčania pre uvedenú spoločnosť do týchto základných bodov.

Spoločnosť by sa mala pokúsiť zlepšiť efektivitu práce zvýšením využívania informačných technológií. Nakoľko sa v súčasnosti systém Horec používa na bookovanie bungalovov, bolo by vhodné rozšíriť platformu tohto systému o ďalšie oblasti. Máme na mysli jednak evidenciu na recepcii v stanovom a karavanovom kempe, ale aj príslušná rezervácia týchto miest. Návštevníci by tak získali presnejší obraz o stave voľných kapacít. Odzrkadliť by sa to malo v znížení potreby telefonického alebo mailového zisťovania voľných miest. Takisto to odstráni prácne zapisovanie návštevníkov stanového a karavanového kempu, ako sa o tom spoločnosť presvedčila pri zavedení systému Horec pre bungalovy.

Táto úspora času by sa mohla odzrkadliť u zamestnancov, ktorí sa môžu venovať iným aktivitám. Keďže respondenti navrhovali ešte viac spropagovať spoločnosť na internete, požadovali viac fotografickej dokumentácie, videí, páčia sa im virtuálne prehliadky priestorov a okolia, mohli by zamestnanci pripraviť napríklad takéto prezentácie alebo iné dokumenty zaujímavé pre návštevníkov. Takáto názorná prezentácia je schopná viac pritiahnúť záujemcov, ako iba písomný prejav. Dobrým príkladom by mohol byť nejaký festival, ktorý by prezentoval spoločnosť. Informácia o jeho uskutočnení by sa zverejnila na viacerých internetových stránkach. Na sociálnych sieťach môžu pravidelne prichádzať notifikácie pre záujemcov, informácie by bolo veľmi vhodné doplniť rôznymi pútavými fotografiami, videami. Takisto všetci vystavovatelia, ktorí by tu prezentovali svoje služby, by poskytli kontakty, odkazy na svoje produkty, kde si návštevník veľtrhu alebo aj iný záujemca môže prezrieť ponuku, ceny, spýtať sa bližšie informácie, spraviť objednávku. Táto by bola práve v čase veľtrhu zvýhodnená lepšou cenou, čo je tiež vhodná forma reklamy a pritiahtia zákazníkov. Počas veľtrhu môže všetko zdokumentovať profesionálny fotograf. Výsledkom toho by bola kvalitná prezentácia podujatia pomocou rôznych informačných technológií.

ZÁVER

Tak, ako všetko v dnešnej dobe podlieha inováciám, pokroku a technickým novinkám, aj oblasť cestovného ruchu využíva najnovšie informačné technológie. V našej práci sme sa dozvedeli o ich prvopočiatkoch, kedy sprostredkúvali informácie v leteckej doprave. Tieto postupne začali prenikať aj na podujatia, do ubytovacích zariadení, zaviedlo sa elektronické rezervovanie. Výrazný pokrok priniesol internet. Webové stránky, mailová komunikácia, mobilné aplikácie rozmach sociálnych sietí a blogov ešte viac podporujú tieto novinky.

Informačné technológie prispievajú k zvýšeniu efektivity práce aj v cestovnom ruchu. Jednak šetria čas, pretože sa údaje rýchlejšie vyhľadávajú. Takisto sa k jednotlivým dátam dajú priradiť iné potrebné informácie. Systémy sú schopné pracovať prepojene, teda záznamy z absolvovaných služieb možno automaticky priradiť k údajom klienta, ktorý je zarezervovaný na recepcii a do záverečného účtu sa mu k ubytovaniu a strave pripočítajú všetky využité služby, prípadne iné poplatky. V stravovacích zariadeniach sa napríklad objednávka hosťa zapíše do inteligentného zariadenia, odošle sa do kuchyne a do pokladne. Odpadáva papierová forma komunikácie, kedy sa môžu objednávkové lístky stratiť, môže dôjsť k nepochopeniu zapísaných údajov a podobne.

Tieto technológie prispievajú aj k zvýšenej konkurencieschopnosti spoločnosti, znižujú jej náklady. Počiatočné investície, ktoré môžu niektorých odradiť a obavy z nového, sú ale zanedbateľné v porovnaní s následným efektom. Toto sa potvrdilo aj v nami zvolenej spoločnosti v Správe cestovného ruchu Senec. Spoločnosť sa rozhodla pre zavedenie systému Horec a po niekoľkoročnom využívaní tohto rezervačného systému môže spoľahlivo prehlásiť jej kladný vplyv na organizáciu. Práca zamestnancov sa zefektívnila a zrýchlila. Zlepšili sa aj komunikačné schopnosti, nakoľko zamestnanci majú jednoduchší prístup k informáciám, návštevníci sa ľahšie evidujú, jednoduchšie sa priradujú alebo dohľadávajú požadované služby, účtovníctvo je prehľadné a tým aj priestor, ktorý venuje zamestnanec klientovi, je efektívnejšie využitý. Nakoľko sme sa nedostali k citlivým údajom spoločnosti, neuvádzame finančné vyjadrenie rozdielu vo výnosoch spoločnosti pred a po zavedení systému Horec.

