

Projekt zvýšení návštěvnosti vybraného kempu v Oravicích

Bc. Dominika Korská

Diplomová práce
2018



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav podnikové ekonomiky

akademický rok: 2017/2018

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Dominika KONSKÁ**
Osobní číslo: **M15613**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Projekt zvýšení návštěvnosti vybraného kempu v Oravicích**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Provedte průzkum literárních zdrojů a zpracujte teoretické poznatky z oblasti cestovního ruchu.

II. Praktická část

- Analyzujte současný stav úrovně služeb a okolí vybraného kempu.
- Zpracujte projekt zvýšení turistické návštěvnosti na základě provedených analýz.
- Projekt podrobte nákladové a rizikové analýze.

Závěr

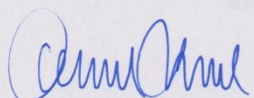
Rozsah diplomové práce: **cca 70 stran**
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

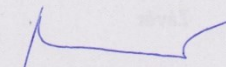
BERÁNEK, Jaromír. Ekonomika cestovního ruchu. Praha: Mag Consulting, 2013, 295 s. ISBN 978-80-86724-46-1.
FLETCHER, John. Tourism: principles and practice. 5th ed. Harlow: Pearson, 2013, 643 s. ISBN 978-0-273-75827-3.
GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. Tourism: principles, practices, philosophies. 9 ed. Hoboken, N.J.: John Wiley, c2009, 624 s. ISBN 9780470084595.
HORNER, Susan a John SWARBROOKE. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada, c2003, 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
PALATKOVÁ, Monika. Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace. Praha: Grada, 2011, 207 s. ISBN 978-80-247-3749-2.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.**
Ústav logistiky
Datum zadání diplomové práce: **15. prosince 2017**
Termín odevzdání diplomové práce: **17. dubna 2018**

Ve Zlíně dne 15. prosince 2017


doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan




Ing. Petr Novák, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

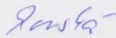
- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s příjmem-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 13.4.2018

Jméno a příjmení: DOMINIKA KONSKÁ


.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Tato diplomová práce se zabývá vytvořením projektu pro zvýšení návštěvnosti vybraného kempu v Oravicích. Je rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou část. Teoretická část zahrnuje literární řešerši týkající se cestovního ruchu. V rámci této části byly také popsány analytické metody použité v praktické části. V praktické části je provedená analýza současného stavu a SWOT analýza vybraného kempu. V rámci této části je také provedená analýza lokalizačních, selektivních a realizačních podmínek cestovního ruchu v oblasti Oravice. Na základě výsledků provedených analýz je zpracován projekt, který má vybranému kempu pomoci zvýšit návštěvnost ve všední dny. Projekt je podroben nákladové, časové a rizikové analýze.

Klíčová slova:

cestovní ruch, služby, návštěvnost, obec Oravice, pobyt, produkt, analýza

ABSTRACT

The aim of this diploma thesis is to create an attendance increase project at a selected campsite in Oravice. The thesis is divided into two parts, theoretical and practical. The theoretical part contains information related to research on tourism. Furthermore, it also describes analytic methods used within the practical part. The practical part contains the analysis of the state-of-the-art and SWOT matrix of the particular campsite. Moreover, it analytically presents the primary and secondary supply of tourism in the area of Oravice. As a result, the analyses served as a base for creating a project, that should help the campsite to increase its attendance. Particularly, the project focuses on the analysis of costs, time and risks.

Keywords:

tourism, services, attendance, village Oravice, stay, product, analysis

Rada by som poďakovala svojej rodine a priateľom, ktorí ma po celú dobu štúdia podporovali a boli mi oporou, poďakovať by som sa chcela pani Ing. Zuzane Tučkovej Ph.D. za pomoc pri vypracovaní tejto diplomovej práce a taktiež za poznatky získané z jej prednášok v priebehu môjho štúdia. V neposlednej rade by som chcela poďakovať pani Janke Filekovej za cenné informácie, ktoré mi poskytla.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD.....	10
CIELE A METÓDY SPRACOVANIE PRÁCE	11
I TEORETICKÁ ČÁST.....	12
1 CESTOVNÝ RUCH	13
1.1 VÝZNAM CESTOVNÉHO RUCHU.....	13
1.1.1 Ekonomické prínosy.....	14
1.2 CESTOVNÝ RUCH AKO SYSTÉM.....	15
1.2.1 Subjekt cestovného ruchu	15
1.2.2 Objekt cestovného ruchu.....	16
1.2.3 Produkt cestovného ruchu.....	17
1.3 ČLENENIE CESTOVNÉHO RUCHU	17
1.3.1 Formy cestovného ruchu	18
1.3.2 Druhy cestovného ruchu	18
1.4 SÚČASNÉ TRENDY V CESTOVNOM RUCHU.....	21
1.5 SLUŽBY CESTOVNÉHO RUCHU	21
1.5.1 Stravovacie služby	22
1.5.2 Ubytovacie služby.....	22
1.5.3 Dopravné služby.....	23
2 KEMPOVANIE	24
2.1 HISTÓRIA	24
2.2 ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE.....	24
2.2.1 Klasifikácia kempov.....	26
3 PODNIK SLUŽIEB ORIENTOVANÝ NA ZÁKAZNÍKA.....	29
3.1 ŠPECIFIKÁ SLUŽBY V CESTOVNOM RUCHU.....	29
4 ANALYTICKÉ METÓDY PRÁCE	31
4.1 SWOT ANALÝZA	31
4.2 ANALÝZA PONUKY CESTOVNÉHO RUCHU	31
4.2.1 Primárna ponuka	32
4.2.2 Sekundárna ponuka	34
4.3 ANALÝZA RIZÍK.....	35
4.4 ROZHOVOR.....	35
ZHRNUTIE TEORETICKEJ ČASTI.....	36
II PRAKTICKÁ ČÁST	37
5 ZÁKLADNÉ ÚDAJE O VYBRANOM KEMPE	38
6 CHARAKTERISTIKA OBCE ORAVICE A JEJ OKOLIA.....	40
6.1 ANALÝZA PRIMÁRNEJ PONUKY DESTINÁCIE	40
6.1.1 Prírodné atraktivity.....	41
6.1.2 Kultúrno-historické a účelovo vybudované atraktivity.....	43

6.2	ANALÝZA SEKUNDÁRNEJ PONUKY DESTINÁCIE	45
6.2.1	Infraštruktúra	45
6.2.2	Cyklistické trasy	45
6.2.3	Supraštruktúra	46
7	SWOT ANALÝZA VYBRANÉHO KEMPU	48
7.1	SILNÉ STRÁNKY	48
7.2	SLABÉ STRÁNKY	49
7.3	PRÍLEŽITOSTI	50
7.4	HROZBY	50
8	ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU NÁVŠTEVNOSTI VYBRANÉHO KEMPU	52
8.1	ANALÝZA NÁVŠTEVNOSTI OKRESU TVRDOŠÍN	54
8.2	ZÁVERY ANALYTICKEJ ČASTI	57
9	PROJEKT ZVÝŠENIA NÁVŠTEVNOSTI VYBRANÉHO KEMPU V ORAVICIACH	58
9.1	NÁVRH PROJEKTU	58
9.2	CIEĽ PROJEKTU	59
9.3	CIEĽOVÁ SKUPINA	59
9.4	TVORBA POBYTU	60
9.4.1	Program pre balíček „LETO V ORAVICIACH“	61
9.4.2	Program pre balíček „ZIMA V ORAVICIACH“	63
9.5	PERSONÁLNE ZABEZPEČENIE PROJEKTU	66
9.6	DISTRIBÚCIA A PROPAGÁCIA	67
10	EKONOMICKÉ ZHODNOTENIE PROJEKTU	69
10.1	NÁKLADOVÁ ANALÝZA PROJEKTU	69
10.1.1	Náklady na jednotlivé varianty pobytov	69
10.1.2	Náklady na dopravu	70
10.1.3	Mzdové náklady	71
10.1.4	Náklady na materiál	71
10.1.5	Náklady na propagáciu	72
10.1.6	Celková kalkulácia pobytov	72
10.2	EKONOMICKÁ EFEKTÍVNOSŤ PROJEKTU	75
10.3	ČASOVÁ ANALÝZA	76
10.3.1	Analýza kritickej cesty CPM	77
10.4	RIZIKOVÁ ANALÝZA PROJEKTU	79
	ZÁVĚR	82
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	84
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	87
	SEZNAM OBRÁZKŮ	88

SEZNAM GRAFŮ	89
SEZNAM TABULEK.....	90
SEZNAM PŘÍLOH.....	91

ÚVOD

Cestovný ruch je neustále rozvíjajúce sa odvetvie, ktorého význam v dnešnej dobe neustále rastie. Cestovný ruch ako odvetvie má zásadný význam pre svetovú ekonomiku. Dôležitú úlohu hrá pri tvorbe svetového hrubého domáceho produktu a veľkou mierou sa podieľa na tvorbe pracovných miest. Jedná sa o dynamické a turbulentné odvetvie, ktorého rozvoj a význam sa predpokladá i do budúcnosti z dôvodu, že ľudia majú neustále záujem poznávať nové miesta a kultúry.

Podstatou cestovného ruchu je potreba ľudí tráviť voľný čas zmysluplne a s maximálnou pridanou hodnotou. Predstavy a preferencie o trávení voľného času a rekreácii sa neustále menia, preto sa i podniky cestovného ruchu musia týmto trendom neustále prispôbovať. Je to spôsobené najmä zmenou životného štýlu, rozvojom dopravy, komunikačných spojení, politickými a ekonomickými dianiami vo svete.

Cieľom mojej diplomovej práce je návrh nového produktu cestovného ruchu pre vybraný kemp v Oraviciach za účelom zvýšenia návštevnosti. Tento kemp som si zvolila, pretože vzhľadom na to, že sa nachádza v oblasti s veľkým turistickým potenciálom nie sú jeho služby dostatočne využívané.

Diplomová práca je rozdelená na dve časti – teoretickú a praktickú časť. Praktická časť je ďalej rozdelená na analytickú a projektovú časť. Teoretická časť predstaví definíciu základných pojmov, ktoré sú spojené s cestovným ruchom, ako význam cestovného, cestovný ruch ako komplexný systém, špecifické vlastnosti služieb cestovného ruchu a ich marketingovým mixom. V závere tejto časti popíšem analytické metódy použité v diplomovej práci a v analytickej časti budem tieto metódy aplikovať na vybraný kemp. V projektovej časti budú navrhnuté pobytové balíčky služieb za účelom zvýšenia návštevnosti kempu. Oba produkty sú navrhnuté na zvýšenie návštevnosti vo všedné dni, aby nedochádzalo k preťažovaniu kapacít cez víkendy, ale aby bola návštevnosť rovnomerne rozložená po celý týždeň.

CIELE A METÓDY SPRACOVANIE PRÁCE

Hlavným cieľom tejto diplomovej práce je vytvorenie projektu na zvýšenie návštevnosti vybraného kempu. Výsledný produkt bude mať pre kemp prínos z dôvodu prílivu väčšieho počtu turistov, a tým pádom navýšenie ubytovacích kapacít kempu.

Vedľajší cieľ tejto práce súvisí s naštudovaním odbornej literatúry k danej téme a na základe týchto poznatkov spracovať teoretickú časť mojej diplomovej práce. S tým súvisí literárny prieskum týkajúci sa cestovného ruchu podľa domácej i svetovej literatúry spolu s využitím internetových zdrojov. V rámci tejto časti je tiež nutné definovať potrebné analytické metódy, ktorých výsledky budú slúžiť ako podklady pre praktickú časť.

V analytickej časti tejto práce bude zhodnotený súčasný stav poskytovaných služieb kempu a taktiež bude vykonaná analýza primárnej a sekundárnej ponuky oblasti, kde sa kemp nachádza. Analýza silných a slabých stránok, príležitostí a hrozieb mi potom otvorila cestu k riešeniu projektovej časti.

Záver, ktoré vyplývajú z analytickej časti slúžia ako základný stavebný kameň pre projektovú časť, a teda vytvorenie projektu nového produktu cestovného ruchu vo vybranom kempe. Projektová časť sa teda zaoberá vytvorením nového pobytového balíčku pre rodiny a aktívnych seniorov. V závere je projekt podrobený nákladovej, časovej a rizikovej analýze.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÝ RUCH

Cestovný ruch je jedným z významných fenoménov našej spoločnosti. Cestovný ruch predstavuje najväčší pohyb ľudskej populácie za rekreáciou a poznávaním. Cestovný ruch sa stal súčasťou života väčšiny obyvateľov, a to hlavne v ekonomicky rozvinutých krajinách. V mnohých krajinách výrazne ovplyvňuje ekonomickú situáciu, vytvára tak pracovné miesta v podnikoch cestovného ruchu a zároveň v nadväzujúcich odvetviach. Pozitívne ovplyvňuje ekonomický rozvoj regiónov s výraznými atraktivitami a umožňuje zlepšenie kvality života miestneho obyvateľstva.

Prvopočiatky cestovného ruchu môžeme datovať už od staroveku, kedy starovekí Gréci a Rimania cestovali za odpočinkom a zábavou. Moderný cestovný ruch sa začal formovať až omnoho neskôr. Cestovný ruch, tak ako ho poznáme dnes sa začal vyvíjať na prelome 19. a 20. storočia a spojuje sa obdobím priemyselnej revolúcie a tiež s dôsledkami vtedajších technických, ekonomických a sociálnych podmienok. (Hesková, 2006, str. 8)

1.1 Význam cestovného ruchu

Cestovný ruch prináša ako ekonomické, tak i neekonomické prínosy, ale zároveň prináša samozrejme i náklady.

Podľa Goeldenera (2009, str. 32) sú prínosy turizmu nasledujúce:

- poskytuje množstvo pracovných príležitostí, pretože sa jedná o odvetvie náročné na prácu,
- vytvára ponuku pre potrebu kultúrnej výmeny,
- zvyšuje príjmy regiónu, štátu, destinácie,
- spôsobuje nárast HDP,
- môže využívať existujúcu infraštruktúru,
- vytvára infraštruktúru, ktorá taktiež podporuje lokálny obchod a priemysel,
- využíva miestne produkty a zdroje,
- pomáha diverzifikovať ekonomiku,
- cestovný ruch je jedno z najviac kompatibilných odvetví a dopĺňa ostatné ekonomické aktivity,
- napomáha rozvoju regiónu,
- má vysoký multiplikačný efekt,

- zvyšuje vládne príjmy,
- rozširuje rozhl'ad vo vzdelaní a kultúre,
- zvyšuje kvalitu života, ktorá je zapríčinená vyššími príjmami a rastom životných štandardov,
- uchovanie kultúrnych pamiatok a tradícií,
- kladie dôraz na ochranu životného prostredia,
- zamestnáva umelcov a hudobníkov,
- poskytuje turistické a rekreačné zariadenia, ktoré môžu byť využité miestnymi obyvateľmi,
- láme jazykové, socio-kultúrne, rasové, politické a náboženské bariéry,
- propaguje svetový mier a medzinárodné pochopenie.

Na druhej strane prináša turizmus i negatívne aspekty, ktoré vznikajú obzvlášť pri pre-sýtený destinácie:

- vytvára nadmerný dopyt po zdrojoch,
 - spôsobuje problémy kvôli sezónnosti,
 - zapríčiňuje infláciu,
 - môže zapríčiniť nerovnomerný ekonomický rozvoj,
 - vytvára sociálne problémy,
 - znečisťuje životné prostredie,
 - devastuje kultúrne prostredie,
 - zvyšuje kriminalitu a iné patologické javy,
 - ohrozuje rodinnú štruktúru,
 - zapredáva kultúru, náboženstvo a umenie,
 - vytvára nedorozumenia,
 - vytvára problémy v destinácii,
 - prospieva k šíreniu ochorení, ekonomickej fluktuácii a dopravným problémom.
- (Goeldener, 2009, str. 32)

1.1.1 Ekonomické prínosy

Pri sledovaní vplyvu cestovného ruchu na ekonomiku je potrebné rozlišovať priamy a nepriamy efekt turizmu. Priamy vplyv, teda priemysel cestovného ruchu, je realizovaný v odvetviach priamo spojených s cestovným ruchom, jedná sa o odvetvia, kde dochádza

k priamemu kontaktu medzi poskytovateľom služieb a zákazníkom. Naopak nepriame efekty, alebo taktiež ekonomika cestovného ruchu, sú vplyvy vyvolané alebo multiplikované a k ich realizácii dochádza k predovšetkým v dodávateľských odvetviach. (Palátková, 2014)

Z ekonomického hľadiska sa sleduje vplyv cestovného ruchu na HDP, zamestnanosť, cenovú stabilitu a platobnú bilanciu. V roku 2013 bol podľa neoficiálneho satelitného účtu pre svetovú ekonomiku priamy vplyv turizmu na svetový HDP 3,1% a celkový vplyv 9,4%. Podiel pracovných miest v priemysle a ekonomike cestovného ruchu na celkovom počte pracovných miest v svetovej ekonomike v roku 2013 dosiahol 3,4%, resp. 8,8%. (Palátková, 2014)

1.2 Cestovný ruch ako systém

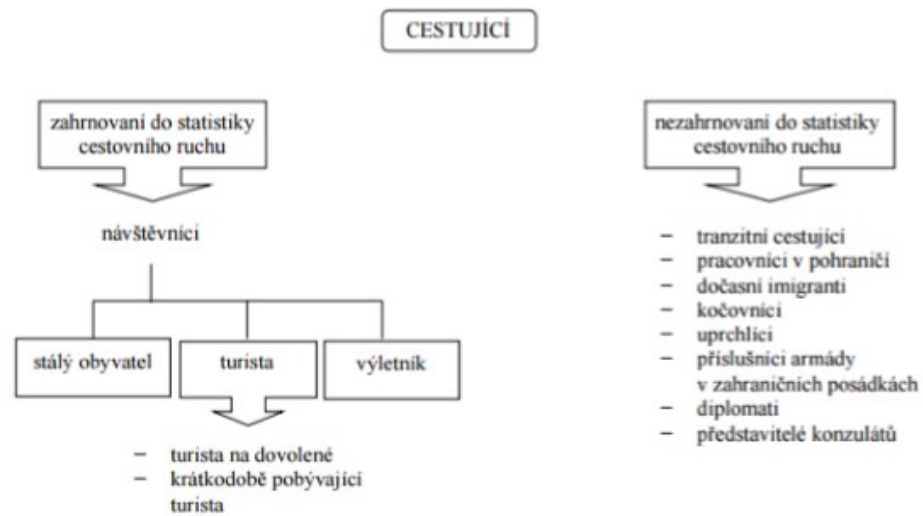
Cestovný ruch je otvorený a dynamický systém, ktorý tvorí dva podsystémy a to subjekt cestovného ruchu a objekt cestovného ruchu, vrátane ich vzájomných väzieb. Cestovný ruch vytvára väzby i s ostatnými systémami vo svojom okolí. Ovplyvňuje ho ekonomické, politické, sociálne, technicko-technologické a ekologické prostredie. (Hesková, 2006, str. 10)

1.2.1 Subjekt cestovného ruchu

Subjekt cestovného ruchu predstavuje účastník cestovného ruchu ako nositeľ dopytu a spotrebiteľ produktu cestovného ruchu. Zo štatistického hľadiska sú účastníci cestovného ruchu rozdelení do skupín podľa dĺžky pobytu v destinácii a to nasledovne:

- stály obyvateľ – osoba, ktorá žije v danej zemi aspoň jeden rok, z pohľadu domáceho cestovného roku sa jedná o osobu, ktorá žije v danom mieste aspoň šesť rokov,
- návštevník – osoba cestujúca na iné miesto než je miesto svojho trvalého bydliska na dobu nepresahujúcu jeden rok a hlavný dôvod cesty je iný než zárobková činnosť,
- turista – dočasný návštevník, v destinácii sa zdrží aspoň 24 hodín (jedno prenocovanie), ale nie dlhšie ako jeden rok,
- výletník – jednodenný návštevník, v danej lokalite sa zdrží len jeden deň a neprenocuje tam. (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011)

Obrázok 1 Subjekty cestovného ruchu (Zdroj: Linderová, 2013, s. 19)



1.2.2 Objekt cestovného ruchu

Objekt je v cestovnom ruchu nositeľom ponuky a patrí sem všetko, čo sa môže stať cieľom cesty účastníka cestovného ruchu, teda príroda, kultúra a hospodárstvo. Tvorí ho cieľové miesto, podniky a inštitúcie cestovného ruchu. (Hesková, 2016, str. 13)

Z hľadiska funkcie rozlišujeme tieto cieľové miesta:

- mestské strediská cestovného ruchu – sústredené tu sú kultúrno-historické pamiatky, administratívno-správne orgány, obchody a priemysel,
- kúpeľné miesta – využívajú prírodné liečivé zdroje,
- rekreačné strediská – ponúkajú prevažne aktívne využitie s možnosťou kúpania a vodných športov, turistiky a zimných športov,
- rekreačné obce – zanikli v nich pôvodné hospodárske funkcie a teraz sú využívané k rekreačným účelom,
- chatové oblasti – nachádzajú sa v blízkosti vodných plôch alebo výletných miest a ponúka prírodné a civilizačné atraktivity. (Hesková, 2016, str. 13)

Obrázok 2 Objekty cestovného ruchu (Zdroj: Linderová, 2013, s. 22)



1.2.3 Produkt cestovného ruchu

Produkt cestovného ruchu je ponúkaný na trhu cestovného ruchu za účelom uspokojenia potrieb a vytvorenia súhrnného zážitku návštevníkov. U ekonomického hľadiska je súborom služieb, tovaru, voľných a verejných statkov. Z pohľadu jednotlivého návštevníka je balíkom vzájomne prepojených individuálnych služieb. Rozmanitosť služieb v cestovnom ruchu umožňuje ich základnú kvalifikáciu na služby cestovného ruchu a ostatné služby. Služby cestovného ruchu sú určené výlučne alebo prevažne na uspokojenie potrieb účastníkov cestovného ruchu. Ostatné služby i na uspokojenie potrieb miestneho obyvateľstva. Mimo toto delenie sa ďalej diferencujú podľa druhov, fáz realizácie cestovného ruchu, z časového hľadiska, z hľadiska uspokojovania potrieb, podľa charakteru spotreby a z ekonomického hľadiska. (Hesková, 2006, s. 127)

Ku konečnému spotrebiteľovi sa produkt rozdeľuje buď priamo alebo nepriamo. Pri priamej distribúcii sa produkt dostáva rovno od producenta ku konečnému spotrebiteľovi. Pri nepriamej distribúcii vstupuje medzi nich jeden alebo viac medzičlánkov, ktorými sú cestovné kancelárie, cestovné agentúry, turistické informačné kancelárie, elektronické informačné a rezervačné systémy. (Hesková, 2006, s. 127)

1.3 Členenie cestovného ruchu

V odbornej literatúre nájdeme mnoho rôznych kritérií členenia cestovného ruchu, ktoré triedia a definujú cestovný ruch do foriem, typov, druhov atď. V nasledujúcich riadkoch budem popisovať formy a druhy cestovného ruchu podľa Ryglovej, Buriana a Vajčnerovej.

