

**Rámcové témy dizertačných prác  
na akademický rok 2019/2020  
pre študijný program cestovný ruch**

**1. Ekonomika spoločného využívania ako nová vedecká paradigma a jej uplatnenie v cestovnom ruchu na Slovensku**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** Ekonomika spoločného využívania je novou paradigmou, ktorá vďaka del'be spotreby zefektívňuje využitie už existujúcich zdrojov a maximalizuje úžitok spotrebiteľa, resp. mieru využitia už nadobudnutého tovaru alebo služby. Vďaka informačným technológiám naberá globálny rozmer a čoraz významnejšie zasahuje aj do podnikania. Odhaduje sa, že o niekoľko rokov zásadne zmení trh, a to tak na strane dopytu, ako aj na strane ponuky. K najvyužívanejším službám ekonomiky spoločného využívania pritom v súčasnosti patria ubytovacie a dopravné služby, ktoré sa ponúkajú cez rôznorodé platformy (napr. Airbnb, Couchsurfing, Uber, BlaBlaCar). V kontexte zmien správania návštevníkov v cestovnom ruchu je predpokladaným výsledkom práce preskúmať súčasnú ponuku a dopyt po službách cestovného ruchu na Slovensku poskytovaných na princípe ekonomiky spoločného využívania a identifikovať perspektívy ich ďalšieho rozvoja.

Školiteľ: doc. Ing. Kristína Pompurová, PhD.

**Collaborative economy as a new scientific paradigm and its application in tourism in Slovakia**

**Aim and expected results:** A collaborative economy is a new paradigm that, thanks to the consumption sharing, makes the use of existing resources more efficient and maximizes consumer benefits. Due to information technologies, it acquires a global dimension and increasingly influences business. It is estimated that in a few years, it will basically change the market, both on the demand and supply side. At the present, the most used services of the collaborative economy are accommodation and transport services, which are offered through the heterogeneous platforms (eg Airbnb, Couchsurfing, Uber, BlaBlaCar). In the context of visitors' behaviour changes, the aim of the thesis is to examine the current supply and demand for tourism services in Slovakia provided on the principle of collaborative economy, and to identify prospects for their further development.

Supervisor: doc. Ing. Kristína Pompurová, PhD.

**2. Zmeny v dopyte po domácom cestovnom ruchu v SR a ČR**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** Domáci cestovný ruch je dôležitou hnacou silou rozvoja a rastu. Práca pomocou analýzy časových radov, dostupných publikácií a dokumentov, ako aj na základe primárnych zdrojov informácií skúma vývoj dopytu po domácom cestovnom ruchu v SR a ČR za posledných 25 rokov. Predpokladaným prínosom dizertačnej práce je identifikovanie faktorov, ktoré v najväčšej miere ovplyvnili zmeny dopytu po domácom cestovnom ruchu v skúmaných krajinách a formulovanie návrhov na prispôsobenie ponuky cestovného ruchu súčasnemu dopytu domácich obyvateľov.

Školiteľ: doc. Ing. Kristína Pompurová, PhD.

**Changes in demand for domestic tourism in Slovakia and the Czech Republic**

**Aim and expected results:** Domestic tourism is an important driver of economic development and growth. The dissertation thesis uses the time series analysis, available publications and documents as well as the primary sources of information to examine the development of demand for domestic tourism in Slovakia and Czech Republic for the last 25 years. The

expected outcome is to identify the most important factors influenced the changes in demand for domestic tourism in selected countries and to formulate the recommendations for domestic tourism product adaptation.

Supervisor: doc. Ing. Kristína Pompurová, PhD.

### **3. Spotrebiteľské správanie mladých ľudí v cestovnom ruchu na Slovensku**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** Mladí ľudia sú významným segmentom na trhu cestovného ruchu. Práca na základe sekundárnych zdrojov a primárnych údajov skúma spôsoby, akými si mladí ľudia na Slovensku vyberajú, kupujú a spotrebúvajú produkty uspokojujúce ich potreby v cestovnom ruchu. Predpokladaným prínosom dizertačnej práce je formulovanie návrhov na vymedzenie segmentov mladých ľudí v cestovnom ruchu na Slovensku a odporúčania pre tvorbu produktu zodpovedajúceho ich potrebám.

Školiteľ: doc. Ing. Kristína Pompurová, PhD.