Na doplnenie údajov do našej práce sme využili aj výsledky z dotazníkového zisťovania od klientov spoločnosti. Zistili sme, ako sa klienti so spoločnosťou zoznámili, ako využívajú jej informačné technológie a čo by zlepšili.

Naše odporúčania uvedenej spoločnosti smerujú k zvýšenému využívaniu informačných technológií. Doteraz sa využíval systém Horec na bookovanie bungalovov. Odporúčali by sme preto rozšíriť platformu tohto systému o ďalšie oblasti, napríklad pre rezerváciu stanového a karavanového kempu. Týmto by sa zvýšila aj možnosť kontroly voľných kapacít pre návštevníkov. Toto by ocenili aj klienti. S tým by súvisel pokles potreby telefonického alebo mailového zisťovania voľných miest a opäť je tu priestor pre efektívnejšie využitie časového fondu zamestnancov, ktorí sa môžu venovať iným aktivitám. Respondenti navrhovali ešte viac spropagovať spoločnosť na internete, pridať viac fotografickej a video dokumentácie, virtuálne prehliadky priestorov a okolia, pritiahnúť dokumentáciou uplynulých akcií ľudí na novinky.

POUŽITÁ LITERATÚRA

BASL, Josef, Roman BLAŽÍČEK. *Podnikové informační systémy*. 2. vydanie. Praha: Grada Publishing, 2008. 288 s. ISBN 978-80-247-2279-5.

BOROVSKÝ, Juraj a kol. *Cestovný ruch, trendy a perspektívy*. Bratislava: Iura Edition, 2008. 280 s. ISBN 978-80-8078-215-3.

GAJDOŠÍK, Tomáš a kol. *Informačné technológie v cestovnom ruchu*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2017. 207 s. ISBN 978-80-8168-588-0.

GÚČIK, Marian a kol. *Cestovný ruch. Úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, 2010. 308 s. ISBN 978-80-89090-80-8.

KIMLIČKA, Štefan. *Informačné systémy*. 1. vydanie. Martin: Slovenská národná knižnica, 2006. 240 s. ISBN 80-89023-88-6.

KOKLES, Mojmir, Aneta ROMANOVÁ. *Informačný vek*. Bratislava: Sprint- vfra, 2000. 300 s. ISBN 80-88848-66-0.

LESÁKOVÁ, Dagmar a kol. *Strategický marketingový manažment*. Bratislava: Sprint- vfra, 2001. 339 s. ISBN 80-88848-90-3.

NOVACKÁ, Ľudmila, Marta KULČÁKOVÁ. *Klient v cestovnom ruchu*. Bratislava: Euronion, 1996, 92 s. ISBN 80-85568-60-8.

ORIEŠKA, Ján. *Služby cestovného ruchu I*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2010. 150 s. ISBN 978-80-10-01831-4.

PALATKOVÁ, Monika, Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turizmu*. Praha: Grada Publishing, 2014, 264 s. ISBN 978-80-247-3643-3.

ŠEFČÍK, Vladimír a kol. *Manažment služieb hotelníctví a cestovního ruchu*. Český Těšín: 2 THETA, 2017. 240 s. ISBN 978-80-86380-84-1.

ASSECO solutions [online]. 2018 [cit. 2018-03-25] Dostupné z <https://www.assecosolutions.sk/o-nas.html>.

Horec [online]. 2018 [cit. 2018-03-25] Dostupné z: www.assecosolutions.sk/produkty/horec.html.

Horec [online]. 2018 [cit. 2018-03-25] Dostupné z: <https://cloud1.edupage.org/cloud/Horec.pdf?z%3A9G%2FBtAlbMNIT0W%2B5yO4FctHVVtyUGkeuu2oVAZmluTtmFrt1Tl6ZYs%2F%2F3pQFf0MV>

Informačný systém podniku [online]. 2018 [cit. 2018-03-11] Dostupné z: <https://managementmania.com/sk/informacny-system-podniku-enterprise-information-system>.

Logo Asociácie informačných centier Slovenska [online]. 2018 [cit. 2018-03-11] Dostupné z: http://zcrsr.christov.sk/wp-content/uploads/2015/04/09_aices1.jpg.

Modely hotelového systému Horec [online]. 2018 [cit. 2018-03-28] Dostupné z: www.amiplus.sk/moduly-hoteloveho-systemu-datalock-horec.

Obchodný zákonník [online]. 2018 [cit. 2018-03-24] Dostupné z: www.epi.sk/zz/1991-513#p536.

Objednávka [online]. 2018 [cit. 2018-03-28] Dostupné z: www.hotelovesystemy.sk/wiki/index.php/Horec_-_Hostia_-_Objedn%C3%A1vka.

Správa cestovného ruchu [online]. 2018 [cit. 2018-01-27] Dostupné z: www.cestovnyinformatior.sk/sk/23/sprava-cestovneho-ruchu-senec.html.

Správa cestovného ruchu Senec [online]. 2018 [cit. 2018-03-18] Dostupné z: www.slnecejazera.eu.