1.3.1 Formy cestovného ruchu

Formy cestovného ruchu odpovedajú potrebám svojich účastníkov. Základné formy cestovného ruchu odpovedajú najširším potrebám, zatiaľ čo špecifické formy uspokojujú špecifické požiadavky jeho účastníkov.

Medzi základné formy patria:

- Rekreačný cestovný ruch – prispieva k regenerácii a reprodukcii fyzických duševných síl človeka; realizuje sa vo vhodnom rekreačnom prostredí .
- Kultúrno-poznávací cestovný ruch – je cielený na poznávanie histórie, kultúry, tradícií, zvykov, atď.
- Športovo-turistický cestovný ruch – využíva záujmy ľudí o aktívny odpočinok, aktívnu účasť na športových činnostiach, obsahom môže byť organizovaná pasívna účasť na športových akciách.
- Liečebný a termálny cestovný ruch – je zameraný na liečbu, prevenciu, relaxáciu, celkovú obnovu fyzických a duševných síl jednotlivcov. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, s. 20)

Špecifické formy cestovného ruchu uspokojujú zvláštne potreby najrôznejších špecializovaných spotrebiteľských/cestovateľských segmentov, pričom ponuka sa bude i naďalej rozširovať v súlade s najnovšími trendmi cestovného ruchu. K špecifickým formám cestovného ruchu patrí cestovný ruch mládežnícky, seniorov, rodinný, ľudí s telesným handicapom, mestský, vidiecky, súčasťou je i agroturistika, prípadne ekoagroturistika, kongresový, chatársky a chalupársky, náboženský, zábavný a atrakčný, gastronomický, cykloturistika, mototuristika, golfová turistika, športový lov a rybolov, karavanová turistika, nákupná turistika a ďalšie. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, s. 20)

1.3.2 Druhy cestovného ruchu

Druhy cestovného ruchu sú určené miestom čerpania služieb cestovného ruchu, resp. podľa vzťahu k platobnej bilancii (export, import, domáca spotreba), a ďalšími charakteristikami.

- Domáci cestovný ruch – osoby trvalo sídlia v krajine cestujú vo vnútri krajiny a neprekračujú jej hranice. Podľa vzťahu k platobnej bilancii sa jedná o domácu spotrebu.
- Zahraničný cestovný ruch – dochádza k prekračovaniu hraníc jedného alebo viacerých štátov, patria sem:

- aktívny cestovný ruch, teda príjazdy cudzincov do destinácie, ide o export služieb, ktoré čerpajú turisti za cudziu menu na území destinácie (devízové príjmy),
- pasívny cestovný ruch, teda výjazdy domácich turistov do zahraničia, z pohľadu platobnej bilancie ide o dovoz, import zahraničných služieb, za ktoré domáci turisti platia svojimi prostriedkami v zahraničí (devízové výdaje).
- Tranzitný cestovný ruch – jedná sa o prejazd cestujúceho cez územie prechádzajúceho štátu do iného cieľového štátu, spravidla bez prenocovania, resp. v rámci času strávenom prechodom štátom, alebo sa jedná o pohyb cestujúceho v letiskovom priestore pri medzipristaní lietadla bez toho, aby prešiel colným odbavením a pasovou kontrolou.

Podľa miesta realizácie cestovného ruchu sa taktiež cestovný ruch delí na:

- vnútorný cestovný ruch – zahrnuje domáci cestovný ruch, tzn. cesty obyvateľov po vlastnej krajine, a aktívny (príjazdový) cestovný ruch, tzn. cesty a pobyt cudzincov v danej zemi,
- národný cestovný ruch – zahrnuje domáci cestovný ruch a pasívny (výjazdový) cestovný ruch, tzn. výjazdové cesty obyvateľov danej krajiny do cudzích destinácií,
- medzinárodný cestovný ruch – zahrnuje každý cestovný ruch, pri ktorom dochádza k prekročeniu hraníc štátu, či už ide o aktívny (príjazdový) alebo pasívny (výjazdový) cestovný ruch.

Podľa spôsobu financovania sa delí cestovný ruch na:

- voľný cestovný ruch - cestovný ruch, na ktorom účasť nie je formálne nijak podmienená a účastník si ju hradí v plnom rozsahu zo svojich prostriedkov, zariadenie služieb je voľne prístupné, ceny sú stanovené na základe dohody,
- viazaný cestovný ruch – cestovný ruch, na ktorom je účasť viazaná na splnení určitých podmienok (napr. členstvo v organizácii, pacient kúpeľnom cestovnom ruchu), jedná sa o (čiastočnú) úhradu zo spoločenských fondov (podnikové fondy, fondy kultúrnych alebo sociálnych potrieb, z nemocenského poistenia, atď.), môže ísť o podnikovú rekreáciu vo vlastných podnikových zariadeniach, kúpeľnú starostlivosť, detskú rekreáciu.

Podľa dĺžky pobytu delí cestovný ruch na:

- krátkodobý s dobou pobytu v mieste do troch prenocovaní,
- dlhodobý s viac ako troma prenocovaniami.

Podľa spôsobu účasti – zabezpečení cesty – sa cestovný ruch delí na:

- organizovaný, kedy cestu a pobyt zaisťujú predovšetkým cestovné kancelárie alebo iní sprostredkovatelia,
- neorganizovaný, kedy si služby volí a väčšinou aj zabezpečuje účastník sám, tento typ cestovného ruchu má stále rastúci podiel.

Podľa počtu účastníkov sa cestovný ruch delí na:

- individuálny, kedy sa návštevník alebo turista zúčastní cestovného ruchu sám alebo s rodinou,
- kolektívny, kedy je cestovný ruch spojený s účasťou viacerých osôb, môže mať podobu skupinového cestovného ruchu alebo masového cestovného ruchu.

Podľa ročného obdobia sa cestovný ruch delí na:

- sezónny (letná, zimná sezóna), kde je sezóna obdobím s vysokou koncentráciou návštevnosti miesta, a tým aj maximálnou ponukou služieb, súčasne ide o obdobie maximálnych cien,
- mimosezónne, ktoré je charakteristické obdobím nízkej návštevnosti miesta, čo je spojené so zníženou ponukou služieb, ceny sú taktiež nižšie.

Podľa vplyvu na životné prostredie sa delí cestovný ruch na:

- tvrdý, ktorý je často spojený s rozsiahlymi tvrdými investíciami, pričom hlavným merítkom je zisk bez ohľadu na enviromentálne, sociálne a kultúrne prostredie destinácie, v ktorej prebieha hlavne masový turizmus vo všetkých podobách,
- mäkký, ktorý sa snaží uvedomele dosiahnuť vyrovnaného stavu medzi prínosmi a dopadmi na enviromentálne, sociokultúrne a ekonomické prostredie destinácie, v ktorej prebieha.

Ďalšími hľadiskami pre klasifikáciu cestovného ruchu môže byť napríklad cieľ cesty, použitý dopravný prostriedok, destinácie, spôsob ubytovanie a pod. (Ryglerová, Burian, Vajčnerová, s. 22)

1.4 SúčasnÉ trendy v cestovnom ruchu

Za posledných 50 rokov zaznamenal cestovný ruch silný nárast, pričom v roku 2012 prekonalí príjazdy medzinárodného cestovného ruchu prvýkrát v histórii hranicu jednej miliardy cestujúcich. Zvyšovanie počtu cestujúcich bude aj v 21. storočí pokračovať. Kľúčovú úlohu v medzinárodnom cestovnom ruchu bude zohrávať cestovanie v rámci domáceho regiónu. Nastupujúcim hlavným trendom, ktorý sa už prejavil v Európe, Severnej Amerike a Ázii, je preferencia kratšej dovolenky viackrát do roka pred jednou dlhou hlavnou dovolenkou.

Rastúce počty cestujúcich vo veku nad 50 rokov v Európe, Severnej Amerike a Japonsku budú silným pozitívom pre medzinárodný cestovný ruch. Dôležitým produktom na trhu zostanú rodinné dovolenky, zvýši sa záujem o dovolenky pre dôchodcov a slobodných, čo indikuje predpoklady perspektívneho rozvoja kúpeľného CR na Slovensku (existencia kvalitnej ponuky – liečebné a wellness pobyty). Medzi najsilnejšie motívy účasti na CR bude patriť vzdelávanie alebo poznávanie a návšteva príbuzných či známych.

Zmena nastane aj v ponuke voľno časových aktivít. V spoločnosti sa vyskytuje čoraz viac ľudí trpiacich nedostatkom času, avšak disponujúcich dostatočnými finančnými zdrojmi, čo má dopad na vývoj nových produktov cestovného ruchu. Vznikajú produkty ponúkajúce cestovateľovi maximálny zážitok za minimálny čas. Stále obľúbenejšími sa stávajú tematické a zábavné parky, plavby na lodiach, zdravotné a rekreačné strediská, športové a kultúrne podujatia a all-inclusive dovolenkové rezorty.

Čoraz vyšší vplyv v cestovnom ruchu získavajú sociálne médiá. Takmer každý druhý Európan je členom komunity nejakej sociálnej siete a 14 % z nich využíva dané sociálne médium ako zdroj informácií pre plánovanie a realizáciu svojej cesty. Podľa prieskumu realizovanom medzi národnými organizáciami cestovného ruchu z celého sveta, 60 % respondentov využíva ako hlavný prostriedok propagácie vlastnú internetovú stránku. (Slovenská agentúra pre cestovný ruch, ©2013)

1.5 Služby cestovného ruchu

Služby cestovného ruchu alebo inak povedané nároky na rekreáciu, umožňuje materiálo-technika základňa. Táto základňa sa skladá predovšetkým z ubytovacích služieb, stravova-

cích a reštauračných služieb, dopravných služieb zaisťujúcich prepravu ľudí, služieb cestovných kancelárií, agentúr, športovno-rekreačných zariadení a iné. (Ryglová, 2009, s. 35)

V nasledujúcich kapitolách sa budem podrobnejšie venovať len ubytovacím, stravovacím a dopravným službám.

1.5.1 Stravovacie služby

Základné životné potreby hladu a smädu je možné uspokojiť naturálbou výrobou a naturálnou spotrebou, individuálnym nákupom v maloobchodnej sieti, prípravou pokrmov v domácnosti alebo sústavou spoločného stravovania.

Základnými rysmi reštauračných služieb sú:

- Úharada ceny jedla stravníkom
- Prísne hygienické predpisy
- Oddelené sociálne príslušenstvo (Ryglová, 2009, 36)

Podľa druhu a rozsahu poskytovaných služieb sa reštauračné zariadenia členia do dvoch kategórií:

- reštaurácie – hlavnou funkciou tohto zariadenia je podávanie jedál v priebehu dňa (reštaurácie, jedálne, rýchle občerstvenia, bufety, bistrá, železničné jedáľenské vozy atď.)
- bary – tieto zariadenia uspokojujú spoločensko-zábavné potreby, občerstvenie je len doplnkom (fril bar, nočné bary a kluby, pivnice, vinárne, kaviarne atď.) (Ryglová, 2009, s. 37)

Stravovacie služby na rozdiel od ubytovacích nepodliehajú v Slovenskej republike oficiálnej certifikácii.

1.5.2 Ubytovacie služby

Medzi prvé ubytovacie zariadenia patrili takzvané zázajzdové hostince, ktoré vznikali z dôvodu castovanie za obchodom. Tieto hostince sa považujú za predchodcov dnešných hotelov. Prvé hotely ako samostanené ubytovacie zariadenia pre verejnosť vyznikali na prelome 18. a 19. Storočia vo Francúzsku. Rast počtu ubytovacích zariadení bol ďalej ovplyvnený rozvojom cyklistiky a neskôr automobilizmom. V tejto dobe vznikali prvé zoznamy

hotelov pre potreby členov športovních klubov, tieto zoznamy sú považované za základ pre hotelové klasifikácie. (Ryglové, 2009, s. 43)

Ubytovacie služby sú služby neskladovateľné a podielajú sa značným spôsobom na zaistení a realizácii cestovného ruchu. Podľa metodiky platnej v Slovenskej republike sa ubytovacie zariadenia podľa druhu delia na:

- hromadné – hotel, hotel garni, motel, hotel, penzión, kemp, chatová osada, turistická ubytovaňa, dependance,
- individuálne – ubytovanie v súkromí (Ryglová, 2009, s. 44)

1.5.3 Dopravné služby

Základnou podmienkou realizácie cestovného ruchu je doprava. Dopravné služby v cestovnom ruchu sú spojené so zaistením prepravy účastníkov cestovného ruchu a ich zavazadiel vrátane ďalších doplnkových služieb (poskytovanie informácií o doprovnom spojení, rezervácie miest v dopravných prostriedkoch, riešenie reklamácie apod.) (Ryglová, 2009, s. 51)

Dopravu čelíme podľa použitého dopravného prostriedku na:

- pozemnú – cestná, železničná, automobilová, autokarová,
- leteckú,
- vodnú,
- ostatné. (Ryglová, 2009, s. 51)

Podľa oblasti dopravy sa delí na vnútroštátnu a medzinárodnú a podľa prepravného plánu na služby pravidelnej dopravy a služby nepravidelnej dopravy.

Hlavným znakom dopravných služieb v cestovnom ruchu je existencia plánu prepravy, jedná sa o jazdný, letový alebo lodný plán prepravy. Cenu určujú tarifné podmienky, ktoré sú závislé na vzdialenosti, rýchlosti a komforte. Cenovú politiku taktiež vo veľkej miere ovplyvňujú štátne intervencie an trhu prostredníctvom zákonom stanovených cien, subvencií alebo zdanením určitých spôsobov dopravy. (Ryglová, 2009, s. 52)

2 KEMPOVANIE

2.1 História

Kempovanie ma dlhodobú históriu v mnohých krajinách. Turistom sú k dispozícii milióny táborísk súkromných i verejných. Kempovanie kedysi znamenalo drsný život v prírode, stavanie stanov alebo spanie pod hviezdami. Dnešní cestovatelia väčšinou v kempе zaparkujú rekreačné vozidlo alebo si prenajmú chatu alebo chalupu. Parkoviská a kempy pre rekreačné vozidlá ponúkajú širokú škálu vybavenia, aktivít a služieb pre pohodlie svojich kempujúcich hostí. Mnoho kempu ponúka pripojenie k elektrickému vedeniu, káblovú televíziu, počítače, bezdrátové pripojenie k internetu, horúcu sprchu a prádelňu. (Fletcher, 2013)

V slovenskej republike existuje Slovenská asociácia campingu a caravaningu (SACC), ktorá združuje prevádzkovateľov a majiteľov ubytovacích zariadení kempov a chatových osád.

Oficiálnym kempom a chatovým osadám predchádzala doba trampingu. Tramping má svoje korene v zahraničí. Veľký vplyv na neho mala myšlienka woodcraftu založená Ernestom Thompsonom Setonom na počiatku 20. storočia v Spojených štátoch Amerických. Jeho hnutie bolo založené na návrate k prírode, úcte k nej a zálesáckých schopnostiach. Druhým dôležitým vplyvom bol skauting, založený vo Veľkej Británii Robertom Baden-Powellom. Myšlienky woodcraftu rozšíril o organizáciu a pevnú disciplínu členov. Skauting sa potom rozšíril i do Čech a Slovenska, ale nie všetkým skautom a mládeži obecnе vyhovovala prísná kázeň, ktorá sa v družinách musela dodržiavať. (Hurikán, 1990, s. 12).

2.2 Základné informácie

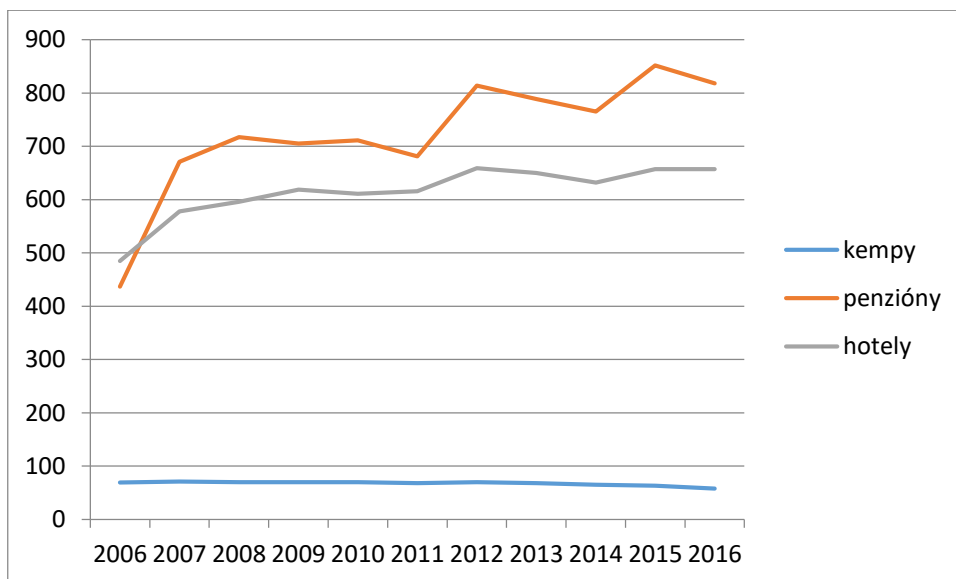
Podľa Slovenského štatistického úradu sa pod pojmom kemp rozumie objekt pre prechodné ubytovanie turistov vo vlastných ubytovacích zariadeniach (stan, obytný prívos), prípadne v objektoch, ktoré patria kempingu (chaty, bugalovy, atď.) (Štatistický úrad SR, ©2001)

Na internete existuje rada webových stránok, ktoré sa venujú výhradne kempovaniu. Tieto stránky zhromažďujú kempy v Českej i Slovenskej republike a vyznačujú jednoduchým vyhľadávaním, často rozlíšeným podľa krajov a rekreačných oblastí.

Kempovanie je v prvej rade spojené s prírodou, preto sa väčšina kempov nachádza v blízkosti tokov riek, prírodných kúpalísk, hôr, turisticky atraktívnych miest (napr. rozhľadne, hrady, zámky), cyklotrás či historicky atraktívnych miest.

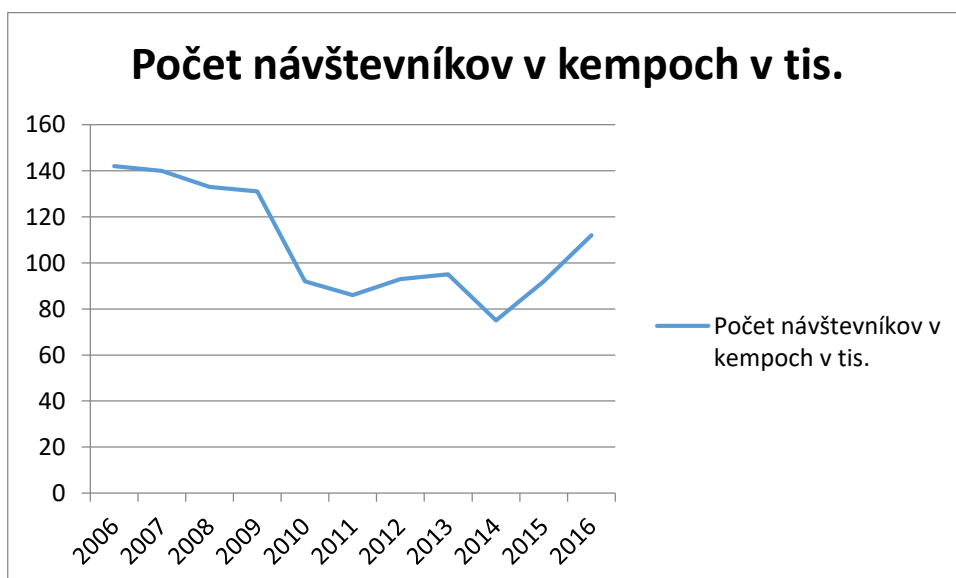
Va nasledujúcom grafe je uvedený počet kempingov v Slovenskej republike v jednotlivých rokoch. Údaje sú získané zo štatistického úradu SR.

Graf 1 Vývoj počtu ubytovacích zariadení 2006-2016 v SR (Vlastné spracovanie)



V ďalšom grafe je uvedený počet návštevníkov, ktorí sa v rokoch 2006-2016 ubytovali v kempoch po celej Slovenskej Republike. Údaje sú získané zo Štatistického úradu SR.