### **Consumer behaviour of young people in tourism in Slovakia**

**Aim and expected outcomes:** Young people represent an important segment in tourism. Based on secondary and primary data, the dissertation thesis examines the ways in which young people in Slovakia choose, buy and use tourism products. The expected contribution of the dissertation thesis is to formulate proposals for definition of youth segments in tourism in Slovakia and to suggest the recommendations for creating a product corresponding to the young people needs.

Supervisor: doc. Ing. Kristína Pompurová, PhD.

### **4. Inovácie v slovenskom hotelierstve a ich vplyv na konkurencieschopnosť v európskom kontexte**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** Inovácie sú prirodzenou súčasťou rozvoja každého odvetvia v záujme zachovania jeho konkurencieschopnosti. Tieto inovácie prinášajú výrazný pokrok predovšetkým z hľadiska kvality produktu ale aj procesov, organizácie manažmentu a marketingu. Inovácie tak predstavujú výrazný pozitívny prvok v konkurenčnej súťaži na trhu cestovného ruchu. Ich význam na spoločnom trhu EÚ do značnej miery prekračuje hranice SR ako cieľového trhu a súvisí s novým chápaním spoločného trhu vrátane schengenského priestoru ako sústavy vzájomne prepojených a ovplyvňujúcich sa konkurenčných cieľových miest. Podstatné je aj nazeranie na konkurenčné trhy z pohľadu kľúčových cieľových skupín v kontexte strednej Európy, kde slovenské hotely súperia o rovnaké alebo podobné cieľové skupiny hostí a s rovnakým alebo podobným produktom. Predpokladaným výsledkom je identifikovanie kľúčových inovácií v slovenských hoteloch, ktoré majú podstatný vplyv na konkurencieschopnosť v európskom kontexte a predstavujú záruku stability a rastu slovenského hotelierstva do budúcnosti.

Školiteľ: doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD.

### **Innovations in Slovak hotels and their impact on competitiveness in the European context**

**Objectives and expected outcomes:** Innovations are a natural part of the development of each industry in order to maintain its competitiveness. These innovations make significant progress, especially in terms of product quality, but also processes, management organization and marketing. Innovations are a significant positive element in competition process in the tourism market. Their importance in the EU common market largely exceeds the boundaries of the Slovak Republic as a target market and is related to the new understanding of the common market, including the Schengen area, as a system of interconnected and influencing competitive destinations. It is also essential to look at competitive markets from the point of view of key target groups in the context of Central Europe where Slovak hotels compete for the same or

similar target groups of guests and with the same or similar product. The expected result is the identification of key innovations in Slovak hotels, which have a significant impact on competitiveness in the European context and represent a guarantee of stability and growth of the Slovak hospitality for the future.

Supervisor: doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD.

## **5. Trendy v cestovnom ruchu a ich vplyv na formovanie ponuky hotelov na Slovensku**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** Trendy v cestovnom ruchu sú súborom javov a vzťahov na strane ponuky a dopytu, ktoré výrazne ovplyvňujú dianie v hotelierstve. Tieto trendy spravidla vychádzajú z praxe vyspelých štátov s dlhodobou tradíciou rozvoja cestovného ruchu. V týchto štátoch je obvykle kúpyschopnosť obyvateľstva a rozhodujúcich cieľových skupín vyššia ako u nás, čo vytvára predpoklady pre rozsiahle investície a rýchly rast. Následne sa ale vplyvom silných globalizačných tendencií na trhu cestovného ruchu prejavujú tieto trendy rýchlo v ponuke aj dopyte po cestovnom ruchu aj na Slovensku v podmienkach hotelov. Často sa tak rozhodujúce vplyvy formujúce ponuku a dopyt u nás prenášajú z iného kultúrneho prostredia a preto je nevyhnutné ich na strane hotelov včas identifikovať a prijať potrebné opatrenia v záujme vytvorenia predpokladov pre stabilizáciu a rast na konkurenčnom trhu Európy do budúcnosti. Predpokladaným výsledkom je identifikácia kľúčových trendov na strane ponuky a dopytu, ich porovnanie s vývojom v zahraničí a návrh odporúčaní pre slovenské hotely ako včas identifikovať a implementovať tieto trendy v záujme stability a rastu do budúcnosti.

Školiteľ: doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD.