PRÍLOHY

Príloha č. 1

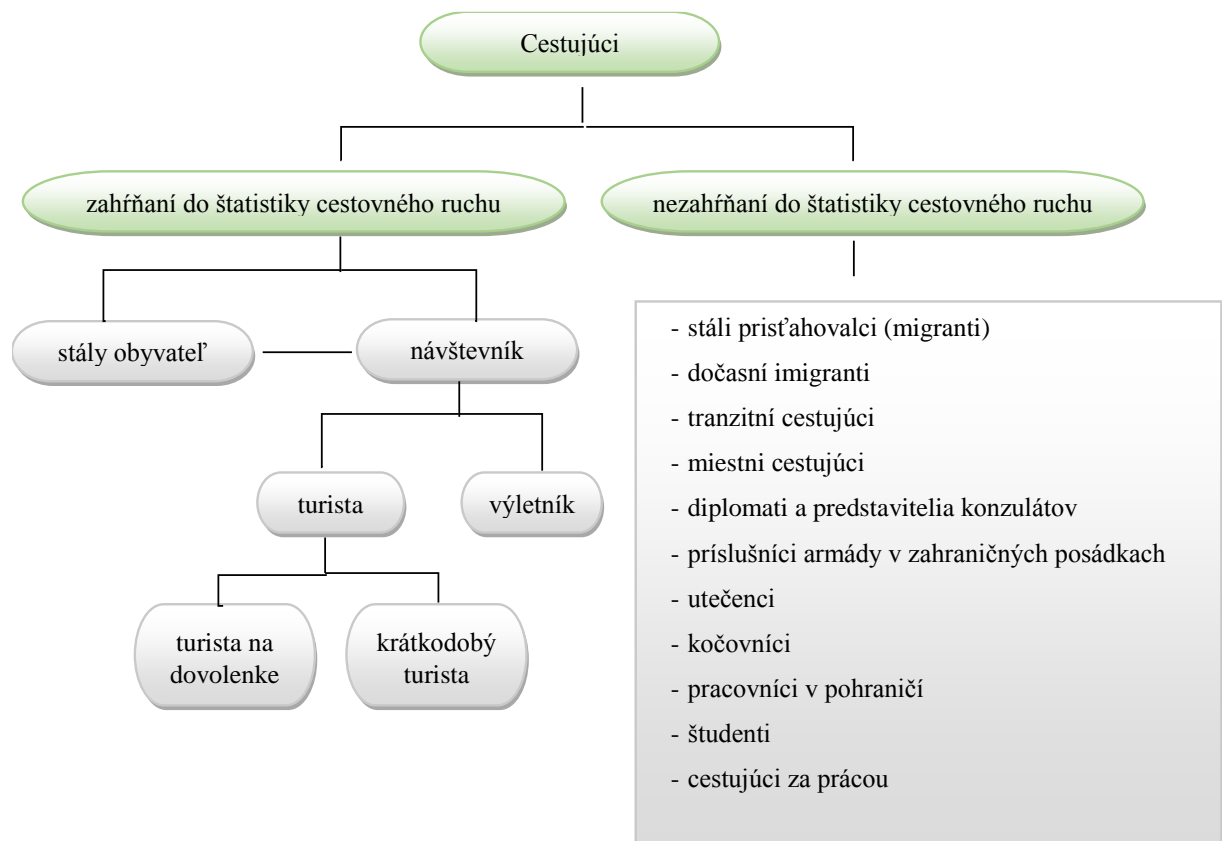
Tab. 6: Formy cestovného ruchu

FORMY CESTOVNÉHO RUCHU	
1. z geografického hľadiska domáci cestovný ruch zahraničný cestovný ruch medzinárodný cestovný ruch vnútorný cestovný ruch národný cestovný ruch regionálny cestovný ruch	6. podľa prevažujúceho miesta pobytu mestský cestovný ruch prímestský cestovný ruch vidiecky cestovný ruch agroturistika (ekoagroturistika) horský, vysokohorský cestovný ruch prímorský cestovný ruch
2. podľa počtu návštevníkov individuálny cestovný ruch skupinový cestovný ruch masový cestovný ruch ekologický cestovný ruch	7. podľa ročného obdobia sezónny (zimný, letný) cestovný ruch mimosezónny cestovný ruch celoročný cestovný ruch
3. podľa spôsobu organizovania neorganizovaný cestovný ruch organizovaný cestovný ruch	8. podľa použitého dopravného prostriedku motorizovaný cestovný ruch (autoturistika, mototuristika, karavaning) železničný cestovný ruch
4. podľa veku návštevníkov cestovný ruch detí mládežnícky cestovný ruch rodinný cestovný ruch seniorský cestovný ruch	9. z hľadiska dynamiky pobytový (statický) cestovný ruch putovný (dynamický) cestovný ruch
5. podľa dĺžky účasti na cestovnom ruchu výletný cestovný ruch krátkodobý cestovný ruch víkendový cestovný ruch dlhodobý cestovný ruch	10. zo sociologického hľadiska návštevy príbuzných a známych sociálny cestovný ruch etnický cestovný ruch

Zdroj: (Orieška, 2010, s.13)