Graf 2 Vývoj počtu návštevníkov kempov v rokoch 2006-2016 v SR (Vlastné spracovanie)



Podľa Slovenského štatistického úradu počet návštevníkov z radov rezidentov v posledných troch rokoch rastie.

2.2.1 Klasifikácia kempov

Klasifikačné znaky rozlišujú kempy do tried od * až po *****. V kempingoch, kde je 50 a menej hostí sa môže kvalita resp. rozsah výbavy sociálneho hygienického zariadenia znížiť o 50 percent. V ďalšej kapitole sú uvedené popisy jednotlivých kategórií kempov.

Kemping *

Kemping disponuje prijímacou kanceláriou s dennou službou minimálne dostupnou počas 16 hodín a s dostupnou zodpovednou osobou nonstop. Musí sa tu nachádzať informačný panel so všetkými základnými informáciami, orientačný plán celého zariadenia, lekárnička a hosťom dostupný telefón. Kempingová jednotka má rozmer minimálne 40 m². pohostinské a reštauračné služby by mali byť vo vzdialenosti menšej ako 500 metrov. Samoobslužná kuchyňa na 100 hostí poskytuje 2 drezy s výlevkami na umývanie riadu s tečúcou aj studenou vodou, 2 dvojplatičky a 2 miesta pri pracovnom stole. Na konzumáciu by tu mal byť vyhradený priestor. Zariadenie musí poskytovať možnosť ubytovania vo vlastnom prenosnom stane. A to minimálne v stane. Výhodou je v ďalších prostriedkoch. Na 100 hostí by malo byť k dispozícii 8 umývadiel so zrkadlom a poličkou, pričom 4 sú pre ženy a pre mužov, stavebne oddelené medzi sebou v oddelených umyvárňach. Voda musí byť neustále dostupná tečúca a pri každom umývadle musí byť zásuvka s označením napätia a použitia. Na 100 hostí sa tu tiež nachádzajú minimálne 4 sprchy s tečúcou vodou v samostatných kabínkach, stavebne oddelené medzi 2 ženskými a 2 mužskými v oddelených umyvárňach. Teplá voda minimálne 4 hodiny k dispozícii vo večerných hodinách. Ďalej na sto hostí by mal byť k dispozícii nasledovný počet toaliet: 4x pre ženy, 2x pre mužov a 2x pisoár, pričom aj tie sú stavebne oddelené od seba. Zariadenie dopĺňajú smetný uzatvárateľný kôš, toaletný papier a kefa. Dostupnosť hygienického zariadenia by mala byť do 100 metrov od ubytovacieho zariadenia. Takéto zariadenie však smie byť vzdialené od ubytovacej plochy najmenej 10 metrov. K dispozícii musí byť pitná voda a možnosť jej odberu. Vnútorne a prístupové komunikácie majú spevnený povrch vozovky a cesty pre presun motorových vozidiel sú bezprašné. Prístupové komunikácie a komunikácie vo vnútri kempingu musia byť osvetlené počas zníženej viditeľnosti. Na skladovanie odpadkov slúžia uzatvárateľné kontajnery, alebo veľké vrecia na stojanoch, ktoré sa vyprázdňujú v prípade

potreby alebo v intervale raz za jeden týždeň. Objem nádob by mal byť 2 litre na 1 hosťa denne. (Ubytovanie, ©2011)

Kemping **

Kemping ** na rozdiel od Kempingu * disponuje nasledovnými vylepšeniami a rozdielmi. Kemping ** má parkovacie miesto pred kanceláriou pri registrácii. Trvalo označená kempingová jednotka má rozlohu minimálne 60 m². V areáli kempingu alebo v dostupnosti do 500 metrov by malo byť dostupné celodenné stravovanie hostí kempingu. Na konzumáciu pripravených pokrmov je nutný priestor so zastrešením s rozlohou minimálne 10m². Taktiež by tu mal byť vyhradený priestor s ohniskom a miestami na sedenie. Ubytovanie hostí je možné v ich stanoch, v obytných automobiloch a obytných prívěsoch. Minimálne 20 percent kempingových jednotiek má aj vlastnú elektrickú prípojku. Je tiež možné využiť aj ubytovacie objekty samotného prevádzkovateľa, alebo ak ide o chatovú oblasť, musí byť zaradená na triedy *. Odborné miesta pre možnosť čerpania pitnej vody by mali byť rovnomerne rozmiestnené, nie len na jednom mieste, ak ide o rozľahlejší areál. (Ubytovanie, ©2011)

Kemping ***

Kancelária tu má nepretržitú prevádzku nonstop. Čo sa trvalo označených kempingových jednotiek týka, ide minimálne o 80m² pre 30 percent jednotiek a pre ostatné jednotky stačí 60m². Občerstvenie je k dispozícii v areáli zariadenia. V areáli je tiež zabezpečené celodenné stravovanie v pohostinských strediskách. Zariadenie kuchyne a ohniska je zhodné s Kempingom **, rovnako ako možnosti ubytovania pre stany, obytné autá a prívěsy. Minimálne 50 percent kempingových jednotiek je vybavené elektrickou prípojkou a taktiež tu je osobitná plocha pre vytýčenie stanov. V prípade ak kemping poskytuje aj ubytovanie vo vlastnej chatovej osade, avšak tá musí byť zaradená do triedy **. K dispozícii musí byť pre 100 ľudí 8 umývadiel so zrkadlom a poličkou v samostatných kabínkach, pričom 4 sú pre ženy, 4 pre mužov a medzi sebou sú stavebne oddelené. Tečúca teplá aj studená voda sú nepretržite dostupné a pri každom umývadle je zásuvka. Kemping *** disponuje špeciálnou výlevkou na vyprázdnenie chemického prenosného WC a disponuje tiež miestom pre vypúšťanie znečistenej vody z obytných prívěsov a automobilov. Zariadenie disponuje spoločenskou miestnosťou. (Ubytovanie, ©2011)

Kemping ****

Kemping triedy **** sa výrazne nelíši od Kempingu ***, avšak má niekoľko zmien, ktoré sú spomenuté, v ostatných prípadoch ako ostatne pri každom ubytovaní a tu spomenutej zvyšujúcej sa triede, zostáva všetko nespomenuté tak, ako v predchádzajúcej triede. Trvalo označená kempingová jednotka má minimálne 100 m² pre 50 percent jednotiek a pre ostatné jednotky platí rozloha minimálne 60 m². Trvalo označené kempingové parcely majú rozlohu minimálne 120 m². Ubytovanie je možné nie len v stanoch, prívesoch a obytných automobiloch ale aj v mobilných domoch. Všetky kempingové jednotky a kempingové parcely majú elektrickú prípojku a všetky parcely majú aj prípojku vody a tekutého odpadu. Je možné aj ubytovanie v zariadeniach prevádzkovateľa, pokiaľ ide o chatovú osadu, tá musí spĺňať minimálne triedu ***. Pre obytné automobily sa tu nachádza servisný box. (Ubytovanie, ©2011)

3 PODNIK SLUŽIEB ORIENTOVANÝ NA ZÁKAZNÍKA

Pod pojmom služba sa obecné rozumie ekonomická činnosť ľudí, ktorej výsledkom sú nemateriálne hodnoty, ktoré sa prejavujú ako užitočné efekty pre spotrebiteľa služieb. Firmy väčšinou neponúkajú len výrobok alebo službu, ale často ide o kombinácie oboch. Existujú štyri základné kategórie ponuky služieb:

- len hmotný produkt,
- hmotný produkt s doprovodnými službami,
- významná služba s doprovodnými produktmi a službami,
- len služba.

Súčasná doba a predovšetkým rastúci konkurenčný boj medzi jednotlivými organizáciami prinútil podniky orientovať svoju činnosť na potreby zákazníkov. Uspokojenie týchto potrieb však musí byť efektívne ako pre zákazníka, tak i pre podnik samotný, ktorá za poskytnuté služby očakáva adekvátnu odmenu a to vo forme zisku, či návratnosti investícií. (Cibáková, Róza a Cibák, 2008, s. 11)

Organizácie a podniky musia byť neustále na pozore a dostatočne rýchlo reagovať na stále sa zvyšujúce nároky a požiadavky spotrebiteľov. V konkurenčnom prostredí budú úspešné len tie firmy, ktoré ponúkajú produkt najlepšie odpovedajúci potrebám, preferenciám či finančným možnostiam zákazníka. (Cibáková, Róza a Cibák, 2008, s. 11)

3.1 Špecifiká služby v cestovnom ruchu

Orieška (2009, s. 20) uvádza, že potreby účastníkov cestovného ruchu nevystupujú individuálne, ale spravidla ako súbor navzájom podmieňujúcich sa potrieb, ktorých uspokojenie vyžaduje komplexné služby.

Medzi hlavné špecifiká služieb v cestovnom ruchu patria:

- Kratšia expozitúra služieb – ponuke služby je vymedzený určitý limitovaný čas a pre urobienie dobrého dojmu na zákazníka máme omnoho menej času ako pri hmotnom produkte.
- Význam psychologických faktorov – ľudia majú tendencie nakupovať služby cestovného ruchu podľa toho, ako odpovedajú ich predstavám. Vzhľadom k nehmotnému charakteru služieb preto omnoho viac využívajú emotívne uvažovanie

a potrebujú sa s ponukou hlavne stotožniť, čomu vo veľkej miere prispievajú štýl, úroveň komunikácie a schopnosti personálu.

- Význam vonkajšej stránky ponuky a imidž – charakter poskytovania služieb je väčšinou nehmotný, preto sa zákazníci rozhodujú na základe emócií a omnoho viac sa spoliehajú na hmatateľné záchytné body či dôkazy.
- Význam ústnej reklamy – vzhľadom k tomu, že zákazníci si väčšinou nemôžu službu vyskúšať vopred, sa veľmi zvyšuje význam referencií, či už od priateľov, známych, na internetových blogoch atď.
- Jednoduchšie kopírovanie služieb – služby, na rozdiel od výrobkov môžeme len veľmi ťažko nechať patentovať a sú veľmi jednoducho napodobiteľné.
- Závislosť na komplementárnych firmách – vzhľadom na požiadavku komplexnosti služieb je nevyhnutné, aby poskytovatelia týchto služieb spolupracovali a vzájomne sa doplňovali, pretože ich súhra vytvára konečné dojmy z celej destinácie. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 97-98)

4 ANALYTICKÉ METÓDY PRÁCE

4.1 SWOT analýza

SWOT analýza predstavuje komplexnú metódu vyhodnotenia všetkých podstatných stránok a oblasti podniku, vrátane jeho súčasnej pozície. Jadrom metódy je klasifikácia a ohodnotenie faktorov, ktoré spadajú do štyroch základných skupín, podľa toho, či vyjadrujú silné alebo slabé stránky vnútorného prostredia organizácie alebo či sa jedná o faktory vyjadrujúce príležitosti a hrozby vonkajšieho prostredia. SWOT vychádza z predpokladu, že maximalizáciou predností a príležitostí a minimalizáciou hrozieb a nedostatkov, dosiahne organizácia strategického úspechu. (Křížek a Neufus, 2014, s. 98)

S (Strengths – silné stránky) – predstavujú konkurenčnú výhodu, ktorá existuje vo vnútri firmy. Môže to byť dlhá história, dobrý imidž alebo odbornosť zamestnancov a i.

W (Weaknesses – slabé stránky) – predstavujú konkurenčnú nevýhodu vo vnútri firmy, ktorú je potreba odstrániť alebo minimalizovať. Môže ísť napríklad o nedostatok manažérskych schopností, zdrojov, postavenie na trhu či vysoké prevádzkové náklady.

O (Opportunities – príležitosti) – príležitosť je priaznivá situácia vo firemnom okolí, z ktorého sa firma snaží vyťažiť maximum a ktorá môže byť využitá k zaisteniu väčších predajov a vyššej výkonnosti. Môže sa jednať o objavenie nového tržného segmentu, zmeny v legislatíve alebo vstup do hotelového reťazca.

T (Threats – hrozby) – hrozby sú naopak nepriaznivé situácie v okolí firmy, ktoré môžu negatívne ovplyvniť jej fungovanie. Hrozbami sa môžu stať zmeny v právnych predpisoch, silná konkurencia a iné. (Beránek a Kotek, 2007, s. 131-132)

4.2 Analýza ponuky cestovného ruchu

Cestovný ruch je možné analyzovať z pohľadu primárnej a sekundárnej ponuky cestovného ruchu. Primárna ponuka obsahuje základné zložky produktu destinácie cestovného ruchu, sekundárna ponuka nadväzuje na primárnu ponuku, vytvára podmienky pre jej využívanie návštevníkom v destinácii.

4.2.1 Primárna ponuka

Primárnu ponuku tvoria atraktivity cieľových miest, ktoré priťahujú zákazníkov do cieľovej destinácie. Z hľadiska motivácie zákazníka rozhodujú o využívaní destinácie pre konkrétny typ turizmu. (Palátková a Zichová, 2014, s. 60)

Tieto atraktivity tvoriace primárnu ponuku taktiež rozhodujú o tom, či bude destinácia navštevovaná pre krátkodobé alebo dlhodobé aktivity. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 34)

Prírodné atraktivity

Atraktivity tohto druhu sa vyskytujú najmä v horkých a pobrežných oblastiach. Lákajú návštevníkov najmä na dlhšie pobyty. Palátková a Zichová (2014, s. 58) radia medzi tieto atraktivity nasledujúce:

- Klimatické podmienky (teplota, množstvo zrážok, dĺžka slnečného svitu, atď.)
- Morfológické podmienky (skaly, pobrežie, jaskyne, nadmorská výška, atď.)
- Hydrologické podmienky (more, rieky, jazerá, gejzíry, liečebné a minerálne pramene, vodopády, atď.)
- rastlinstvo a živočíšstvo (vzácne a ohrozené rastlinné a živočíšne druhy, chránené a lovné zveri, atď.)

Prírodné podmienky majú vo vzťahu k cestovnému ruchu význam v tom, že sú stacionárne, do značnej miery konštantné a uplatňujú sa spravidla v ploche rozsiahlejších areáloch. Atraktivity sú jednotlivé prírodné zvláštnosti, ktorých ojedinelosť a exotika tvoria konkrétnu oblasť pre cestovný ruch príťažlivejšou. (Hrala, 2002, s. 15)

Najväčší význam majú atraktivity, ktoré sú neopakovateľné a výnimočné. Takéto atraktivity sú väčšinou zapísané do zoznamu celosvetového dedičstva UNESCO. Prostredníctvom zápisu atraktivity do zoznamu UNESCO môže destinácia propagovať svoju ponuku a prilákať tak viac návštevníkov. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 34)

Primárne atraktivity vybudované činnosťou človeka

Aj keď neboli tieto atraktivity pôvodne vytvorené pre potreby CR, v súčasnej dobe sa stali preň využívané. Stávajú sa väčšinou cieľom kratších alebo jednodňových ciest a bývajú súčasťou produktu, ktorý zahŕňa i iné atraktivity. Tie najvýznamnejšie sú zapísané do Sve-

tového zoznamu kultúrneho dedičstva UNESCO a taktiež národné kultúrne pamiatky. (Rygllová, Burian, a Vajčnerová, 2011, s. 35)

Primárne atraktivity tohto druhu môžeme rozdeliť na:

- Architektonické a technické atraktivity (ľudová architektúra, sakrálne stavby)
- Vybudované prírodné atraktivity (parky, botanické záhrady, zoo)
- Kultúrne a športové atraktivity (galérie, múzeá, športové udalosti)
- Sociálne atraktivity (tradície, zvyky, regionálna kuchyňa) (Palátková a Zichová, 2014, s. 59)

Vystoupil (2011) člení kultúrne-historické atraktivity, teda primárne atraktivity vybudované činnosťou človeka na:

1. Kultúrno – historické pamiatky
 - architektonické pamiatky – pamiatky profánne (svetské) medzi ktoré patria napríklad historické jadrá miest, historické územné celky, ľudová architektúra, technické pamiatky, sochy, súsošia a pamiatky sakrálne (cirkevné) medzi ktoré patria chrámy, katedrály, kláštory, kostoly, kaple, synagógy, rotundy, cintoríny, atď.,
 - prírodné pamiatky,
 - súbory materiálnych a duchovných prejavov človeka – jazyk, tradície, kulinárske špeciality, umenie a hudba, história jej viditeľne pozostatky, remeslá, náboženstvo, vzdelávací systém, tradičné oblečenie atď.,
2. Kultúrne zariadenia – múzeá, galérie a pamätníky, divadlá, hvezdárne, planetária,
3. Spoločenské akcie. (Vystoupil, 2011)

Účelovo vybudované atraktivity

Účelovo vybudované atraktivity boli vybudované pre účely CR, ale slúžia i pre potreby obyvateľov destinácie. Ich cieľom je motivovať turistom k dlhodobým ako i krátkodobým pobytom. Medzi tieto atraktivity patria:

- Kúpele
- Tematické parky (Legoland, Disneyland)
- Športové areály (lyžiarske zjazdovky, golfové ihriská)
- Kongresové a iné atrakcie (Palátková a Zichová, 2014, s. 59)

4.2.2 Sekundárna ponuka

Palátková a Zichová (2014, s. 61) uvádzajú, že sekundárna ponuka pozostáva z vybavenosti cieľovej destinácie. Atraktivita, či už prírodné alebo vybudované človekom lákajú turistov do destinácie, jej vybavenosť a služby uspokojujú sekundárne potreby účastníkov cestovného ruchu. Sekundárna ponuka vytvára predpoklady pre funkčné využitie atraktivít v destinácii. Výrazne podporujú rozvoj turizmu. Vybavenosť a služby vytvárajú prostriedky k tomu, aby sa turisti do destinácie mohli dopraviť a využiť jej ponuky. Úroveň sekundárnej ponuky môže byť hodnotená viacerými faktormi ako napríklad počet ubytovacích a stravovacích zariadení, počet a skladba návštevníkov, počet lôžok, občianska vybavenosť a iné. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2014, s. 35)

Infraštruktúra

Infraštruktúra sa delí na dopravnú infraštruktúra a jej hlavnými časťami sú cestná sieť, železničná sieť, verejná doprava a verejná infraštruktúra. Doprava zo zdrojovej oblasti do cieľovej destinácie je pre väčšinu účastníkov cestovného ruchu nutnosťou, a preto preferujú ak je doprava čo najpohodľnejšia, najkratšia a najrýchlejšia. (Palátková a Zichová, 2014, s. 62)

Dopravná dostupnosť cieľovej destinácie zvyšuje dopyt po tejto destinácii a ďalej prispieva k zvýšeniu rozvoja infraštruktúry a ponuke služieb v destinácii. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 36) Verejná infraštruktúra kladie vysoké nároky na rozpočet cieľovej oblasti, nebýva primárne budovaná pre potreby cestovného ruchu, ale rozvoj cestovného ruchu kladie vysoké nároky na jej úroveň. (Palátková a Zichová, 2014, s. 62)

Supraštruktúra

Ubytovacie služby sú najdôležitejšou súčasťou supraštruktúry, a ďalej sa rozdeľujú na komerčné a nekomerčné služby. Ďalšou veľmi dôležitou súčasťou sú stravovacie služby. O niečo menej dôležité sú potom kultúrno-spoločenské, bankové, športovno-rekreačné i ďalšie služby. (Palátková a Zichová, 2014, s. 62)

Potenciál územia nie je možné využiť bez dostatočnej kvality kapacity služieb supraštruktúry. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 36)

4.3 Analýza rizík

Podľa Šefčíka (2009, s. 90) sa za náplň analýzy rizika projektov považuje predovšetkým identifikácia rizikových faktorov, stanovenie ich významnosti a určenie veľkosti rizika projektov.

Fázy identifikácie rizikových faktorov je založená predovšetkým na skúsenostiach tvorivom prístupe spracovateľov investičného projektu. Môžu ju podporiť kontrolné zoznamy, diskusie s expertmi, tímové diskusie a kognitívne mapy.

Vzhľadom k vysokému počtu rizikových faktorov je potreba posúdiť významnosť faktorov rizika a vybrať len kľúčové rizikové faktory s najväčšími dopadmi na výsledky projektu. (Šefčík, 2009)

4.4 Rozhovor

Pomocou rozhovoru získame informácie priamo od respondenta, ktorému osobne kladieme otázky. Je založený na sociálnej interakcii medzi respondentom a tázateľom. Rozlišujeme tieto typy rozhovorov:

- štandardizovaný – tázateľ sa drží predom pripravených otázok a ich poradia,
- neštandardizovaný – tázateľ určuje poradie otázok dialógu sám,
- pološtandardizovaný – tázateľ pokladá súbor otázok z časti štandardizovaným a z časti neštandardizovaným spôsobom. (Šefčík, 2009)

ZHRNUTIE TEORETICKEJ ČASTI

Hlavným cieľom teoretickej časti bolo vymedziť základné pojmy týkajúce sa problematiky, ktorej sa moja diplomová práca venuje. Teoretické poznatky boli získané z českej a svetovej odbornej literatúry.

Teoretická časť je rozdelená do 3 hlavných kapitol. V prvej kapitole sa venujem základným pojmom, ktoré sú spojené s cestovným ruchom a ich definíciou. V tejto kapitole je popísaný význam cestovného ruchu a popisuje cestovný ruch ako komplexný systém. V druhej sa zaoberám špecifickými vlastnosťami služieb cestovného ruchu a ich marketingovým mixom.