## **Trends in tourism and their influence on the offer creation of hotels in Slovakia**

**Objectives and expected outcomes:** Tourism trends are a set of phenomena and relationships on the supply and demand side that have a significant impact on hotel management. These trends are generally based on the practice of developed countries with a long-standing tradition of tourism development. In these countries, the purchasing power of the population and the target audiences is usually higher than in our country, which creates the conditions for large investments and rapid growth. However, due to the strong globalization trends in the tourism market, these trends are rapidly showing in the demand and supply side in Slovak tourism as well. Often, the crucial determinants of supply and demand are coming from other cultural environments, and it is therefore essential that they identify and take timely action on the side of the hotel in order to create preconditions for stabilization and growth in a competitive European market for the future. The expected outcome is to identify key trends in supply and demand, compare them with developments in our country, and preparing recommendations for Slovak hotels to identify and implement these trends in time for stability and growth in the future.

Supervisor: doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD.

## **6. Historické hotely v rozvoji cestovného ruchu na Slovensku v kontexte európskej konkurencie**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** Historické hotely sa stali v posledných rokoch stabilnou súčasťou rozvoja trhu cestovného ruchu. Ich vznik je spojený so zmenou spotrebiteľského správania v cestovnom ruchu, ktorá súvisí s hľadaním autenticity a jedinečnosti zážitku v globalizovanom svete a ponuke charakteristickej uniformnosťou a štandardizáciou. Hostia sú na jednej strane skúsení a vyžadujú kvalitný produkt zodpovedajúci vysokým nárokom a štandardom, na druhej strane ale očakávajú originalitu a výnimočnosť, ktorú poskytujú práve historické hotely. Tieto ubytovacie zariadenia tak môžu výrazne spestriť ponuku na trhu

ubytovacích služieb v cestovnom ruchu a vytvoriť predpoklady pre posilnenie rastu dopytu v cestovnom ruchu na Slovensku. Predpokladaným výsledkom je identifikácia potenciálu a kľúčových konkurenčných predností historických hotelov na globalizujúcom sa trhu cestovného ruchu a návrh odporúčaní pre ďalšie skvalitnenie služieb ponúkaných týmito hotelmi v kontexte európskej konkurencie.

Školiteľ: doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD.

### **Historical hotels in the development of tourism in Slovakia in the context of European competition**

**Objectives and expected outcomes:** Historical hotels have become a stable part of the tourism market development in recent years. Their rise is linked to a change in consumer behavior in tourism, which is related to the search for authenticity and uniqueness of experience in a globalized world and an offer characterized by uniformity and standardization. On the one hand, guests are experienced and require a high-quality product that meets high standards, but on the other hand they expect the originality and uniqueness of the historic hotels. These accommodation facilities can greatly diversify the offer on the tourist accommodation market and create the prerequisites for strengthening the growth in demand for tourism in Slovakia. The expected result is to identify the potential and key competitive advantages of historic hotels in the globalizing tourism market and to propose recommendations for further improvement of the services offered by these hotels in the context of European competition.

Supervisor: doc. Ing. Andrej Malachovsky, PhD.

### **7. Inteligentné cieľové miesta ako stimul konkurencieschopnosti v cestovnom ruchu**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** Inteligentné cieľové miesta sú novou koncepciou v cestovnom ruchu a na jej správne uplatňovanie je potrebné integrovať poznatky z rôznych disciplín, najmä z informačných systémov, manažmentu, marketingu, územného plánovania, spravovania cieľových miest, ako aj kvalitatívnej a kvantitatívnej analýzy dát. Uplatnenie tejto koncepcia prináša výhody pre návštevníkov, ale aj pre manažmenty cieľových miest. Z manažérskeho pohľadu prináša nové príležitosti ako skúmať informácie a vytvárať konkurencieschopný produkt. Technologický rozvoj je katalyzátorom rozvoja inteligentných cieľových miest. Inteligentný rozvoj má aj svoje „mäkké“ prvky: inovácie, ľudský kapitál, sociálny kapitál a vodcovstvo. Výskum determinuje kľúčové predpoklady formovania inteligentných cieľových miest a implikuje ich vzťah k rastu konkurencieschopnosti na trhu cestovného ruchu.

Školiteľ: doc. Ing. Vanda Maráková, PhD.