Príloha č. 2

Obr. 24: Štruktúra cestujúcich podľa záverov medzinárodnej konferencie o štatistike cestovného ruchu (Ottawa, 1991)



Zdroj: (Orieška, 2010, s.10)

Príloha č. 3

Asociácia informačných centier Slovenska
Námestie mieru 1, 031 01 Liptovský Mikuláš, SR



PROFESIJNÝ (TECHNICKÝ) ŠTANDARD **PRE ČINNOSŤ** **TURISTICKÝCH INFORMAČNÝCH CENTIER (TIC)**

TIC je účelové zariadenie, ktoré zabezpečuje zber, spracúvanie a poskytovanie informácií v oblasti cestovného ruchu (CR) osobne, telefonicky, písomne, elektronickou formou a prostredníctvom sociálnych sietí. Zabezpečuje kontinuálnu informovanosť a servis pre domácich a zahraničných návštevníkov. Jeho poslaním je mapovanie atraktivít, produktov CR a podujatí, vytváranie komplexnej a aktuálnej ponuky CR v danej destinácii.

1. POSKYTOVANIE SLUŽIEB

1.1. PRIJÍMANIE NÁVŠTEVNÍKOV

1.1.1. Umiestnenie a prístup

TIC musí byť lokalizované na mieste s najvyššou koncentráciou návštevníkov (napr. centrum mesta (obce), miesto s výskytom atraktivít CR, miesta dopravných uzlov). Musí byť viditeľne označené symbolom „i“, umiestneným na alebo pred budovou a plným názvom TIC. Prístup do TIC musí byť zabezpečený aj pre telesne handikepovaných návštevníkov. V prípade, ak nie je možné zabezpečiť do budovy bezbariérový prístup, musia byť týmto osobám nápomocní pracovníci TIC. Umiestnenie TIC musí byť uvedené na mapách a v brožúrach vydávaných TIC.

TIC musí mať vytvorený informačný navigačný systém k svojej prevádzke pre peších a motoristov, na hlavných prístupových trasách do miesta jeho pôsobnosti musia byť inštalované smerovníky a informačné tabule navádzajúce návštevníkov smerom k TIC.

Zdroj: <http://www.aices.sk/profesijny-technicky-standard-pre-cinnost-tic.phtml?id3=124585>

1.1.2. Otváracie hodiny

TIC musí byť otvorené minimálne 5 dní v týždni a minimálne 30 hodín týždenne. Otváracie hodiny si TIC stanovuje s ohľadom na počet návštevníkov, aktivity cestovného ruchu a sezónnosť. Prevádzkovú dobu musí mať zverejnenú vo svojom vstupnom priestore v slovenskom a anglickom jazyku, viditeľnú aj z exteriéru. Mimo otváracích hodín poskytuje informácie aj prostredníctvom webstránky destinácie, informačných kioskov, citylightov alebo mobilných aplikácií. Telefónny záznamník musí informovať volajúcich o otváracích hodinách min. v dvoch jazykoch.

1.1.3. Kontakt

TIC musí mať písomne spracovanú etiketu - pravidlá správania sa a komunikácie s klientom. Zamestnanci TIC musia pôsobiť profesionálne a poskytovať relevantné služby. Musia byť ľahko identifikovateľní svojím oblečením alebo označením menovkou. Doporučuje sa aj forma identifikácie jazykov, ktoré konkrétny zamestnanec ovláda.

1.1.4. Ústna a písomná komunikácia

Kontaktné informácie na TIC musia byť šírené všetkými dostupnými komunikačnými prostriedkami. TIC musí mať spracované postupy telefonickej a písomnej komunikácie s návštevníkom vrátane časových limitov na prijatie hovoru a vybavenie písomného dopytu (zdvihnutie telefónu do štvrtého zvonenia, vybavenie listovej korešpondencie do troch pracovných dní, vybavenie e-mailovej korešpondencie do 2 pracovných dní a reakcia na dopyty prostredníctvom sociálnych sietí max. do 24 hodín).

1.2. POSKYTOVANIE INFORMÁCIÍ

1.2.1. Informácie pre návštevníkov

TIC musí poskytovať informácie len o tých podnikoch a zariadeniach cestovného ruchu, ktoré vykonávajú svoju činnosť v súlade s platnými predpismi. TIC musí poskytovať všeobecné a špecifické informácie o destinácii a atraktivitách cestovného ruchu, a tým uľahčiť rozhodovanie návštevníka. Informácie musia byť pravidelne aktualizované a TIC musí poskytnúť webstránku alebo inú elektronickú podporu na ich publikovanie. Informácie musia brať do úvahy aj záujmy a potreby hendikepovaných osôb. TIC musí vykonávať vo vlastnej réžii prieskumy zamerané na počty návštevníkov, ich národnosť a spokojnosť s poskytovanými službami.

Základná štruktúra informácie, s ktorou TIC pracuje je: názov subjektu, adresa, telefón, fax, email, web, v prípade podujatí aj žánér, dátum, miesto konania a vstupné.