V tretej a záverečnej kapitole teoretickej časti diplomovej práce sa zameriavam na analytické metódy práce. Konkrétne sa jedná o analýzu SWOT analýzu, analýzu ponuky cestovného ruchu a rizikovú analýzu. Všetky teoretické poznatky a východiská sa stanú podkladom pre praktickú časť tejto diplomovej práce.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 ZÁKLADNÉ ÚDAJE O VYBRANOM KEMPE

Vybraný kemp spravuje firma OMOSS spol. s .r.o., ktorá v roku 2006 rozšírila svoju činnosť o ubytovacie služby v ubytovacích zariadeniach s prevádzkovaním pohostinských činností v týchto zariadeniach a v chatovej osade triedy 3, v kempingoch triedy 3 a 4.

Sídlo: Osadská 679/15, 028 01 Trstená

Základné imanie podľa ORSR: 172 609 €

Právna forma: spoločnosť s ručením obmedzeným (Obchodný register SR, ©2018)

Sídlo kempu: Oravice 240, 027 12 Oravice – Vitanová

Vybraný kemp je najsevernejší kemp Slovenska a ako jeden z mála poskytuje služby ubytovania či kempovania celoročne. Kemp sa nachádza v prostredí Západných Tatier – Oravíc.

Vybraný kemp poskytuje ubytovanie v bungalovoch, stanovanie a kempovanie na trávnej ploche s možnosťou elektrickej prípojky. Vybudovaná je tiež spevnená plocha pre karavany taktiež s elektrickými prípojkami. Priestor na stany a karavany poskytuje pre cca. 300 ľudí.

V kempe sa nachádza 5 bungalovov. Bungalovy disponujú momentálne až 64 lôžkami. Každý bungalov je vybavený 2 - 3 izbami s 2, 3, 4, 5 lôžkami a spoločnou kuchyňou a vlastným sociálnym zariadením s WC a sprchou. Bungalovy, ktoré nedisponujú vlastnou kuchyňou, sú vybavené menšou chladničkou a varnou kanvicou.

V objekte sa taktiež nachádzajú spoločné sprchy s WC a pračkou.

V letnej sezóne funguje v objekte zariadenie, poskytujúce drobné občerstvenie a posedenie pre cca 50 hostí.

V tabuľke 1 je zobrazený kompletný cenník služieb, ktoré kemp poskytuje.

Tabuľka 1 Cenník vybraného kempu (Vlastné spracovanie)

Bungalovy	Osoba /noc	Cena
Lôžko	1 / 1	12,00 €
Lôžko pri ubyt. na 2 noci	1 / 1	11,00 €
Lôžko pri ubyt. na 3 a viac noci	1 / 1	10,00 €

Kemping	Osoba/noc	Cena
Dospělý	1 / 1	2,50 €
Deti do 5 rokov	1 / 1	gratis
Ostatné poplatky	Počet dní	Cena
Auto	1	2,70 €
Karavan	1	4,30 €
Kamper	1	5,30 €
Motocykel	1	1,30 €
Stan	1	2,70 €
Elektrina	1	5,00 €
Domáce zviera	1	1,30 €

6 CHARAKTERISTIKA OBCE ORAVICE A JEJ OKOLIA

Obec Oravice sa nachádza vo výške 790 m n. m. Jedná sa o turisticko-rekreačné stredisko pod Osobitou v chránenej krajinnej oblasti Horná Orava v Západných Tatrách. Oravice sú rekreačným miestom s veľmi dobrými klimatickými podmienkami, prírodnými krásami a terénmi, ktoré sú vhodné na rekreáciu a turistiku. (Oravice, ©2011)

História obce

Obec Oravice vznikla na území zaniknutej dedinky Bystrá. Názov Oravice sa pôvodne vzťahoval na riečku Oravicu, ktorá tu vzniká stekom potoka Tichého, Bobrovca, Juráňovej vody, Suchého potoka, Mihulčia a Čierneho potoka, vytekajúcich spod pohraničných hôr tejto horskej skupiny.

Po rozpustení dediny Bystrej r. 1659 sa jej pozemky dostali do úžitku Tvrdošina, a tak pomaly zanikol aj názov Bystrá. V roku 1728 prenajali Tvrdošania od zemepánov majetky zvané Oravica, spolu s hoľami, patriacimi k tomu majetku, za poplatok 240 zlotých ročne; na tejto pôde pásli dobytok všetkého druhu a ťažili drevo.

Po zrušení poddanstva zák. č. IX z roku 1848 sa Tvrdošania stali vlastníkami Oravíc, takže celé územie niekdajšej Bystrej, zaokrúhlené do jedného kompletného majetkového celku, podľa urbárskej dohody z 9. 12. 1867 prešlo do neobmedzeného vlastníctva urbárikov obce Tvrdošín.

Oravice boli vyhľadávaným letoviskom od začiatku tohto storočia, prvá útulňa bola postavená v roku 1931 pod Krúpovou. Ubytovať sa vtedy dalo aj v dvoch izbách hostinca u Sivoňa. Neskôr sa tu stavali súkromné chaty. Vo vojnových rokoch všetky hájovne a chaty vypálili hitlerovské vojská. Zo stavebných pamiatok sa zachovala len kaplnka sv. Anny postavená v rokoch 1817-1820. Chata Oravice je centrálnym objektom v turisticky atraktívnej lokalite. Koncom minulého storočia v Oraviciach žil lesník Anton Kocyan 1835-1916, skúsený ornitológ a preparátor, zakladateľ prírodovedných zbierok múzea v Oravskom zámku. (Mesto Tvrdošín, ©2018)

6.1 Analýza primárnej ponuky destinácie

Analýza v tejto kapitole je venovaná rozboru primárnej ponuky v regióne Kopanice. Existencia špecifickej primárnej ponuky je základným predpokladom pre možnosť rozvoja ces-

tovného ruchu v regióne, pretože práve primárnu ponuku tvoria atraktivity, ktoré sú hlavným alebo vedľajším cieľom ciest turistov.

6.1.1 Prírodné atraktivity

Oravice sa nachádzajú v blízkosti hneď niekoľkých národných parkov a teda ovplyvujú bohatou faunou a flórou.

Časť Oravíc patrí do najstaršieho chráneného územia na Slovensku - Tatranského národného parku (TANAP). Je to veľmi cenné prírodno-vedné územie. Na území Oravíc sa nachádzajú taktiež Národná prírodná rezervácia (NPR) Osobitá a Národná prírodná rezervácia Juráňová dolina.

Územie Oravíc ohraničuje na severe a západe Skorušina 1310 m n. m. so svojimi výbežkami, na juhu masív Osobitej od malej Osobitej cez Kasne Roh po Lúčnu, na východe Slovensko-Poľská hranica s Veľkou a Malou Furkaškou, Bobrovcom a Magurou (1232 m), ktorá je vlastne najvýchodnejšia časť Skorušiskeho pohoria. Oravickou kotlinou pretekajú potoky Blatná a Mihulčie. (Mesto Tvrdošín, ©2018)

Termálne zdroje

Voda v Oraviciach patrí medzi významné termálne vody na Slovensku s priaznivými účinkami na organizmus - najmä na choroby pohybového ústrojenstva, močových ciest a obličiek.

Oravice sú taktiež jedinou lokalitou na Orave s prírodnou geotermálnou sirno-vápenato-horečnatou vodou s vysokým obsahom železa, ktorá má teplotu 57 stupňov Celzia. Na kúpeľné využitie sa riedi vodou z geotermálneho vrtu, ako aj vodou z prírodných prameňov. (Oravice, ©2011)

Roháče – Západné Tatry

Pohorie Roháče sa nazýva časť Západných Tatier a taktiež Tatranského Národného Parku (TANAP), ktoré je jedno z najnavštevovanejších turistických oblastí v regióne Horná Orava. Rozkladajú sa na území o rozlohe skoro 400 štvorcových kilometrov. Ich časť (asi 260 štvorcových kilometrov) je od roku 1987 súčasťou TANAPu. Roháče sú jadrovým pohorím tvoreným prvohornými žulami a kryštalicými bridlicami. Hlavní hrebeň má dĺžku asi 42 kilometrov a priemerná výška vrcholov hlavného hrebeňa sa pohybuje medzi 2 000 až 2

100 metrami. Z hlavného hrebeňa potom vybieha množstvo vyvýšenín, ktoré sú oddelené hlbokými údoliami. Plies nie je v tejto časti Tatier mnoho. Najväčším z nich je Dolné Roháčske Pleso s rozlohou 2,22 hektárov a hĺbkou asi 6,5 metrov. Ďalšou prírodnou atraktivitou, ktorú môžeme v Roháčoch nájsť je Roháčsky vodopád. Výška vodopádu, ktorý spadá zo strmého skalného prahu je 23 metrov. Jeho výdatnosť sa obvykle pohybuje v rozmedzí 500 až 1 200 l/s v závislosti na množstve zrážok a ročnom období. (Západné Tatry – Roháče, ©2018)

Roháče poskytujú veľké množstvo turistických trás rôznych náročností a dĺžok.

Národná prírodná rezervácia Osobitá

Táto prírodná rezervácia bola zriadená na ochranu bohatej horskej a vysokohorskej vápnomilnej vegetácie, horských lesov pralesného charakteru s kosodrevinou a celkového krajinného rázu s výraznými skalnatými útvarmi na vedecko-výskumné, kultúrno-náučné a turisticko-rekreačné ciele.

Národná prírodná rezervácia Osobitá bola vyhlásená v roku 1974. Rozprestiera sa na rozlohe 458 ha. Krajom rezervácie vedie zelená turistická značka zo Zverovky na Lúčnu 1652 m n.m. Pod ochranou tu je masív s pôsobivými skalnými útvarmi bizarných tvarov a krásnymi javmi. Nachádza sa tu komplex zachovaných lesných porastov s bohatou vápnomilnou a vysokohorskou flórou. (Mesto Tvrdošín, ©2018)

Národná prírodná rezervácia Juráňova dolina

Juráňova dolina, 4 kilometre dlhá zalesnená dolina, sa nachádza v Oravickej kotline. Ústie doliny tvorí 4 km dlhá vápencová Tiesňava. Dolina je prístupná chodníkom a lávkami. Dolinou vedie značkovaný náučný turistický chodník z Oravíc, venovaný dejinám, rastlinstvu, živočíšstvu a ťažbe železnej rudy v oblasti.

Náučný chodník tiesňavou bol otvorený v roku 1986. Cez Tiesňavu v Juráňovej doline bol koncom 19. storočia postavený 903m dlhý drevený most. Slúžil na zväzanie dreva ale využíval sa aj na turistiku. V roku 1934 ho zničila veľká povodeň. Návštevník môže v súčasnosti vidieť niekoľko zrekonštruovaných drevených tráv naprieč korytom Juráňovho potoka. (Mesto Tvrdošín, ©2018)

Brestovská jaskyňa

Brestovská jaskyňa je riečna jaskyňa a národná prírodná pamiatka v katastrálnom území obce Zuberec v nadmorskej výške 867 m. Území bolo vyhlásené za chránené v roku 1979. Rozloha ochranného pásma bola stanovená na 59,3073 ha.

Patrí medzi najvýznamnejšie jaskyne na Orave a v Západných Tatrách. Jej dĺžka sa odhaduje na 1890 m, avšak sprístupnených je zatiaľ len 217 metrov. Jaskyňa vznikla eróznou činnosťou Studeného potoka a presakovaním atmosférických vôd. Je významná pre výskum geomorfologického vývoja pohoria a krasovej hydrografie, pretože sa v jaskyni nachádza aktívny podzemný tok spolu s niekoľkými jazerami a sifónmi. (Správa sloveských jaskýň, ©2018)

6.1.2 Kultúrno-historické a účelovo vybudované atraktivity

V tejto časti predstavím atraktivity, ktoré boli vytvorené pre účely cestovného ruchu, zároveň však slúžia aj pre potreby obyvateľov destinácie. Je to skupina atraktivít, ktorých cieľom je motivovať turistov ako k dlhším pobytom, tak aj k pobytom kratším.

Múzeum oravskej dediny

Múzeum je umiestnené v obci Zuberec-Brestová, v prekrásnom prírodnom prostredí v podhorí Roháčov. Viac ako 50 stavieb ľudovej architektúry je tu rozostavených v niekoľkých celkoch, ktoré pripomínajú jednotlivé časti Oravy – Dolnooravský rínok, Hornooravská ulica, Goralské lazy.

Nechýbajú tu ani technické stavby ako mlyn na vodný pohon, plátennícky mangel na hľadanie modrotlačie, olejareň, hrnčiarska pec a iné.

Nad dedinkou sa týči drevený gotický kostol sv. Alžbety Uhorskej zo začiatku 15. storočia. Kostol s neskorogotickým maľovaným stropom a s funkčným prenosným barokovým organom. Zariadenie domov a chov domácich zvierat (v letnom období aj pestovanie typických plodín) umožňujú návštevníkom predstaviť si život a prácu Oravcov v minulosti. (Vitánová, ©2009)

Meander park Thermal Oravice

Meander Park thermal je aquapark s celoročnou prevádzkou, ktorý sa nachádza priamo v obci Oravice.

Bazény v stredisku Meander Park Thermal využívajú prírodnú termálnu vodu s blahodárnym účinkom, ktorá vyviera z hĺbky 1611 metrov. Teplota vody sa pohybuje okolo 57 °C, musí byť preto ochladzovaná.

Areál aquaparku Meander Park Oravice má rozlohu 1545 m² a nachádza sa v ňom veľký športovo-relaxačný bazén, veľký a malý relaxačný bazén, ochladzovací bazén. Bazény sú vybavené vodnými atrakciami, napr. vodnými vlnami, perličkovými sedačkami, perličkovými lavicami, gejzírom, vodným hříbom, chrličmi vody, masážnymi tryskami, plaveckou časťou i tobogánom. (Meander Oravice, ©2018)

Termálne kúpalisko Oravice

Termálny prameň využíva i termálne kúpalisko umiestnené uprostred Oravíc. Termálna voda s vysokým obsahom železa napája dva bazény v zrekonštruovanom kúpalisku s rozdielnou teplotou vody. V súčasnosti sa teplota vody v dvoch nekrytých bazénoch pohybuje v rozmedzí 34° C - 38° C. Verejné kúpalisko je otvorené po celý rok. (Oravice, ©2011)

Lyžiarske stredisko Meander Skipark

Skipark Oravice ponúka lyžovanie v Západných Tatrách na zjazdovkách modrej a červenej náročnosti. K dispozícii je celkom 6 zjazdoviek z toho jedna je súčasťou KIDS parku, poskytuje celkom 7 km zjazdoviek. Prepravu zaisťuje moderná štvorsedačková lanovka, vlek a detský lyžiarsky pás. Areál ponúka taktiež snowpark. Skipark je v prípade nutnosti umelo zasnežovaný. (Meander Oravice, ©2018)

Lyžiarske stredisko Roháče – Spálená

Lyžiarsky areál Zuberec – Roháče – Spálená sa nachádza v prostredí Západných Tatier – Roháčov v údolí pod Salatínom. Lyžiarske zjazdovky sú vhodné pre náročných i začínajúcich lyžiarov, ale taktiež pre rodinnú lyžovačku. Stredisko je vybavené 6-sedačkou (dĺžka 1960 m, prevýšenie 461 m), 4-sedačkou (dĺžka 1490 m, prevýšenie 394 m) a tromi lyžiarskymi vlekmi. Celková dĺžka zjazdoviek dosahuje 5,7 km. Autom sa dá dostať až priamo k

stredisku. Bežkáři ocenia dva bežecké okruhy v celkovej dĺžke 11,3 km. (Roháče Spálená, ©2018)

6.2 Analýza sekundárnej ponuky destinácie

6.2.1 Infraštruktúra

Dopravne je obec prístupná najmä v hlavnom západno-východnom smere po ceste II. triedy (520). Uvedená cestná komunikácia priamo prechádza obcou a z hľadiska širších územných vzťahov plní funkciu cesty nižšieho medzinárodného významu. V minulosti bola cesta značne vyťažená v dôsledku tranzitnej dopravy medzi Slovenskom a Poľskom, ako aj inými krajinami. V súčasnosti kapacitne postačujú posilnené hraničné priechody v Trstenej a Suchej Hore. Z hľadiska cestovného ruchu je rozhodujúca západná cestná a železničná magistrála vedúca cez okresné mesto Tvrdošín a ďalej Trstenú, cesta E77. Letecké spojenie okres nemá.

Obec je prístupná aj v smere južnom cez cestu III. triedy. Takto je obec prepojená s obcou Habovka. Celková dĺžka miestnych komunikácií v obci je cca. 7 - 10 km. V dôsledku zlých poveternostných vplyvov a nadmerného využívania bude v krátkom období potrebná ich čiastočná v dlhšom časovom horizonte komplexná rekonštrukcia.

Obyvatelia majú možnosť využiť dopravné služby autobusovými prímestskými linkami smerom na mesto Tvrdošín.

Keďže intravilánom obce železničná trať neprechádza, obyvatelia majú možnosť využiť vlakové spojenie jedine cez obec Trstená.

Pešia doprava v obci nie je riešená ani pozdĺž cesty II/520. Potrebné je dobudovať chodníky pre peších. (Vitanová, ©2009)

6.2.2 Cyklistické trasy

Cyklistická doprava má v riešenom území potenciál plniť jednak funkciu lokálnej alternatívnej dopravy ako aj z hľadiska rekreácie (cykloturistika, poznávací turistika). Cyklistická doprava miestneho významu využíva jestvujúce miestne komunikácie obce Oravice.

Obcou Oravice taktiež prechádza Oravská cyklomagistrála 006, ktorá začína v Ružomberku a končí v meste Oravská Lesná. Z rozcestia Oravice vedú tiež ďalšie cyk-

lotrasy do Tichej doliny a Blatnej doliny, ktoré sa radia k nenáročným až stredne náročným cyklistickým trasám. (Vitanová, ©2009)

6.2.3 Supraštruktúra

Z hľadiska supraštruktúry je obec Oravice stále nedostatočne vybavená a vyžaduje ďalšie investície do rozvoja tohto sektora, hlavne z dôvodu zvýšenia viacdňového cestovného ruchu v obci.

Ubytovacie zariadenia

Obec Oravice disponuje najmä nízkokapacitnými ubytovacími zariadeniami, ktoré sú vlastnené súkromnými osobami a vhodnými pre rodiny s deťmi, ktoré uprednostňujú ubytovanie v súkromí. Ubytovacie zariadenia poskytujú služby celoročne, avšak bývajú využívané najmä v letnej sezóne.

V obci funguje ubytovanie vo forme viazaného cestovného ruchu (individuálna chatová rekreácia) a voľného cestovného ruchu (chaty, penzióny, apartmány). Viazaný cestovný ruch je prezentovaný ubytovacími kapacitami vo forme chát, ktoré sú vlastnené súkromnými osobami a vhodnými pre rodiny s deťmi, ktoré uprednostňujú ubytovanie v súkromí. Voľný cestovný ruch je prezentovaný chatami, kempmi, penziónmi, apartmánmi a turistickými ubytovňami v obci.

Tabuľka 2 Zoznam ubytovacích zariadení v obci (Vlastné spracovanie)

Názov	Katégória	Prevádzka	Lôžka
Chata Oravica	Turistická ubytovňa	celoročne	52
Koliba Hubertka***	Penzión	celoročne	16
Chata Aquila	Apartmány	celoročne	26+14
Krásne Apartmány	Apartmány	celoročne	22
Chata GIEWONT	Apartmány	celoročne	24+4
Vybraný kemp	Bungalovy a kemp	celoročne	64 + 300 miest pre stany (karavany)

Stravovacie zariadenia

Stravovacie a reštauračné služby sú poskytované v miestnych ubytovacích zariadeniach. Najväčším stravovacím zariadením v obci reštaurácie v chate Oravice, ktorá má kapacitu 70 osôb, ďalej poskytuje reštauračné služby Koliba Hubertka, ktorá poskytuje 50 miest na

sedenie vo vnútri objektu a ďalších 30 miest v letnej sezóne na vonkajšej terase. Vybraný kemp nedisponuje reštauráciou, poskytuje občerstvenie a nápoje, ale len v letnej sezóne. V letnej sezóne sú taktiež v blízkosti termálneho kúpaliská otvorené občerstvovacie stánky poskytujúce drobné občerstvenie a tradičné mieste produkty. V obci chýba reštauračné zariadenie, ktoré by v tradičnom prostredí poskytovalo príležitostným ale aj ostatným návštevníkom obce tradičné jedlá typické pre túto oblasť.

7 SWOT ANALÝZA VYBRANÉHO KEMPU

Pre zhodnotenie vybraného kempu je využitá SWOT analýza, v rámci ktorej sú identifikované silné a slabé stránky kempu a príležitosti a hrozenia pre jeho ďalší vývoj. Celá analýza je súhrnne zobrazená v tabuľke 3.