### **Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Competitiveness**

**Objective and expected results:** The concept itself may be considered still to be emerging, and the work conceptualizing it is still in progress. Enabling tourism destination managers to understand the importance of integrating smartness for value co-creation can enhance competitiveness. Recognizing the complexity of smartness, scholars increasingly focus on additional components. Current perspectives range from a sole techno-centric and centralized concept to a dynamic, open, collaborative and social-centric view where the presence of a knowledgeable workforce, dynamic leadership and integrating all key stakeholders compose important success factors. Enhancing human capital through educating and attracting creative and knowledgeable people is at the core of the smartness success. Creativity is a pre-condition of innovation processes and thus has a direct impact of creating of competitive advantages of the region. The main aim of the thesis is to examine in the framework of the best practices of various models of smart destinations within the international scale to identify the key success factors that could be transformed into the analyzed country framework.

Supervisor: doc. Ing. Vanda Maráková, PhD.

## **8. Stratégia stabilizácie a zvyšovania trhového podielu Slovenskej republiky na kľúčových trhoch príchodového cestovného ruchu**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** Dôsledkom neexistujúcej štátnej politiky cestovného ruchu v minulosti došlo k destabilizácii postavenia Slovenska na zdrojových trhoch, z ktorých k výraznému poklesu došlo najmä po prepuknutí globálnej hospodárskej krízy od októbra 2008. Cieľom je objasniť a dokázať potrebu prijatia stratégie stabilizácie a zvyšovania trhového podielu na kľúčových trhoch príchodového cestovného ruchu. Predpokladaným výsledkom je dokázanie súvislosti medzi poskytovaním konkurencieschopného inovovaného produktu cestovného ruchu na tradičných zdrojových trhoch. V porovnaní s nákladmi na presadenie sa na nových trhoch je aktivita na existujúcich trhoch efektívnejšia aj s ohľadom na motiváciu návštevníkov v cestovnom ruchu a spôsob dopravy.

Školiteľ: doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD.

### **Strategy of stabilization and increase of the market share of the Slovak Republic in key markets of incoming tourism**

**Objectives and expected outcomes:** A missing state policy of tourism in the past led to a destabilized position of Slovakia in the source markets, which fell significantly especially after the bursting of the global economic crisis in October 2008. The aim is to elucidate and justify the need to adopt a strategy of stabilization and increase of the share in key markets of incoming tourism. The expected outcome is to prove a connection between providing an innovated tourism product in traditional source markets. Compared to the costs of penetration to new markets, the activity in the existing markets is more effective, also with regard to the motivation of visitors in tourism and means of transport.

Supervisor: doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD.

## **9. Stratégia podpory tradičných produktov v hotelierstve a pohostinstve na Slovensku**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** Rozvoj cestovného ruchu na Slovensku je poznačený nekoncepcnosťou a nízkym stupňom odlíšenia sa od konkurencie z medzinárodného hľadiska pri hodnotení ubytovacích a stravovacích služieb. Tradičný produkt je pritom jeden z pilierov konkurenčnej výhody hotelov a pohostinských zariadení na trhu cestovného ruchu. Cieľom skúmania je poukázať na výrazný vplyv ponuky kvalitného tradičného produktu na spokojnosť návštevníkov v cestovnom ruchu a nevyhnutnosť jeho podpory. Predpokladaným výsledkom je návrh stratégie podpory tradičných produktov v hotelierstve a pohostinstve na Slovensku ako nástroj inovácií.

Školiteľ: doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD.

### **Strategy of support of traditional products in the hotel and hospitality industry in Slovakia**

**Objectives and expected outcomes:** The development of tourism in Slovakia is tinged with a lack of conceptuality and a low degree of differentiation from competition in international terms in accommodation and hospitality services. The traditional product is one of the pillars of competitive advantage of hotels and hospitality facilities in the tourism market. The aim of this research is to point to the huge impact of offering a quality traditional product for the satisfaction of visitors in tourism and the need to support it. The expected outcome is to suggest a strategy to support the traditional product in the hotel and hospitality industry in Slovakia as a means of innovation.

Supervisor: doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD.