Základný rozsah informácií, ktoré TIC poskytuje bezplatne:

- Kultúrno-historický potenciál, národné kultúrne pamiatky, mestské pamiatkové rezervácie, rezervácie ľudovej architektúry, sakrálne pamiatky.
- Prírodný potenciál - horstvo, vodstvo, chránené územia (národné parky, prírodné rezervácie, chránené areály, prírodné pamiatky, prírodné výtvyry).
- Dopravná orientácia v destinácii (trasy liniek MHD, cestovné), optimálne spojenia s destináciou, osobné dopravné horské zariadenia.
- Pobytová, voľnočasová a produktová ponuka v danej destinácii CR:
 - Ubytovacie zariadenia
 - Stravovacie zariadenia
 - Prehliadky danej destinácie vykonávané certifikovanými sprievodcami
 - Služby cestovných kancelárií a agentúr
 - Kultúrno-spoločenské zariadenia: múzeá, galérie, výstavné siene, knižnice, kiná, divadlá, atď.
 - Zariadenia pre wellness a relax
 - Športové zariadenia, turistické, bežecké a cyklistické trasy
- Prehľad dôležitých inštitúcií a zariadení – inštitúcie štátnej a verejnej správy, zastupiteľské úrady SR v zahraničí a zastupiteľské úrady iných štátov v SR, zdravotnícke zariadenia, banky, zmenárne, atď.
- Prehľad o aktuálnych kultúrnych, spoločenských, športových a obchodných podujatiach v danej destinácii: kultúrne a športové akcie, kongresy, veľtrhy, výstavy, jarmoky, náboženské púte, folklórne slávnosti, mestské oslavy atď.

1.2.2. Zdroje informácií

TIC musí pravidelne komunikovať s poskytovateľmi služieb CR vo verejnom a súkromnom sektore v danej destinácii. Zozbierané informácie si TIC triedi a archivuje a aktualizuje minimálne 2x ročne (v sezónnom TIC raz ročne). TIC má vytvorenú vlastnú informačnú databázu v elektronickej podobe – v on line verzii v rámci svojej webstránky alebo v off line verzii, ktoré preukázateľne aktualizuje. TIC si vedie kalendár podujatí konaných v danej destinácii a jej okolí. TIC má vyčleneného pracovníka na správu obsahu informácie, poprípade túto činnosť zastrešuje v rámci kumulovanej funkcie.

1.2.3. Obchodná činnosť

TIC môže vykonávať aj obchodnú činnosť ako doplnkovú v súlade s platnou legislatívou. Jedná sa o predaj produktov a služieb cestovného ruchu, či už vlastných alebo partnerských

(predaj suvenírov a publikácií, prehliadok mesta, zľavových kariet, predaj dopravných cenín, zapožičiavanie bicyklov, atď.). Pracovníci TIC sa musia vedieť orientovať v problematike vytvárania služieb a ich ponuky pre verejnosť.

1.2.4. Štatistiky a analýzy

TIC si musí vytvoriť vlastný systém, ktorý umožní poznať detailný profil návštevníkov a ich požiadavky na mesačnej báze:

- a) Počet návštevníkov
- b) Pôvod návštevníkov a príčinu ich návštevy
- c) Druh požadovanej služby
- d) Spokojnosť návštevníkov, ich pripomienky a sťažnosti

Zozbierané údaje slúžia na marketingové účely TIC a destinácie. TIC sa zaoberá manažmentom sťažností návštevníkov destinácie (TIC nevybavuje sťažnosti za svojich klientov spojené s nespokojnosťou so službami destinácie priamo, ale doporučuje ich na príslušné inštitúcie na ochranu spotrebiteľa alebo príslušné nadriadené inštitúcie a profesijné zväzy.

1.2.5. Komunikácia a propagácia

TIC musí udržiavať pravidelný kontakt s poskytovateľmi služieb v destinácii a inými zainteresovanými subjektmi za účelom vytvárania stratégií a komunikačných plánov, ktoré musia byť v pôsobnosti TIC. TIC môže za účelom propagácie destinácie organizovať aj spoplatnené alebo bezplatné podujatia.

2. ĽUDSKÉ ZDROJE

TIC musí zamestnávať minimálne 2 pracovníkov, z toho 1 musí byť v trvalom pracovnom pomere. Pracovníci ovládajú min. 1 svetový jazyk – jazyk anglický a ostatné jazyky s ohľadom na požiadavky návštevníkov. Pracovník TIC musí mať ukončené min. stredoškolské vzdelanie, absolvovanie odboru Cestovný ruch a získané osvedčenie o sprievodcovskej činnosti sú výhodou. Pracovník TIC musí byť zorientovaný v destinácii, musí zvládať komunikačné zručnosti (vedieť efektívne komunikovať, prispôbiť svoju komunikáciu rôznym typom návštevníkov, vystupovať asertívne, predchádzať konfliktom a zvládať ich riešenie) a vedieť využívať informačné a komunikačné technológie. V prípade potreby, rovnako za účelom zvyšovania úrovne poskytovaných služieb, zabezpečí TIC pre svojich pracovníkov (stálych i sezónnych) odbornú prípravu súvisiacu s vylepšením

pracovných postupov, využívaním informačných a komunikačných technológií, spracovaním turistických informačných zdrojov a ich elektronickou prezentáciou, lepším spoznávaním destinácie, jej produktov a iných poskytovateľov služieb v CR, so získaním osvedčenia o sprievodcovskej činnosti, s výukou cudzích jazykov a v neposlednom rade komunikačnými a prezentačnými zručnosťami. TIC si každoročne stanovuje kalendár odbornej prípravy a jej minimálny rozsah, v inom prípade sa doporučuje min. dvojročný interval v odbornej príprave zameraný predovšetkým na spoznávanie destinácie a zvládanie psychologických aspektov komunikácie z dôvodu psychickej náročnosti práce.