Tabuľka 3 SWOT analýza vybraného kempu (Vlastné spracovanie)

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • Strategická východisková poloha na výlety do širšieho okolia • Prírodné atraktivity v okolí • Blízkosť turistických chodníkov • Blízkosť termálnych prameňov • Blízkosť lyžiarskeho vleku • Dostatok ubytovacích kapacít pre skupiny mladých ľudí, menšie zájazdy i rodiny s deťmi • Cena oproti konkurencii • Skúsený personál 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatočná kooperácia so zariadeniami v obci činnými v cestovnom ruchu • Nedostatočná propagácia • Webové stránky • Absencia reštauračného zariadenia • Obsadenosť víkendov a nepracovných dní
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> • Vytvorenie výhodných balíčkov • Zvýšenie návštevnosti v zimnej sezóne • Spolupráca so zľavovými portálmi • Prírodné i umelo vytvorené atraktivity v bezprostrednej blízkosti • Bezpečnosť v krajine • Rastúci domáci CR • Rastúci trend zážitkového cestovného ruchu • Rastúci segment aktívnych seniorov a aktívneho rodičovstva 	<ul style="list-style-type: none"> • Prevažujú krátkodobé pobyty • Nízka atraktivita oproti ostatným destináciám • Zlá dostupnosť verejnou dopravou • Zastarávanie vybavenia bungalovov • Malé možnosti na rozšírenie ubytovacej kapacity

7.1 Silné stránky

Najväčšou silnou stránkou kempu je jeho strategické umiestnenie v „centre“ obce Oravice. Nachádza sa len niekoľko desiatok metrov od príjazdovej cesty. Celý areál sa nachádza v blízkosti lesa a je celý oplotený. Poloha je strategická najmä v tom, že všetky atraktivity v okolí sa nachádzajú v dochádzkovej vzdialenosti. Termálne kúpalisko sa nachádza približne 100 m od kempu, turistický rozcestník je vzdialený 300 metrov, lyžiarsky vlek 500 metrov a aquapark približne 450 metrov. Brestovská jaskyňa a Múzeum oravskej dediny sú

vzdialené zhruba 13 km a odporúča sa túto cestu absolvovať automobilom alebo autobusom. To platí i pre turistickú oblasť Zverovka, odkiaľ je možné si vybrať hneď niekoľko turistický trás v oblasti Roháče.

Ďalšou silnou stránkou je dostatok ubytovacích kapacít v bungalovoch a mnoho priestoru pre stany a karavany. Preto je možné, že kemp môže ubytovať niekoľko rôznorodých skupín hostí od seniorov cez rodiny s deťmi, skupiny mladých ľudí až po organizované skupiny ako sú napríklad rôzne tábory a pod.

Ďalšia z významných silných stránok je cena za ubytovanie, ktorá sa pohybuje v rozmedzí od 10 € do 13 € v závislosti od počtu strávených nocí. Cena v ubytovacích zariadeniach v okolí začína približne na 15-25 € za noc.

Ako silnú stránku je potreba zmieniť i skúsený personál, ktorý veľmi dobre pozná okolie a vie poradiť pri výbere vhodnej turistickej trasy a popísať jej náročnosť, to ocenia najmä návštevníci, ktorí sa nachádzajú v tejto oblasti po prvýkrát.

7.2 Slabé stránky

Medzi slabé stránky sa radí hlavne nedostatočná kooperácia s okolitými podnikmi a zariadeniami, ktoré taktiež poskytujú služby v cestovnom ruchu. Kemp samotný nedisponuje žiadnymi doplnkovými službami, a tým neposkytuje svojim zákazníkom žiadnu pridanú hodnotu, ktorá by pridala na kvalite poskytovaných služieb.

Ďalšou zo slabých stránok je nedostatočná propagácia kempu. V súčasnej dobe existujú len webové stránky kempu a účet na sociálnej sieti Facebook. S tým zároveň súvisí i nedostatočná kvalita webových stránkach, ktoré poskytujú len základné informácie o kempe. Taktiež neposkytuje online rezerváciu ubytovania alebo poskytnutie informácií o obsadenosti, ktoré už bývajú štandardom takmer každého ubytovacieho zariadenia.

Absencia reštauračného zariadenia sa dá považovať v mnohých ohľadoch za slabú stránku, najmä v prípade, ak sa jedná o viacdenné pobyty turistov. Stravovacie zariadenie v areáli poskytuje len drobné občerstvenie a to len v hlavnej letnej sezóne.

Medzi slabé stránky patrí i fakt, že dlhodobo je kemp využívaný najmä cez víkendy a dni pracovného pokoja. Turisti uprednostňujú krátkodobé pobyty mimo pracovného týždňa.

7.3 Príležitosti

V SWOT analýze som uviedla nasledujúce príležitosti pre vybraný kemp:

- Vytvorenie výhodných balíčkov – jedná sa o jednu z hlavných príležitostí ako zvýšiť návštevnosť kemp v letnom i zimnom období. K ich lepšej propagácii, by mohol kemp využiť hlavne svoje webové stránky, ktoré sú momentálne zastarané a do budúcnosti by mohol využiť zľavové portály ako na Slovensku, tak i v Českej republike. V rámci vytvorenia výhodného balíčku i v zimnej sezóne sa naskytuje príležitosť zvýšiť návštevnosť i v zimnom období.
- Prírodné i umelo vytvorené atraktivity v bezprostrednej blízkosti – jedná sa o príležitosť využiť veľmi výhodnej polohy v blízkosti rôznorodých atraktivít, ktoré sú vhodné pre všetky vekové kategórie a vytvoriť tak výhodne doplnkové služby, ktoré zákazníci vnímajú ako pridanú hodnotu.
- Bezpečnosť v krajine a rastúci domáci cestovný ruch – oba body spolu navzájom súvisia, pretože situácia vo svete a fakt, že Slovensko je považované za bezpečnú krajinu vytvárajú predpoklady pre rastúci domáci cestovný ruch. Mnohí Slováci dávajú v dnešnej dobe prednosť dovolenke vo vlastnej krajine pred vycestovaním do zahraničia, či už z vyššie uvedených dôvodov alebo z finančných dôvodov.
- Rastúci trend zážitkového cestovného ruchu – jedná sa o aktuálny trend, ktorý vyhľadáva čím ďalej tým viac ľudí. Či už sa jedná o aktívnych seniorov, ktorí majú záujem poznávať prírodné krásy alebo rodiny s deťmi, ktoré majú záujem tráviť voľný čas v prírode mimo mesta a zároveň svoje deti vzdelávať.
- Rastúci trend aktívnych seniorov a aktívneho rodičovstva – tieto príležitosti vyplývajú z predošlého bodu a to najmä v tom, že rodičia sa snažia čím ďalej tým viac viesť svoje deti k prírode a ďalej od zhonu vo veľkomestách atď. Taktiež je fakt, že starnutie obyvateľstva spôsobuje rastúci segment seniorov, ktorí ale stále chcú žiť aktívnym spôsobom života.

7.4 Hrozby

Medzi najväčšie hrozby patrí fakt, že ľudia vo väčšej miere uprednostňujú krátkodobé a víkendové pobyty a realizujú tým pádom viac výjazdov resp. dovolení. Ďalšou hrozbou by mohlo byť aj to, že turisti dajú prednosť iným destináciám v Slovenskej republike, napríklad iné destinácie vo Vysokých alebo Nízkych Tatrách.

Jednou z hrozieb je i pomerne zlé spojenie kempu s verejnou dopravou. Je pomerne komplikované dostať sa miesto pobytu, pretože najbližšia železničná stanica sa nachádza v obci Trstená, ktorá je vzdialená 17 km, odtiaľ je nutné dopraviť sa autobusom, avšak spojenie s obcou Oravice nie je dostatočne často zaistené. Preto je nutné väčšinou nutné dopraviť sa do destináciu vlastnou automobilovou dopravou.

Zastarávanie bungalovov a vybavenia je jednou z ďalších hrozieb, s tým samozrejme súvisí i zaostávanie za konkurenciou, čo môže byť príčinou odchodu klientely.

Veľkou hrozbou pre kemp by mohla byť nedostatočná kapacita lôžok v bungalovoch. V prípade, že by sa vedenie rozhodlo kapacitu navýšiť, znamenalo by to vysoký nárast nákladov na vybudovanie nových priestorov a problém s financovaním.

8 ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU NÁVŠTEVNOSTI VYBRANÉHO KEMPU

V tejto kapitole sa budem venovať analýze súčasného stavu návštevnosti vybraného kempu. Informácie boli získané na základe rozhovoru s prevádzkovou manažérkou, s ktorou som projekt konzultovala.

1. Aké je zloženie resp. podiel zákazníkov kempu vzhľadom na národnosť?

Najväčší podiel zákazníkov pochádza z Českej republiky (zhruba 50%), z Poľska (zhruba 30%) a až najnižší podiel tvoria domáci turisti (zhruba 20%).

2. Aký dôvod prikladáte tomu, že je kemp navštevovaný najmä českými a poľskými turistami?

Destinácia Západných Tatier je v Českej republike veľmi obľúbená, pretože poskytuje možnosti vysokohorskej turistiky, ktoré v Českej republike nie sú. Turisti pochádzajú najmä z hraničných oblastí, preto táto oblasť poskytuje ideálny kompromis medzi vzdialenosťou, ktorú musia ujsť a množstvom atraktivít v okolí, ktoré tu môžu navštíviť. Niektorí českí turisti, ktorí sem prichádzajú taktiež nemajú „veľké“ nároky na kvalitu ubytovania a preto preferujú lacnejšiu možnosť - pobyt v stanoch.

Poľskí turisti využívajú najmä možnosť pobytu v karavanoch. V roku 2015 boli vybudované nové spoločné sociálne zariadenia, čo zvýšilo úroveň poskytovaných služieb pre túto skupinu turistov, preto sa počet týchto turistov neustále zvyšuje. Poľskí turisti využívajú tento kemp ako medzistanicu, strávia tu v priemere 2 až 3 noci a pokračujú ďalej na ich ceste po Slovensku a i do iných krajín.

3. Ak by ste mali uviesť percentuálny podiel využiteľnosti kapacít cez víkend a v pracovné dni v letnej sezóne, koľko by to asi bolo?

Víkendy a predĺžené víkendy v hlavnej letnej sezóne bývajú kapacitne dostatočne využívané. Ak by som to mal odhadnúť, tak víkendy bývajú obsadené v priemere na 70% až 80%. Avšak bývajú aj pobyty, kedy je kemp úplne obsadený. Turisti prichádzajú väčšinou vo štvrtok, niektorí už v stredu a zostávajú až do nedele. V nedeľu však dve tretiny návštevníkov odchádzajú a preto návštevnosť v období od nedele do stredy/štvrtka výrazne klesne. V tomto čase by som odhadol návštevnosť na 30%.

4. *Ak by ste mali uviesť percentuálny podiel využiteľnosti kapacít cez víkend a v pracovné dni v zimnej sezóne, koľko by to asi bolo?*

V zimnej sezóne bývajú víkendy obsadené zhruba na 60%. Jedná sa najmä o menej náročných turistov - lyžiarov, ktorí využívajú lyžiarske stredisko v blízkosti kempu. Pobyty cez týždeň nám vykrývajú najmä lyžiarske kurzy základných a stredných škôl. V roku 2017 sme poskytli ubytovanie 4 lyžiarskym kurzom, ktoré u nás strávili dohromady 4 týždne.

5. *V ktorom období v roku je návštevnosť kempu najvyššia/najnižšia?*

Najnižšia návštevnosť z celého roku je v decembri, v tomto období býva návštevnosť takmer nulová. Obsadených býva len niekoľko lôžok. V roku 2017 to bolo spôsobené hlavne nedostatočnými snehovými podmienkami. Avšak na obdobie okolo Silvestra máme kapacity naopak kvôli novoročným oslavám takmer plné. Najvyššiu návštevnosť zaznamenávame v hlavnej letnej sezóne, a to najmä cez víkendy a predĺžené víkendy.

6. *Ak by ste mali vymenovať nejaké nedostatky kempu, aké by to boli?*

Donedávna boli najväčším nedostatkom nedostatočné sociálne zariadenia pre kempistov a karavanistov, vedenie sa však rozhodlo v rámci skvalitňovania služieb tieto priestory renovovať. Jeden z ďalších nedostatkov je absencia vlastného reštauračného zariadenia. V kempe sa nachádza len bufet, ktorý poskytuje len drobné občerstvenie v letnej sezóne. Prevádzka tohto zariadenia v zimnej sezóne bola zatiaľ vyhodnotená ako stratová. Dobudovanie vlastného reštauračného zariadenia zatiaľ v pláne nie je, pretože by sa jednalo o veľkú investíciu. V okolí kempu sa však nachádzajú reštauračné zariadenia, ktoré môžu hostia navštíviť. Bolo by taktiež vhodné nejakým spôsobom vykryť obsadenie ubytovacích kapacít v pracovné dni.

7. *Videli by ste výhodu v spolupráci s podnikateľskými subjektmi vo vašom okolí, za účelom zvýšenia návštevnosti kempu?*

Bola by to jedna z možností, Avšak nie som si istý do akej miery by mali záujem o spoluprácu. Každý z nás pracujeme v inej sfére služieb, takže spojenie by mohlo priniesť výhody pre obidve strany.

8. *Aký je priemerný počet dní, ktorý návštevníci v kempe v rámci svojho pobytu strávia?*

Priemerný počet sú zhruba 2 - 3 noci. Zákazníci už dlhodobejšie preferujú krátkodobejšie pobyty.

9. Aká je štruktúra návštevníkov kempu?

Štruktúra návštevníkom je rôznorodá. Prichádzajú sem však najmä rodiny s deťmi kvôli širokým možnostiam turistiky a taktiež kvôli možnostiam kultúrneho a zábavného vyžitia. Neďaleko sa nachádza aquapark, kde sa deti môžu zabaviť a rodičia si odpočínúť. Pre ľudí v dôchodku je naopak lákavé liečivé termálne kúpalisko priamo pod kempom. Kemp navštevujú i mladí ľudia, ktorých láka vysokohorská turistika, takže môžeme povedať, že zastúpené sú naozaj takmer všetky vekové kategórie.

8.1 Analýza návštevnosti okresu Tvrdošín

V rámci analýzy súčasného stavu kempu som sa rozhodla analyzovať i okres Tvrdošín, do ktorého obec Oravce patrí. V tejto časti budú analyzované základne ukazovatele cestovného ruchu tohto okresu za roky 2014, 2015 a 2016. Údaje sú získané z databázy Štatistického úradu SR.

V prvej tabuľke je zobrazený vývoj počtu návštevníkov okresu Tvrdošín v porovnaní s ostatnými okresmi v Žilinskom kraji.

Tabuľka 1 Vývoj počtu obyvateľov v Žilinskom kraji podľa okresov (Zdroj: Štatistický úrad SR, ©2017)

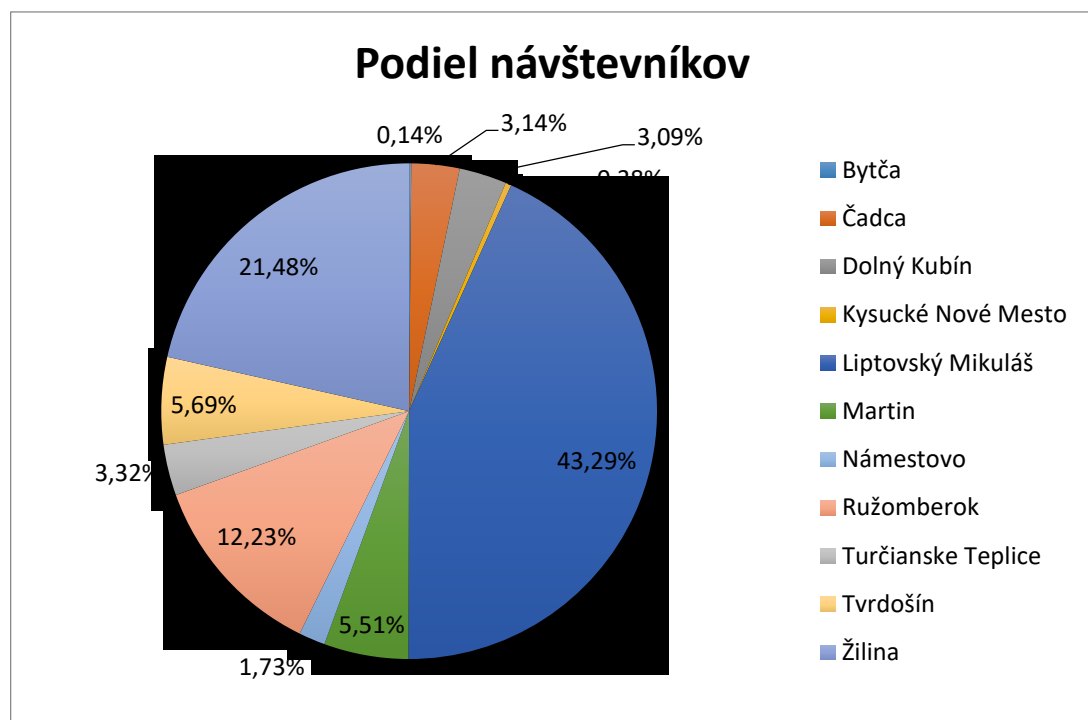
Okres/rok	2014	2015	2016
Bytča	852	1 182	1 340
Čadca	24 513	28 259	30 659
Dolný Kubín	23 467	23 745	30 165
Kysucké Nové Mesto	4 344	4 906	3 694
Liptovský Mikuláš	349 530	390 339	422 355
Martin	28 645	39 993	53 711
Námestovo	6 633	13 664	16 853
Ružomberok	79 275	94 152	119 291
Turčianske Teplice	30 677	28 201	32 431
Tvrdošín	30 094	40 148	55 528
Žilina	157 440	181 919	209 509
Celkom za Žilinský kraj	735 470	846 508	975 563

Z údajov je zrejmé, že v porovnaní s ostatnými kraji v Žilinskom kraji je okres Tvrdošín štvrtým najnavštevovanejším okresom. Predchádzajú ho okresy Liptovský Mikuláš, Žilina

a Ružomberok, ktoré patria k najväčším mestám v kraji. Túto pozíciu si okres udržiava od roku 2015, v predošlom roku totiž na tejto pozícii bol okres Turčianske Teplice. Tento okres je pomerne známy kvôli kúpeľnému cestovnému ruchu, ktorý sa v tejto oblasti realizuje. Dôvodom prečo okres Tvrdošín „predbehol“ tento kúpeľný región a dôvodom pomerne veľkého nárastu návštevníkov v jednotlivých rokoch v tomto okrese môže byť spôsobené vyšším záujmom účastníkov cestovného ruchu o prírodné bohatstvo a možnosti turistiky, ktoré kraj poskytuje. Tento fakt vychádza i z dotazníku EÚ pod názvom Preferencie Európanov v cestovnom ruchu, kde druhým dôvodom realizácie dovolenky bola príroda, túto možnosť zvolilo 35% z celkového počtu respondentov. Ďalším dôvodom môže byť rastúci trend zážitkového a poznávacieho cestovného ruchu. Ďalší fakt, ktorý z toho vyplýva a bol popísaný i v SWOT analýze, je nárast cestovného domáceho ruchu kvôli súčasnej situácii a strachu z teroristických útokov vo svete.

Nasledujúci graf predstavuje podiel návštevníkov v jednotlivých okresoch.

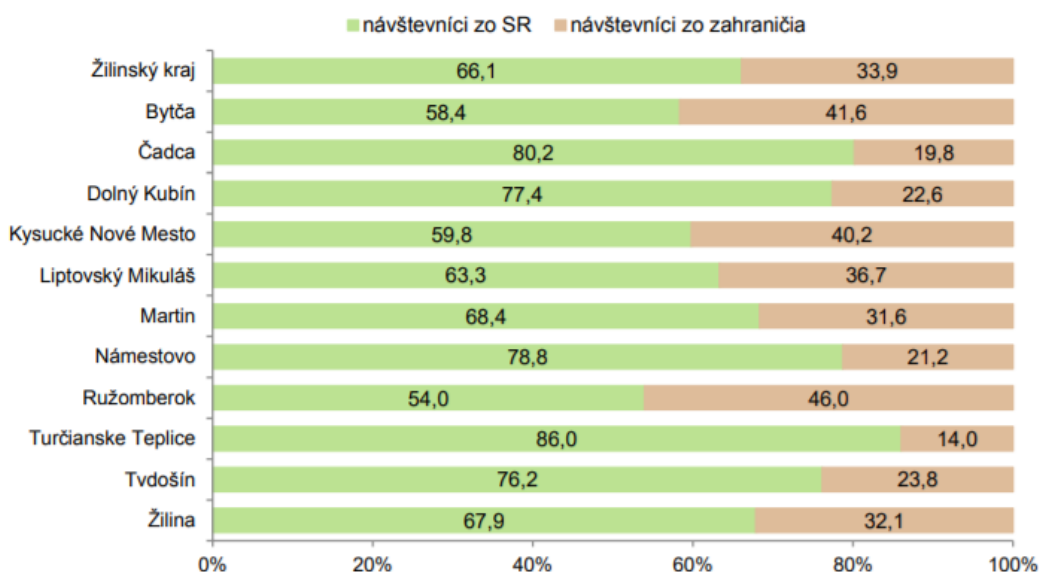
Graf 3 Podiel návštevníkov v jednotlivých okresoch (Vlastné spracovanie)



Obrázok zobrazuje podiel domácich a zahraničných návštevníkov v Žilinskom kraji podľa okresov v 1. až 3. štvrtroku 2017.

Obrázok 3 Podiel domácich a zahraničných návštevníkov v 1. - 3. štvrtroku 2017

(Zdroj: Žilinský turistický kraj, © 2018)



Zo zahraničných návštevníkov boli v roku 2017 na prvom mieste návštevníci z Čiech s podielom asi 12% a za nimi nasledovali Poliaci, ktorí tvorili asi 7%-ný podiel. S oveľa nižším podielom boli zastúpení návštevníci z Nemecka, ktorí tvorili 1,3%, nasledovaní návštevníkmi z Maďarska (302), Rakúska (188), Veľkej Británie (147), Talianska (123), Rumunska (106) a Francúзка (100). (Štatistický úrad SR, © 2018)

V nasledujúcej tabuľke je uvedený priemerný počet prenocovaní v okrese. Podľa údajov je jasné, že tento údaj sa vyvíja pomerne rovnomerne. Zistenie tohto údaje je dôležité, aby sme vhodne zvolili dĺžku pobytu v projektovej časti tejto diplomovej práce. Je to jedna z kľúčových informácií pri tvorbe pobytového balíčku, pretože vychádza z preferencií potenciálnych zákazníkov. Príliš dlhý alebo príliš krátky pobyt by mohol potenciálnych zákazníkov odradiť.