## **10. Konkurencieschopnosť slovenských liečebných kúpeľov na trhu cestovného ruchu v strednej Európe**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** Kúpeľníctvo má dlhodobú tradíciu nielen na Slovensku, ale aj v krajinách strednej Európy. V dôsledku spoločensko-ekonomických zmien prešlo kúpeľníctvo zmenami, ktoré ovplyvnili jeho konkurencieschopnosť na trhu cestovného ruchu. Práca sa v teoretickej rovine zameria na modely konkurencieschopnosti cieľových miest a podnikov. Predpokladaným výsledkom je tvorba modelu konkurencieschopnosti, ktorý sa dá využiť na charakteristiku konkurencieschopnosti kúpeľných miest a kúpeľných podnikov. Tento model sa verifikuje na príklade vybraných miest a podnikov v krajinách strednej Európy.  
Školiteľ: prof. Ing. Jana Kučerová, PhD.

### **Competitiveness of Slovak spas on the central Europe tourism market**

**Aim and expected outcomes:** Spa tourism has long term tradition not only in Slovakia, but in the whole central Europe. Due to socio-economic changes in the last century, the spa industry had to undertake many changes influencing their competitiveness on tourism market. The dissertation thesis deals with the competitiveness models applied in destinations and tourism businesses. The expected result of the thesis is the creation of the competitiveness model which can be implemented in spa destinations and spa businesses. This model will be verified in selected spa destinations and spa businesses in the central European countries.  
Supervisor: prof. Ing. Jana Kučerová, PhD.

## **11. Cestovateľské správanie vybraných segmentov trhu na Slovensku a v zahraničí**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** Cestovateľské správanie sa často vyznačuje mnohými osobitosťami v závislosti od segmentov trhu. Riešenie bude vychádzať z prehodnotenia modelov spotrebiteľského správania a na základe prieskumu trhu s využitím sekundárnych a primárnych zdrojov údajov bude charakterizovať spotrebiteľské správanie zvolených segmentov trhu na Slovensku a v zahraničí. Predpokladaným výsledkom riešenia bude formulovanie odporúčaní pre tvorbu produktov cestovného ruchu.  
Školiteľ: prof. Ing. Jana Kučerová, PhD.

### **Travel behaviour of selected target groups in Slovakia and abroad**

**Aim and expected outcomes:** Travel behaviour of particular target groups has typical features. The dissertation thesis will examine the various travel behaviour models and based on desk and field research will characterize the travel behaviour of selected target groups in Slovakia and abroad. Based on the expected result of the research the dissertation will formulate the recommendations for tourism product development for selected target groups.  
Supervisor: prof. Ing. Jana Kučerová, PhD.

## **12. Model hodnotenia konkurencieschopnosti cieľového miesta cestovného ruchu**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** Pojem konkurencieschopnosť sa na národnej úrovni používa približne od 90. rokov 20. storočia a je spojená s dielom M. E. Portera. Metódy merania a hodnotenia konkurencieschopnosti v cestovnom ruchu je možné skúmať na báze prevažne objektívnych ako aj subjektívnych údajov, založených na kvalitatívnom marketingovom výskume. Súborný pohľad na konkurencieschopnosť štátu, ako cestovného cieľa poskytuje monitoring konkurencieschopnosti v cestovnom ruchu Svetového ekonomického fóra. Cieľom je preskúmať prístupy k meraniu a hodnoteniu konkurencieschopnosti cieľového miesta na základe aplikácie rôznych metodík vo vybraných cieľových miestach doma a v zahraničí a

zhodnotiť ich pozíciu v medzinárodnom cestovnom ruchu. Predpokladaným výstupom riešenia bude návrh komplexného modelu hodnotenia konkurencieschopnosti cieľového miesta cestovného a vymedzenie predpokladov pre jeho uplatnenie v strediskách, regiónoch a štátoch ako cieľových miestach.

Školiteľ: doc. Ing. Vanda Maráková, PhD.

### **Assessment Model of Competitiveness of Tourism Destinations**

**Objective and expected results**: The concept of competitiveness at the national level is being used since the 90s of last century, and it is associated particularly with the work of M.E. Porter. Porter examined this concept at the corporate level and then applied gained knowledge to monitor competitiveness in terms of macroeconomics. Methods of evaluation and measurement of competitiveness in tourism can be examined from the point of view of the methods based mostly on the measurement of objective data, as well as those based on subjective data obtained by qualitative marketing research. A complex view on country's/ state competitiveness as a tourism destination is summarized in the Travel & Tourism Competitiveness Report of the World Economic Forum.