2.1. Infraštruktúra a zariadenie

TIC musí dodržiavať platnú legislatívu týkajúcu sa dostupnosti a bezpečnosti. Zariadenia TIC musia spĺňať všetky požiadavky špecifikované v platnej legislatíve týkajúce sa núdzových systémov a požiarneho predpisov. Súčasťou priestoru TIC musí byť aj verejná toaleta pre jeho návštevníkom, v prípade, ak to nedovoľujú priestorové a technické podmienky, zabezpečí TIC navigáciu na najbližšie verejné toalety v jeho blízkosti. TIC musí mať na vstupe viditeľne uvedené meno zodpovedného vedúceho a musí spĺňať podmienky verejnej prevádzky podľa Živnostenského zákona – Zákon 455/1991 Zb. Vybavenie a zázemie TIC musí umožňovať pracovníkom kvalitné poskytovanie a spracovávanie informácií. TIC musí byť vybavené minimálne informačným pultom / konzultačným miestom a klientskym kútikom so sedením. Návštevníkom TIC môže byť poskytnutá možnosť využitia internetu (bez odplaty alebo za úhradu). TIC musí byť vybavené informačnými panelmi a stojanmi na vyloženie prezentačných propagačných materiálov o danej destinácii a jej okolí.

2.2. Materiálno – technické vybavenie a komunikačné technológie

Základné materiálno - technické vybavenie TIC tvorí PC, kancelársky software (MS OFFICE, openoffice...), internetové pripojenie, pevná telefónna linka, mobilná telefónna linka, tlačiareň, skener, poprípade tablet, notebook, dotykové obrazovky. TIC musí mať prístup k technológiám, ktoré umožňujú vytváranie a prenos dokumentov, spravovanie autonómneho informačného systému a vytváranie obsahu kompatibilného s mobilnými aplikáciami.

Schválené Valným zhromaždením AICES dňa 25. novembra 2015 v Poprade.

Príloha č. 4

Akceptácia zmeny rozsahu APV hotelových a reštauračných systémov

Nadobúdateľ	Správa cestovného ruchu Senec s. r. o.	Poskytovateľ	Asseco Solutions, a.s.
Ulica, or. č.:	Námestie 1. mája 53/4	Ulica, or. č.:	Plynárska 7/C
Mesto:	Senec 903 01	Mesto:	821 09 Bratislava
Štatut. orgán:	Ing. Róbert Podolský	V zastúpení:	Gabriela Juríková, na základe plnej moci
IČO:	44 537 476	IČO:	00 602 311
IČ DPH:	SK2022742293	IČ DPH:	SK2020447990
Zápis v OR:	zapísaný v obchodnom registri Okresného súdu Bratislava I, oddiel Sro, vložka č.56029/B	Zápis v OR:	zapísaný v obchodnom registri Okresného súdu Bratislava I, oddiel Sa, vložka č.81/B
Č. účtu:		Č. účtu:	SLSP: 0177990855/0900
E-mail:	skablova@sinecnajazerasenec.sk	E-mail:	hotel@assecosol.eu
Tel.:	02/45923324	Tel.:	+421 206 77 111
Kontaktná os., názov, adresa prevádzky:	Dana Škablová Ubytovanie Bungalovy Sinečné jazera juh	Predajca:	Mgr. Branislav Krajčovič

Akceptujeme Vašu žiadosť o zmenu rozsahu APV zo dňa 17.12.2015. Vašej žiadosti bolo pridelené číslo HRS-1-2007-035/1. Dnešným dňom Vám vzniká právo používať aktuálnu verziu APV v rozsahu uvedenom v Prílohe č. 1.

V Bratislave dňa 18.12.2015

Poskytovateľ
Gabriela Juríková, na základe plnej moci
Asseco Solutions, a.s.

Poskytovateľ
Ing. Radoslav Balvan, prokurista
Asseco Solutions, a.s.