Tabuľka 2 Počet prenocovaní v okrese Tvrdošín (Zdroj: Štatistický úrad SR)

	2014	2015	2016
Počet prenocovaní	2,78	2,65	2,67

Výsledky a interpretácie z vyššie uvedených analýz slúžia ako podklad pre projektovú časť tejto diplomovej práce. Závěry analytickej časti som zhrnula v nasledujúcej kapitole.

8.2 Závěry analytickej časti

V tejto kapitole sú predstavené závery, ktoré boli získané z analýz v predošlých častiach. Výsledky z tejto časti budú slúžiť pre postup pri projektovej časti tejto práce.

V rámci analytickej časti som dospela k nasledujúcim záverom:

- V rámci primárnej ponuky sa destinácia, v ktorej sa kemp nachádza, vyznačuje významnými prírodnými atraktivitami ako je uvedené v kapitole 6.1.1
- Ako vyplynulo z rozhovoru kemp nevyužíva spolupráce s podnikateľskými subjektmi v obci a okolí
- Rastie záujem o zážitkové pobyty a pobyty v prírode v rámci domáceho cestovného ruchu
- Najväčší potenciál pre zvýšenie návštevnosti kempu sa nachádza v tvorbe nového produktu cestovného ruchu
- Tvorba balíčku by mala byť zacielená na letnú i zimnú sezónu
- Atraktívnejším tržným segmentom sú rodiny s deťmi a aktívni seniori vid' kapitola 1.4
- Na základe súčasnej analýzy návštevnosti kempu sa ukázalo, že kemp je obsadzovaný najmä cez víkendy
- Návštevníci regiónu realizujú dlhodobé pobyty na 3 noci vid' kapitola 8.1.

Na základe uvedených záverov sa bude projektová časť zameriavať na nasledujúce body:

- Vytvorenie nového produktu cestovného ruchu – letný a zimný pobyt vo vybranom kempe
- Plánovanie programu bude vychádzať z primárnej ponuky destinácie a blízkeho okolia
- V rámci projektu sa budem zaoberať 2 produktmi cestovného ruchu pre zimnú a letnú sezónu. Bude sa jednať o 4-dňový pobyt vo vybranom kempe s doplnením o návštevu atraktivít v okolí.

9 PROJEKT ZVÝŠENIA NÁVŠTEVNOSTI VYBRANÉHO KEMPU V ORAVICIACH

Cieľom projektovej časti tejto diplomovej práce je navrhnúť projekt na základe vykonaných analýz, ktorý povedie k zvýšeniu návštevnosti vybraného kempu. Z vykonaných analýz je zrejmé, že kemp má niekoľko možností a príležitostí, ako tento cieľ dosiahnuť.

9.1 Návrh projektu

Predmetom projektu, ktorý vznikol na základe nevyužitých príležitostí vybraného kempu identifikovaných v SWOT analýze, bude vytvorenie nových komplexných balíčkov služieb. Pobytové balíčky budú zamerané najmä na segment rodín a aktívnych seniorov, ktorí majú záujem o zážitkový cestovný ruch a návrat k prírode a mali by zvýšiť obsadenosť kempu. Bude sa jednať o 2 nové produkty, ktoré budú poskytovať viac služieb, chovajúcich sa ako celok, a tým uspokojovať rôznorodé potreby účastníkov cestovného ruchu. Turisti, ktorí sa ubytujú vo vybranom kempe tak budú mať možnosť spojiť svoj pobyt s aktívno-relaxačným programom. Tieto balíčky sa stávajú obľúbenými najmä medzi zákazníkmi, ktorí prenechajú starosti s plánovaním a organizáciou na poskytovateľovi ubytovania. Veľkou výhodou pre týchto zákazníkov je najmä to, že kupujú produkt za vopred stanovenú cenu a môžu si tak lepšie naplánovať svoje budúce výdaje za jednotlivé aktivity. Vzhľadom na to, že sa priamo v mieste umiestnenia kempu a v blízkom okolí nachádzajú zariadenia poskytujúce relaxačné i voľnočasové aktivity, majú tieto balíčky, ktoré sa objavia v ponuke kempu, veľký potenciál. Veľkou výhodou bude i fakt, že ostatné ubytovacie zariadenia v obci podobné balíčky ešte neposkytujú, čím sa od konkurencie značne odlišia. Vytvorenie týchto balíčkov vedie samozrejme k spolupráci s podnikateľskými subjektmi v okolí a zahrnutie ich služieb do ponuky balíčkov, čo znamená výhodu pre obe strany.

Ako bolo už spomenuté, bude sa jednať o vytvorenie 2 nových pobytových balíčkov. Každý sa bude zameriavať na iné obdobie v roku, na letnú a zimnú sezónu. Na základe analýzy návštevnosti kempu som sa rozhodla, že každý pobyt bude trvať 3 noci/4 dni a bude sa uskutočňovať v týždni od pondelka do štvrtka. Je to z toho dôvodu, že momentálne víkendové kapacity bývajú využívané, ale naopak obsadenosť kapacít cez týždeň je pomerne nízka.

V rámci každého balíčku bude možné zakúpiť si stravovanie formou polopenzie v chate Oravice, ktorá sa nachádza v bezprostrednej blízkosti kempu.

9.2 Cieľ projektu

Cieľom projektu je zvýšenie návštevnosti vybraného kempu prostredníctvom poskytovania balíčkov služieb svojim potenciálnym zákazníkom a vďaka tomu dôjde k zvýšeniu obsadenosti kempu. Na základe analýzy návštevnosti kempu je zrejmé, že víkendové kapacity bývajú v kempe využívané, ale naopak obsadenosť kapacít cez týždeň je pomerne nízka, preto som sa rozhodla, že sa tento projekt sústreďí na zvýšenie návštevnosti kempu v pracovné dni.

V rámci tohto projektu budú vytvorené zážitkové balíčky na zimnú a letnú sezónu, zamerané najmä na segment rodín a aktívnych seniorov. Vďaka týmto balíčkom dôjde k udržaniu turistov v oblasti na 4 dni. Mimo hlavný cieľ, ktorým je zvýšenie obsadenosti kempu, majú balíčky tiež za úlohu priblížiť turistom možnosti využitia atraktivít v okolí kempu.

Aby bolo možné primárny cieľ projektu splniť je nutné naviazať spoluprácu s podnikateľskými subjektmi, ktorých služby budú súčasťou balíčkov. Táto spolupráca a zostavenie zaujímavých balíčkov napomôže k tomu, aby sa turisti zdržovali v oblasti dlhšie a cez pracovné dni, a tak môžu z toho profitovať všetky zainteresované strany.

Súhrn cieľov projektu:

- Zvýšenie návštevnosti kempu
- Spolupráca s podnikateľskými subjektmi v okolí
- Diferenciácia produktu a odlíšenie sa od konkurencie
- Posílenie propagácie kempu.

9.3 Cieľová skupina

Ako už bolo spomenuté, tvorba balíčkov bude smerovaná najmä na segment rodín s deťmi a aktívnych seniorov. Jedná sa o skupiny ľudí, ktorý napríklad nemajú čas alebo možnosti na získavanie informácií z internetu, rôznych publikácií alebo informačných centier o danej destinácii, ale chcú maximálne využiť čas v rámci pobytu. Tieto skupiny návštevníkov prenechajú túto organizačnú úlohu ubytovateľovi a nemusia si tak robiť starosti s plánovaním. Vychádzať budeme z faktu, že všetci potenciálni zákazníci budú samoplatci. Keďže sa jedná o dve rôznorodé skupiny potenciálnych návštevníkov s rozličnými potrebami a predstavami o trávení dovolenky, je potrebné zaistiť im oddelené ubytovacie jednotky.

9.4 Tvorba pobytu

Tvorba nového produktu bude pozostávať z mnohých služieb a aktivít nad rámec služieb kempu. Ponuka komplexného balíčku služieb je pre zákazníka cenovo výhodnejšia, než keby mal kúpiť každú službu zvlášť. V prvom kroku bude dôležité dohodnúť podmienky spolupráce s partnermi, ktorých služby budú súčasťou pobytových balíčkov.

V prípade s partnerstvom s chatou Oravice sa bude jednať o zabezpečenie stravovania formou polopenzie. Chata Oravice poskytne kempu zľavu 15% na túto službu. Pre hostí kempu bude polopenzia vydávaná v presne stanovenom čase. Štandardná cena za polopenziu v chate Oravice je 7 € za osobu, s vyššie uvedenou zľavou bude cena pre hostí kempu 6 € za osobu. Balíčky budú poskytované primárne s polopenziou. Hostia však majú možnosť zvoliť si i vlastné stravovanie, potom sa cena za polopenziu z ceny balíčku odpočíta.

Meanderthermal Oravice poskytne 3-hodinový vstup do aquaparku za cenu, ktorú ponúka na zľavovom portále www.zlavomat.sk. Cena za vstup od pondelka do štvrtka to bude 7,50 €.

Múzeum oravskej dediny a Brestovská jaskyňa poskytnú zľavu 10% na vstupné tzn. 7 € pre vstup do jaskyne a 2,50 € pre vstup do múzea.

Termálne kúpalisko v Oraviciach poskytne vstup do bazénov za cenu, ktorá platí pre skupiny a to je 4 €.

Čo sa týka lyžiarskeho strediska Meander, tak poskytuje v zimnej sezóne celodenný skipass so vstupom do Meander central aquaparku. Na toto vstupné poskytne 10% zľavu tzn. 24 €.

Lyžiarske stredisko v Zuberici Roháče-Spálená je jedno z najväčších v okolí a býva značne využívané v zimnom období, preto neposkytuje žiadne skupinové ani iné zľavy. Cena za celodenný skipass je 25 €.

Všetky vyššie uvedené zľavy a partnerské dohody budú spísané a podpísané oboma stranami a ceny budú platné po celý rok.

Pri check-ine obdržia hostia špeciálne náramky s názvom kempu, ktoré im zabezpečia využívanie služieb podnikateľských subjektov, s ktorými je uzatvorená partnerská dohoda. Partneri potom mesačne alebo štvrťročne vyfakturujú kempu cenu vrátane zľavy za poskytnuté služby.

Doprava do lyžiarskych stredísk a rekreačných zariadení mimo obec Oravice bude zabezpečená súkromnou autobusovou dopravou.

Cena produktu za letný balíček obsahuje nasledujúce zložky:

- 3x ubytovanie v bungalove, stane alebo karavane
- 3x polopenzia
- 2x doprava autobusom do Zuberca a späť
- 2x vstup do termálneho kúpaliska
- 1x vstup do aquaparku Meanderthermal na 3 hodiny
- služby turistického sprievodcu

Cena produktu za zimný balíček obsahuje nasledujúce zložky:

- 3x ubytovanie v bungalove
- 3x polopenzia
- 1x doprava autobusom do Zuberca a späť
- 1x skipass a vstup do aquaparku Meanderthermal celodenný
- 2x vstup do termálneho kúpaliska

Vzhľadom na to, že väčšina podnikateľských subjektov, s ktorými plánujeme uzavrieť partnerstvo v rámci tohto projektu, poskytuje zľavnené vstupné pre deti do 10 rokov, zohľadníme tento fakt i v konečnej cene za pobytové balíčky a to tým spôsobom, že deti do 10 rokov budú platiť 75% z ceny pobytu.

9.4.1 Program pre balíček „LETO V ORAVICIACH“

Program pre tento balíček je zostavený na základe analýz v nalytikej časti projektu. Program je zostavený tak, aby turistické trasy odpovedali ľahkej až miernej náročnosti. V rámci tohto programu sú využívané služby turistického sprievodcu, ktorý sprevádza zákazníkov pri túrach, exkurziách a večerných programoch. Pobyt sa bude vždy konať v termíne od pondelka do štvrtka a 2x do mesiaca.

Tabuľka 3 Program prvého dňa (Vlastné spracovanie)

1. deň	PONDELOK
12:00-15:00	Check-in
15:00-15:30	Schôdzka ohľadne predstavenia programu a organizačných pokynov
16:00-19:00	Vstup do termálneho kúpaliska

19:30-20:30	Večera v chate Oravica
-------------	------------------------

Program v rámci tohto balíčku bude zahájený registráciou hostí, ktorý sa dopraví do kempu vlastnou dopravou a ich ubytovaním. Pri registrácii každý dostane špeciálny náramok, ktorý ho oprávňuje čerpať služby v rámci daného balíčku a program pobytu vo vytlačenej papierovej forme. Po krátkej prestávke prebehne schôdza ohľadne predstavenia programu a organizačných pokynov, aby bol každý zákazník zoznámený s konkrétnymi detailmi. Od 16:00 do 19:00 majú zákazníci možnosť navštíviť termálne bazény, ktoré sa nachádzajú priamo pod kempom. V presne stanovenom čase, ktorý je rovnaký pre všetky dni pobytu sa koná večera v chate Oravica, ktorá sa nachádza 50 metrov od kempu. Po večeri je voľný program.

Tabuľka 4 Program druhého dňa (vlastné spracovanie)

2. deň	UTOROK
08:00-09:00	Raňajky v chate Oravica
09:30	Odjazd autobusom do Zuberca a odtiaľ naplánovaná túra so sprievodcom Zverovka-Roháčsky vodopád- Roháčske plesá-Ťatliakova chata-Zverovka
15:00	Odjazd zo Zuberca späť do kempu
16:00	Vstup do aquaparku
19:30-20:30	Večera v chate Oravica
21:00-23:30	Spoločné posedenie a v prípade záujmu konanie spoločenských hier a súťaží

Druhý deň sa začína o ôsmej hodine raňajkami v chate Oravice, ktoré sa budú konať vždy v rovnaký čas i po ostatné dni pobytu. Po raňajkách nastane presun autobusom do Zuberca, kde všetci návštevníci vystúpia a spolu s turistickým sprievodcom absolvujú túru, ktorá je dlhá cca. 14,2 kilometrov. Jedná sa o pomerne ľahkú túru, bez technických obtiažností. Vhodná pre tých, ktorí nechcú stúpať na sedlá a vrcholy, ale i tak by si radi vychutnali vysokohorské prostredie. Približne o tretej hodine sa všetci autobusom vrátia do kempu. Následne od 16:00 majú zákazníci možnosť navštíviť aquapark, ktorý je vzdialený asi 400 metrov od kempu, kde sa môžu zrelaxovať po túre. V rovnakom čase ako predošlý deň je večera a od 21:00 sa bude konať spoločné posedenie v priestoroch kempu a v prípade záujmu sa sprievodca postará o program vo forme spoločenských hier a súťaží.

Tabuľka 5 Program tretieho dňa (Vlastné spracovanie)

3. deň	STREDA
08:00-09:00	Raňajky v chate Oravica
09:30	Odjazd do Zuberca a návšteva Brestovskej jaskyne a Múzea oravskej dediny
13:30	Odjazd zo Zuberca späť do kempu
15:00-18:00	Prechádza po naučnom chodníku v Juráňovej doline so sprievodcom
19:30-20:30	Večera v chate Oravica
21:00-23:30	Spoločné posedenie a v prípade záujmu konanie spoločenských hier a súťaží

Program tretieho dňa začína opäť raňajkami a potom nasleduje odjazd autobusom do Zuberca. Tu prebehne návšteva Múzea oravskej dediny s turistickým sprievodcom a návšteva Brestovskej jaskyne. V Brestovskej jaskyne zabezpečuje prehliadku správa jaskýň SR, ktorá je v cene vstupného. O 13:30 je odjazd naspäť do kempu. O tretej hodine bude stretnutie pred kempom s turistickým sprievodcom, ktorý spolu so zákazníkmi absolvuje komentovanú prechádzku po náučnej trase v Juráňovej doline, ktorá je dlhá asi 10 kilometrov a označovaná ako ľahká turistická trasa. V čase od 19:30 do 20:00 prebieha večera v chate Oravice a od 21:00 je možné zúčastniť sa zase spoločného posedenia s prípadným doprovodným programom, ktorý je komentovaný sprievodcom.

Tabuľka 6 Program štvrtého dňa (Vlastné spracovanie)

4. deň	ŠTVRTOK
08:00-09:00	Raňajky v chate Oravica
10:00-13:00	Vstup do termálneho kúpaliska
14:00	Check-out

V posledný deň pobytu majú hostia zaobstarané posledné raňajky a po nich môžu ešte využiť návštevy liečivého termálne kúpaliska a naposledy sa zrelaxovať pred odjazdom. Check-out a odhlásenie sa na recepcii kempu musia potom hostia stihnúť do 14:00.

9.4.2 Program pre balíček „ZIMA V ORAVICIACH“

Program pre tento balíček je zameraný hlavne na zimné športy a relaxáciu v termálnych bazénoch, ktoré sú v prevádzke celoročne. V rámci tohto balíčku bude zaistená taktiež súk-

romná autobusová doprava. Keďže sa v tomto období nebudú konať žiadne túry ani exkurzie, nebude nutné využívať služby turistického sprievodcu. Pobyt je zameraný najmä na lyžiarov a snowboardistov, avšak po dohode je možné balíček prispôbiť i bežkárom, ktorým by sa z ceny balíčku odpočítala cena za skispassy v daných lyžiarskych strediskách.

Keďže stravovacie zariadenie priamo v kempe nedisponuje dostatočnou vnútornou kapacitou a v zimnej sezóne toto zariadenie ani nie je v prevádzke, tak v rámci tohto balíčku sa nebude konať žiadny spoločný večerný program. Ak by sa však zistilo, že o podobný program by bol zo strany hostí záujem, je možné zvážiť prenajatie spoločenských priestorov v chate Oravice, kde sa podávajú raňajky a večere.

Tabuľka 7 Program prvého dňa (Vlastné spracovanie)

1. deň	PONDELOK
12:00-15:00	Check-in
15:00-15:30	Schôdzka ohľadne predstavenia programu a organizačných pokynov
16:00-19:00	Vstup do termálneho kúpaliska
19:30-20:30	Večera v chate Oravice

Program prvého dňa je totožný s programom prvého dňa v predošlom balíčku. Hostia sa prídu zaregistrovať a vyzdvihnúť si organizačný plán, špeciálne náramky pomocou ktorých môžu čerpať služby spojené s pobytom a skipassy do lyžiarskych stredísk. Skipassy sú neprenosné.

Tabuľka 8 Program druhého dňa (Vlastné spracovanie)

2. deň	UTOROK
08:00-09:00	Raňajky v chate Oravice
09:30	Odjazd autobusom do Zuberca do strediska Roháče-Spálená
16:00	Odjazd zo Zuberca späť do kempu
18:00-20:00	Večera v chate Oravice

Druhý deň začína raňajkami v chate Oravica od 08:00 do 09:00 a následne presun autobusom do lyžiarskeho strediska Roháče-Spálená. Kde sa bude konať celodenné lyžovanie. O 16:00 pôjde autobus späť do kempu. Potom majú hostia voľný program až do večere, ktorá sa podáva od 19:00 do 20:00.

Tabuľka 9 Program tretieho dňa (Vlastné spracovanie)

3. deň	STREDA
08:00-09:00	Raňajky v chate Oravice
09:30-17:00	Celodenné lyžovanie v Meander Ski a vstup do aquaparku Meander-thermal Spa
18:00-20:00	Večera v chate Oravice

Program tretieho dňa je zameraný na celodenné lyžovanie v lyžiarskom stredisku priamo v Oraviciach, ktoré je vzdialené asi 500 metrov od kempu vrátane vstupu do aquaparku, kde sa môžu hostia po lyžovaní zrelaxovať a odpočinúť. V zimnom období nefungujú vonkajšie atrakcie, ale vonkajšie bazény s termálnou vodou sú otvorené. Tento deň je opäť zakončený večerou v chate Oravice.

Tabuľka 10 Program štvrtého dňa (Vlastné spracovanie)

4. deň	ŠTVRTOK
08:00-09:00	Raňajky v chate Oravice
10:00-13:00	Vstup do termálneho kúpaliska
14:00	Check-out

V deň odchodu majú hostia ešte zabezpečené raňajky a ako to bolo i v predošlom balíčku, v tento deň je možné ešte naposledy využiť vstup do termálneho kúpaliska. Hostia by následne mali stihnúť check-out do 14:00.

Termíny konania pobytov

Balíček „LETO V ORAVICIACH“ bude ponúkaný v období od 15. mája do 15. októbra a to z toho dôvodu, že všetky turistické trasy v Tatrách a okolí sú v ostatných mesiacoch uzavreté. V každom mesiaci budú zo začiatku ponúkané 2 pobyty od pondelka do štvrtka. V danom období to znamená, že sa tento balíček bude ponúkať celkom 10krát.

Balíček „ZIMA V ORAVICIACH“ sa bude ponúkať v období od 15. decembra do 15. apríla. Mnohé závisí na snehových podmienkach, preto je možné tieto termíny v závislosti na počasí meniť. V každom mesiaci budú taktiež ponúkané 2 pobyty od pondelka do štvrtka. V danom období sa bude tento balíček ponúkať 8krát.

9.5 Personálne zabezpečenie projektu

Táto časť sa bude venovať ľudským zdrojom, ktoré sú potrebné a bezprostredne spojené s realizáciou projektu. Tvorbou jednotlivých balíčkov sa budem zaoberať ja a postupy realizácie projektu budem v prípade potreby konzultovať prevádzkovou manažérkou, ktorá má na starosti chod kempu. Vzhľadom na to, že sa jedná o nový produkt, v rámci ktorého je nutné využívať služby cestovného ruchu, je potrebné, aby kemp najal externého pracovníka, ktorý bude vykonávať úlohu sprievodcu. Okrem tejto novej pracovnej pozície sa v rámci projektu počíta i s už zamestnanými zamestnancami kempu, ktorí však v rámci projektu budú vykonávať svoje bežné pracovné povinnosti, ide hlavne o pracovníčku recepcie, obsluhu zariadenia, poskytujúce občerstvenie priamo v kempe, upratovačku a ďalšie.

Registráciu ako i uvítanie hostí a oboznámenie ich s organizačnými záležitosťami na začiatku pobytu má na starosti pracovníčka recepcie. Zoznámi ich taktiež s programom pobytu, možnosťami výletov, aktivít a výletov v okolí kempu a jeho blízkosti.

Požiadavky na vlastnosti a schopnosti sprievodcu

Sprievodca by mal mať vzdelanie v oblasti cestovného ruchu alebo certifikát sprievodcu. Ďalej by mal mať dobrý všeobecný prehľad a znalosti o regióne Oravy a Tatier. Medzi jeho vlastnosti by mali patriť výborné organizačné schopnosti, priateľský prístup k ľuďom, komunikačné a orientačné schopnosti. Medzi dôležité predpoklady sprievodcu patria spoľahlivosť, zodpovednosť, samostatnosť a psychická odolnosť.

Náplň práce sprievodcu

Hlavnou náplňou práce sprievodcu bude sprevádzanie zákazníkov po turistických trasách, podávať výklad o zaujímavostiach a atraktivitách v okolí. Ďalej bude jeho úlohou sprevádzanie zákazníkov po Múzeu oravskej dediny a oboznámiť ich so základnými informáciami o živote na Orave v minulosti a podobne. V prípade záujmu by mal sprievodca zastať i úlohu animátora pri spoločných večerných posedeniach organizovať prípadne spoločenské hry a súťaže pre hostí.

V ideálnom prípade by sa malo jednať o študenta/študentku alebo absolventa/absolventku vysokej školy so zameraním na cestovný ruch, pretože pozícia je vhodná na získanie praxe

v tejto oblasti. Ako ďalšia možnosť je obrátiť sa na spolok Regionálna rada klubu slovenských turistov Orava.

9.6 Distribúcia a propagácia

Úspech projektu a naplnenie jeho cieľov súvisí s tým, ako je nový produkt propagovaný. Pri rozhodovaní o najvhodnejšej forme propagácie by sa mal brať do úvahy segment turistov, ktorých chceme osloviť a finančná náročnosť. Ako vhodnú formu propagácie pre tento projekt som zvolila vlastné webové stránky kempu, špecializované internetové stránky a virálny marketing. Podľa rozhovoru s prevádzkovým manažerom by zvažovali do budúcnosti i umiestnenie ponuky na zľavových portáloch, avšak v tomto prípade by sa mohlo taktiež jednať o negatívny vplyv z dôvodu preplnenia kapacít a nadmerného dopytu.

Webové stránky kempu

Webové stránky kempu sú pomerne jednoduché a prehľadné. Nové balíčky budú umiestnené v novo vytvorenej sekcii „Pobytové balíčky“, kde bude potenciálnym zákazníkom predstavený program jednotlivých balíčkov s cenou.

Bohužiaľ však webovým stránkam chýba stále rezervačný systém, ktorý už býva štandardom každých webových stránok ubytovacích zariadení. Kempu by som odporúčila do budúcnosti tento systém vybudovať, aby si potencionalni zákazníci mohli vopred overiť obsadenosť kempu.

Špecializované internetové stránky

Ďalšia možnosť ako vhodne propagovať pobytové balíčky je umiestnenie reklamy na špecializované internetové stránke. V našom prípade by sa jednalo o umiestnenie reklamy na Turisticko informačný portál regiónu Orava www.orava.sk. Reklama by bola umiestnená do sekcie Turisti a návštevníci pod záložkou ubytovanie. Zvolila som tento komunikačný kanál, pretože tento portál zjednocuje všetky dôležité informácie o regióne Orava a zároveň sprostredkováva základné turistické informácie pre potenciálnych návštevníkov.

Virálny marketing

V dnešnej dobe sa jedná o jednu z najpopulárnejších foriem propagácie. Jedná sa o propagáciu prostredníctvom sociálnych sietí a v posledných rokoch sa vplyv tejto propagácie

významne zvýšil. Prostredníctvom virálneho marketingu je kemp v kontakte so svojimi zákazníkmi. Kemp má vytvorený účet na sociálnej sieti Facebook. Tu zverejňuje aktuálne informácie a fotky a zároveň tu klienti môžu zdieľať svoje skúsenosti a fotky zo svojho pobytu. Kemp bude v termínoch poskytovania pobytových balíčkov pravidelne informovať o svojej ponuke na svojom účte. Pokiaľ sa hotel nerozhodne využiť taktiež platenú reklamu na Facebooku, jedná sa o pomerne účinnú a navyiac bezplatnú formu propagácie.

10 EKONOMICKÉ ZHODNOTENIE PROJEKTU

Táto kapitola sa bude zaoberať ekonomickým zhodnotením celého projektu. Cieľom tejto kapitoly je vypracovať nákladovú, časovú a rizikovú analýzu.

10.1 Nákladová analýza projektu

Nákladová analýza projektu zahrnuje všetky nákladové položky projektu. V nákladovej analýze projektu sa kalkuluje s cenou za ubytovanie v bungalovoch, pretože tie sú kapacitne obmedzené a predpokladá sa vyšší záujem zo strany turistov o ubytovanie v tomto zariadení.

Vzhľadom k analýze návštevnosti kempu sa nepredpokladá 100% využitie kapacít v bungalovoch a i z dôvodu ponechania voľných kapacít pre návštevníkov, ktorí by nečerpali služby týchto pobytových balíčkov, sme sa s prevádzkovou manažérkou rozhodli, že budeme počítať s realistickým obsadením kapacít pri pobyte v pracovné dni na 80 % tzn. 50 účastníkov.

10.1.1 Náklady na jednotlivé varianty pobytov

Balíček „LETO V ORAVICIACH“

V nasledujúcej tabuľke sú zobrazené náklady na 1 osobu na ubytovanie, stravu a vstupné na exkurzie.

Tabuľka 11 Náklady na pobyt, stravu a vstupné pre 1 osobu (Vlastné spracovanie)

Balíček LETO V ORAVICIACH	
	Pondelok-štvrtok
Ubytovanie a strava	
Bungalov (3 noci)	30 €
Polopenzia (3x)	18 €
Vstupné	
Termálne kúpalisko (2x)	8 €
Meanderthermal Oravice	7,50 €
Brestovská jaskyňa	7,00 €
Múzeum oravskej dediny	2,50 €

Celkom	73,00 €
--------	---------

Cena za ubytovanie v rámci tohto balíčku je nižšia než štandardná cena za prenocovanie v bungalove. Je to z toho dôvodu, aby potenciálni zákazníci boli motivovaní využiť pobytové balíčky so zníženou cenou za lôžko a noc.

V prípade, že sa zákazník rozhodne pre pobyt v stane, za ktorý sa platí 2,70 € na deň, tak náklady za túto variantu by boli 51,10 €.

V prípade pobytu účastníka v karavane potom 56,50 €.

Balíček „ZIMA V ORAVICIACH“

Tak ako v predošlej tabuľke, tak i v nasledujúcej je uvedená cena za pobyt 1 osoby so stravou a vstupným a cenou skipassu pre jednotlivé lyžiarske strediská.

Tabuľka 12 Náklady na pobyt, stravu a vstupné pre 1 osobu (Vlastné spracovanie)

Balíček ZIMA V ORAVICIACH	
	Pondelok-štvrtok
Ubytovanie a strava	
Bungalov (3 noci)	33 €
Polopenzia (3x)	18 €
Vstupné	
Termálne kúpalisko (2x)	8 €
Meanderthermal a SKI	24,00 €
Roháče-Spálená	25,00 €
Celkom	108,00 €

10.1.2 Náklady na dopravu

V rámci oboch pobytových variantov je nutné prepraviť zákazníkov do neďalekého Zuberca. Pre prepravu osôb som zvolila súkromnú autobusovú dopravu z Tvrdošína. Vzdialenosť od kempu do Zuberca je zhruba 17 kilometrov. Dopravca si účtuje 0,80 € za kilometer a 4 € za 1 hodinu stánia. V rámci balíčku „LETO V ORAVICIACH“ absolvuje túto trasu, teda tam a späť, celkom 2x. V rámci balíčku „ZIMA V ORAVICIACH“ iba raz.

Cena za dopravu pre pobyt „LETO V ORAVICIACH“

$$9,5 \text{ hod} * 4 \text{ €} + (17 \text{ km} * 0,8 \text{ €/km}) * 4 = \mathbf{92,40 \text{ €}}$$

Cena za dopravu pre pobyt „ZIMA V ORAVICIACH“

$$6,5 \text{ hod} * 4 \text{ €} + (17 \text{ km} * 0,8 \text{ €/km}) * 2 = \mathbf{53,20 \text{ €}}$$

10.1.3 Mzdové náklady

Mzdové náklady na sprievodcu počítame len pre pobyt „LETO V ORAVICIACH“. V zimnej sezóne, keďže sa nebudú konať žiadne exkurzie ani túry po okolí, tak jeho služby nebudeme potrebovať. Sprievodca bude zaplatený za počet odpracovaných hodín. Sprievodcova mzda je 6 € za hodinu. Služby sprievodcu budú vyžadované v jeden deň na 8 a druhý deň na 9 hodín, teda celkom na 17 hodín za 1 pobyt.

Celkové náklady na sprievodcu za 1 pobyt činia $17\text{h} * 6 \text{ €} = \mathbf{102 \text{ €}}$.

Do nákladov je tiež potrebné započítať moju osobnú cestu do destinácie z dôvodu poznania okolia a okolitých atrakcií. V kempu strávim presne 4 dni s polopenziou. Náklady na cestu sú približne 50 € do nákladov sú zahrnuté i náklady na vstupné.

Náklady na osobnú skúsenosť činia $3 * 10 \text{ €} + 3 * 9 \text{ €} + 50 \text{ €} + 50 \text{ €} = \mathbf{157 \text{ €}}$

10.1.4 Náklady na materiál

Do tejto skupiny zaradíme náklady na výrobu špeciálnych rozlišovacích náramkov. Každý účastník pobytu dostane náramok, ktorý ho oprávňuje čerpať služby spojené s pobytom. Ďalej do tejto kategórie zaradíme náklady na výrobu papierových letákov, na ktorých bude rozpísaný podrobný program a kontakty na poverené osoby v prípade potreby.

Ak počítame, že sa bude konať 10 letných pobytov a 8 zimných pobytov s maximálnou kapacitou 50 osôb, tak predpokladáme 900 účastníkov pobytov. Ak by sme počítali s rezervami, tak je potreba vyrobiť zhruba 1000 náramkov a 1000 letákov.

Náramky by sa nechali vyrobiť vo firme IDSYS, ktorá pri odbere nad 800 kusov poskytuje zľavu a látkové náramky taktiež môže označiť názvom kempu.

Cena náramku s potlačou po zľave je 0,368 €.

$$0,368 \text{ €} * 1000 \text{ ks} = 368 \text{ €}$$

Grafickú prípravu letákov s informáciami o pobyte si kemp vytvorí sám, teda náklady vzniknú len na tlač, náklady budú približne 40 €

Celkové náklady na materiál činia:

$$368 \text{ €} + 40 \text{ €} = 408 \text{ €}$$

10.1.5 Náklady na propagáciu

Náklady na propagáciu na vlastných webových stránkach, a teda vytvorenie novej záložky s detailnými informáciami o pobytočných balíčkoch a grafickej úpravy bude podľa odhadu prevádzkovej manažérky kempu stáť asi 45 €.

Umiestnenie reklamy na turisticko-informačnom portály pre región Orava bude podľa odhadu správcu stáť približne 120 €.

Ako bolo spomenuté, reklama pobytočných balíčkov na Facebookovom účte kempu je zdarma, tu teda nevznikajú žiadne náklady. V budúcnosti sa však kemp môže rozhodnúť využiť i platenú reklamu na Facebooku.

10.1.6 Celková kalkulácia pobytov

Celková kalkulácia je počítaná na jednotlivé balíčky. Ako bolo uvedené v kapitole 8.8, budeme kalkulovať s maximálnou kapacitou 50 osôb. Turistický poplatok do kalkulácie nebude zahrnutý, pretože ten je nutné uhradiť v hotovosti priamo ubytovateľovi a je to i z toho dôvodu, že dopredu nevieme aká bude presná štruktúra hostí, pretože seniori nad 60 rokov a deti platia znížený turistický poplatok.

K celkovým nákladom bude pripočítaná marža vo výške 20% a z danej marže je počítané DPH vo výške 20%.

V nasledujúcej tabuľke je uvedená celková kalkulácia pre balíček „LETO V ORAVICIACH“, náklady sú kalkulované na pobyt v bungalovoch.

Tabuľka 13 Celková cena za pobyt „LETO V ORAVICIACH“ (Vlastné spracovanie)

Položka	1 osoba	50 osôb
Náklady na pobyt, stravu a vstupné (Tab. 11)	73	3 650
Doprava	1,85	92,40
Mzdové náklady sprievodcu	2,04	102
Náklady na osobnú skúsenosť	3,14	157
Náklady na propagáciu	3,30	165
Náklady na materiál	8,16	408
Celkové náklady	91,49	4 574,40
Marža 20%	18,30	914,88
DPH 20%	3,66	182,98
Celková cena za pobyt	113,45	5 672,26
Zaokrúhlene	113 €	

Celková cena za pobyt pre jednu osobu v bumgalove je zaokrúhlene 113 €.

Ako bolo uvedené v kapitole 9.4, deti do 10 rokov budú platiť len 75% z ceny tzn. v tomto prípade to bude 85 €.

Cena za pobytový balíček pri nocovaní vo vlastnom stane predstavuje 91 € a pri prenocovaní v karavane 97 €.

Bod zvratu

Pomocou bodu zvratu zistím, koľko osôb sa minimálne musí zúčastniť pobytu, aby boli pokryté všetky náklady vynaložené na projekt. Dôležité je, aby sa kempu vrátili fixné a variabilné náklady a kemp nebol stratový. V tomto kroku je nutné vymedziť si, ktoré náklady sú fixné a ktoré variabilné. Medzi fixné náklady patria celkové náklady na dopravu, mzdové náklady, náklady na osobnú skúsenosť, náklady na propagáciu a náklady na materiál. Medzi variabilné náklady patria ubytovanie, strava a vstupné na exkurzie.

Výpočet bodu zvratu (BZ) je nasledujúci:

$$BZ = FN / (\text{cena za pobyt pre 1 osobu} - VN \text{ na 1 osobu})$$

$$BZ = 92,40 + 102 + 157 + 165 + 408 / (113 - 73) = 23,11 \text{ tzn. } 23 \text{ osôb}$$

Z výpočtu bodu zvratu je zřejmé, že sa pobytu musí zúčastniť minimálne 23 osôb, aby v rámci projektu sa uhradili všetky vynaložené náklady.

V ďalšej tabuľke je uvedená celková kalkulácia pre balíček „ZIMA V ORAVICIACH“ v termíne od pondelka do štvrtka. V tomto prípade nám odpadávajú náklady na služby sprievodcu, takže ich z tejto kalkulácie vynecháme a taktiež náklady na celkovú dopravu sú nižšie. Ako bolo stanové v bode 8.8, pri zimnom pobyte počítame taktiež s maximálnou kapacitou 50 osôb.

Tabuľka 14 Celková cena za pobyt „ZIMA V ORAVICIACH“ (Vlastné spracovanie)

Položka	1 osoba	50 osôb
Náklady na pobyt, stravu a skipass (Tab. 12)	108	5 400
Doprava	1,06	53,20
Mzdové náklady sprievodcu	0,00	0
Náklady na osobnú skúsenosť	3,14	157
Náklady na propagáciu	3,30	165
Náklady na materiál	8,16	408
Celkové náklady	123,66	6 183,20
Marža 20%	24,73	1 236,64
DPH 20%	4,95	247,33
Celková cena za pobyt	153,34	7 667,17
Zaokrúhlene	153 €	

Celková cena na pobyt pre 1 osobu v zimnej sezóne činí zaokrúhlene 153 €.

Ako bolo uvedené v kapitole 9.4, deti do 10 rokov budú platiť len 75% z ceny balíčku tzn. v tomto prípade to bude 115 €.

Ako i v predošlých variantoch i v tom prípade vypočítame bod zvratu, aby sme zistili, pri koľkých hosťoch nebude pobyt stratový.

Bod zvratu

Výpočet bodu zvratu (BZ) je nasledujúci:

$$BZ = FN / (\text{cena za pobyt pre 1 osobu} - VN \text{ na 1 osobu})$$

$$BZ = 53,20 + 157 + 165 + 408 / (153 - 108) = 17,40 \text{ tzn. } 17 \text{ osôb.}$$

Ak si pobyt objedná aspoň 17 osôb, tak náklady v rámci tohto projektu budú uhradené.

10.2 Ekonomická efektívnosť projektu

V tejto kapitole sa bude počítat' ekonomická efektívnosť projektu za prvý rok realizácie projektu. Pre oba varianty pobytových balíčkov bola stanovená maximálna kapacita 36 osôb. V rámci výpočtu ekonomickej efektívnosti budeme počítat' s najoptimistickejšim variantom, a teda, že jednotlivé pobyty budú plne obsadené.

- Výnos za predaj balíčku „LETO V ORAVICIACH“

$$50 \text{ osôb} * 113 \text{ €} * 10 \text{ pobytov} = 56\,500 \text{ €}$$

- Výnos za predaj balíčku „ZIMA V ORAVICIACH“

$$50 \text{ osôb} * 153 \text{ €} * 8 \text{ pobytov} = 61\,200 \text{ €}$$

$$\text{Celkom } 56\,500 \text{ €} + 61\,200 \text{ €} = 117\,700 \text{ €}$$

Výnos za predaj všetkých pobytov s vyplnením celkových kapacít činí 88 056 €.

- Variabilné náklady na realizáciu pobytu „LETO V ORAVICIACH“

$$73 \text{ €} * 50 \text{ osôb} * 10 \text{ pobytov} = 36\,500 \text{ €}$$

- Fixné náklady na realizáciu pobytu „LETO V ORAVICIACH“

$$(92,40 \text{ €} + 102 \text{ €}) * 10 \text{ pobytov} = 1\,944 \text{ €}$$

- Variabilné náklady na realizáciu pobytu „ZIMA V ORAVICIACH“

$$108 \text{ €} * 50 \text{ osôb} * 8 \text{ pobytov} = 43\,200 \text{ €}$$

- Fixné náklady na realizáciu pobytu „ZIMA V ORAVICIACH“

$$53,20 \text{ €} * 8 \text{ pobytov} = 425,60 \text{ €}$$

- Náklady na osobnú skúsenosť, propagáciu a materiál

$$157 \text{ €} + 165 \text{ €} + 408 \text{ €} = 730 \text{ €}$$

Celkové náklady za 1. rok

$$36\,500\text{ €} + 1\,944\text{ €} + 43\,200\text{ €} + 425,60\text{ €} + 730\text{ €} = 82\,799,6\text{ €} \text{ zaokrúhlene } 82\,800\text{ €}$$

Zisk za predaj pobytov za 1. rok

$$117\,700\text{ €} - 82\,800\text{ €} = 34\,900\text{ €}$$

Podľa vyššie uvedených výpočtov som zistila, že vybraný kemp za 1. rok poskytovania nového produktu vytvorí zisk 34 900 €. Samozrejme to platí za predpokladu, že stanovená kapacita 80% v rámci každého pobytu bude plne obsadená.

10.3 Časová analýza

V tejto kapitole sa venujem časovému harmonogramu projektu. Je veľmi dôležité vopred si naplánovať všetky činnosti, ktoré s projektom súvisia. Táto analýza sa zaoberá činnosťami, tak ako za sebou nasledujú, ako spolu súvisia a koľko času jednotlivá činnosť zaberie. V rámci tejto analýzy budú údaje spracované i programom WinQSB. V tabuľke, ktorá je uvedená nižšie sa nachádza zoznam jednotlivých činností a ďalšie údaje potrebné pre určenie kritickej cesty projektu.

Tabuľka 15 Časový harmonogram projektu (Vlastné spracovanie)

Činnosť	Predmet činnosti	Doba trvania (týždne)	Predchádzajúce činnosti
A	Rozhodnutie vedenia o zavedení nového produktu	1	-
B	Tvorba komplexného balíka služieb	3	A
C	Osobná skúsenosť, návšteva prírodných atrakcií	1	A
D	Návšteva potenciálnych partnerov a predstavenie projektu	2	B, C
E	Vypracovanie projektu	3	B, C, D
F	Prezentácia projektu pred vedením	1	E
G	Schválenie projektu	1	F
H	Príprava propagácie projektu	2	G
I	Nábor nových zamestnancov (turistický sprievodca)	3	H
J	Konečné prípravy pred realizáciou	1	I

	ciou projektu a zahájenie reali- zácie projektu		
--	--	--	--

Časový harmonogram projektu začína rozhodnutím vedenia, že majú záujem zaviesť nový produkt. Musia zvážiť všetky dôsledky a pozitívne i prípadné negatívne dopady zavedenia takého produktu. Po pozitívnom rozhodnutí nasleduje fáza vytvorenia resp. vymyslenia komplexného balíka služieb, tak ako bude ponúkaný potenciálnym klientom. Osobná skúsenosť je v ďalšej fáze dôležitá, pretože je nutné poznať všetky atraktivity a atrakcie, ktoré budú zákazníkom ponúkané, tak ako zistenie, že časový sled činností v rámci balíčku služieb je reálny a vykonateľný. Následne je dôležité navštíviť potenciálnych partnerov a predstaviť im projekt ako i jeho ciele.

Ak sú všetky tri zmienené činnosti úspešne realizované, tak sa môže prejsť k ďalšej fáze a tou je príprava projektu, v rámci ktorej je nutné jasne definovať ciele a vykonať rôzne analýzy spojené s projektom. Je dôležité tieto informácie jasne a zmysluplne prezentovať vedeniu, aby bol následne projekt schválený.

V ďalších fázach už sa postupne blížíme k samotnej realizácii projektu, s ktorou je spojená príprava propagácie a teda vytvorenie propagačných materiálov a ich umiestnenie na vlastné webové stránky, webové stránky turisticko-informačného portálu a umiestnenie informácií na Facebookové stránky kempu. Následne je nutné najat' nového zamestnanca, v našom prípade turistického sprievodcu. Konečnou fázou sú finálne prípravy pred realizáciou projektu, ktorá obsahuje kontrolu plnenia jednotlivých činností, oboznámenie všetkých zamestnancom so započatím projektu a definovanie úloh každého zamestnanca.

10.3.1 Analýza kritickej cesty CPM

Pre analýzu kritickej cesty projektu bol použitý nástroj WinQSB, kam sme vložili všetky vyššie uvedené informácie o časovom harmonograme projektu. Určenie kritickej cesty nám pomôže odhaliť, ktoré činnosti stoja na tejto kritickej ceste tzn. činnosti, ktorých oneskorením dôjde k oneskoreniu celého projektu.

Obrázok 4 Výstup z programu WinQSB (Vlastné spracovanie)

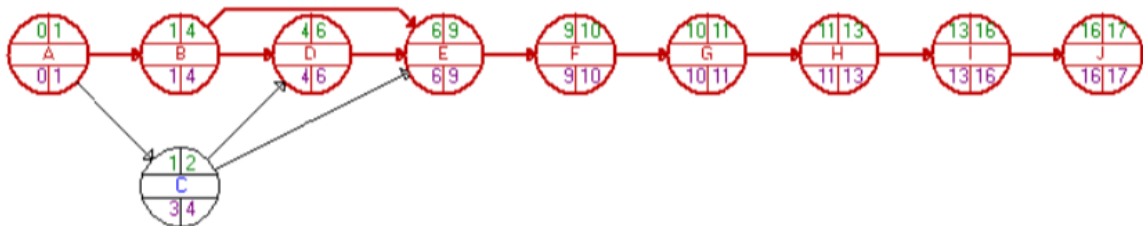
03-28-2018 14:25:19	Activity Name	On Critical Path	Activity Time	Earliest Start	Earliest Finish	Latest Start	Latest Finish	Slack (LS-ES)
1	A	Yes	1	0	1	0	1	0
2	B	Yes	3	1	4	1	4	0
3	C	no	1	1	2	3	4	2
4	D	Yes	2	4	6	4	6	0
5	E	Yes	3	6	9	6	9	0
6	F	Yes	1	9	10	9	10	0
7	G	Yes	1	10	11	10	11	0
8	H	Yes	2	11	13	11	13	0
9	I	Yes	3	13	16	13	16	0
10	J	Yes	1	16	17	16	17	0
	Project Completion Time	=	17	weeks				
	Number of Critical Path(s)	=	2					

Podľa prehľadu údajov v tabuľke je zrejmé, že projekt je možné vytvoriť za 17 týždňov. Posledný stĺpec v tabuľke udáva, aké sú časové rezervy u jednotlivých činností. Stanovujú dobu, o akú je možné činnosť posunúť, aby nebol oneskorený celý projekt.

V tomto prípade sa jedná o činnosť C – osobná skúsenosť, návšteva prírodných atrakcií. Táto činnosť sa môže posunúť o 2 týždne a i tak nebude projekt ohrozený.

Sieťový graf na obrázku 4, zobrazuje kritické cesty projektu, teda kde sa nachádzajú činnosti, ktoré nemajú určenú žiadnu časovú rezervu. Oneskorenie takejto činnosti, môže mať negatívny dopad na celý projekt. Je teda zrejmé, že všetky činnosti, okrem činnosti C, ležia na kritickej ceste.

Obrázok 5 Sieťový graf z programu WinQSB (Vlastné spracovanie)



V rámci časovej analýzy boli zistené 2 kritické cesty, ktoré znázorňuje obrázok 12.

Obrázok 6 Kritické cesty podľa programu WinQSB (Vlastné spracovanie)

03-28-2018	Critical Path 1	Critical Path 2
1	A	A
2	B	B
3	D	E
4	E	F
5	F	G
6	G	H
7	H	I
8	I	J
9	J	
Completion Time	17	17

10.4 Riziková analýza projektu

V tejto časti sú popísané riziká, ktoré môže byť spojené s projektom, v jeho rôznych fázach. Každé riziko znamená určitú hrozbu pre projekt, preto je hlavnou úlohou rizikovej analýzy tieto riziká odhaliť. Taktiež je nutné vytvoriť opatrenia, ktoré dopady rýchto rizík zmenšia alebo úplne eliminujú. Nasledujúca tabuľka uvádza riziká, ktoré môžu pre daný projekt nastať, ich závažnosť a pravdepodobnosť, že toto riziko nastane. Výsledok je vypočítaný ako súčin závažnosti a pravdepodobnosti rizika. Riziká sa hodnotia podľa toho, či je závažnosť a pravdepodobnosť výskytu nízka, stredná alebo vysoká.

Výsledok následne spadá do jednej z troch kategórií:

- ak je výsledok v intervale 0 - 0,20, tak riziko je nízke
- ak je výsledok v intervale 0,21 - 0,30, tak riziko je stredné
- ak je výsledok v intervale 0,31 - 0,50, tak riziko je vysoké

Tabuľka 16 Riziková analýza (Vlastné spracovanie)

RIZIKO	Závažnosť			Pravdepodobnosť vzniku			VÝSLEDOK
	nízka 0,3	stredná 0,5	vysoká 0,7	nízka 0,3	stredná 0,5	vysoká 0,7	
Rozhodnutie o zamietnutí projektu			X	X			0,21
Partneri odmietnu spoluprácu			X		X		0,35
Nevhodne zostavený produkt		X		X			0,15
Nedostatočný záujem o produkt		X			X		0,25
Nevhodne vybraná propagácia	X				X		0,15

Z vyššie uvedenej tabuľky môžeme identifikovať len jediné riziko ako vysoké, a tým je riziko, že partneri odmietnu spolupracovať na poskytovaní služieb na základe partnerskej dohody. Závažnosť tohto rizika je vysoká, pretože na partnerstve s podnikateľskými subjektmi je postavený celý projekt. Odmietnutie spolupráce jedného z partnerov by preto mohlo ohroziť celý projekt. Aby sme predišli vzniku rizika, je dôležité partnerom podrobne predstaviť výhody projektu a partnerstva a nastaviť podmienky výhodne pre obe strany.

Do kategórie stredne veľkého rizika spadá riziko, že o nový produkt nebude dostatočný záujem. Závažnosť tohto rizika je stredná, a to preto, že ak záujem o pobyt neprejaví dostatočne vysoký počet záujemcov, tak sa pobyt neuskutoční a znamenalo by to nenaplnenie primárneho cieľa – zvýšenia návštevnosti kempu.

Riziko, ktoré sa týka rozhodnutia vedenia o zamietnutí projektu sa nachádza na hranici nízkeho až stredného rizika. Ak by sa vedenie rozhodlo projekt nerealizovať, mohlo by to byť z dôvodu, že ciele a výhody projektu neboli dostatočne dobre odprezentované a vedenie, by tak nemalo záujem podnikateľ kroky k vytvoreniu nového produktu.

Medzi dôvody, ktoré by viedli k neúspechu projektu, môže byť i nevhodne zvolená propagácia produktu. Znamenalo by to, že bol nevhodne zvolený distribučný kanál k osloveniu cieľovej skupiny. Keďže náklady za propagáciu sú pomerne nízke, dá sa tomuto riziku

predísť najmä investovaním do distribučných kanálov a osloviť napríklad cestovné kancelárie.

Nevhodne zostavený produkt má pridelené nízke riziko. Je to z dôvodu, že pri zostavovaní produktu som vychádzala z prírodných a voľno časových atraktivít z blízkeho okolia, ktoré každoročne prilákajú mnoho turistov do danej oblasti. Jedná sa o atraktivity turistického, športového a relaxačného charakteru, ktoré sú vhodné pre všetky vekové kategórie.

To, že potenciálni zákazníci nemajú záujem o náš produkt alebo považujú skladbu produktu za neatraktívnu, môže byť dané mnohými faktormi, ktoré však často nemôžeme ovplyvniť. Je však potreba čo najefektívnejšie sklbiť obsah produktu s kvalitou poskytovaných služieb, cenovou politikou a vhodnou propagáciou a to všetko s ohľadom na konkurenčné služby. V ďalšom prípade je nutné zvážiť ako ďalší krok prieskum trhu a zistenie skutočných preferencií potenciálnych klientov.

ZÁVĚR

Cieľom tejto diplomovej práce bolo vytvoriť nový produkt cestovného ruchu pre vybraný kemp na zvýšenie návštevnosti vybraného kempu. Projekt je zameraný vytvorenie pobytového balíčku a letnú a zimnú sezónu vo všedné dni, zacielený najmä na rodiny a aktívnych seniorov.

V teoretickej časti som využila poznatky z odbornej literatúry a internetových zdrojov a spracovala som literárny prieskum k danej problematike diplomovej práce. V rámci tejto časti som sa zaoberala základnými pojmami z oblasti cestovného ruchu a ich definíciou. V závere tejto časti som definovala základné analytické metódy, ktoré som použila v praktickej časti tejto diplomovej práce.

V analytickej časti, ktorá bola súčasťou praktickej časti, som predstavila vybraný kemp a oblasť, ktorej sa nachádza. Na základe rozhovoru s prevádzkovou manažérkou som analyzovala súčasný stav návštevnosti vybraného kempu a na základe údajov som zhodnotila návštevnosť celého okresu. V rámci tejto časti som analyzovala primárnu a sekundárnu ponuku oblasti. Súčasťou analytickej bola i SWOT analýza vybraného kempu. Na základe týchto analýz som zistila, že obsadenosť kempu je nerovnomerná a existujú veľké výkyvy medzi obsadenosťou ubytovacích kapacít cez víkendy a vo všedné dni. Výsledky vykonaných analýz, ktoré boli zhrnuté v závere tejto časti slúžili ako podklady pre projektové riešenie tejto diplomovej práce.

Projektová časť sa týkala samotného návrhu a tvorby pobytových balíčkov. Na začiatku tejto časti som uviedla základný popis jednotlivých balíčkov a definovala cieľové skupiny, pre ktoré je nový produkt určený. Jedná sa o 4-denné pobytové balíčky, ktoré sú realizované cez všedné dni od pondelka do štvrtka. Vypracovala som program jednotlivých pobytových balíčkov, ktorý obsahuje rôznorodé aktivity v závislosti na ročnom období. Základným predpokladom vytvorenia týchto balíčkov je spolupráca s partnermi poskytujúcimi služby v oblasti, kde sa kemp nachádza. K letnému pobytu je nutné zaistiť externého turistického sprievodcu a zaistiť autobusovú dopravu súkromným dopravcom. V nasledujúcom kroku boli definované distribučné a propagačné cesty projektu.

Potom bola vypracovaná časová analýza projektu, v ktorej boli naplánované všetky potrebné činnosti spojené s projektom. V rámci tejto časti boli taktiež analyzované náklady spojené s každým pobytovým balíčkom. Z tejto analýzy mi vyšlo, že koncová cena pobytového balíčku „LETO V ORAVICIACH“ činí 113 € na osobu a koncová cena pobytového

balíčku „ZIMA V ORAVICIACH“ je 153 € na osobu. Nakoniec som projekt podrobila rizikovej analýze. Na základe tejto analýzy boli zistené a definované riziká, ktoré by mohli projekt ohroziť.

Ak uvažujeme 4-člennú rodinu s deťmi do 10 rokov, ktorá by cestovala napríklad z Bratislavy, tak by za pobytový balíček v lete zaplatila celkom 396 €. Náklady na cestu osobným automobilom by činili celkom asi 40 €. V hrubom odhade počítame, že by takejto rodine určite vznikli i náklady navyše, ktoré by utratili, a z ktorých by samozrejme profitovali ostatné podnikateľské subjekty v oblasti, tieto náklady navyše odhadujeme na 20% až 30%. V celkom súčte by 4-členná rodina mohla za tento pobyt utrátiť celkom približne 550 €.

Vzhľadom na to, že projekt so sebou nenesie vysoké počiatočné náklady na realizáciu a definované riziká by nijak neohrozili činnosť kempu a fakt, že kemp sa nachádza v oblasti s veľkým potenciálom, myslím si že je projekt vhodný na zavedenie do praxe a mohol by pomôcť kempu zvýšiť návštevnosť.

Ak by sa projekt ukázal ako úspešný, mohol by kemp napríklad každý rok služby jednotlivých balíčkov obmieňať a tak sa prispôsobovať rôznym potrebám rôznych cieľových skupín. Bolo by možné obmieňať turistické trasy a podnikať výlety k iným atraktivitám, či kultúrno-folkrónym udalostiam, ktoré sú v priebehu roku v okrese Tvrdošín organizované, a tým podporiť spoluprácu v cestovnom ruchu na regionálnej úrovni. Produkt pre mladých ľudí by mohol byť napríklad viac zameraný na vysokohorskú turistiku so skúseným horským sprievodcom. Samozrejme by sa v tomto prípade jednalo o konkrétne zameranie produktu pre užšiu cieľovú skupinu, takže by bolo nutné zistiť napríklad dotazníkovým šetrením, či by bol a takýto produkt záujem.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografické zdroje:

- [1] BERÁNEK, Jaromír a Pavel KOTEK, 2007. Řízení hotelového provozu. 4. přepracované vydání. Praha: MAG Consulting. ISBN 9788086724300.
- [2] CIBÁKOVÁ, Viera, Zoltán RÓZSA a L'uboš CIBÁK. Marketing služieb. 1. vyd. Bratislava: Iura Edition, 2008. Ekonómia. ISBN 978-80-8078-210-8.
- [3] FLETCHER, John. Tourism: principles and practice. 5th ed. Harlow: Pearson, 2013, 643 s. ISBN 978-0-273-75827-3.
- [4] GOELDNER, Charles R a J RITCHIE. Tourism: principles, practices, philosophies. Eleventh ed. Hoboken, N.J.: John Wiley, c2009. ISBN 04-7008459-6.
- [5] HESKOVÁ, Marie. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-716-8948-3.
- [6] HORNER, Susan a John SWARBROOKE. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada, c2003, 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [7] HRALA, Václav. Geografie cestovního ruchu. 4. upravené vyd. Praha: IDEA SERVIS, 2002, 173 s. ISBN 80-85970-43-0.
- [8] KŘÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS, 2014. Moderní hotelový management. 2. aktualiz. a rozšíř. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4835-1.
- [9] LINDEROVÁ, Ivica © 2013. Cestovní ruch. Základy a právní úprava [online]. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava [cit. 2015-03-29]. ISBN 978-80-87035-82-5. Dostupné z: <http://www.vspj.cz/ISBN/Skripta%20%20V%C5%A0PJ/Cestovn%C3%AD%20ruch%20%20Ivica%20Linderov%C3%A11.pdf>.
- [10] ORIEŠKA, Ján, 2011. Služby v cestovnom ruchu. 2. časť. Banská Bystrica: DALI-BB pre Slovak-Swiss Tourism. ISBN 978-80-89090-94-5.
- [11] PALÁTKOVÁ, Monika © 2007. Místní, národní a mezinárodní marketing destinace [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 170 s. [cit. 2015-04-2]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/972b6eef-d405-4fac-906c-7de59435c861/GetFile8_3.pdf.

- [12] PALATKOVÁ, Monika, BUCK, Martin (ed.). Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4862-7.
- [13] PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ, 2014. Ekonomika turismu: turismus České republiky. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3643-3.
- [14] RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ, 2011. Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi: soubor studijních materiálů. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4039-3.
- [15] ŠEFČÍK, Vladimír. Analýza rizik. Vyd. 1. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2009. Manažer. ISBN 978-80-7318-696-8.
- [16] VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. Geografie cestovního ruchu České republiky. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-340-7.
- [17] ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. Výkladový slovník cestovního ruchu: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201880-2.

Elektronické zdroje:

- [18] *IDSYS* [online]. 2018 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <http://www.idsys.sk/>
- [19] *Meander Oravice: Aquapark* [online]. 2018 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://meanderoravice.sk/o-aquaparku/>
- [20] *Meander Oravice: Skipark* [online]. 2018 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://meanderoravice.sk/o-skiparku/>
- [21] *Mesto Tvrdošín: Oficiálna stránka* [online]. 2018 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <http://www.tvrdosin.sk/mesto/oravice/>
- [22] *Mesto Tvrdošín: PROGRAM HOSPODÁRSKEHO A SOCIÁLNEHO ROZVOJA MESTA TVRDOŠÍN NA ROKY 2016 – 2022* [online]. [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <http://www.tvrdosin.sk/zverejnovanie/phsr/>

- [23] *Oravice* [online]. 2011 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://oravice-sr.webnode.cz/>
- [24] *Roháče Spálená: Západné Tatry* [online]. 2017 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <http://rohacespalena.sk/>
- [25] *Slovakia Travel: Marketingová stratégia SACR 2014* [online]. 2011 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://export.slovensko.sk/wp-content/uploads/2015>
- [26] *Správa slovenských jaskýň: Štátna ochrana prírody Slovenskej republiky* [online]. 2018 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <http://www.ssj.sk/sk/jaskyna/397-brestovska-jaskyna>
- [27] *Štatistický úrad Slovenskej republiky: Dátové kocky* [online]. [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SK_WIN/cr3002rr/%C5%A0tatistika%20cestovn%C3%A9ho%20ruchu
- [28] *Ubytovanie: Kategórie ubytovania* [online]. 2011 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <http://ubytovanie.pro/kemping.php>
- [29] *Vitanová: Múzeum oravskej dediny Zuberec - Brestová* [online]. 2009 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <http://www.vitanova.eu.sk/m-zeum-oravskej-dediny-zuberec-brestov/>
- [30] *Vitanová: Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja 2015-2025* [online]. [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <http://www.vitanova.eu.sk/assets/pdfresizer.com-pdf-resize.pdf>
- [31] *Zväz hotelov a reštaurácií Slovenskej republiky: Oficiálna stránka zväzu* [online]. 2011 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <http://www.zhrs.sk/index.php/aktuality/statistiky/606-statistika-podla-rokov#.WspYHqhuZPZ>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CR	Cestovný ruch
EU	Európska Únia
HDP	Hrubý domáci produkt
NPR	Národná prírodná rezervácia
ORSR	Obchodný register Slovenskej republiky
Spol. s r.o.	Spoločnosť s ručením obmedzeným
SR	Slovenská republika
TANAP	Tatranský národný park
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázok 1 Subjekty cestovného ruchu (Zdroj: Linderová, 2013, s. 19).....	16
Obrázok 2 Objekty cestovného ruchu (Zdroj: Linderová, 2013, s. 22)	17
Obrázok 9 Podiel domácich a zahraničných návštevníkov v 1. - 3. štvrtroku 2017 (Zdroj: Žilinský turistický kraj, © 2018).....	56
Obrázok 10 Výstup z programu WinQSB (Vlastné spracovanie)	78
Obrázok 11 Sieťový graf z programu WinQSB (Vlastné spracovanie)	78
Obrázok 12 Kritické cesty podľa programu WinQSB (Vlastné spracovanie).....	79

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Vývoj počtu ubytovacích zariadení 2006-2016 v SR (Vlastné spracovanie).....	25
Graf 2 Vývoj počtu návštevníkov kempov v rokoch 2006-2016 v SR (Vlastné spracovanie).....	25
Graf 3 Podiel návštevníkov v jednotlivých okresoch (Vlastné spracovanie).....	55

SEZNAM TABULEK

Tabuľka 1 Vývoj počtu obyvateľov v Žilinskom kraji podľa okresov (Zdroj: Štatistický úrad SR, ©2017).....	54
Tabuľka 2 Počet prenocovaní v okrese Tvrdošín (Zdroj: Štatistický úrad SR).....	56
Tabuľka 3 Program prvého dňa (Vlastné spracovanie)	61
Tabuľka 4 Program druhého dňa (vlastné spracovanie).....	62
Tabuľka 6 Program tretieho dňa (Vlastné spracovanie)	63
Tabuľka 7 Program štvrtého dňa (Vlastné spracovanie)	63
Tabuľka 8 Program prvého dňa (Vlastné spracovanie)	64
Tabuľka 9 Program druhého dňa (Vlastné spracovanie)	64
Tabuľka 10 Program tretieho dňa (Vlastné spracovanie)	65
Tabuľka 11 Program štvrtého dňa (Vlastné spracovanie)	65
Tabuľka 12 Náklady na pobyt, stravu a vstupné pre 1 osobu (Vlastné spracovanie).....	69
Tabuľka 13 Náklady na pobyt, stravu a vstupné pre 1 osobu (Vlastné spracovanie).....	70
Tabuľka 14 Celková cena za pobyt „LETO V ORAVICIACH“ (Vlastné spracovanie).....	73
Tabuľka 15 Celková cena za pobyt „ZIMA V ORAVICIACH“ (Vlastné spracovanie).....	74
Tabuľka 16 Časový harmonogram projektu (Vlastné spracovanie)	76
Tabuľka 17 Riziková analýza (Vlastné spracovanie)	80

SEZNAM PŘÍLOH

PRÍLOHA P I Fotka kempu

PRÍLOHA P I: FOTKA KEMPU