The main objective of the dissertation thesis is to examine different approaches to the destination competitiveness assessment based on the application of different methodologies of conditions in selected tourism destination at home and abroad, and to assess their position in international tourism. The expected outcome of the dissertation thesis lies in a proposal of a comprehensive evaluation model of tourism destination competitiveness, as well as in a definition of the prerequisites for its application to the tourist resorts, regions and states.

Supervisor: doc. Ing. Vanda Maráková, PhD.

### **13. Uplatňovanie princípov spoločenskej zodpovednosti na príklade vybraných regiónov cestovného ruchu na Slovensku a v zahraničí**

**Cieľ a predpokladané výsledky**: Uplatňovanie koncepcie spoločenskej zodpovednosti (CSR - corporate social responsibility) v podmienkach regiónov cestovného ruchu je relatívne nová téma výskumu. Ak vychádzame z predpokladu, že cieľové miesta fungujú na princípoch „kvázi podniku“ a je možné ich strategicky riadiť, potom je možné vymedziť kľúčové faktory úspechu pre uplatnenie princípov koncepcie spoločenskej zodpovednosti na úrovni regiónov. Predpokladaným výsledkom je preskúmať uplatňovanie princípov spoločenskej zodpovednosti na základe sledovania vybraných indikátorov ekonomického, sociálneho a environmentálneho prostredia vo vybraných regiónoch cestovného ruchu na Slovensku a v zahraničí a navrhnúť organizačné a finančné predpoklady pre ich účinne uplatňovanie.

Školiteľ: doc. Ing. Vanda Maráková, PhD.

### **Application of Principles of Corporate Social Responsibility on the Example of Selected Tourism Regions in Slovakia and Abroad**

**Objectives and expected outcomes**: Application of the concept of corporate social responsibility (CSR - Corporate Social Responsibility) in conditions of regional tourism is a relatively new topic of research. If it is presumed that the destinations operate on the principle of "quasi-enterprise" and if they can be strategically manage, than it is possible to identify key success factors for the application of the principles of the concept of corporate social responsibility at the regional level. The expected result is to examine the application of the principles of corporate social responsibility by monitoring selected indicators of economic, social and environmental environment in selected regions of tourism in Slovakia and abroad and to propose organizational and financial preconditions for effective implementation.

Supervisor: doc. Ing. Vanda Maráková, PhD.

#### **14. Hodnotenie efektívnosti činnosti manažérskych organizácií v cieľových miestach cestovného ruchu**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** Činnosť manažérskych organizácií v cieľových miestach (DMO) prechádza v historickom kontexte vývojom a v súčasnosti v krajinách s rozvinutým cestovným ruchom pozorujeme už DMO 3. generácie. Ide o manažment regionálnych sietí v heterogénnom kontexte. Zahraniční, ako aj domáci autori si kladú otázku, ako optimalizovať organizačnú štruktúru a procesy v manažmente cieľového miesta. Predpokladaným výsledkom je vymedziť organizačnú štruktúru a procesy v manažmente cieľového miesta, definovať kľúčové indikátory výkonu a kľúčových výstupov, navrhnúť metodiku skúmania a hodnotenia efektívnosti činnosti manažérskej organizácie, ako predpokladu hospodárneho využívania verejných zdrojov.

**Školiteľ:** doc. Ing. Vanda Maráková, PhD.

#### **Measuring the effectiveness of destination management organizations**

**Aim and expected outcomes:** The activities of destination management organizations (DMO) has undergone a significant change and nowadays in the countries with developed tourism DMOs of 3<sup>rd</sup> generation are operating. It is about the management of regional networks in the heterogeneous context. Therefore the foreign and domestic authors are asking about how to optimize the organizational structure and processes in destination management.

The expected result of the dissertation thesis is to define the organizational structure and processes in destination management, define key performance indicators and to propose the research and assessment methodology for effective operation of DMO as a precondition of economical usage of public resources.

**Supervisor:** doc. Ing. Vanda Maráková, PhD.

#### **15. Komplexné hodnotenie kvality cieľových miest v kontexte manažmentu cestovného ruchu**

**Cieľ a predpokladané výsledky riešenia:** Hodnotenie kvality cieľového miesta je z pohľadu publikovaných prác zahraničných a domácich autorov relatívne nepreskúmaná problematika. Spokojnosť návštevníkov cieľového miesta je determinovaná kvalitou komplexného zážitku, ktorého nevyhnutným predpokladom je spolupráca všetkých subjektov zainteresovaných na rozvoji cestovného ruchu v území. Sú známe dva prístupy k hodnoteniu kvality cieľového miesta. Prvý prístup vychádza z hodnotenia European Consumer Satisfaction Index. Inou alternatívou je hodnotenie na základe štvordimenzionálneho modelu hodnotenia kvality cieľového miesta. Predpokladaným výstupom dizertačnej práce je navrhnutie komplexnej metodiky skúmania a hodnotenia kvality cieľového miesta.

**Školiteľ:** doc. Ing. Vanda Maráková, PhD.

#### **Complex approaches towards evaluating the quality of a destination in the context of tourism management**

**Objectives and expected outcomes:** The thesis deals with the issue of evaluating the quality of a destination in the context of tourism. A destination has to be looked on as a complex product of tourism consisting of products, services, natural resources, artificially created attractions and information being connected. The satisfaction of visitors to a destination is dependent on the quality of their overall experience that is created on the basis of the cooperation of all stakeholders working in tourism. The possible approaches towards the complex evaluation of the destination quality is the application of the model based on the European Consumer Satisfaction Index and the Four-dimensional model of the destination quality. The expected

outcome of the thesis will be the proposition of a new methodology for evaluating the quality of a destination.

Supervisor: doc. Ing. Vanda Maráková, PhD.

## **16. Inovatívny prístup k tvorbe konkurencieschopnosti cieľových miest cestovného ruchu**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** V čase obmedzovania verejných rozpočtov je aktuálne riešenie problému ako optimalizovať prínos verejných výdavkov do výskumu a inovácií. Očakávaným účinkom je rast v odvetviach, v ktorých môže byť naše regionálne hospodárstvo konkurencieschopné na globálnych trhoch. Cestovný ruch zohráva významnú úlohu v mnohých regionálnych a národných ekonomikách, ako aj v globálnej ekonomike. Je to dynamický sektor s vysokým potenciálom tvorby príjmov a nových pracovných miest, vytvára príležitosť pre rodinné podnikanie. Inovácie, inteligentná špecializácia a budovanie „inteligentných“ konkurenčných výhod poskytuje príležitosť pre posilnenie pozície cieľových miest na trhu cestovného ruchu. Predpokladaným výsledkom je preskúmať inovatívne stratégie na tvorbu konkurenčných výhod cieľových miest a zhodnotiť ich pozitívny prínos k trvalo-udržateľnému rozvoju územia. Výstupom riešenia bude návrh inovatívneho prístupu k tvorbe konkurenčných výhod v cestovnom ruchu.

Školiteľ: doc. Ing. Vanda Maráková, PhD.

## **The innovative approach to building competitive advantage of tourism destinations**

**Objective and expected results:** The tourism sector plays an important role in many regional and national economies, as well as in the global economy. It is a dynamic sector with a high potential for creating new jobs and enterprises, and for making a significant contribution to spatial development. Innovation, smart specialization and building smart competitive advantage provide opportunities to create new tourist destinations. The dissertation synthesizes theoretical and empirical research focused on competitive advantage, innovation and tourism and highlights their positive impact on smart and sustainable spatial development. The expected outcome of the dissertation will be a proposal of an innovative approach to building competitive advantage in tourism.

Supervisor: doc. Ing. Vanda Maráková, PhD.

## **17. Riadenie vzťahov so zákazníkmi v praxi hotelov na Slovensku**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** Riadenie vzťahov so zákazníkmi je založené na procesnom prístupe, ktorý zahŕňa procesy komunikácie so zákazníkmi, ich vzájomnú koordináciu, zosúladenie a riadenie. Cieľom je mať spokojných zákazníkov, budovať s nimi dlhodobý pozitívny vzťah, získať a udržiavať lojálnych zákazníkov. Riadenie vzťahov so zákazníkmi je kľúčové pre všetky organizácie, pre ktoré je zákazník a jeho spokojnosť v rebríčku hodnôt na prvom mieste. Budovanie dlhodobého a plnohodnotného vzťahu s nimi je nevyhnutnou súčasťou úspešného pôsobenia hotelov na Slovensku. Pri aplikácii CRM je nutné brať do úvahy rozdiely v potrebách rôznych segmentov zákazníkov a zvoliť vhodnú stratégiu pre konkrétny segment. Predpokladaným výsledkom je formulovanie odporúčaní pre aplikáciu riadenia vzťahov so zákazníkmi v praxi hotelov na Slovensku.

Školiteľ: doc. Ing. Ľubica Šebová, PhD.

## **Customer relationship management in hotel practice in Slovakia**

**Aim and expected results:** Customer relationship management is based on a process approach that includes customer communications processes, their coordination, alignment, and management. The goal is to have satisfied customers, build a long-term positive relationship

with them, acquire and maintain loyal customers. Customer relationship management is key approach for all organizations for which customer and his satisfaction are placed on the first place in the values ranking. Building a long-term and full-fledged relationship with them is an essential part of the successful operation of hotels in Slovakia. CRM has to take into account the differences in the needs of different customer segments and choose the right strategy for a particular segment. The expected result is the formulation of recommendations for the application of customer relationship management into the practice of hotels in Slovakia.

Supervisor: doc. Ing. Ľubica Šebová, PhD.

### **18. Balanced Scorecard v systéme riadenia a merania výkonnosti hotelov na Slovensku**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** Balanced Scorecard sa využíva v systéme riadenia a merania výkonnosti podniku, ktorého základom je stanovenie vyváženého systému vzájomne previazaných ukazovateľov podnikovej výkonnosti. Metóda založená na procesnom prístupe pomáha realizovať strategické ciele a na ne nadväzujúce konkrétne čiastkové ciele, vrátane indikátorov merania výkonnosti podniku. Balanced Scorecard pracuje so štyrmi perspektívami hodnotenia organizácie: finančnou, zákazníckou, procesnou a učenia sa a rastu. Predpokladaným výsledkom je aplikácia Balanced Scorecard do praxe slovenských hotelov a stanovenie odporúčaní na zlepšenie systému riadenia a merania výkonnosti hotelov na Slovensku.

Školiteľ: doc. Ing. Ľubica Šebová, PhD.

### **Balanced Scorecard in the system of management and performance measurement of the hotels in Slovakia**

**Aim and expected results:** Balanced Scorecard is used in the organization's system of management and performance measurement, where the basis is to set up the balanced system of interrelated business performance indicators. The process-based approach helps to set the balance of strategic objectives and the specific following sub-goals, including indicators of performance measurement. Balanced Scorecard operates with four perspectives of organization evaluation: financial, customer, internal business process, learning and growth. The expected result is the application of Balanced Scorecard into the practice of Slovak hotels and setting recommendations for improving the management and performance measurement of the hotels in Slovakia.

Supervisor: doc. Ing. Ľubica Šebová, PhD.

### **19. Komparatívna analýza prístupov k politike cestovného ruchu v krajinách Vyšehradskej skupiny**

**Cieľ a predpokladané výsledky:** Vyšehradskú skupinu tvorí Poľsko, Maďarsko, Slovensko a Česko. Budúcnosť Vyšehradskej skupiny závisí od jej schopnosti efektívneho fungovania v rámci Európskej únie, a tiež na jej schopnosti pôsobiť ako regionálna politická jednotka. Predpokladaným výsledkom je zhodnotenie politiky cestovného ruchu v krajinách Vyšehradskej skupiny, stanovenie silných a slabých stránok, príležitostí a ohrození jednotlivých krajín v oblasti ich prístupov k politike cestovného ruchu a na základe komparatívnej analýzy návrh opatrení na rozvoj cestovného ruchu v krajinách Vyšehradskej skupiny ako aj spoločného postupu na medzinárodnom trhu cestovného ruchu.

Školiteľ: doc. Ing. Ľubica Šebová, PhD.

## **Comparative analysis of the approaches to the tourism politics in the countries of Visegrad Group**

**Aim and expected results:** The Visegrad Group consists of Poland, Hungary, Slovakia and the Czech Republic. The future of the Visegrad Group depends on its ability to function effectively within the European Union and its ability to act as a regional political unit. The expected result is an evaluation of the tourism policies in the Visegrad Group countries, setting strengths and weaknesses, opportunities and threats to individual countries in their approaches to tourism policy and on the basis of a comparative analysis to set proposals for the tourism development in the Visegrad Group countries as well as the common approach on the international tourism market.

**Supervisor:** doc. Ing. Lúbia Šebová, PhD.

Schválené odborovou komisiou ŠP cestovný ruch dňa 18. 3. 2019.