ASSECO
SOLUTIONS

Hotelové a reštauračné systémy

Plynárska 7/C, 821 09 Bratislava
tel: +421 2 206 77 111, fax: +421 2 206 77 103
IČO: 00602311, IČ DPH: SK2020447990

**Žiadosť o zmenu rozsahu
APV hotelových a reštauračných systémov č. HRS-1-2007-035**

Nadobúdateľ*	Správa cestovného ruchu Senec s. r. o.	Poskytovateľ	Asseco Solutions, a.s.
Ulica, or. č.º:	Námestie 1. mája 53/4	Ulica, or. č.º:	Plynárenská 7/C
Mestoº:	Senec 903 01	Mesto:	821 09 Bratislava
Štatut. orgánº:	Ing. Róbert Podolský	V zastúpení:	Gabriela Juriková, na základe plnej moci
IČOº:	44 537 476	IČO:	Ing. Radoslav Balvan, prokurista
IČ DPHº:	SK2022742293	IČ DPH:	00 602 311
Zápis v OR:	zapisaný v obchodnom registri Okresného súdu Bratislava I, oddiel Sro, vložka č.56029/B	Zápis v OR:	SK2020447990
Č. účtuº:		Č. účtu:	zapisaný v obchodnom registri Okresného súdu Bratislava I, oddiel Sa, vložka č.81/B
E-mailº:	skablova@slnecejazerasenec.sk	E-mail:	SLSP: 0177990855/0900
Tel.º:	02/45923324	Tel.:	hotel@assecosol.eu
Kontaktná o.º:	Dana Škablová	Preďajca:	+421 206 77 111
Názov prev.º:	Ubytovanie Bungalovy		Mgr. Branislav Krajčovič
Adresa prev.º:	Slnečné jazerá juh		

* Údaje sú povinné, bez ich vyplnenia nebude žiadosť akceptovaná.

Rozšírenie licencie Zníženie rozsahu licencie

Licencia	Zmena rozsahu o (vyplníte ručne)	Výsledná licencia	Cena dokupu	Základ pre výpočet RAP
Horec - hotelový systém				
Počet izieb	-45	39		1 598,15 €
Predajná pokladňa systému		1		229,00 €
Cena dokúpených licencií				0,00 €
Cena implementačných služieb				
Základ pre výpočet RAP z cennikovej ceny				1 827,15 €
Výsledná RAP po zmene rozsahu licencií				364,43 €
Cena RAP za rok 2016				728,86 €

Poznámky:

- Všetky ceny sú uvedené bez DPH.
- Služby budú faktúrované podľa skutočnosti na základe Nadobúdateľom odsúhlasených protokolov.
- Nadobúdateľ vyhlasuje, že sa oboznámil so Všeobecnými obchodnými podmienkami Poskytovateľa pred podpisom žiadosti, súhlasí s nimi a zaväzuje sa ich dodržiavať aj v budúcnosti. Aktuálne VOP sú k nahliadnutiu na webovej stránke Poskytovateľa www.assecosol.eu.
- Právo Nadobúdateľa používať aktuálnu verziu aplikačného programového vybavenia uvedeného v tejto žiadosti vzniká dňom podpisu Akceptácie žiadosti o zmenu rozsahu zo strany Poskytovateľa, týmto dňom nadobúda uvedená žiadosť platnosť a účinnosť a vzniká právo Poskytovateľa na fakturáciu ceny APV.
- Základ pre výpočet RAP platný ku dňu podpisu Žiadosti o zmenu rozsahu APV hotelových a reštauračných systémov sa mení o cennikovú cenu zvýšeného alebo zníženého rozsahu licencie.
- Nadobúdateľ si je vedomý, že akceptáciou tejto žiadosti zo strany Poskytovateľa dochádza k zmene zmluvných podmienok dohodnutých v doteraz akceptovaných návrhoch alebo v písomne uzavretých zmluvách.
- Nadobúdateľ zaplatí Poskytovateľovi platbu za Systémovú Podporu (RAP) na základe zálohovej faktúry, za obdobie od 01.01.2016 do 31.12.2016 vo výške 728,86 € bez DPH.
- Od roku 2017 sa Nadobúdateľ zaväzuje hradíť RAP každý kalendárny rok po celú dobu používania APV Horec vo výške 20% z cennikovej ceny APV podľa platného cenníka Poskytovateľa bezhotovostným prevodom na základe zálohovej faktúry vystavenej Poskytovateľom nasledovne: dňa 1. januára príslušného kalendárneho roka sa vypočíta príslušná časť RAP na obdobie do 30.06. daného kalendárneho roka a dňa 1. júla príslušného kalendárneho roka sa vypočíta príslušná časť RAP na obdobie do 31.12. daného kalendárneho roka.

V Seneci dňa 14.12.2015

Správa cestovného ruchu Senec s.r.o.
Námestie 1. mája 4, 903 01 Senec
IČO: 44 537 476
IČ DPH: SK2022742293
- 2 -

oprávnená osoba nadobúdateľa
(Ing. Róbert Podolský)

**Akceptácia zmeny rozsahu
APV hotelových a reštauračných systémov**

Príloha č. 1: Prehľad Vašej zaregistrovanej licencie (licencie a RAP)

Licencia	Zmena rozsahu o (vyplňte ručne)	Výsledná licencia	Cena dokupu	Základ pre výpočet RAP
Horec - hotelový systém				
Počet izieb	-45	39		1 598,15 €
Predajná pokladňa systému		1		229,00 €
Cena dokúpených licencií			0,00 €	0,00 €
Cena implementačných služieb			0,00 €	
Základ pre výpočet RAP z cennikovej ceny			0,00 €	1 827,15 €
Výsledná RAP po zmene rozsahu licencií			0,00 €	364,43 €

Príloha č. 2: Podmienky poskytovania služby Hotel-Line

Predmetom plnenia tejto služby je poskytovanie nepretržitej telefonickojej služby „Hotel-Line“. Touto službou sa rozumie poskytovanie nepretržitej telefonickojej služby (podpory) počas celého roka. Touto službou sa poskytujú konzultácie a poradenstvo v okruhu problémov súvisiacich s prevádzkou systémov dodávanými Poskytovateľom – systém Horec, BlueGastro, Monetka, Atu-w. Konzultácie a poradenstvo sa poskytujú aj v okruhu technických porúch a výpadkov do rozsahu súvisiaceho s uvedenými systémami.

Poradenstvo je poskytované osobitne pre systém reštauračnej prevádzky Bluegastro – Gastro-Line a zvlášť pre systém Horec, fonetka a Atu-w – Horec-Line. Rovnako sú aj dané služby oddeľované pri fakturácii. Touto službou je možné dohodnúť aj objednávku a servisný zásah. Servisné zásahy požadované mimo pracovnej doby alebo časovo limitované, budú spoplatnené podľa Všeobecného cenníka služieb.

V prípade obsadenej linky bude zabezpečená automatická odkazová služba. Po uvoľnení linky bude na základe odkazu, v ktorom musí byť zanechané meno osoby, názov zariadenia a telefónne číslo, zákazník upozornený, že linka je prístupná. V prípade technickej poruchy na telefónnom zariadení alebo v prípade nemožnosti dosahu spojenia bude zákazníkovi zanechaná správa na odkazovej službe dočasnej linky, resp. na túto linku bude hovor automaticky presmerovaný alebo bude manuálne najneskôr do 6 hodín oznámená očasná linka, ktorá bude plniť uvedené služby. Toto prípadné manuálne oznámenie bude realizované e-mailom alebo faxom alebo telefonicky. Prístupná je tiež služba prijímania krátkych textových správ (SMS).

Cena za mesiac plnenia je uvedená v prílohe č.1 Rekapitulácia cenovej kalkulácie. Ak bude daná služba (Horec-Line, alebo Gastro-line) využívaná nepretržite po dobu 12 mesiacov, v nasledujúcom období využívania sa znižuje mesačný poplatok o 10%.

Fakturácia sa bude uskutočňovať jedenkrát mesačne, osobitne za Horec-Line a osobitne za Gastro-Line a bude obsahovať mesačný poplatok za nasledujúce fakturačné obdobie a rekapituláciu všetkých poskytnutých telefonických služieb na linke „Hotel-Line“ za nasledujúce fakturačné obdobie. Faktúry sú splatné podľa údajov na nich uvedených. Podkladom pre fakturáciu bude evidencia poskytnutých služieb od Poskytovateľa. V prípade, že Poskytovateľ nebude poskytovať službu z akýchkoľvek dôvodov súvislo viac ako 4 hodín, znižuje sa paušálny poplatok v nasledujúcom mesiaci o 10% za každých celých 24 hodín neposkytovania služby.

Zmluva o službe sa uzatvára na dobu neurčitú, minimálne však na šesť mesiacov. Telefónne číslo pre Horec-Line a Gastro-Line služby bude dodané ihneď po podpise Zmluvy. Zmluvu o poskytovaní Hotel-Line je možné po uplynutí minimálnej doby vypovedať zájomnou dohodou okamžite alebo jednostranne s výpovednou dobou dva mesiace. Dňom ukončenia platnosti Zmluvy končí aj poskytovanie služby „Hotel-Line“.

Príloha č. 5

Dotazník

Dobrý deň, ďakujeme za Vašu ochotu a vyplnenie tohto krátkeho dotazníka. Jeho výsledky poslúžia pri vyhodnocovaní praktickej časti našej bakalárskej práce o informačných technológiách v Správe cestovného ruchu Senec.

1. Vaše pohlavie:

- ✓ muž
- ✓ žena

2. Váš vek:

- ✓ 15-20 rokov
- ✓ 21-35 rokov
- ✓ 36-45 rokov
- ✓ 46-60 rokov
- ✓ nad 61 rokov

3. Ako často využívate služby Správy cestovného ruchu Senec:

- ✓ toto je prvý raz
- ✓ občas
- ✓ pravidelne

4. Akým spôsobom ste sa dozvedeli o činnosti spoločnosti Správa cestovného ruchu Senec:

- ✓ odporučili mi ju známi
- ✓ z internetu
- ✓ z tlačovín a podobne

5. Ako ste spokojný/á s informačnými technológiami, ktoré sú dostupné pre SCR Senec:

- ✓ tieto technológie nevyužívam
- ✓ čiastočne tieto technológie využívam, ale uprednostňujem telefonický alebo osobný kontakt na získanie informácií
- ✓ informačné technológie využívam veľmi často

6. Aké zlepšenia by ste navrhli pre Správu cestovného ruchu Senec:

