

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ KOMBINOVANÉ ŠTÚDIUM

2014 - 2015

DIPLOMOVÁ PRÁCA

Barbora Štepanovičová

Zážitkový cestovní ruch na Slovensku

Praha 2015

Vedúci diplomovej práce: Doc. Ing. Lubomír Kmeco, PhD.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER COMBINED (PART-TIME) STUDIES

2014 - 2015

DIPLOMA THESIS

Barbora Štepanovičová

The Experience Tourism in Slovakia

Prague 2015

The Diplom Thesis Work Supervisor:
Doc. Ing. Ľubomír Kmeco, PhD.

Prehlásenie

Prehlasujem, že predložená diplomová práca je mojim pôvodným autorským dielom, ktoré som vypracovala samostatne. Všetku literatúru a ďalšie zdroje, z ktorých som pri spracovaní čerpala, v práci riadne citujem a sú uvedené v zozname použitých zdrojov.

Súhlasím so sprístupnením svojej práce v univerzitnej knižnici.

V Prahe, dňa

Barbora Štepanovičová

Pod'akovanie

Chcela by som poďakovať pánovi Doc. Ing. Ľubomírovi Kmecovi, PhD. za cenné pripomienky a odborné rady, ktorými prispel k vypracovaniu tejto diplomovej práce.

Anotácia

Cieľom diplomovej práce „Zážitkový cestovný ruch na Slovensku“ je na základe analýzy súčasnej ponuky zážitkového cestovného ruchu na Slovensku navrhnuť nové možnosti rozvoja tohto druhu cestovného ruchu.

V teoretickej časti práca prináša prehľad základných pojmov zážitkového cestovného ruchu, jeho foriem, trendov a špecifikácií. V práci je nasledovne analyzovaná ponuka zážitkového cestovného ruchu na základe jednotlivých regiónov Slovenska.

V praktickej časti je vyhodnotenie dotazníkového šetrenia z pohľadu účastníkov a poskytovateľov vybraného zážitkového cestovného ruchu. V záverečnej časti sú navrhnuté odporúčania a vlastný návrh pre zlepšenie zážitkového cestovného ruchu do budúcnosti.

Kľúčové slová:

Adrenalín, cestovný ruch, dovolenka, zážitkový cestovný ruch, rafting, zážitok, voľný čas.

Annotation

The aim of the thesis "The Experience Tourism in Slovakia" is based on an analysis of the current offer of experience tourism in Slovakia suggest new possibilities for the development of this type of tourism.

The theoretical part provides an overview of the basic concepts of experiential tourism, its forms, trends and specifications. The paper analyzed the following offer experiential tourism on the basis of individual regions of Slovakia.

In the practical part of the evaluation questionnaire survey in terms of participants and providers selected experiential tourism. The final part of the proposed recommendation and suggestion for improving the experience tourism in the future.

Keywords:

Adrenaline, experience, experience tourism, free time, rafting, tourism, vacation.

OBSAH

ÚVOD.....	9
1 VYMEDZENIE ZÁKLADNÝCH POJMOV	11
1.1 Definovanie cestovného ruchu	11
1.1.1 Motivácia v cestovnom ruchu.....	12
1.1.2 Druhy a formy cestovného ruchu.....	15
1.2 Zážitkový cestovný ruch	18
1.2.1 Vývoj zážitkového cestovného ruchu	18
1.2.2 Produkt zážitkového cestovného ruchu	20
1.2.3 Formy zážitkového cestovného ruchu	21
1.3 Špecifiká zážitkového cestovného ruchu	23
1.4 Trendy v oblasti zážitkového cestovného ruchu	26
1.5 Interaktívna expozícia	29
2 PREDPOKLADY ZÁŽITKOVÉHO CESTOVNÉHO RUCHU	
NA SLOVENSKU.....	31
2.1 Stanovenie potenciálu územia cestovného ruchu.....	31
2.2 Regionalizácia cestovného ruchu v podmienkach Slovenskej republiky	32
2.3 Analýza ponuky zážitkového cestovného ruchu na Slovensku	
z hľadiska jednotlivých regiónov	35
3 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA.....	49
4 ANALÝZA PONUKY A DOPYTU PO RAFTINGU NA SLOVENSKU	51
4.1 Charakteristika predmetu skúmania – raftingu	51
4.1.1 Rafting na Slovensku	52
4.2 Vyhodnotenie dotazníkového šetrenia účastníkov raftingu	62
4.2.1 Demografické charakteristiky respondentov	63
4.2.2 Názory a správanie sa respondentov	65
4.3 Vyhodnotenie dotazníkového šetrenia poskytovateľov raftingu	70
5 NÁVRHOVÁ ČASŤ	82
5.1 Návrhy na lepšie uspokojenie dopytu	82
5.2 Návrhy na zlepšenie ponuky	83
ZÁVER	85

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV	87
ZOZNAM OBRÁZKOV, GRAFOV, TABULIEK.....	91
ZOZNAM PRÍLOH.....	93

ÚVOD

V dnešnej dobe sú ľudia vzhľadom na možnosti trávenia voľného času stále náročnejší. Sú zvedavejší, dychtivejší po poznaní niečoho nového a neobvyklého, samotné pozeranie už na uspokojenie ich túžby po poznaní nestačí. Vyhľadávajú aktivity a miesta, ktorých náplňou nie je len zaujať svojim povrchným vzhľadom, ale ktoré ich zaujmú natoľko, že v nich zanechajú silnú emóciu, zážitok či prežitok na celý život. Trávenie dovolenky a voľného času prostredníctvom zážitkov a adrenalínu predstavuje nový trend, preto sa s pojmom zážitkový cestovný ruch možno stretnúť čoraz častejšie. Vo svete už táto forma cestovného ruchu má svoju históriu, ale na Slovensku ešte len zapúšťa svoje korene a nadobúda na obľúbenosti medzi ľuďmi.

Vzhľadom k tomu, že sa jedná o nový a moderný trend trávenia voľného času, jasná definícia zážitkového cestovného ruchu nie je presne špecifikovaná. Výber literárnych zdrojov v knižnej podobe je pomerne obmedzený a aj autori v týchto dielach spomínajú zážitkový cestovný ruch len okrajovo, pričom možnosti zážitkového cestovného ruchu s priamou aplikáciou na Slovensko nespomínajú. Je to na škodu veci, lebo Slovensko má predpoklady na aktívne trávenie voľného času či dovolenky.

Cieľom diplomovej práce je na základe analýzy súčasnej ponuky zážitkového cestovného ruchu na Slovensku navrhnúť nové možnosti rozvoja tohto druhu cestovného ruchu so zameraním sa na rekreačný rafting. Pred skúmaním problematiky zážitkového cestovného ruchu na Slovensku sme si stanovili tieto tri hypotézy:

H1: Predpokladáme, že rekreačný rafting je na Slovensku relatívne novou, ale atraktívnou a žiadanou aktivitou.

H2: Predpokladáme možnosť významného nárastu trhu v tomto segmente.

H3: Predpokladáme existenciu mnohých objektívnych a subjektívnych faktorov, ktoré bránia lepšiemu využitiu súčasného potenciálu, zvýšeniu objemu aj kvality poskytovaných služieb. Pokúsime sa identifikovať aspoň niektoré z nich.

Metódou kompilácie a komparácie materiálov je teoretická časť zameraná na čo najpresnejšie vymedzenie zážitkového cestovného ruchu, jeho foriem a najnovších trendov v tejto oblasti. Následne sú v práci rozobraté možnosti už existujúcej ponuky programov zážitkového cestovného ruchu podľa jednotlivých regiónov v krajine.

Praktická časť je venovaná analýze vybraného druhu zážitkového cestovného ruchu na Slovensku a vyhodnoteniu dotazníkového šetrenia z pohľadu účastníkov a poskytovateľov. Na základe výsledkov sú navrhnuté riešenia a prípadné odporúčania na zlepšenie zážitkového cestovného ruchu na Slovensku v budúcnosti.

TEORETICKÁ ČASŤ

1 VYMEDZENIE ZÁKLADNÝCH POJMOV

V kapitole sú definované jednotlivé pojmy týkajúce sa problematiky zážitkového cestovného ruchu: cestovný ruch, zážitkový cestovný ruch, formy zážitkového cestovného ruchu, špecifiká zážitkového cestovného ruchu spolu s trendmi v tejto oblasti, zážitková turistika a interaktívna expozícia.

1.1 Definovanie cestovného ruchu

Existuje niekoľko definícií cestovného ruchu. V roku 1910 prvýkrát cestovný ruch definoval rakúsky ekonóm Hermann V. Schullard, podľa ktorého je cestovný ruch *„súhrnom operácií, hlavne ekonomickej povahy, ktoré sa priamo vzťahujú na vstup, pobyt a pohyb cudzincov mimo alebo vnútri určitej krajiny, mesta alebo regiónu“* (Schmoll, 1977, s. 253).

Jakubíková (2009, s. 18) cestovný ruch definuje ako pohyb ľudí na miesta za rôznymi účelmi, ktoré sa nachádzajú mimo prostredia im vlastným a ktoré sú vzdialené od miesta ich bydliska. Nepatrí sem však migrácia a výkon normálnej dennej práce.

Fossati a Panella (2000, s. 54) vymedzili 3 elementy, ktoré sú obsahom takmer všetkých definícií cestovného ruchu, a to:

- úmysel pohybu (výlet, zmena zvyčajného pobytu či zvykov),
- úmysel správania sa osoby ako turistu,
- prostredie alebo turistický priestor.

Spomenutí autori nepovažujú cestovný ruch ani za trh, ani za priemysel, pretože turisti sú ekonomickými agentmi, ktorí operujú na viacerých trhoch v krajine, do ktorej cestujú. Výsledkom je, že všetky priemysly v krajine destinácie môžu produkovať, alebo prispievať k produkcii statkov a služieb, o ktoré majú turisti záujem. Je veľmi ťažké rozoznávať z celku časť dopytu vyvolanú tokom turistov. Rozvoj cestovného ruchu však prispieva k zvyšovaniu zamestnanosti, národného príjmu a podobne.

Zo slovenských autorov možno spomenúť Mariána Gúčika, ktorý v knihe Krátky slovník cestovného ruchu a hotelierstva (2004, s. 94) pojem cestovný ruch definoval ako „súbor činností zameraných na uspokojenie potrieb súvisiacich s cestovaním a pobytom osôb mimo miesta trvalého bydliska a zvyčajne vo voľnom čase. Ich cieľom je odpočinok, poznávanie, zdravie, rozptýlenie a zábava, kultúrne a športové vyžitie, služobné cesty, t. j. získavanie komplexného zážitku.“

Okrem vyššie uvedenej definície je cestovný ruch aj forma spotreby, pre ktorú je charakteristické uspokojenie špecifických potrieb počas cestovania a pobytu mimo trvalé bydlisko. Taktiež ide o účelné využívanie voľného času. Účasť na cestovnom ruchu umožňuje stretnúť sa s niečím novým, než je pre človeka známe a umožňuje zažiť niečo nové mimo každodennú rutinu. Návštevník (turista, výletník) vystupuje len ako spotrebiteľ statkov cestovného ruchu (služieb, tovaru, voľných statkov) bez ohľadu na jeho vek, vzdelanie, povolanie a pod. (Orieška, 2011, s. 7).

Človek bezprostredne nepociťuje potrebu po cestovnom ruchu, skôr pociťuje konkrétne biologické a spoločenské potreby, ako napr. potreba odpočinku, zmeny prostredia, potreba poznania, zvedavosti, nových zážitkov, estetických vnemov, potreba seberealizácie, komunikácie, prestíže.

Cestovný ruch je odvetvie, ktoré sa dynamicky vyvíja. Jedná sa o komplexný spoločenský jav, ktorý ovplyvňuje ekonomické, sociálne, politické, technologické a ekologické prostredie. Odvetvie cestovného ruchu patrí medzi najvýznamnejšie súčasti národnej i svetovej ekonomiky. Vedľa obchodu s ropou a automobilového priemyslu patrí medzi tri najväčšie exportné odvetvia (Základné pojmy v cestovnom ruchu, online, cit. 2014-12-18).

1.1.1 Motivácia v cestovnom ruchu

Motivácia je dôležitým činiteľom pri výbere foriem aktivít počas turistických výletov. Veľa motívov má vedomý aj nevedomý základ týkajúci sa výberu cieľa výletu a doteraz sa nepodarilo ustáliť, či základnú úlohu v turistickej motivácii človeka zohráva niečo, čo ho priťahuje (napr. turistická atraktivita), či sú to vonkajšie podmienky (napr. potreby, aspirácie, záujmy) alebo skôr skryté motívy (napr. vyvolanie závidosti u známych, zárobok) (Kolektív, 2006, s. 8).

Gúčík (2001, s. 21-22) motiváciu definuje ako „*psychický proces vytvárania motívov, pri ktorom je rozhodujúci vnútorný impulz, ktorý vytvára potreby, pričom motivačné rozhodnutie je ovplyvnené úrovňou aspirácie, t. j. úsilím, túžbou po niečom, smerovaním k hodnotám, ktoré si človek vytýči a výsledkom rozhodnutia môže byť účasť na cestovnom ruchu.*“

Na základe definície podľa Frianovej a Spodniakovej (2002, s. 49) možno konštatovať, že motivácia účastníka cestovného ruchu je tvorená v dôsledku vnútorných podmienok, t. j. motivačných impulzov, napr. životnou skúsenosťou a vonkajších vplyvov, t. j. motivačných podnetov.

Podľa Brauna (2001, s. 110) patrí medzi motívy cestovania:

- potreba zábavy a odpočinku (oddych, uvoľnenie telesného a duševného napätia),
- potreba zmeny a vyrovnania (snaha o zmenu stereotypného a známeho prostredia),
- potreba uvoľniť doterajšie väzby (odpočinok od rodiny, od partnera, od detí),
- potreba zážitku a naplnenie osobných záujmov (prežiť zážitok zmyslami, zažiť radosť z prekvapovania, objavovania neznámych krajín, ľudí, či kultúr).

Orientáciu v dovolenkových preferenciách jednotlivých typov životného štýlu poskytuje tzv. dovolenkový kompas, na základe ktorého sa podľa Fernera (1993, s. 29) rozlišujú nasledovné skupiny osôb:

- skupiny osôb žijúcich na severe – vyhľadávajú počas dovolenky predovšetkým slnko, teplo, pláž a uvoľnenie,
- skupiny osôb žijúcich čím ďalej na západ – prejavuje sa u nich silnejšia túžba po cestovaní do väčších vzdialeností,
- skupiny osôb žijúcich na juhozápade – túžia po zážitkoch a potulkách,
- skupiny osôb žijúcich na juhovýchode – uprednostňujú počas dovolenky učenie sa, spoznávanie nových ľudí, vyhľadávajú mestá a prírodné strediská, s ktorými sa chcú oboznámiť,
- ľudia na severozápade hľadajú hlavne zotavenie a navštevujú nejaké miesto len preto, aby tam boli.

Cohen (2003, s. 65-66) delí turistov podľa zážitkov na: rekreačných (fyzická rekreácia), diverziálnych (hľadajú rozmanitosť), zážitkových (autentické zážitky),

experimentálnych (užšie kontakty s miestnou kultúrou), existenciálnych (snaha o plné ponorenie sa do cudzích kultúr a životného štýlu).

Zážitková turistika z hľadiska motivácie

Zážitková turistika je osobným a subjektívnym zážitkom jednotlivca (turistu). Hlavným cieľom zážitkovej turistiky je ponúknuť návštevníkom aktívne formy poznávania, ktoré sú založené na silnom emotívnom zážitku. Najčastejšie ide o prehliadku konkrétneho objektu, ktorý má svoj účel. Na zážitkovú turistiku sa využívajú aj stavby alebo zariadenia, ktoré už nie sú využívané a tieto pamiatky majú možnosť návštevníci preskúmať zábavnou a netradičnou formou.

Zážitková turistika umožňuje aj v menej atraktívnych oblastiach ponúknuť zážitok, zaujímavé poučenie a spomienku aj z takých činností, ktoré sa zdajú nezaujímavé. Využíva sa hlavne v oblastiach, kde k danej atraktivite existuje zaujímavý príbeh, a taktiež na miestach vhodných k usporiadaniu akcie, do ktorej sa návštevník môže zapojiť a na základe vlastného prežitia si uvedomiť niektoré súvislosti (Kolektiv, 2008, s. 31).

Ďalším typom zážitkovej turistiky je návšteva rôznych výrobní. Jedná sa predovšetkým o exkurzie v pivovaroch, liehovaroch či vínných pivniciach. K tomu sa pridali jedinečné reštaurácie, čokoládovne či syrárne. Veľmi atraktívna pre turistov je možnosť z nadojeného mlieka si vlastnoručne vyrobiť syr a pochutnať si na štýlovom občerstvení.

Zážitkový cestovný ruch má taktiež ekonomické výhody, či už pre firmu, ktorá sa rozhodne predstaviť verejnosti technické či technologické pamiatky alebo danú lokalitu, ktorej sa zvýšia príjmy z cestovného ruchu. Rozpočet miest a obcí môže počítať s vyššími príjmami vďaka tomu, že turisti radi zostanú na mieste, ktoré je pre nich atraktívne a má im čo ponúknuť. Zážitková dovolenka je skvelým spôsobom ako sa zabaviť na dovolenke, pri nepriazni počasia.

Schober (2001, s. 82-83) rozoznáva štyri oblasti zážitkov, a to exploratívne, biotické, sociálne a optimalizované. Exploratívne zážitky sa zameriavajú na vyhľadávanie informácií a ich skúmanie, objavovanie niečoho nového. Cieľom je navodiť opak nudných chvíľ všedného dňa (návštevy bazárov, skúšanie exotických

jedál, výlety do záhadných miest). Biotické zážitky súvisia s vyhľadávaním neobvyklých telesných podnetov a zážitkov, ako napr. naplánovaná horská trasa, plavba na plachetnici, rafting na divokej rieke, kedy sú v napätí všetky zmysly. Sociálne zážitky vyplývajú z vyhľadávania kontaktov s ľuďmi, ktorých nemožno stretnúť v každodennom zhone, možným dôsledkom je aj kompenzácia nedostatku času na seba navzájom. Určitou výhodou môže byť ich „konečnosť“, kedy s koncom návštevy alebo dovolenky končí aj väzba na druhých ľudí a táto nezáväznosť môže byť pre mnohých lákavá. Optimalizované zážitky predstavujú priaznivý dopad a dôsledky cesty, napr. po návrate sú niektorí jedinci obdivovaní za odvahu, pekné opálenie, efekt cestovania sa tak predĺži do nasledujúcich bežných dní.

1.1.2 Druhy a formy cestovného ruchu

Služby cestovného ruchu majú tak ako ktorékoľvek iné ekonomické aktivity svoju podstatu v uspokojovaní potrieb špecifickému segmentu zákazníkov – účastníkov cestovného ruchu. Na nižšej hierarchickej úrovni sa však ani samotní účastníci cestovného ruchu nevyznačujú homogenitou svojich požiadaviek, nakoľko tieto požiadavky odrážajú špecifické osobnostné, sociálne, kultúrne a ekonomické vlastnosti každého jednotlivca.

Na základe týchto odlišností možno následne špecifikovať rôzne formy a druhy cestovného ruchu prispôbené tak, aby čo najlepšie a najefektívnejšie uspokojovali potreby a túžby svojich zákazníkov. V praxi sa však viac než v čistej forme vyskytujú rôzne kombinácie týchto foriem.

Mariot (2000, s. 5-7) pri vymedzovaní druhov cestovného ruchu delí súbor jeho znakov na základe motívov, ktoré umožňujú určiť hlavné aktivity účastníkov a odhadnúť aj osobitosti ich nárokov, rozlišuje päť základných druhov cestovného ruchu – rekreačný, kultúrny, spoločensky orientovaný, športový a profesionálne orientovaný cestovný ruch. Pri vymedzovaní foriem cestovného ruchu delí súbor jeho znakov na základe rôznych charakteristík, ako časové rozloženie návštevnosti v priebehu kalendárneho roka (celoročný, sezónny), dĺžka pobytu (krátkodobý, dlhodobý), spôsob cestovania (individuálny, skupinový), územný pôvod účastníkov cestovného ruchu

(domáci, zahraničný), vplyv príjmov z cestovného ruchu na platobnú bilanciu štátu (aktívny, pasívny), vek účastníkov cestovného ruchu (mládežnícky, seniorský).

Autorky Papcunová, Balážová, Jarábková (2007, s. 11) uvádzajú, že forma cestovného ruchu vyjadruje kvalitatívne a kvantitatívne charakteristiky cestovného ruchu. Na základe toho rozdeľujú formy cestovného ruchu z rôznych hľadísk (Tabuľka 1).

Foret, Foretová (2001, s. 17) rozlišujú druhy cestovného ruchu na: rekreačný, kultúrno-poznávací, náboženský, kúpeľný a liečebný, športovo-turistický, poľovnícky a lovecký, vidiecky, poľnohospodársky (agroturizmus), incentívny, zážitkový, ekoturizmus, špecifický. Autori ďalej uvádzajú, že pre náročnosť štruktúry cestovného ruchu nie je možné ucelene hovoriť o konečnom zozname a že existuje veľký počet ďalších typov a druhov cestovného ruchu spojených so špecifickými podmienkami.

Tabuľka 1: Formy cestovného ruchu

Hľadisko	Forma cestovného ruchu
Geografické	Vnútorný
	Národný
	Medzinárodný
	Zahraničný
Dĺžka pobytu	Turista na dovolenke
	Krátkodobo – pobývajúci turista
	Výletník alebo exkurzionista
Počet účastníkov	Individuálny
	Kolektívny – skupinový
	Masový
Vek účastníkov	Mládežnícky
	Rodinný
	Seniorský
Ročné obdobie	Celoročný
	Sezónny
	Mimosezónny
Spôsob organizovania	Individuálny
	Organizovaný
Spôsob financovania	Tradičný
	Luxusný
	Predfinancovanie
	Dodatočné financovanie
Vplyv na platobnú bilanciu	Aktívny
	Pasívny
Spôsob dopravy	Železničný
	Lodný
	Letecký
	Autoturistika
Spôsob ubytovania	Hotelový
	Parahotelový
Prevažujúce miesto pobytu	Mestský
	Prímestský
	Vídiecky
	Horský
	Prímorský

Zdroj: Papcunová, Balážová, Jarábková, 2007, s.11

1.2 Zážitkový cestovný ruch

Zážitok je každý duševný jav, ktorý jedinec prežíva, je vždy vnútorný, subjektívny, citovo sprevádzaný, je zdrojom osobnej skúsenosti, hromadí sa celý život a utvára jedinečné duševné bohatstvo každého človeka.

Zážitkový cestovný ruch je druhom cestovného ruchu, ktorý sa orientuje na účastníkov cestovného ruchu, ktorí vyhľadávajú rôzne formy adrenalínových športov s túžbou po vzrušení a stavoch eufórie.

V súčasnosti ľudia vyhľadávajú stále nové a extrémnejšie formy zábavy, pričom možnosti rozvoja nových aktivít sú takmer neobmedzené, resp. obmedzené veľkosťou fantázie jednotlivca. Medzi najbežnejšie aktivity patriace do tejto kategórie sa zaraďuje napríklad rafting (splavovanie vodných tokov na rafte), canyoning (zdolávanie kaňonov horských potokov a riek), bouldering (druh lezenia po skalách bez lana), bungee jumping (skok z výšky za pomoci lana pripevneného na členkoch) (Štefík, online, cit. 2014-12-10).

Zážitkový cestovný ruch môže byť akékoľvek dobrodružné cestovanie v rámci cestového ruchu, pričom sa musia skombinovať minimálne dve z nasledujúcich troch zložiek: fyzická aktivita, kultúrna výmena a interakcia s prírodou.

1.2.1 Vývoj zážitkového cestovného ruchu

Podobne ako je tomu dnes, aj v minulosti mali ľudia k cestovaniu rôzne dôvody. K tým najvýznamnejším patrili obchod, liečenie, náboženstvo, objavné a vedecké cesty. V minulosti sa okrem už spomenutých výprav podnikali aj iné výpravy (obchodné/služobné cesty), avšak ich cieľom nebolo vyvolanie zážitku ostatných účastníkov.

Zážitkový cestovný ruch je v Slovenskej republike novým trendom, ale vo svete už má svoju históriu.

Vývoj samotného cestovného ruchu sa datuje do obdobia staroveku. Napriek nízkej komunikácii medzi existujúcimi civilizáciami už vtedy existovalo cestovanie za účelom obchodu. Mimo individuálnych obchodných ciest, ako aj z hľadiska vplyvu a masovosti prevládali ako dôvod cestovania vojensko-ekonomické záujmy.

Po ére objaviteľských a dobyvateľských ciest sa v období romantizmu objavil nový fenomén „cestovať za dobrodružstvom“ a konať hrdinské skutky. Títo romantickí hrdinovia, zväčša traperi (lovci kožušín) a lovci, sa pripájali k obchodníkom, preskúmavali nové územia a podieľali sa na spoločnej ochrane. Po vzore stredovekých rytierov bola veľmi navštevovaná Svätá zem, ktorá by sa z hľadiska účelu a infraštruktúry dala považovať za „turistickú destináciu“.

Náboženské vojny a tridsaťročná vojna v Európe, konfiškácie majetkov protestantov, rozsiahla rekatolizácia a prenasledovanie protestantských elít, obrátili záujem ľudí iným smerom. Došlo k orientácii na vnútorný stav ducha, rozvoj baroka, európske veľmoci podporovali objavovanie nových svetov a ich kolonizáciu. Mnoho ľudí, najmä protestantského vyznania odišlo do nových kolónií, predovšetkým Severnej Ameriky, kde založili nové osady.

Trend masového cestovného ruchu vydržal až do 80. rokov 20. storočia. Masová turistika podnietila budovanie infraštruktúry a ponúkание služieb podľa požiadaviek západnej (euroatlantickej) spoločnosti. Z miestneho prostredia sa ponúkalo len málo, bolo určené predovšetkým na rekreáciu (pláže, podmorský svet, zjazdovky). Veľakrát, pre zaistenie bezpečnosti turistov, bol systém hotelov a pláží aj fyzicky oddelený od okolitého sveta a turisti sa o skutočnom prostredí navštívenej destinácie veľa nedozvedeli.

Takýto systém mal na jednej strane negatívny vplyv na miestne prostredie a komunitu (zvýšenie záťaže na životné prostredie, nárast kriminality medzi miestnymi obyvateľmi), ale na druhej strane sa na trhu začal objavovať dopyt po produktoch cestovného ruchu, ktoré ponúknu skutočné zážitky a zážitkové informácie o navštívenej destinácii, jeho obyvateľoch a spôsobe života.

Ďalšou oblasťou, kam sa rozširovali alternatívne trendy cestovného ruchu bola zákaznícka zážitková turistika (Customer experience tourism). Vznikla ako marketingový nástroj pre podporu miestnej značky. Vychádzala z myšlienky, že ak sa zákazník bližšie zoznámí s výrobou svojho obľúbeného produktu, s filozofiou (tradíciou) firmy, naučí sa byť expertom tohto produktu (spozná ho napr. podľa chuti medzi ďalšími značkami), zvýši sa jeho lojalita ako zákazníka k tejto značke a tým, že medzi svojimi známymi bude rozprávať o svojich zážitkoch, začne ju ďalej propagovať

a šíriť. Úspech tejto marketingovej stratégie sa ukázal byť úspešným, napr. medzi lokálnymi škótskymi destilatérmi.

Tieto trendy sa rozširovali aj do iných destinácií a začali vytvárať alternatívu pre klasickú masovú turistiku (Hrych, 2002, s. 110).

1.2.2 Produkt zážitkového cestovného ruchu

Produkt cestovného ruchu *„je všetko, čo sa ponúka na trhu cestovného ruchu a má schopnosť uspokojiť potreby návštevníkov a vytvoriť tak komplexný súbor zážitkov“*. Je to súbor služieb, ktoré produkuje a ponúka cieľové miesto (primárna ponuka), podniky a inštitúcie cestovného ruchu (sekundárna ponuka). Z hľadiska návštevníka je to vždy súbor (balík) služieb, pre ktoré je charakteristická komplementarita – zákazník si produkt skladá zvyčajne sám kombináciou rôznych služieb. S ohľadom na nemateriálny charakter v ponuke zohrávajú dôležitú úlohu informácie. Produkt je komplexný súbor zážitkov, preto pri jeho tvorbe musí producent najskôr rozoznať jadro zákazníkových potrieb, ktoré má produkt uspokojiť, potom navrhnuť očakávaný produkt a nájsť spôsob jeho ďalšieho rozšírenia (Hesková, 2006, s. 96, 97).

Vymedzenie pre produkt zážitkového cestovného ruchu nie je úplne presne stanovené. Je možné ho definovať ako ucelený tematicky zameraný balík služieb. Zážitkové produkty môžu byť zostavené ako pobyty s programom zameraným na určitú aktivitu s tým, že dĺžka pobytu nie je jasne definovaná.

Dôležité je vybudovať bezpečne používateľsky prístupný a pochopiteľný produkt zážitkového cestovného ruchu, kde sa návštevník zoznámi s prezentovanou atraktivitou a následne si zážitok osobne vyskúša.

Parametre produktu zážitkového cestovného ruchu

K parametrom produktu možno priradiť atraktivitu, čas, útlmovú vzdialenosť a unikátnosť.

Atraktivitu možno definovať ako *„zaujímavú súčasť prírody a prírodné podmienky, športový, kultúrny alebo spoločenský objekt, kultúrnu, športovú či spoločenskú udalosť, priťahujúcu účastníkov cestovného ruchu“* (Pásková, Zelenka, 2002, s. 26).

Atraktivita môže byť: prírodná, spoločenská, hmotná, nehmotná, medzinárodná, národná a miestna, atraktivita využiteľná bez ďalších nutných investícií, atraktivita s nutnosťou ďalších investícií (Pásková, Zelenka, 2002, s. 26).

Všetok tok turistov je ovplyvnený celkovým množstvom času venovanému na cestovanie a tomu, ako sa návštevník rozhodne stráviť tento čas. Čas má absolútny a relatívny vplyv na správanie sa turistov a je tým najzásadnejším faktorom, ktorý väčšina turistov musí riešiť. Čas na dovolenku býva väčšinou pevne daný, ľudia majú obmedzenú možnosť predĺžiť si vyčlenenú dobu (Kolektív, 2008, s. 19, 20).

Útlmová vzdialenosť ovplyvňuje správanie turistov. Množstvo celkového času, ktorý je k dispozícii, má významný vplyv na výber destinácie – čím viac ho návštevník má, tým dlhšiu vzdialenosť je ochotný precestovať alebo tým vzdialenejšiu destináciu pravdepodobne navštívi. Podobne existuje vzťah medzi vzdialenosťou, časom a percentom času, ktorý sa strávi v hlavnej destinácii. Do určitej prahovej vzdialenosti sú prakticky všetky výlety – okrem času na dopravu – strávené v hlavnej destinácii. Za touto hranicou sa väčšia časť výletov venuje cestovaniu a následne menšia časť je strávená v hlavnej destinácii. Hraničný bod sa pohybuje podľa použitého druhu dopravného prostriedku.

Výber destinácie, spoločnosti pre cestovanie a vzdialenosť, sú vzájomne previazané. Malé deti na cestách zvyšujú rýchlosť útlmu. Rodiny s malými deťmi vykazujú silnú preferenciu krátkych výletov bez ohľadu na množstvo voľného času. Rodiny so staršími deťmi a ľudia s väčším množstvom voľného času na druhej strane vykazujú väčšiu tendenciu cestovať na dlhšie vzdialenosti. Páry bez detí s obmedzeným časom preferujú najbližšie destinácie, ale vykazujú vyššiu tendenciu k výberu výletov, počas ktorých cestujú cez viac destinácií, ak majú dlhší časový limit (Kolektív, 2008, s. 18).

1.2.3 Formy zážitkového cestovného ruchu

Medzi jednotlivé formy zážitkového cestovného ruchu možno zaradiť:

- 1. Adrenalinový cestovný ruch (dobrodružstvo)** - tento typ zážitkového cestovného ruchu zahŕňa aktivity, ktoré sú spojené s nebezpečenstvom a testovaním svojich vlastných možností. Príkladom sú rôzne extrémne športy,

ako napr. extrémne lyžovanie a snowboarding, horolezectvo, zjazdy divokých riek, paintball (strieľanie za pomoci želatínových guľôčok), zorbing (kotúľanie zo svahu dole v zorbe – guľi), bungee jumping a iné. Môže ísť aj o kombináciu tzv. „mäkkého“ dobrodružstva (napätie a vzrušenie kombinované s istým pohodlím, napr. výstup na horu s následným horúcim kúpeľom, večerou pri sviečkach v hotelovej izbe).

2. **Gurmánsky cestovný ruch (labužníctvo)** – charakteristickým produktom tejto formy je zážitková gastronómia. Účastníci sú motivovaní poznaním konzumácie a kultúry stolovania inej krajiny alebo vierovyznania. Medzi aktivity gurmánskeho cestovného ruchu možno zaradiť napríklad návštevu reštaurácie, rybárske lodné výlety či exkurziu do výroby potravín a nápojov.
3. **Športový cestovný ruch** – účastníci tohto cestovného ruchu sú divákmi alebo aktívnymi športovcami rôznych druhov outdoorových alebo indoorových športových aktivít, letných či zimných športových súťaží a závodov. Medzi športové masové podujatia patria olympijské hry, majstrovstvá sveta a preteky F1.
4. **Meditačný cestovný ruch (relax a uvoľnenie)** – účastníci sú motivovaní predovšetkým nadobudnutím psychickej rovnováhy pomocou rôznych meditačných techník. Typickými destináciami sú odľahlé a pokojné lokality. Patrí sem India, Bhután, Tibet alebo Thajsko. Táto forma turistiky je často spojená s užívaním ľahších drog.
5. **Pop-Culture turizmus** – jedná sa o formu cestovania do miest spájaných s literatúrou, filmom, hudbou alebo akoukoľvek inou formou populárnej zábavy.
6. **Archeologický turizmus** – môže zahŕňať všetky výrobky spojené s verejnou podporou vrátane návštev archeologických lokalít, múzeí, interpretačných centier, historických udalostí, znovuobjavenie pôvodných produktov, festivalov alebo divadiel.
7. **Sexuálna „turistika“** – ide o formu pseudo-cestovného ruchu, sexuálna turistika je cestovanie so zámerom zapojiť sa do sexuálnej aktivity, a to najmä s prostitútkami. Svetová organizácia cestovného ruchu definuje sexuálnu turistiku ako *„výlety organizované v rámci odvetvia cestovného ruchu alebo mimo tento sektor, ale prostredníctvom svojich štruktúr a sietí, s primárnym*

účelom obchodného sexuálneho vzťahu návštevníka s obyvateľmi v celi“ (Medzinárodné trendy v cestovnom ruchu, online, cit. 2014-12-10). K typickým cieľovým destináciám patrí Thajsko, Filipíny, Brazília alebo Keňa.

- 8. Gamblerský turizmus** – je forma pseudo-cestovného ruchu, kde sú účastníci motivovaní hráčskou vášňou a možnou výhrou. Napriek tomu, že z prevádzkovania herní a kasín plynú do miestnych a štátnych pokladníc vysoké príjmy, gamblerstvo je spoločensky nežiaduci jav. Známe strediská tohto cestovného ruchu sú napr. Monaco alebo Las Vegas.
- 9. Drogový turizmus** – je formou pseudo turistiky, pričom účastníci sú motivovaní získavaním a užívaním drog. Tento typ zážitkového cestovného ruchu býva často spájaný s meditačným cestovným ruchom. Táto forma turizmu je prevádzkovaná predovšetkým v Indii a krajinách Latinskej Ameriky.
- 10. Virtuálny turizmus** – zmyslom virtuálneho turizmu je cestovanie vo virtuálnom priestore, ktorý je vytvorený počítačom a sprostredkovaný technickými prostriedkami virtuálnej reality.
- 11. Vesmírny turizmus** – je forma cestovného ruchu, účastníci sú motivovaní dobrodružstvom, poznávaním kozmu a iných planét. Ponuku tvoria výlety okolo Zeme, pobyty vo vesmírnych staniciach a v kozmických hoteloch. Kozmonautom sa už v súčasnosti môže stať každý, kto je dostatočne finančne zabezpečený a má dobrý zdravotný stav. Let do výšky 110 kilometrov, čo je tesne nad hranicou vesmírneho priestoru, stojí 127.000 Eur. Klienti nepotrebujú žiaden špeciálny výcvik. Na vlastné náklady sa dopravujú do Spaceport v Novom Mexiku a pred odletom absolvujú trojdňové zdravotné, záťažové a psychologické testy. Už v roku 2012 spoločnosti avizovali vybudovanie vesmírneho hotela, ktorý by okolo Zeme obehol za 80 minút. Hostia by tak mali možnosť zažiť 18 východov Slnka v priebehu jedného dňa (Pásková, Zelenka, 2002, s. 331, Šípek, 2001, s. 109).

1.3 Špecifiká zážitkového cestovného ruchu

Zážitkový cestovný ruch je forma cestovného ruchu, „ktorej účastníci sú motivovaní vyhľadávaním zážitkov odlišných od všedného života. Má dva krajné

prístupy – vyhľadávanie a prežívanie sociálnych kontaktov a kontaktov s prírodou a kultúrnym prostredím destinácie (genius loci) alebo vyhľadávanie zážitkov v rámci atrakcií“ (Pásková, Zelenka, 2002, s. 331).

Zážitkový cestovný ruch je multi-senzorický, pozitívne a podrobný (obsiahly) emotívny zážitok, ktorý môže v príjemcovi zážitku vyvolať osobný pocit premeny (Tarssanen, 2005, s. 8).

Zážitkový cestovný ruch sa podľa tejto teórie snaží pôsobiť na všetky úrovne, vrátane tej najvyššej – mentálnej. Príklad ideálneho produktu reprezentuje model trojuholníka prístupu k zážitku z produktu cestovného ruchu, čiže prístupu k turistike cieleného zážitku (Obrázok 1), v ktorom je zastúpený každý element zážitkového cestovného ruchu. Vďaka tejto pomôcke je jednoduché analyzovať produkt a nájsť spôsoby jeho rozvoja. Lepší produkt potom vytvorí konkurenčnú výhodu pre firmu, ktorá ho prevádzkuje.

Základňu trojuholníka tvorí fyzická úroveň, ktorá popisuje vzbudenie záujmu zákazníka. Na tejto úrovni vznikajú očakávania, ktoré zohľadňujú produkt, priania, ochotu zúčastniť sa zážitku. Produkt sa dostáva do povedomia návštevníkov pomocou marketingu a je potrebné naplniť čo najviac kritérií spojených so zážitkom. Marketing produktu by mal byť tak osobný, ako je to možné.

Nasledujúcim stupňom je motivačná úroveň. Na tejto úrovni zákazníci vnímajú svoje okolie cez zmysly a produkt je prijímaný, skúšaný, poznávaný a prijatý do povedomia priamo „z prvej ruky“. Na fyzickej úrovni zabezpečuje dobrý produkt príjemné a bezpečné zážitky. Človek nie je ani hladný ani smädný, nemá potrebu obávať sa o hygienické potreby či fyzického nebezpečenstva. Výnimku tvoria tzv. extrémne zážitky, kde zážitok z hrozby smrti alebo zranenia je práve významným prvkom.

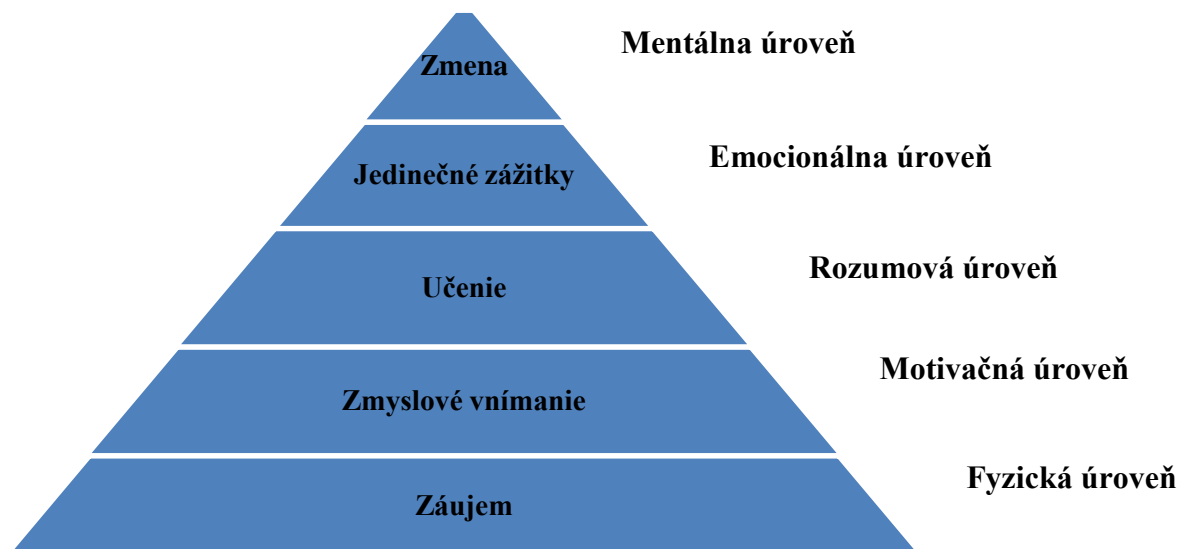
Tretia úroveň je rozumová. Na tejto úrovni si účastník vytvára zmyslovú stimuláciu za pomoci okolia a spolupôsobenia učenia, premýšľania, s použitím vedomostí a vytváraním názoru na prezentovaný objekt počas zážitku. Na intelektuálnej úrovni si účastník uvedomí, či je spokojný s produktom. Dobrý produkt na tejto úrovni ponúka zákazníkovi poučenie, vyskúšanie si zážitku a možnosť naučiť sa niečo nové, ako aj získať nové informácie, a to buď vedome alebo nevedome.

Vo štvrtej emocionálnej úrovni ide o prežívanie zážitku. Individuálne emocionálne reakcie je ťažké predvídať a kontrolovať. Ak sa vezmú do úvahy všetky základné prvky produktu v maximálnej miere a bude využitá aj fyzická a intelektuálna úroveň, je celkom pravdepodobné, že zákazník prežije kladnú emočnú reakciu, zábavu, potešenie zo získania a naučenia sa novým zručnostiam, pocit úspechu, niečo, čo je pre jedinca významné.

Posledná a najvyššia úroveň je mentálna. Kladná a silná emotívna reakcia z jedinečného zážitku môže viesť k osobnej premene, prinášajúcej trvalú modifikáciu fyzického bytia, stav mysle či životného štýlu. S ohľadom na to sa osobnosť cíti ako nová osoba či časť jej osobnosti má zmenený pohľad na svet. Vďaka cielenému zážitku môže niekto získať nový koníček, zmeniť spôsob myslenia či nájsť nový zmysel svojho života.

Táto metóda sa často využíva v ekoturizme, napríklad pri návšteve tropických oblastí, keď je návštevník oboznámený s miestnym ekosystémom a overí si – v kombinácii so všetkými vyššie uvedenými úrovňami, zložitosť tropického ekosystému, klimaxového pralesa a jeho zraniteľnosť necitlivými zásahmi. Naopak, bližšie spozná územia s ohromnou druhovou diverzitou zvierat a rastlín s možnosťou využitia rastlín ako potencionálnych liečiv. Podobne možno charakterizovať aj prístup k životu pôvodných či iných kultúr – kedy strávením určitého času medzi skupinou pôvodných obyvateľov (napr. domorodcov v Afrike), zoznámením sa a pochopením ich rebríčkov hodnôt, kvalitou medziľudských vzťahov a prežitkom na vlastnej koži získa úplne nový pohľad na ich zotrvávanie vo vybranom životnom priestore. V tejto situácii, po osobnom zážitku dôjde k mentálnej premene turistu, kedy je schopný akceptovať ich životný štýl aj bez západoeurópskeho štandardu služieb a moderného spôsobu života (Kolektív, 2008, s. 24, 25).

Obrázok 1: Trojuholník prístupu k zážitku z produktu cestovného ruchu



Zdroj: Sanna Tarssanen: Handbook for Experience Tourism Agents, 2005, s.8

1.4 Trendy v oblasti zážitkového cestovného ruchu

1. **Vzdelávací turizmus** – hlavným cieľom cesty je návšteva inej krajiny, kde sa záujemcovia učia o jej kultúre. Patria sem napr. študentské výmenné programy a študijné cesty, kde žiaci získavajú zručnosti v učebni v inom prostredí.
2. **Zdravotný turizmus** – tento typ turizmu je odlišný od tradičného modelu medzinárodného zdravotníckeho cestovania, kde pacienti zvyčajne cestujú z menej rozvinutých krajín do významných lekárskeho centier vo vysoko vyspelých krajinách k lekárskej ošetrovaniu. V poslednej dobe dochádza v juhovýchodnej Ázii a južnej Amerike k prudkému rozvoju slobodného trhu so zdravotnou starostlivosťou. V krajinách, ako napríklad India, vznikajú vysokokvalitné nemocnice špecializujúce sa na poskytovanie špecifických výkonov pre zahraničných turistov. Absencia regulácie a kartelizácie týchto zdravotníckych zariadení zo strany hostiteľského štátu vedie ku vzniku vysoko konkurenčných nemocníc, ktoré ponúkajú lacnejšiu zdravotnú starostlivosť pri minimálne rovnakej kvalite ako zdravotné systémy v západných krajinách. Pacienti sú plne informovaní o samotnom výkone, jeho rizikách, možných

alternatívach a zároveň nákladoch. Na rozdiel od štátom regulovaných systémov totiž výkony nehradí tretia strana vo forme zdravotnej poisťovne. Pacient v prevažnej miere platí zdravotné služby zo svojich financií a v hotovosti, čo vytvára tlak na kvalitu a transparentnosť.

3. **Ekoturizmus** je forma cestovného ruchu zahŕňajúca návštevu nedotknutých a relatívne nedotknutých oblastí, minimalizuje vplyv znečistenia, vytvára povedomie o životom prostredí a zlepšuje blahobyt miestnych obyvateľov.
4. **LGBT turizmus** – pink tourism, gay tourism alebo LGBT zážitkový cestovný ruch je formou cestovného ruchu, ktorý vyplňa prázdne miesto na trhu. Je sústredený hlavne na lesbičky, gay, bisexuálne a transexuálne (LGBT) orientovaných ľudí. Návštevníci zvyčajne otvorene dávajú najavo svoju sexuálnu orientáciu a rodovú identitu. Medzi najznámejšie krajiny tohto turizmu patria USA, Austrália, Holandsko, Thajsko, Česko.
5. **Náboženská turistika** – **religious tourism** je typ turizmu, kde ľudia putujú individuálne alebo v skupinách k svätému miestu a na rôzne misionárske cesty. Súčasní náboženský turisti navštevujú sväté miesta a mestá po celom svete. Najznámejšie sväté mestá sú Jeruzalem, Mecca, Varanasi.
6. **Dark tourism** nazývaný aj kalamitná turistika je cestovný ruch zahŕňajúci cestovanie do miest spojených so smrťou a tragédiou. Thanatourism, odvodený od gréckeho slova thanatos pre stelesnenie smrti, je spájaný s dark turizmom, ale odkazuje konkrétne k násilnej smrti. Miesta sú však zaujímavé skôr kvôli svojej historickej hodnote, než kvôli spojeniu so smrťou a utrpením. V ostatnom čase možno pozorovať fenomén návštevy určitého územia postihnutého prírodnou katastrofou. Účastníci takýchto výletov by lokalitu za iných okolností nenavštívili. Vedie ich zvedavosť a snaha „byť na mieste, kde sa to stalo“. Zároveň túžia odfoťiť si dôsledky živej pohromy, miesta postihnuté povodňami či víchricami. V prípadoch, keď nejde o odborný záujem na úrovni expertov, sa táto forma turizmu posudzuje od prípadu k prípadu a na základe motivácií.
7. **Pro-poor tourism** sa snaží pomôcť najchudobnejším ľuďom v rozvojových krajinách. Problematika bola riešená prostredníctvom malých projektov

v miestnych komunitách a prostredníctvom pokusov ministerstiev cestovného ruchu ako prilákať veľké množstvo turistov.

8. Doom tourism býva známy tiež ako „last chance tourism.“ Tento novovznikajúci trend sa týka cestovania do miest, ktoré sú ekologicky, či inak ohrozené, než bude príliš neskoro (Medzinárodné trendy v cestovnom ruchu, cit. 2014-12-22).

9. Geocaching je nová netradičná forma cestovného ruchu, ktorá zaznamenáva dynamický rozvoj po celom svete. Táto forma vznikla v USA a je rozšírená po celej Európe.

Geocaching (z geo – zem + angl. cache – tajne skryť) je turistická, navigačná, outdoorová aktivita, ktorej hlavnou úlohou je nájsť podľa presných zemepisných súradníc a GPS navigácie ukrytú schránku. V anglickom origináli je táto schránka označovaná ako cache. Každá skrýša má na internete svoju stránku, kde je opis miesta a spravidla súradnice GPS, podľa ktorých ju potom hľadači hľadajú.

Skrýšu samotnú väčšinou tvorí vodotesná nádoba, v ktorej je zápisník (logbook), ceruzka alebo pero a v prípade vhodnej veľkosti aj rôzne iné predmety na výmenu (drobné plastové hračky, odznaky, mince, ...). Hľadač si pri nájdení môže čokoľvek zobrať, no zároveň niečo musí aj pridať, aby v škatuľke ostalo niečo aj pre ďalších hľadačov. Po nájdení je potrebné urobiť o tom záznam v zápisníku aj na internete, a tým sa podeliť o zážitky s ostatnými. Okrem predmetov, ktoré si po nájdení môže hľadač ponechať, existujú aj putovné predmety, ktoré je hľadač povinný po ich vybratí zo skrýše umiestniť do inej skrýše podľa jeho vlastného uváženia.

Geocaching je forma zážitkového cestovného ruchu spojená s prírodnými zdrojmi (reliéf, klimatické pomery, vodstvo, rastlinstvo a živočíšstvo) a kultúrno-historickými predpokladmi (kultúrno-historické pamiatky, kultúrne a športové podujatia). Cache býva obvykle založená pri prírodnej alebo kultúrnej atraktivite, aby účastníkov hľadanie bolo späté s výletom za poznaním miestnej atrakcie (Bartovský, online, cit. 2014-12-22).

1.5 Interaktívna expozícia

V rôznych spoločensko-kultúrnych zariadeniach (múzeá, skanzeny ap.) môžu návštevníci navštíviť interaktívne expozície. Interaktívna expozícia je jedným zo spôsobov, ako formou zážitkového turistického ruchu prezentovať vybranú atraktivitu prostredníctvom interaktivity a experimentov. Významným prvkom je objavovanie nových vecí, poznávanie, vytváranie vlastných hypotéz a ich skúšanie. V takýchto zariadeniach sú k videniu desiatky až stovky exponátov.

Interaktívna expozícia umožňuje návštevníkom dozvedieť sa viac o dejinách, postupne od našich predkov až po súčasnosť, dotknúť sa expozície vlastnými rukami, prípadne všetko porovnať s najmodernejšou technológiou. Návštevníci si môžu vyskúšať štandardné postupy používané v minulosti pri tradičnej výrobe (technológii).

Okrem toho má návštevník možnosť preskúmať technické a technologické figle a vymoženosti, vrátane ich populárno-vedeckého vysvetlenia. To, čo sa laikovi a bežnému konzumentovi javí ako tajomstvo či veľká veda, je v interaktívnej expozícii jednoducho vysvetlené a ukázané. Časť týchto expozícií býva prispôsobená i deťom.

Návšteva interaktívnej expozície môže byť zvolená ako zážitkový cestovný ruch pre spotrebiteľa, kde sa návštevník zoznámi s trikmi, ktoré niektorí súčasní výrobcovia používajú. Návštevníci sa dozvedia, ako sa rôznym trikom brániť, aby zakúpený výrobok splnil ich požiadavky, či aby vedeli odlíšiť kvalitu od lacného nepodarku.

Návštevníkom by mala byť ponúknutá možnosť si didaktické pomôcky vlastnoručne vyskúšať. Každý návštevník si má voľiť dĺžku svojho pobytu v interaktívnej expozícii (a tým zároveň výšku vstupného) v závislosti na tom, či bude spokojný iba s pasívnou účasťou alebo bude mať chuť a záujem vyskúšať ďalšie.

Možnosť voľby by mala byť návštevníkovi daná tiež pri tom, do akej hĺbky chce danú problematiku skúmať. Interaktívna expozícia môže byť zostavená do troch rovín poznávania. Prvá a tretia rovina sú pasívne, a pre všetkých návštevníkov zadarmo. V prvej časti sa návštevník formou plagátu či otáčavého informačného panelu zoznámi so zaujímavými informáciami, s tajomstvom či históriou, ktoré konkrétne jav zahaľuje či naznačuje. Má slúžiť na uvedenie do problematiky a na motiváciu overiť si platnosť vlastnými zmyslami.

Interaktívne expozície možno nájsť na Slovensku, napr. v Bratislave, Leviciach, Košiciach (Kolektiv, 2008, s. 40-41).

2 PREDPOKLADY ZÁŽITKOVÉHO CESTOVNÉHO RUCHU NA SLOVENSKU

Klasické formy cestovného ruchu na Slovensku sú postupne dopĺňané o nové formy, ktorých vznik kopíruje vývoj preferencií účastníkov cestovného ruchu. K relatívne novým formám možno priradiť aj adrenalínový cestovný ruch, ktorý úzko súvisí s praktizovaním niektorého adrenalínového športu, napríklad paraglidingu, raftingu, horolezectva a iných pohybových aktivít, ktoré na Slovensko prichádzajú hlavne zo západných krajín. Napriek určitej nedôvere voči takýmto činnostiam záujem o uvedené aktivity rastie a pre mnohé slovenské regióny, ktoré disponujú výbornými podmienkami na ich vykonávanie, začína predstavovať reálnu alternatívu prispievajúcu k hospodárskemu rastu a rozvoju krajiny.

Do skupiny netradičných foriem cestovného ruchu možno zaradiť aj speleologický cestovný ruch, ktorý možno považovať za súčasť zdravotného cestovného ruchu, keďže ide o návštevu jaskýň za účelom zlepšenia zdravotného stavu.

Škála netradičných foriem cestovného ruchu na Slovensku je určite širšia, tieto formy cestovného ruchu majú v slovenských regiónoch celkom dobrú perspektívu – hlavne vzhľadom na zvyšujúci sa záujem, a s tým spojené príjmy do súkromných aj verejných rozpočtov, samozrejme pod podmienkou, že sa budú vykonávať v súlade so zákonmi a pravidlami bezpečnosti.

2.1 Stanovenie potenciálu územia cestovného ruchu

Zo samotnej podstaty turizmu ako veľmi rôznorodého a individualizovaného javu vyplýva, že nie je možné jeho hodnotenie ako celku, ale musí dôjsť k rozčleneniu na jednotlivé zložky a k stanoveniu ich potenciálu. Následne je potom možné stanoviť celkový potenciál regiónu, nie však na základe čistej sumácie, ale ako výsledok synergického efektu spolupôsobenia jednotlivých zložiek.

Pri hodnotení potenciálu došlo k dekompozícii na prvky – aktivity turizmu – predstavujúce jednotlivé čiastkové potenciály. Tieto aktivity sú podľa Regionalizácie cestovného ruchu v Slovenskej republike vypracovanej ministerstvom hospodárstva SR trojakého charakteru, a to tie, ktoré sú:

- 1. Viazané na prírodné prostredie** – aktivity viazané na prírodné, pôvodné prostredie, resp. možnosti krajiny samotnej pre jednotlivé aktivity turizmu (pobyt a rekreácia pri vode, pri termálnej vode, vodné športy, vodáctvo, pešia turistika, pobyt v lesnom prostredí, na vidieku, cykloturistika, zjazdové lyžovanie, bežecké lyžovanie, návšteva jaskýň, horolezectvo, paragliding, rybolov, poľovníctvo).
- 2. Viazané na vytvorené prostredie s dlhodobou fixáciou** – objekty stavebnej investičnej činnosti (kultúrne a historické pamiatky, pobyt v kúpeľoch, zariadenia cestovného ruchu, informačné kancelárie).
- 3. Viazané na organizačné predpoklady a permanentnú aktivitu** – účasť na konferenciách, výstavy a veľtrhy, návšteva kultúrnych podujatí, návšteva múzeí a galérií, poznávanie miestnych tradícií, športové aktivity (Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike, online, cit. 2014-12-23).

2.2 Regionalizácia cestovného ruchu v podmienkach Slovenskej republiky

Medzi základné územnoplánovacie dokumenty v oblasti cestovného ruchu a riešenia jeho ďalšieho rozvoja patrí dokument Regionalizácia cestovného ruchu v SR. Tento dokument bol vytvorený kvôli potrebe základného východiskového dokumentu ďalšieho rozvoja cestovného ruchu na Slovensku, ktorý by analyzoval aktuálny stav podmienok rozvoja cestovného ruchu, definoval a vyhodnotil potenciál územia pre cestovný ruch a kategorizoval regióny SR a rozvojové priority cestovného ruchu v samotných regiónoch.

Regionalizácia sa zaoberá vymedzením regiónov cestovného ruchu ako funkčných a priestorových jednotiek s vhodnými predpokladmi ich komplexného rozvoja, rieši ocenenie územia pre cestovný ruch a ich kategorizáciu, význam a rozvojové priority regiónov ako aj implementáciu tohto dokumentu v praxi.

Spomínaný dokument vymedzuje región cestovného ruchu z hľadiska kritérií vnútorných väzieb a súdržnosti, homogenity podmienok a ponuky ako aj predpokladu identifikácie miestnych, resp. regionálnych aktérov s takto vymedzenými regiónmi.

Je však evidentné, že žiadna regionalizácia a teda ani regionalizácia cestovného ruchu na Slovensku nemôže mať univerzálnu platnosť a vyhovovať všetkým požiadavkám. Pri jej tvorbe vždy dochádza k vyzdvihovaniu jedných faktorov a k potlačovaniu iných na základe zvolených kritérií, pretože v každom priestore treba zvoliť optimálne riešenie pre dosiahnutie stanovených cieľov.

Región taktiež možno chápať ako časť priestoru, ktorá je charakterizovaná približne rovnakými podmienkami realizácie turizmu a možnosťami ich využitia. Pri vymedzovaní regiónov sa do úvahy brali nasledovné kritériá:

- prírodné danosti – morfológia terénu (horstvá, údolia, nížiny, vodstvo, vegetácia, prírodné atraktivity),
- civilizačné danosti – druh osídlenia, vzťah sídla k jeho záujmovému územiu, civilizačné atraktivity,
- spoločný dopyt – rovnaké trhy a segmenty pre celý región, resp. jeho časti,
- existencia prirodzeného centra,
- podobnosť podmienok (prírodných, vytvorených) pre turizmus,
- geograficko-prírodné hranice,
- spoločný vývoj – historické vymedzenie územia,
- analogické funkcie územia pre turizmus (i v zmysle potenciálu),
- určitá minimálna veľkosť územia,
- vnútorné väzby v rámci regiónu, ktoré sú silnejšie ako väzby smerom mimo územia regiónu,
- predpoklad stotožnenia sa miestnych aktérov s takto vymedzeným regiónom,
- spoločný prístup a infraštruktúra,
- spoločná turistická ponuka (Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike, online, cit. 2014-12-23).

Ako vyplýva z vyššie uvedeného, početnosť a rôznorodosť kritérií na vymedzenie regiónu nevyhnutne vedie k potrebe voľby ich vhodnej kombinácie na stanovenie a vymedzenie optimálneho priestorového útvaru – regiónu cestovného ruchu.

Na základe takto vyšpecifikovaných kritérií hodnotenia územia bolo pre účely regionalizácie cestovného ruchu v Slovenskej republike vyčlenených 21 regiónov cestovného ruchu. Ide o tieto regióny: Bratislavský, Podunajský, Záhorský,

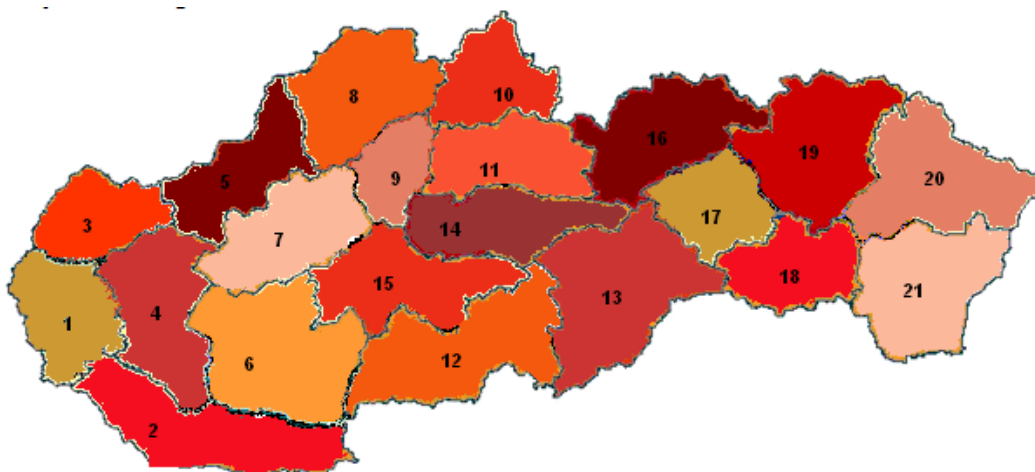
Dolnopovažský, Strednopovažský, Nitriansky, Hornonitriansky, Severopovažský, Turčiansky, Oravský, Liptovský, Ipeľský, Gemerský, Horehronský, Pohronský, Tatranský, Spišský, Košický, Šarišský, Hornozemplínsky a Dolnozemplínsky.

Hranice medzi jednotlivými regiónmi však nemožno chápať ostro ako línie, ale skôr ako prechodné zóny, kde dochádza k zmene v spádovosti medzi jednotlivými funkčnými centrami susedných regiónov. Navyše susedné regióny nepôsobia negatívne jeden na druhý, ale dochádza tu veľmi často k významnej spolupráci a prepojeniu regiónov na vyššej hierarchickej úrovni.

Jednotlivé regióny sú definované podľa kritérií, ktoré zohľadňujú podobnosť podmienok pre cestovný ruch, geograficko-prírodné hranice, spoločný vývoj, veľkosť územia, vnútorné väzby v rámci regiónu, spoločnú turistickú ponuku, spoločný prístup a infraštruktúru.

Región je definovaný Regionalizáciou cestovného ruchu v Slovenskej republike (online, cit. 2014-12-25, s. 5) ako „*územný celok so súborom relatívne rovnocenných prírodných predpokladov a podobnosti podmienok realizácie turizmu, najmä čo sa týka funkčnej a časovej využiteľnosti. Každý región je súhrnom krajinných celkov, ktoré v rámci regiónu sú schopné plniť potreby turizmu v súčasnom i budúcom období. Vykazuje spoločné charakteristické vlastnosti, odlišné od susediaceho územia.*“

Obrázok 2: Rozdelenie Slovenska na regióny cestovného ruchu



1.Bratislavský, 2. Podunajský, 3. Záhorský, 4. Dolnopovažský, 5. Strednopovažský, 6. Nitriansky, 7. Hornonitriansky, 8. Severopovažský, 9. Turčiansky, 10. Oravský, 11. Liptovský, 12. Ipeľský, 13. Gemerský, 14. Horehronský, 15. Pohronský, 16.Tatranský, 17. Spišský, 18. Košický, 19. Šarišský, 20. Hornozemplínsky, 21. Dolnozemplínsky

Zdroj: Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike, online, cit. 2014-12-25

2.3 Analýza ponuky zážitkového cestovného ruchu na Slovensku z hľadiska jednotlivých regiónov

Strediská cestovného ruchu postupne rozširujú svoju ponuku a držia tak krok s celosvetovým trendom. Postupom času okrem lyžovania už na mnohých miestach v zime čaká ľadová plocha, sánkarská dráha, snowtubing a rôzne iné atrakcie. Na Slovensko však aj do veľkej miery prenikajú mimolyžiarske a adrenalínové aktivity, ktoré sa dali donedávna vyskúšať iba v zahraničí, ako napríklad let stíhačkou alebo simulátor voľného pádu.

Bratislavský región

Vhodná poloha, podnebie a terénne podmienky sú v tomto regióne podpísané pod netradičné druhy aktivít, ako škola šmyku, let balónom, let rogalom, letná bobová dráha, golf, lezecká stena, automobilové a závodné dráhy, rafting (jedná sa o športovú aktivitu, pri ktorej sa splavujú divoké rieky na špeciálnych gumových člnoch a návštevník spoznáva krásu divokých riek bezpečne a bez dlhoročného tréningu), lezecké parky, tandemový zoskok padákom, skúšobný ponor v jazere hlbokom 12 metrov či možnosť vlastnej výroby piva.

Bratislavský región ponúka široký výber vodných športov na Dunaji – speedboat (jazda na motorovom člne), vodné lyžovanie, jazda na nafukovacom člne, wakeboarding (mix vodného lyžovania a snowboardingu), jazda na vodných lyžiach, aquazorbing, kedy v uzavretej plastovej guli umiestnenej na vodnej ploche je možné vyvádzať, vystrájať, relaxovať, či chodiť po vodnej hladine. Dovnútra sa vlezie otvorom, následne je plastová guľa zatvorená špeciálnym zipsom, nafúknutá vzduchom a hodená na vodu. Zásoba kyslíka vydrží 25-30 minút, pritom len päť minút stačí na to, aby bol človek úplne vyčerpaný. Výhodou je, že aquazorbing je ideálny aj v nepriaznivom počasí.

Výcvikové zariadenie pre motoristov ponúka šancu zdokonaľiť svoje vodičské schopnosti, vyskúšať si rýchlu jazdu, precvičiť techniku alebo si len jednoducho vychutnať radosť zo slobody za volantom. Areál pretekárskeho okruhu Slovakia Ring sa nachádza neďaleko obce Orechová Potôň v okrese Dunajská Streda, len 36 km

od Bratislavy s dĺžkou trate 5 922 metrov. Na výber je z pretekárskeho okruhu, offroad jazdy, jazdy na štvorkolke alebo obrnenom transportéri.

Fanúšikovia akčných filmov sa môžu realizovať pri airsofte, paintballe, či lasertagu. Jedná sa o streľbu z airsoftových, paintballových zbraní alebo zbraní s infračerveným lúčom. Na výber je z behu po vytýčenej dráhe, na ktorej sú rozmiestnené terče a hráč za každý zasiahnutý terč dostane bod. Vyhráva hráč s najkratším časom a najvyšším počtom bodov. Druhou možnosťou je hra v skupine, kedy hráči strieľajú navzájom po sebe a vyhráva posledný nezasiahnutý hráč.

Novinkou v regióne je 3D poľovačka, kde sa strieľa na 3D terče, ktoré znázorňujú zvieratá v životnej veľkosti s vyznačenými smrteľnými zónami. Poľovačka sa realizuje v lese alebo lúke so stromami a členitým terénom. Stanovištia od seba bývajú vzdialené aj niekoľko desiatok či stoviek metrov a hráč si tak môže vychutnať aj pobyt v prírode.

Zaujímavou atrakciou je možnosť ubytovania sa v bunkroch z 2. svetovej vojny, či preteky v ľadovom lezení a drytoolingu (z angl. tool – zbraň, dry – suchý). Jedná sa o lezenie s ľadovcovými čakanmi (novší názov ľadovcové zbrane) po suchom teréne, najčastejšie po skale. Bežne sa preteká na umelých ľadových stenách, kde sa lezenie v ľade kombinuje s drytoolingom. Steny sa pripravujú tak, že sa na konštrukciu snehovými delami nastrieka snehoľad, podmienkou je však mínusová teplota. Na Slovensku sa na drytooling využíva umelá stena pri Auparku v Bratislave, kde sa však nelezie po ľade, ale po dreve a umelých chytoch, na ktorých sa pretekári držia pomocou ľadovcových čakanov. Takto sa dajú preliezť aj vodorovné stropy, čo je nielen účasnícky, ale aj divácky veľmi atraktívne (Farbiaková a kol., 2014, s. 6-13, Zážitky podľa oblastí na Slovensku, online, cit. 2014-12-26).

Podunajský, Záhorský, Dolnopovažský región

Podunajský región ponúka výborné podmienky na rekreačné aktivity, najmä na pešiu turistiku, cykloturistiku, v lete s možnosťou vodných športov a v zime lyžovania.

Z produktov zážitkového cestovného ruchu je netradičným spštením bodyzorbng, ktorý je obdobou klasického zorbingu, kedy návštevník vlezie do veľkej

nafukovacej gule a následne sa v nej hýbe a gúľa, či lanový park vo Veľkom Mederi, ktorý je s celkovou dĺžkou 671 m v súčasnosti najdlhším lanovým parkom na Slovensku. Nachádza sa tu 9 lanoviek s celkovou dĺžkou 334 m. Lanový park je postavený z rôznych lanových prekážok, ktoré sú zavesené vo výške, a to buď na stromoch alebo na umelo postavených stĺpoch. Pri prekonávaní prekážok je každý jednotlivec istený pomocou horolezeckej výstroje.

Jediný nafukovací aquapark na Slovensku možno nájsť v kúpeľnom meste Piešťany. Funny Park pozostávajúci z nafukovacích atrakcií, vrátane šmykľaviek a bazénov, ponúka vynikajúce miesto pre zábavu hlavne detí. Návštevník si tu môže vyskúšať dominantu aquaparku – 14-metrovú vežu so šmykľavkou Big Slide, ktorá je dlhá až 50 metrov. Areál zahŕňa tri nafukovacie bazény. Deti sa môžu vyblázniť v zážitkovom bazéne s priemerom 33 metrov a 11 metrovou šmykľavkou v tvare žraloka. Zoznam bazénov uzatvára bazén s desiatimi lodičkami v tvare auta. Celý areál Funny Parku má pieskový podklad.

Piešťanské kúpele v severnej časti Kúpeľného ostrova (časť Vrbinky) vybuvovali 9-jamkové golfové ihrisko so všetkým, čo patrí ku golfovému areálu – club house, golf shop, golfovú akadémiu a driving range. Pri hre 2 x 9 jamiek má ihrisko celkovú dĺžku 4 110 m. Je vhodné pre všetkých, ktorých si získala táto populárna hra, jedinečná atmosféra a životný štýl. V kaviarni hotela Balnea Grand si môžu hostia vyskúšať golf na golfových simulátoroch najvyššej triedy typu full swing.

Jazdecký klub Sahara, nachádzajúci sa pri obci Cífer v okrese Trnava, ponúka výcvik kvalifikovanými inštruktormi pre začiatočníkov a pokročilých, pre ktorých je možnosť vychádzok do prírody, skokový a drezúrny výcvik. Kurzy sú vhodné pre deti od 10 rokov a dospelých do 90 kg. Pre menšie deti je možnosť vozenia sa na poníkovi. V rámci hodiny je možnosť očistiť koňa, naučiť, osedlať a naučiť sa základnej starostlivosti o kone.

Mesto Trnava ponúka jazdu vzducholodou, streľbu z kladkového luku, streľbu z kuše, lanové centrum a horolezeckú stenu, jedná sa o prvé lanové centrum na Slovensku s adrenalínovou atrakciou Powerfan – simulácia voľného pádu z výšky 13 m.

Vodná priehrada Kráľová v Dolnopovažskom regióne, postavená na rieke Váh, poskytuje možnosti windsurfingu, jachtingu a vodného lyžovania a taktiež rekreačného rybolovu.

V Dolnopovažskom a Záhorskom regióne sa nachádzajú lanové parky Tarzania Skalica a Tarzania Vlčkovce. Tarzania Skalica v Zlatníckej Doline sa nachádza 6 kilometrov od mesta Skalica. Lanové centrum ponúka 250 m prekážok rozdelených do dvoch samostatných trás. Prostredie rekreačného strediska je ideálne na školské výlety a firemné akcie. Pri prekonávaní prekážok je každý jednotliviec istený pomocou horolezeckej výstroje.

Lanový park Tarzania Vlčkovce možno nájsť neďaleko mesta Trnava (smerom na Nítru) v areáli motorestu Eso. Lanové centrum je postavené z 11 prekážok vo výške približne 4 až 8 m nad zemou a jeho súčasťou je aj trasa pre najmenších lezenia chtivých s 25 metrovou lanovkou.

Návštevník lanových parkov vždy absolvuje pred vstupom do parku inštruktáž a nácvik používania istiacej techniky (Farbiaková a kol., 2014, s.14-23, Agroturizmus Slovenská republika online, cit. 2014-12-26).

Strednopovažský, Nitriansky, Hornonitriansky región

Lyžiarske stredisko Piesky v Strednopovažskom regióne je známe hlavne pre svoje technické parametre a kvalitný trávnatý porast s využitím pre lyžovanie na tráve. Dobudovaním športového areálu sa vytvoria podmienky na rekreačné využitie širokej verejnosti v zimných, ale aj letných mesiacoch.

Vyskúšať si jazdu na koňoch, vidieť rôzne domáce zvieratá alebo vyskúšať si starostlivosť o ne je možné neďaleko Dubnice nad Váhom na Ranči Lhota situovanom v horskom prostredí. Areál ponúka možnosť výcviku, jazdenia, jazdenia pre pokročilých, ustajnenie koní, vychádzky na koňoch, jazdu na koči a saniach, usporiadanie rôznych súťaží a pretekov s koňmi alebo aj zapožičanie koča na svadby. Na ranči sa chovajú aj domáce hospodárske zvieratá, ako sú ošípané, kozy, ovce a hovädzí dobytok.

Nitriansky región je ideálny na letecké vyhlíadky, láka fanúšikov adrenalínu demolačným derby, letom vrtuľníkom, helikoptérou, balónom, či rogalom, víkendom na ranči, jazdou na motokáre, útekom z miestnosti a skákacími topánkami.

Demolačné derby je druh automobilových závodov, pri ktorých závodníci narážajú svojimi autami do súperov s cieľom ich „zničiť“. Vyhráva ten, kto zostane najdlhšie jazdiť v aréne. Pred samotným začatím derby čaká záujemcu tréning v derby aute, ktoré si pred začiatkom môže vyzdobiť podľa svojich predstáv. Autá sú následne rozdelené do jednotlivých pretekov. Do finálovej jazdy postupuje vždy jedno posledné pojazdné auto. Tie autá, ktoré sa podarí opraviť, bojujú následne o finále.

Účastník aktivity Útek z miestnosti má na nájdenie východu z miestnosti 60 minút. Cesta von vedie cez zohranosť, spoluprácu, komunikáciu a vynaliezavosť uväzneného tímu, ktorý musí pozostávať minimálne z dvoch a maximálne z piatich členov. Na výber je z dvoch miestností:

1. Byt vraha: príbeh, ktorý sa odvíja v prvej izbe, je inšpirovaný kultovou filmovou sériou SAW. S partiou priateľov sa účastník nedopatrením ocitne v byte vraha, ktorý podobné vlámačky rieši po svojom. Dá šancu na únik, no bude okorenená množstvom hlavolamov. Je nutná spolupráca s priateľmi, rozlúštenie hádaniek, poskladať kódy a nestratiť pri tom nervy.
2. Tajomná katakomba: v druhej izbe sa po potýčke s miestnou mafiou účastník ocitne v starej kancelárii. Dvere sú zatvorené a o 60 minút je naplánovaná demolácia budovy. Čas plynie a celý interiér začne naberať čoraz mystickejšie kontúry. Povráva sa totiž, že pod budovou je staré pohrebisko. Je na účastníkovi, aby zistil, či to je trasa úteku alebo zostane pochovaný zaživa.

Aeroklub Prievídza v Hornonitrianskom regióne ponúka možnosť prekročiť svoje zábrany, odpútať sa od pevnej zeme a pozrieť sa na svet z nadhľadu prostredníctvom tandemového zoskoku a prežiť skutočný voľný pád. Takýmto spôsobom môže návštevník bezpečne zažiť na vlastnom tele najväčšie adrenalínové dobrodružstvo vo svojom živote, na ktoré nikdy nezabudne. Všetku prácu pri zoskoku vykonáva tandem pilot, zatiaľ čo návštevník si všetko spokojne vychutnáva (Farbiaková a kol., 2014, s. 25-31, Zážitky v Nitrianskom kraji, online, 2014-12-26).

Severopovažský, Turčiansky, Oravský, Liptovský región

Tieto regióny sú vzhľadom na svoju polohu navštevované hlavne kvôli lyžiarskym strediskám., ktoré ponúkajú putovanie na bežkách, svahy pre extrémne lyžovanie a priaznivcov snowboardingu, rôzne druhy adrenalínových aktivít, priestory so skokanskými mostíkmi, prekážkovými dráhami pre amatérov freestyly, dráhy pre záujemcov o preteky cez bránky a priestory pre ski-kross.

Severopovažský región je známy aj vďaka Dino Adventure parku, ktorý sa nachádza v obci Terchová v borovicovom háji. Nájsť v ňom možno rôznorodé adrenalínové atrakcie vhodné pre deti ale aj pre dospelých. Najhlavnejšou súčasťou areálu je jedna z najzaujímavejších detských lanových dráh na Slovensku a stála expozícia pohyblivých aj statických sôch dinosaurov.

Plavba na plti na Váhu je spojená s množstvom kultúrnych, historických, prírodných a technických zaujímavostí, ktoré poskytuje sedem kilometrov splavovaného úseku okolia Strečna. O zaujímavostiach rozprávajú vodcovia plavidla – pltníci v krojoch. Začiatok plavby na pltiach je na Pltisku Bariérová, 7 km od Strečna – smer Martin.

Lanové centrum v Turčianskom regióne sa nachádza v centre Turčianskych Teplíc, v areáli termálneho kúpaliska Vieska. Športový areál ponúka atraktívne programy pre skupiny aj jednotlivcov. Ide o komplex lanových prekážok, ktoré sú umiestnené vo výške 8 až 10 metrov nad zemou. Návštevníkov lanového centra čaká krátke zábavné rozcvičenie, nácvik istenia, ukážky práce s horolezeckou výbavou, lezecký tréner, nízke lanové prekážky, lezenie po vysokých lanových prekážkach. Pre odvážnejších je tu zjazd na lanovke alebo adrenalínový zoskok.

Zaujímavými aktivitami v letných mesiacoch sú zorbing, windsurfing, možnosť výroby vlastných korbáčikov, ubytovanie v dreveniciach, rafting, splavovanie riek na kanoe, vodné lyžovanie, plachtenie a veľkým lákadlom pre turistov je jazda tankom. Svoje sily si môžu návštevníci vyskúšať v areáloch divokej vody v Liptovskom Mikuláši.

Na odbúranie stresu je vhodnou voľbou práca s rýpadlovým nakladačom, či hydrospeed, kedy sa účastník oblečie do neoprénu, obuje si plutvy a spúšťa sa na vode. Hydrospeed je nosná doska, na ktorej leží telo, trup a nohy sú voľne položené na vode. Ovláda sa pomocou náklonov a pohybom nôh, na ktorých sú upevnené plutvy.

Kluby majú pripravené kurzy lezenia na skalách pre začínajúcich lezcov, ako aj pre záujemcov, ktorí si skalolezectvo chcú iba vyskúšať. Základné výcviky sa absolvujú na skalkách, čím sa zvyšujú skúsenosti lezcov a tým aj bezpečnosť náročnejšieho lezenia.

Skalolezectvo na Slovensku sa vykonáva pod vedením skúseného inštruktora, k dispozícii sú individuálne i skupinové podujatia na skalách. Ideálnym miestom pre začínajúcich skalolezcov sú Súľovské skaly v Strážovských vrchoch.

Pre dobrodruhov je ideálnou lokalitou vhodnou na skalolezectvo Rajecká dolina v Severopovažskom regióne. Je známa pestrou ponukou lezeckých stien s rozmedzím náročnosti 3 až 8+. Nácviky lezeckých techník (dolomitný vápenec) sa tu praktizujú severozápadne od chaty Žiar – Rajeckolesnianskou dolinou (10 minút od Chaty Žiar) až po obec Šuja. Cvičné lezecké terény (25 km od Chaty Žiar) sa nachádzajú v Porúbke.

Liptov je jedinečný región na severe Slovenska, slovenská turistická destinácia číslo jeden v zime aj v lete. Na malom území sa tu rozprestiera rozmanitosť prírody, vysoké štíty aj zelené lúky, ktoré vytvorili predpoklad pre najväčšie prírodné ihrisko na Slovensku, kde možno nájsť adrenalín – od raftingu, splavov, cez skalolezenie, lanové či bobové dráhy, paragliding, bike parky, horské kolobežky. V zime je tu raj pre lyžiarov a snowboardistov. Liptovská Mara umožňuje rôzne vodné športy – wakeboarding (snowboardovanie na vode) a towed tubing (zjazd z kopca na gumových kolesách po tubingovej dráhe, na ktorej sú umelé snehové vlny, moderná verzia sánkovania, stačí si len sadnúť do gumeného kolesa, zavesiť sa na vlek a následne sa spustiť po upravenej dráhe dole kopcom, snowtubing ponúkajú takmer všetky väčšie strediská).

Jedinečnosť Oravy a Liptova spočíva aj v kombinácii aktívneho relaxu a oddychu v teplých termálnych prameňoch a aquaparkov. Tie ponúkajú množstvo tobogánov a atrakcií pre deti.

Jasná v Nízkych Tatrách rozprestierajúca sa na území Liptovského a Horehronského regiónu je najlepším strediskom pre freeride snowboarding a freeskiing. Freeriding alebo freeskiing je adrenalínová zábava špecifická jazdou po neupravených svahoch, teda svahoch, ktorými neprešiel ratrak. Je to aktivita pre rozvážnych a zodpovedných ľudí, ktorí si uvedomujú nebezpečenstvo lavín, pádov či iných nepríjemností, ktoré hrozia pri výlete mimo vyznačené trate. V Jasnej sa

nachádza 5 freeridových zón (3 na severnej strane Chopka a 2 na južnej v stredisku Chopok Juh). V Jasnej sa už tradične konajú freeridové preteky, na ktorých sa zúčastňujú freerideri z celého sveta. Freeriding si možno vychutnať vo viacerých slovenských strediskách na Slovensku alebo na svahoch v ich blízkosti.

Kitewing v Jasnej je ozajstný adrenalín. Princíp je rovnaký ako pri plachtení na surfe. Kitewing je ultraľahké krídlo vyvinuté špeciálne pre jazdu na lyžiach, alebo na snowboarde, či korčuliach. Celé krídlo sa drží len v rukách bez akýchkoľvek lán či úchyto. Pomocou vetra potom účastník manévruje a pri najbližšej terénnej nerovnosti sa odrazí od svahu a letí. Dnes sa na krídle lieta aj niekoľko sto metrov, rekord je 505 metrov. Tí najodvážnejší dokážu na krídle letieť aj 100 km rýchlosťou. Netreba však zabúdať, že dopad na ľad je vždy tvrdší ako na vodu.

Najdlhšia bobová dráha na Slovensku v dĺžke až 1 300 m je situovaná v stredisku Snow Paradise Veľká Rača Oščadnica (Farbiaková a kol., 2014, s. 53-65, Zážiky na Orave, online, cit. 2014-12-26).

Ipeľský, Gemerský, Horehronský, Pohronský región

Milovníci adrenalínových športov majú na výber z netradičných aktivít cestovného ruchu po celý rok. V regiónoch je celoročne možnosť vyskúšať si paragliding alebo bungee jumping na viacerých atraktívnych miestach.

V horských strediskách si návštevník môže v lete vyskúšať svoju odvahu vo viacerých bike parkoch. V zime sa môže venovať snowboardingu, skialpinizmu, vyskúšať bobovú dráhu, snowrafting alebo snowtubing, či jedinečnú dráhu Boarder Cross na Táloch.

Banská Bystrica v Horehronskom regióne ponúka termický tandemový let, pri ktorom ide o lietanie pomocou stúpajúcich prúdov vzduchu na termickom alebo mechanickom základe. Vďaka tomu je možné lietať aj niekoľko hodín a preletieť vzdialenosť aj niekoľko desiatok kilometrov.

Paragliding je tiež pomerne známy a i na Slovensku dosť udomácnený. Ide o lietanie s padákovým klzákom. Okrem výbavy je však potrebné aj dobré počasie a dobrý kopec. Najvyhládávanejšími miestami sú Chopok a Nová hoľa na Donovaloch, kde ponúkajú paraglidingové kurzy, ktoré väčšinou trvajú 6 dní, z toho dva sa učí teória

a štyri sa lieta. Pri paraglidingu sa používa paraglidingové krídlo (klízavý padák), s ktorým sa účastník pri vhodných poveternostných podmienkach a dostatočnej rýchlosti rozbehne z kopca a vzlietne. Výhodou paraglidingu oproti lietaniu na rogalách (závesných klzákoch) je, že celá výbava váži maximálne 20 kg, takže po pristátí si ju môže pohodlne dať do batohu, znovu vyšliapať na kopec, ísť na autobus alebo stopovať.

Trať bobovej dráhy sa nachádza na pravej strane zjazdovky z Novej hole priamo pri stanici lanovky. Meria takmer 900 m. Počas jazdy zažije návštevník množstvo adrenalínu najmä vďaka 7 skokom a 11 ostrým zákrutám. Maximálna rýchlosť, ktorú je možné dosiahnuť v najrýchlejších častiach trate je 45 km/h. Bobová dráha je prispôbená aj na prevádzku počas zimnej sezóny.

Habakuky – Dobšinského rozprávkový svet na Donovaloch tvoria domčeky v štýle ľudovo-fantazijnej architektúry a pre návštevníkov ponúka atmosféru slovenských ľudových rozprávok. O nezabudnuteľný zážitok pre celú rodinu sa postarajú hrdinovia ľudových príbehov, ako sú Popolvár, Loktibrada a iní. Multifunkčný charakter celého areálu prináša množstvo nových nápadov a kreatívnych riešení pre usporiadanie skutočne originálneho podujatia, ktoré zanechá nevšedný zážitok a trvalé spomienky pre deti i pre dospelých. Veľkým lákadlom sú taktiež psie záprahy.

Donovaly ďalej lákajú návštevníkov bungee katapultom, bungee trampolínou a bungee runningom, skifoxom (spojenie lyžovania a sánok), snowbikeom (snežný bicykel s mini lyžami namiesto kolies), snowscootom (mix medzi BMX a snowboardom).

Pri bungee katapulte ide o vystreľovanie zo zeme na pružnom gumenom lane. Používajú sa podobné mobilné žeriavy ako pri bungee jumpingu. Katapultovaná osoba je zachytená na zemi o katapultovacie zariadenie a po napnutí pružného lana je vystrelená do výšky.

Bungee trampolin je obojstranná trampolína. Sila odrazu normálnej trampolíny je znásobená ťahom gumených lán, ktoré ma návštevník pripevnené po bokoch. Výška skokov môže dosiahnuť až 6 metrov a navyše si takto účastník môže vyskúšať aj rôzne akrobatické kúsky. Skákanie na trampolíne obľubujú najmä deti.

Bungee running je pomerne jednoduchá aktivita. Gumené lano je pripevnené o postroj súťažiaceho, ktorý sa proti jeho odporu snaží dosiahnuť čo najvzdialenejší bod.

Pohronský región ponúka veľa možností v rôznych zariadeniach, ktoré sa špecializujú na agroturistiku, hipoterapiu, a animoterapiu.

Situovanie troch jaskýň na Horehroní a štyroch jaskýň na Gemeri vytvára podmienky na speleologický zážitkový cestovný ruch (Farbiaková a kol., 2014, s. 43-49).

Tatranský, Spišský, Košický región

Tatranský región láka v letnom období návštevníkov bungee jumpingom v Štrbskom plese a bezmotorovým lietanim v Poprade ponad Vysoké Tatry, kde sa lieta až do výšky 6-8 km. Je však potrebné mať pilotný preukaz. Vrcholom leteckej sezóny je obdobie od mája do konca augusta, kedy termické prúdy vynášajú lietadlo do výšky priemerným stúpaním 3 m/s. V ostatných mesiacoch je kvôli vetru laminárne stúpanie 8-10 m/s. Lietať sa dá však na celom území Slovenska – záujemcov a fanúšikov tohto športu združujú aerokluby a tieto zastrešuje celoštátna organizácia Slovenský národný aeroklub.

Ďalšou atrakciou je snowrafting, ktorý je podobný snowtubingu. Do gumeného člna si nasadne 6-členná posádka a spúšťa sa po zasneženom upravenom svahu rýchlo nadol. Ovládať čln je prakticky nemožné, ale o to ide. O zabrzdenie sa postará gumené lano, ktoré čln ubrzdí v tom najlepšom. Snowrafting možno zažiť napr. na Štrbskom Plese.

V Tatranskom regióne sú k dispozícii tradičné i netradičné horolezecké disciplíny. Medzi tradičné patrí horolezectvo, preteky v lezení a skialpinizmus.

Horolezecká činnosť sa vykonáva v horolezeckých zväzoch. K prevádzke tohto športu je potrebný platný preukaz horolezeckej organizácie. K dispozícií je veľa miest na jej realizáciu, napr.: Vysoké a Nízke Tatry, Veľká a Malá Fatra, Štiavnické vrchy, Javorníky a mnohé ďalšie pohoria, o ktoré na Slovensku nie je núdza.

Medzi najnavštevovanejšie oblasti na Slovensku patrí rázovitá obec Vernár. Lezie sa tu v štyroch sektoroch, z ktorých každý je niečím špecifický. Prevažne sa lezie

v previsoch a stropoch, nájdu sa však aj kolmé platne. Oblasť je tiež známa možnosťou lezenia v studených zimných mesiacoch. Nadšenci lezenia si určite prídu na svoje.

Preteky v lezení sú najstaršia pretekárska disciplína s priamou súťažou, ktorá vznikla hneď po 2. svetovej vojne vo vtedajšom Sovietskom zväze, odkiaľ v rámci socialistického bloku prešla k nám. Najrozšírenejšie sú preteky v lezení na obtiažnosť, pri ktorých sa lezie s lanom na umelých stenách a vyhráva ten, kto vylezie najvyššie. Podobne je to pri pretekoch v boulderingu.

Skialpinizmus je taktiež považovaný za jednu z disciplín horolezectva. Ide o pohyb na lyžiach v horskom prostredí, niekedy pri náročnejších formách skialpinizmu aj priamo v horolezeckom teréne. Venuje sa mu množstvo ľudí, ktorí sa v zime v horách nevozia na lyžiarskych vlekoch, ale nalepia si na lyže lyžiarske pásy, vyšliapu si kopec a potom sa spustia dolu mimo oficiálnych lyžiarskych tratí. Okrem tejto formy však existuje vrcholový skialpinizmus, pri ktorom sa robia prechody s veľkým prevýšením. Extrémom sú zjazdy strmých stien, ktoré sú skutočným horolezeckým terénom, lebo nahor treba liezť v mačkách na skialpinistických topánkach a s pomocou horolezeckých čakanov. Človek pri tejto aktivite nie je istený a nesmie spadnúť, lebo každý pád má na 90% fatálne následky.

Špeciálnou disciplínou v rámci klasického horolezectva je bouldering (z angl. boulder – balvan), pri ktorom sa lezú krátke lezecké problémy do výšky niekoľko metrov bez lana a bez istenia. Jeho súčasťou sú neuveriteľne náročné gymnastické prvky spojené s množstvom pokusov, zoskokov a malých pádov. V posledných rokoch sa pri boulderingu začali používať matrace, ktoré sa podložia pod horolezcov, aby sa pri páde neporanili.

Lezenie v ľadopáde či lavínový kurz umožňuje preniesť sa na chvíľu do doby ľadovej. Počas lavínového kurzu sa účastníci dozvedia ako pracovať s lavínovým vyhľadávačom, sondou a lopatou, naučia sa čo je to lavínová prevencia, ako sa robí a vyhodnocuje snehový profil, čo sú to testy snehovej stability, ako ich v praxi využiť pre svoju bezpečnosť a čo robiť pri a po lavínovej nehode.

Nestville Park nachádzajúci sa v Spišskom regióne je najstarší zachovaný liehovar na Slovensku. Okrem oboznámenia sa s históriou regiónu a jej najdôležitejšími udalosťami sa návštevníci oboznámia s historickými udalosťami, ktoré významne ovplyvnili výrobu liehovín a s ňou súvisiacich remesiel v regióne severného Spiša.

V závere prehliadky majú návštevníci možnosť vidieť Rezbársku sálu, ktorá je dielom miestnych rezbárov, kde sa nachádza najväčší vyrezávaný drevený obraz v Európe. Prehliadka miestnosti je spojená s ochutnávkou prvej slovenskej whisky Nestville, ktorá tu zrie v dubových sudoch.

Lanový park Tarzania Alpinka sa nachádza pár kilometrov od mesta Košice smerom na Jahodnú. Lanový park je postavený z 24 prekážok vo výške približne 4 až 10 metrov nad zemou. Nachádza sa tu niekoľko úplne nových prekážok a takmer 180 metrov lanoviek. Modrá trasa meria 230 m a červená trasa meria 317 m.

Gurmán Festival konajúci sa počas júna v Košiciach nadväzuje na tradíciu podobných festivalov vo Viedni, Prahe a Bratislave. Približuje zážitkovú gastronómiu formou prezentácií košických reštaurácií a hotelov. Doplnkom degustovania jedál výnimočných chutí je bohatý sprievodný program, v ktorom tí najlepší slovenskí šéfkuchári, barmani a someliéri z celého Slovenska predvádzajú svoje umenie v jedinečnej šou.

Milovníkov vody Košický región láka vodným lyžovaním za motorovým člnom alebo za vlekom, pre fanúšikov lietadiel je na košickom letisku prichystaná možnosť letu stíhačkou (Farbiaková a kol., 2014, s.75-82, Zážitky v Košickom kraji, online, cit. 2014-12-26).

Šarišský, Dolnozemplínsky, Hornozemplínsky región

Súčasťou Vlastivedného múzea v Hanušovciach nad Topľou v Šarišskom regióne je nový zážitkový archeopark, ktorý približuje návštevníkom regionálne dejiny až do histórie starej niekoľko tisícročí. 5 obydí v archeoparku v Hanušovciach je postavených na základe pôdorysov piatich konkrétnych nálezov z východného Slovenska. Objekty v archeoparku sú vybavené replikami predpokladaného nábytku, zariadeniami a predmetmi dennej spotreby. Návštevníci sa môžu dotknúť, všetko si skúsiť, poťažkať v ruke, s pracovnými náradiami skúsiť aj pracovať a odvážnejší si môžu vyskúšať aj noc v niektorom z obydí, aby zažili na vlastnej koži život v praveku či včasnom stredoveku.

Offroad jazda na segway je jazda na ekologickom dvojkolesovom segway na okruhu v dĺžke 1 200 m a ponúka ju Šarišský región. Jazda na segway je veľmi

jednoduchá a bezpečná a vhodná pre všetky vekové kategórie. Dvojkolka segway sa ovláda jednoduchým prenosom váhy v rôznych smeroch a na jedno nabitie prejde až 20 kilometrov.

Milovníci strelných zbraní môžu prežiť aktívny zážitok počas streľby z airsoftovej, paintballovej či z brokovej pušky (brokovnice) na asfaltové terče, známe ako asfaltové holuby.

Potápačské centrum na Zemplínskej šírave ponúka možnosť ponoru a prebádať tak tajomné, nepreskúmané a ťažko dostupné zákutia prírody. Podvodný svet fascinuje svojou krásou a pestrosťou a len tí, čo sa odvážia sami nazrieť hlbšie pod hladinu, zažijú niečo z neho aj na vlastnej koži (Jesenský, 2014, s. 75, Farbiaková a kol., 2014, s.67-73).

Okrem možnosti vyššie spomenutých aktivít na Slovensku, ktoré zabezpečujú zážitkové agentúry a špecializované strediská praktizujú adrenalínoví nadšenci na vlastné riziko aj aktivity, pri ktorých jediný chybný krok vedľa môže znamenať smrť.

Base jumping je extrémny šport, ktorého náplňou je skákanie z pevných objektov (b.a.s.e je skratka začiatkových písmen anglických slov building – budova, antenna – anténa, span – most, premostenie a earth – zem, skala). Base jumping je spojenie horolezectva so skydivingom a jedná sa o nebezpečný šport s množstvom zaznamenaných smrteľných úrazov.

Osoba, ktorá sa chce tomuto športu venovať, musí byť v prvom rade dobrým parašutistom s dokonalým odhadom výšky, v ktorej je nutné padák otvoriť a s vysokou úrovňou schopností ovládania jeho letu. Pre začiatčovníka je ideálnym miestom na zoskok vysoký most, pretože dáva najväčšie možnosti riadenia letu. Skákanie z domov, vysielačov a iných mestských stavieb je všade vo svete zakázané, na rôzne exhibície je potrebné mať úradne schválenú výnimku, a preto ani Slovensko nedisponuje certifikovaným zariadením na tento adrenalínový šport. Zlá povest' tohto športu môže prameniť aj z množstva smrteľných a nezodpovedných skokov.

V posledných rokoch sa štandardizovali definície dvoch stále pomerne nových extrémnych zimných športov speed-flying a speed-riding.

Speed-flying je nový zimný šport, ktorý vytvorili paraglidisti a parašutisti hľadajúci vzrušujúce spojenie medzi lietaním po kopcoch a plachtením vzduchom.

Speed-flying patrí do rovnakej ligy ako parašutizmus a base jumping. Je tiež veľmi nebezpečný s vysokým rizikom zranenia alebo dokonca smrti. Krídla v rukách najlepších letcov môžu dosiahnuť rýchlosť vyššiu ako 100 km/h, ale za normálnych okolností sa pohybuje medzi 35 a 70 km/h, a na rozdiel od paraglidingu v zálohe nie je bezpečnostný padák, v prípade, že by niečo nevyšlo podľa plánu.

Priekopníci tohto športu niekoľko rokov používali parašutistické vybavenie alebo modifikované kity. Dnes sa používajú špeciálne navrhnuté speed flying krídla a klzáky.

Speed-riding je obdobou speed-flyingu, s rozdielom, že ide o lietanie dole svahom pokrytým snehom s lyžami na nohách a s častým kontaktom so zemou (Basejumping/riding, online, cit. 2014-12-26).

Vzhľadom na vysoké riziko nebezpečenstva adrenalínových športov bežné cestovné nepokrýva túto formu športových aktivít. Plánovanú adrenalínovú aktivitu je potrebné pripoistiť osobitnou formou poistenia.

Sadzba komerčných poisťovní pri rizikových športoch (jaskyniarstvo, zoskok padákom, paragliding či bungee jumping) sa zvyšuje o sto percent, pri extrémnych športoch o dvesto percent, vo výsledku sa výška poistného až stonásobí a celková cena poistenia sa tak výrazne predraží. Poistky sa zväčša nevzťahujú ani na úrazy, ktoré sa stali mimo vyznačenej trate.

Pripoistenie určite netreba podceňovať a brať ho rovnako adrenalínovo ako zamýšľanú športovú aktivitu.

PRAKTICKÁ ČASŤ

3 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA

Cieľom diplomovej práce je na základe analýzy súčasnej ponuky zážitkového cestovného ruchu na Slovensku navrhnuť nové možnosti rozvoja tohto druhu cestovného ruchu so zameraním sa na rekreačný rafting.

Jednou z úloh bolo potvrdenie z nasledovných hypotéz:

H1: Predpokladáme, že rekreačný rafting je na Slovensku relatívne novou, ale atraktívnou a žiadanou aktivitou

H2: Predpokladáme možnosť významného nárastu trhu v tomto segmente.

H3: Predpokladáme existenciu mnohých objektívnych a subjektívnych faktorov, ktoré bránia lepšiemu využitiu súčasného potenciálu, zvýšeniu objemu aj kvality poskytovaných služieb. Pokúsime sa identifikovať aspoň niektoré z nich.

Na potvrdenie alebo vyvrátenie pracovných hypotéz sme vykonali cielený prieskum trhu. Použili sme metódu dotazníkového šetrenia prostredníctvom dvoch rôznych dotazníkov, jedného adresovaného poskytovateľom týchto služieb a druhého určeného pre klientov.

Na základe analýzy sme overili stanovené hypotézy a nasledovne v návrhovej časti uviedli návrhy pre zlepšenie v budúcnosti.

Pre splnenie stanoveného cieľa bol zvolený nasledovný metodický postup:

- preštudovanie a výber literárnych zdrojov a získanie konkrétnych podkladových údajov k analytickej časti práce,
- uskutočnenie dotazníkového šetrenia zameraného na dopyt po raftingu,
- zhrnutie výsledkov analýzy a dotazníkového šetrenia,
- návrhy a riešenia pre zlepšenie zážitkového cestovného ruchu v budúcnosti.

Za účelom dosiahnutia vytýčeného cieľa boli v práci použité nasledovné metódy práce:

- metódy skúmania zohľadňujúce možnosti, ktoré sú dané dostupnou vedeckou a odbornou literatúrou v knižnej i elektronickej podobe,

- metóda vedeckej abstrakcie, ktorej podstatou je abstrahovanie menej dôležitých, resp. nepodstatných informácií od množstva informácií, ktoré majú priamy alebo nepriamy vzťah k riešenému problému,
- analyticko-syntetická metóda bola použitá v analytickej časti práce a pri syntéze výsledkov z dotazníkového šetrenia,
- metóda opytovania formou dotazníkového šetrenia medzi účastníkmi a poskytovateľmi raftingu.

4 ANALÝZA PONUKY A DOPYTU PO RAFTINGU NA SLOVENSKU

Kapitola je venovaná charakteristike a súčasnej ponuke raftingového splavovania na Slovensku. Následne je v práci vyhodnotené dotazníkové šetrenie účastníkov a poskytovateľov raftingu.

4.1 Charakteristika predmetu skúmania – raftingu

Rafting je splavovanie dravých a perejovitých riek na rafte. Raft je stabilný nafukovací čln pre viacero ľudí (obvykle 6-10), často býva využívaný aj ako expedičná loď. Tento šport je určený pre skúsených vodákov, ktorí si užijú adrenalín na vodáckych slalomových tratiach, ale aj pre rodiny s malými deťmi, ktorým na nenáročných riekach umožní pohodové splavenie bez nebezpečenstva.

Pri raftingu sa odporúča využiť ako sprievod skúsených vodákov alebo kvalifikovaných inštruktorov, lebo pri amatérskom prístupe a nedostatočných skúsenostiach sa môže stať nebezpečným športom.

Obtiažnosť riek sa posudzuje podľa viacerých faktorov ako sú: rýchlosť prúdu, spád, profil riečišťa, prietok vody, množstvo prekážok a podobne.

Na hodnotenie obtiažnosti riek sa v Európe používa alpská stupnica, ktorá delí vody na kľudné – ZW (z nem. Zahnwasser) a divoké – WW (z nem. Wildwasser):

- ZW A – stojatá, neprúdiaca voda,
- ZW B – kľudná, slabo prúdiaca voda (2-3 km/hod.), prehľadná,
- ZW C – mierne prúdiaca, rýchlosť prúdu (3-5 km/hod.), prehľadná,
- WW I – vhodná pre začiatočníkov, pravidelná prúdica a pravidelné vlny, malé pereje, časté meandre (odchýlka vodného toku od priameho smeru vo forme oblúka) s rýchle tečúcou vodou, zarastené brehy,
- WW II – mierne ťažká úroveň, nepravidelné vlny a prúdica, stredné pereje, slabé valce a víry, nízke stupne, malé pereje v silne meandrujúcich a málo prehľadných riečištiach,

- WW III – ťažká, prehľadný prejazd s vysokými nepravidelnými vlnami, väčšie pereje, valce, víry, stredné pereje v úzkom (zarastenom) riečišti, rýchly prúd v silno meandrujúcom riečišti,
- WW IV – veľmi náročná, vysoké vlny a dlhé pereje, málo prehľadný prejazd,
- WW V – mimoriadne ťažká, extrémne pereje, valce a víry, prehliadka, nutná znalosť terénu,
- WW VI – hranica zjazdnosti – všeobecne nezjazdné, pri optimálnom stave eventuálne zjazdné s vysokým rizikom.

Pre zjednodušenie sa na hodnotenie obtiažnosti používa označovanie nasledovnými symbolmi:

- ~ nenáročné, kludné úseky riek (obtiaznosť do WW I), vhodné pre začiatočníkov i rodiny s deťmi od 8 rokov,
- ~~ rýchlejšie prúdiace úseky riek (do WW II), vhodné pre mierne pokročilých alebo odhodlaných začiatočníkov,
- ~~~ perejnaté úseky riek s náročnými miestami (WW III – WW IV), vhodné pre pokročilých (Vodácke výlety, splavy, rafting, online, cit. 2015-01-15).

4.1.1 Rafting na Slovensku

Slovensko nie je práve raftovou veľmocou čo sa týka divokých riek, ale vďaka hustej riečnej sieti a pestrému reliéfu poskytuje záujemcom o tento šport rôznorodé podmienky či už na prírodných tokoch alebo umelo vytvorených kanáloch.

Vďaka množstvu raftingových klubov, požičovní a zážitkových agentúr, ktoré zabezpečia všetko potrebné vybavenie sa tento šport stáva viac prístupný širokej verejnosti.

Začiatočníci a tí, ktorí uprednostňujú pokojnejšie splavovanie si môžu vychutnať kombináciu vodného športu, mierneho adrenalínu a krásnej prírody na riekach Dunajec, Orava alebo Váh, ktorý sa splavuje na rôznych miestach, najčastejšie v blízkosti Liptovského Mikuláša alebo pred Žilinou, v okolí hradu Strečno. Pokojný splav je vhodný i pre rodiny s deťmi, seniorov či pre všetkých, ktorí s raftingom začínajú a zbierajú prvé skúsenosti.

Náročnejší, adrenalínový ale o to zábavnejší rafting poskytuje najlepšia raftová rieka na Slovensku – Belá. V mesiacoch apríl a máj je možné vychutnať si rýchly prúd, pereje a krásnu prírodu. Okrem Belej ponúka veľmi dobrý zážitok aj Areál vodného slalomu v meste Liptovský Mikuláš, či Areál divokej vody Čunovo.

Pri tomto športe netreba zabúdať na vhodnú výstroj a oblečenie: neoprénové topánky, neoprénové nohavice, neoprénové ponožky, nepremokavú bundu, prilbu a plávaciú vestu. Pod nepremokavú bundu je ideálna termo bielizeň. Potrebnú výstroj si môže rafter zabezpečiť sám alebo zapožičať v areáli raftingového klubu.

Na účastníkov raftingu počas splavu dohliadajú kvalifikovaní inštruktori, no aj tak je podmienkou účasti na rafte vedieť plávať a podpísanie reverzu – prehlásenia o účasti na programe na vlastnú zodpovednosť. Pre osoby mladšie ako 18 rokov podpisujú reverz rodičia, príp. zákonný zástupca.

Pre neplavcov je možný rafting len na úsekoch s obtiažnosťou max. do WW III (ľahká až stredná obtiažnosť).

Rafting v Areáli vodného slalomu Ondreja Cibáka v Liptovskom Mikuláši

Areál vodného slalomu v Liptovskom Mikuláši so štyrmi slalomovými traťami sa nachádza na južnom okraji mesta pri rieke Váh. Býva dejiskom viacerých významných národných, ako aj medzinárodných a svetových pretekov vo vodnom slalome.

Umelý kanál svojou obtiažnosťou a vybavením spĺňa parametre svetovej úrovne (v roku 2007 sa tu uskutočnili Majstrovstvá Európy dospelých v kanoistike na divokej vode).

Začiatok trate tvorí privádzací kanál zakončený štartovacím bazénom v dĺžke 680 metrov. Z toho sú vedené dve samostatné trate, ktoré sa približne v strede spájajú a ďalej pokračujú spolu späť do rieky Váh. Ľavá trať s ľahšou obtiažnosťou má názov Váh a pravá kratšia, avšak náročnejšia sa volá Orava. Hoci kanál bol umelo vyhlbený, brehy vyložené oblými kameňmi pozvoľna klesajú do koryta a spolu vytvárajú prírodný charakter kanálu. Zážitok z vody je porovnateľný s riekou Belá, avšak bez prírodnej scenérie.

Výhodou raftingu v areáli v Liptovskom Mikuláši je, že tí ktorí momentálne nie sú na vode, môžu svojich kolegov fotiť, pozorovať alebo povzbudzovať, čo na prírodných tokoch nie je možné.

Areál je k dispozícii od apríla do konca októbra. V mesiacoch júl a august je otvorený denne od 10.00 do 18.00 hod., v ostatných mesiacoch len na objednávku.

Ďalším obmedzením je, že areál je v správe športového klubu, preto je rafting možný len mimo tréningov a pretekov.

Obtiažnosť splavu je stredná až ťažká, WW II-III+, dĺžka a čas splavu je 350-400 m, štandardne 2 hod. , pričom ich účastník môže využiť na viac jázd.

Cena za rafting je 26 Euro/os., rafting s FullHD náhlavnou kamerou je 56 Eur/os. (Rafting v Liptovskom Mikuláši, online, cit. 2015-01-15).

Rafting Belá

Za najdravšiu a zároveň najkrajšiu rieku sa považuje rieka Belá, ktorá sa nachádza v severovýchodnej časti regiónu Liptov a pramení priamo pod vrchom Kriváň. Splavuje sa z Podbanského, od Kokavského mosta až po do mesta Liptovský Hrádok. Rekreačná oblasť Podbanské sa nachádza približne 10 km východne od obce Pribylina. Rafting na gumových člnoch z ponad Kokavského mosta je zakázaný z dôvodu ochrany prírody.

Rafting na rieke Belá patrí určite medzi najkrajšie prírodné splavy na Slovensku. Je pomerne náročný, preto sa odporúča iba skúsenejším rafterom, alebo za doprovodu skúsených sprievodcov. Belú je najlepšie splavovať na konci jari, keď sa topí sneh na horách a v období výdatnejších dažďov, na konci apríla a v priebehu mája.

V úseku od Kokavského mosta tečie rieka Belá veľkým spádom, úzkym korytom cez smrekový les. Voda v tomto úseku preteká cez veľké balvany a vytvára veľké vlny a valce, ktoré robia rafting v tomto úseku Belej najviac atraktívny. Záver úseku je pri železnom moste, v blízkosti obce Pribylina. Nachádza sa tu mohutný skalný prah, ktorý v čase vysokej hladiny vytvára zaujímavé vlny. Práve na tomto mieste vzniklo asi najviac fotografií z rieky, keďže sa nachádza v tesnej blízkosti prístupovej cesty.

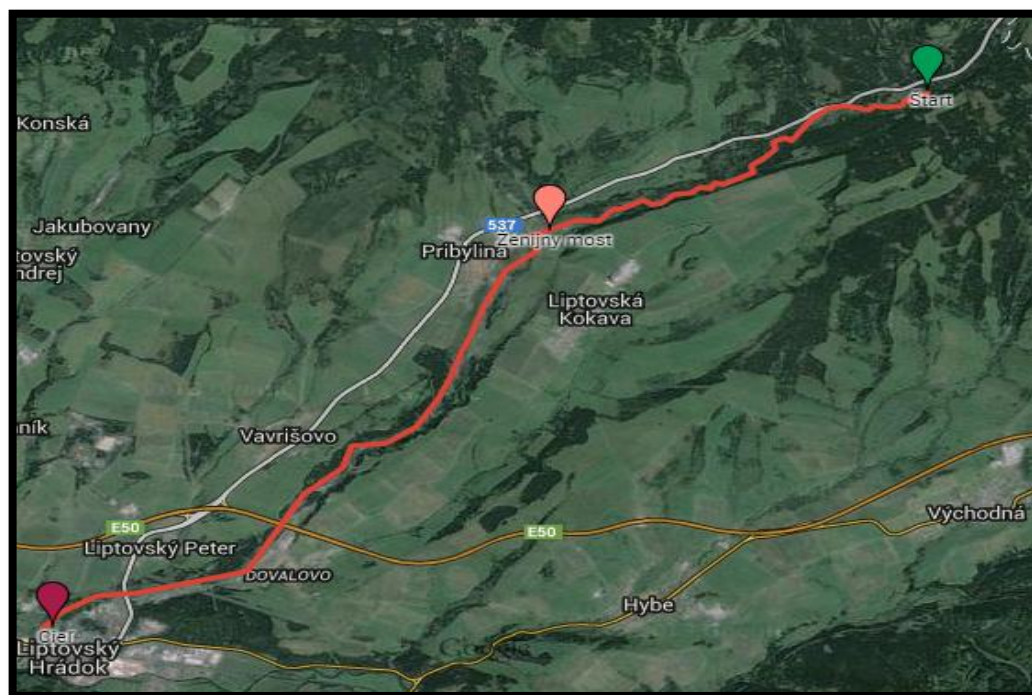
Úsek od železného mosta až do Liptovského Hrádku tečie v menej zalesnenom prostredí. Rieka má menší spád a často sa rozlieva do viacerých ramien. Najväčšie vlny na rieke Belá sa nachádzajú práve tu, nad malou vodnou elektrárnou. Voda tečie cez bridlicové prahy a vytvára nádherné vlny a valce, ktoré sa navyše zvyknú meniť v prípade inej výšky hladiny.

Počas obdobia, keď je Belá splavná, je teplota vzduchu i vody pomerne nízka, preto netreba zabúdať na teplé a nepremokavé oblečenie.

Podľa plavebnej vyhlášky, ktorá sa vzťahuje na riekú Belá, je splav možný iba vtedy, keď je výška vodnej hladiny v lokalite Podbanské min. 70 cm a max. 120 cm.

Obtiažnosť vody je stredná až ťažká, WW II-III+, dĺžka a čas splavu: Podbanské (Kokavský most) – Liptovský Hrádok 17 km, približne 2 hodiny, cena je 25 Eur za osobu (Rafting na rieke Belá, online, cit. 2015-01-15).

Obrázok 3: Trasa raftingu po rieke Belá



Zdroj: Rafting na rieke Belá, online, cit. 2015-01-15

Rafting v Areáli Divokej vody Čunovo

Čunovský vodný kanál sa nachádza 20 km od Bratislavy a je určený pre všetkých, ktorým sa nechce ďaleko cestovať za raftovým dobrodružstvom. Preprava do areálu je ľahko dostupná autom, ale aj po hrádzi na bicykli či korčuliach smer múzeum Danubiana.

Tento kanál je jedným z najlepších umelých kanálov na svete a je vhodný nielen pre výkonnostných vodných slalomárov a rafterov, ale aj pre amatérskych športovcov. Areál vybavením spĺňa kritériá najvyššej kvality, takže tu možno organizovať preteky na európskej a svetovej úrovni.

Umelý vodný kanál v Čunove sa začína hlavnou klapkou (uzáverom), cez ktorý začne po jeho otvorení tiecť do kanálov voda. Táto voda vteká jednak do prírodného kanála, ako aj do dvoch hlavných kanálov.

V prírodnom kanáli, ktorého dĺžka je 255 m, šírka 14 m a hĺbka 1,2 metra, je voda kľudná. Služi na prípravu posádky pred vstupom do hlavného kanála. Dva hlavné kanály sú niekoľkokrát navzájom prepojené, čím sa dá dosiahnuť viacero možných kombinácií trasy jazdy. Kanály sa končia dvoma výstupmi, ktoré ústia priamo do Dunaja. Dĺžka pravého kanála je 460 m a ľavého 356 m, priemerná hĺbka vody je 1,5 m, najväčší spád má 3,5 m a je známy pod menom Čunovská Niagára.

Kanál s divokou vodou je otvorený denne od 8.00 do 20.00 hod, obtiažnosť vody je WW II-III+ a cena za osobu na 90 minút jazdy je 26 Eur (Divoká voda-rafting Čunovo, online, cit. 2015-01-20).

Rafting Dunajec

Rieka Dunajec, hraničná rieka medzi Slovenskou republikou a Poľskom, preteká nádherným prostredím uprostred malebných hôr Národného parku Pieniny. Rieka má kamenisté dno z veľkým množstvom perejí a riečnych meandrov.

Pri Červenom Kláštore vstupuje Dunajec do krásneho kaňonu, ktorý sa nazýva Prielom Dunajca. Vytvára tu v početných zákrutách časté, ale nie príliš ťažké pereje, preto raftovanie na tejto rieke je vhodné i pre menej skúsených vodákov.

Pri splavovaní je možné vybrať si z dvoch variant. Väčšinou sa splavuje slovenský úsek rieky Dunajec, od Červeného Kláštora po Lesnicu. Nástup je

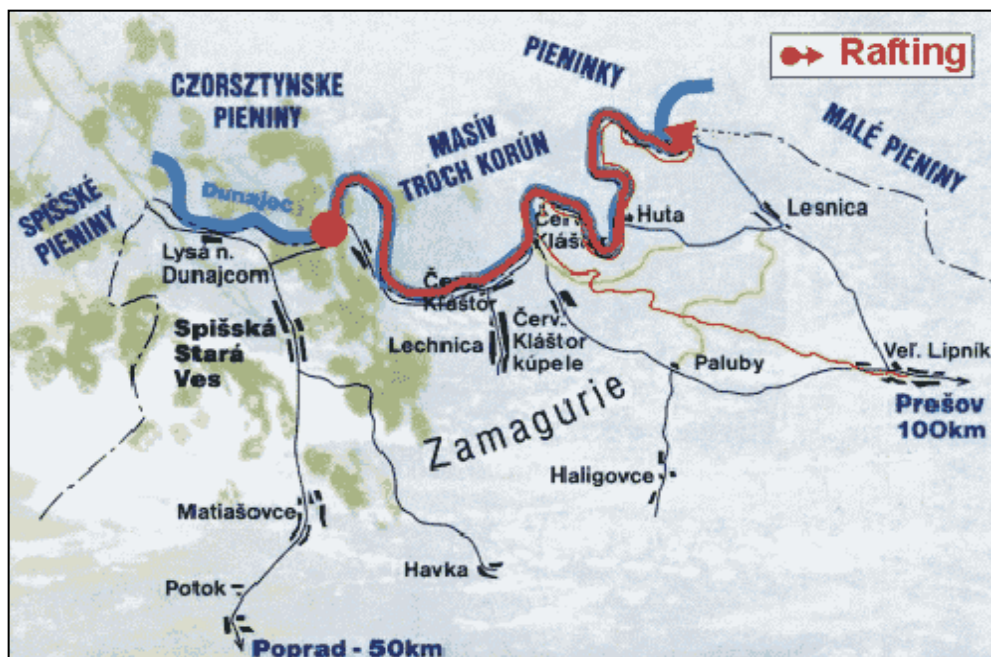
na plťovisku v Červenom Kláštore a končí sa na začiatku (konci) turistického chodníka pri obci Lesnica. Splav je technicky nenáročný a veľmi pekný. Cesta späť sa dá absolvovať aj pešo, prípadne na bicykli, čo je približne 11 km.

Druhou variantou je splav z Poľska do Poľska. Začína sa v Poľskej obci Sromowce Wyzne, pokračuje Slovenskou časťou Dunajca a končí sa znovu v Poľsku, v obci Kroscienko n. Dunajcem. Splav nie je technicky náročný a celý má dĺžku približne 20 km.

Obtiažnosť vody je nízka, je preto vhodná aj pre úplných začiatočníkov.

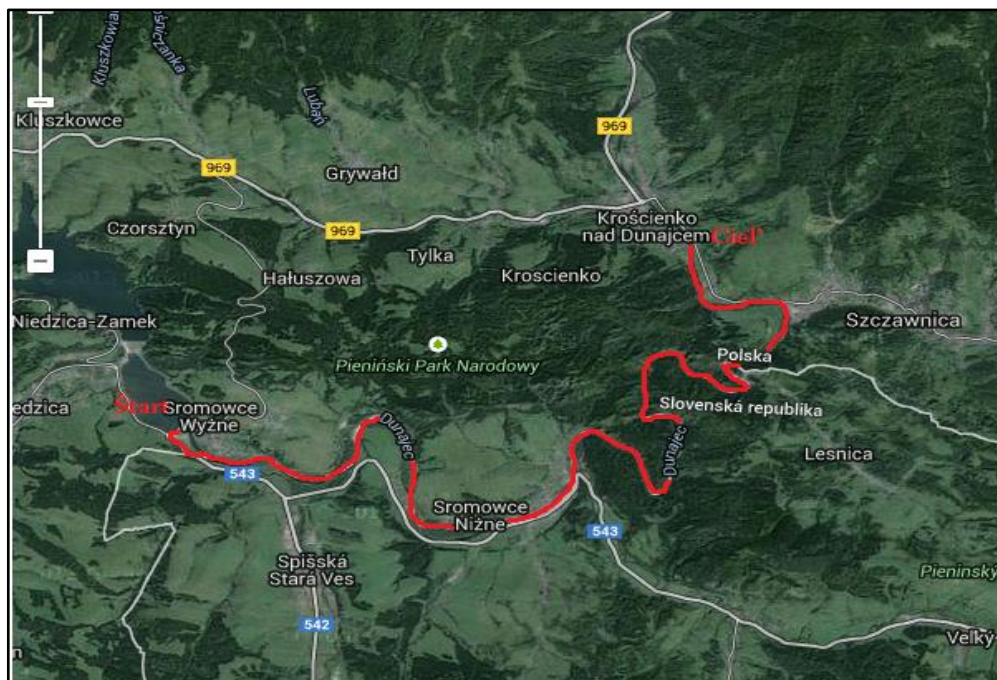
Požičovne vybavenia sú otvorené od 1.5.-31.9. v čase od 9.00-18.00 hod., pri výbere splavu Červený Kláštor-Lesnica je cena 25 Eur/os., cena splavu Sromowce Wyzne-Kroscienko n. Dunajcem je 30 Eur/os. Podmienkou raftingu je účasť minimálne 10 osôb (Rafting Pieniny, online, cit. 2015-01-20).

Obrázok 4: Trasa raftingu po rieke Dunajec



Zdroj: Splav Dunajca, online, cit. 2015-01-15

Obrázok 5: Trasa raftingu po rieke Dunajec, z Poľskej strany



Zdroj: www.googlemaps.com, autor práce, 2015

Rafting na Váhu

Váh je najdlhšia slovenská rieka tečie cez štyri kraje a jeho povodie je asi 1/3 Slovenska. Predstavuje menej náročný terén a je vhodná aj pre rodiny s deťmi a má viac možných miest na splavovanie.

Rafting Váh Strečno je zaujímavý predovšetkým pre bežných rafterov, ktorí sú spokojní s pokojnou riekou. Napriek tomu, že ponúka menej adrenalínu ako Belá na Liptove, je možné si na tomto úseku prezrieť bohatú prírodu a historické pamiatky. Na rovnakom úseku, kde sa dnes organizuje športový rafting, bolo v minulosti rozšírené tradičné pltníctvo.

Rafting na rieke Váh v úseku Vrútky – Strečno patrí medzi raftové aktivity s ľahkou obtiažnosťou. Tento typ raftingu je vhodný najmä pre začiatočníkov. Váh sa pri Strečne splavuje v dĺžke približne 13 kilometrov. Štart športového splavu sa nachádza v Lipovci, obci neďaleko najväčšieho okresného mesta na Slovensku, Martina. Využíva sa rieka Váh, ktorá tečie severozápadným smerom k Žiline. Nie je to však priama trasa, ale množstvo menších či väčších zákrut. Rafter nikdy presne nevie, čo bude pred ním a aj to dáva tomuto športu osobitné čaro.

Splav je obmedzovaný len úrovňou vodnej hladiny, v závislosti na činnosti vodného diela Krpeľany.

Obtiažnosť je nízka – WW I-II, dĺžka a čas splavu: Lipovec – Strečno, 13 km, približne 1,5 hodiny.

Rafting Váh – Liptov – táto časť Váhu sa môže splavovať z Červeného Kúta (sútok Čierneho a Bieleho Váhu) pri obci Kráľova Lehota po vodnú elektrárňu pri obci Uhorská Ves. Červený Kút sa nachádza približne 5 kilometrov na východ od mesta Liptovský Hrádok, neďaleko horského priechodu Čertovica.

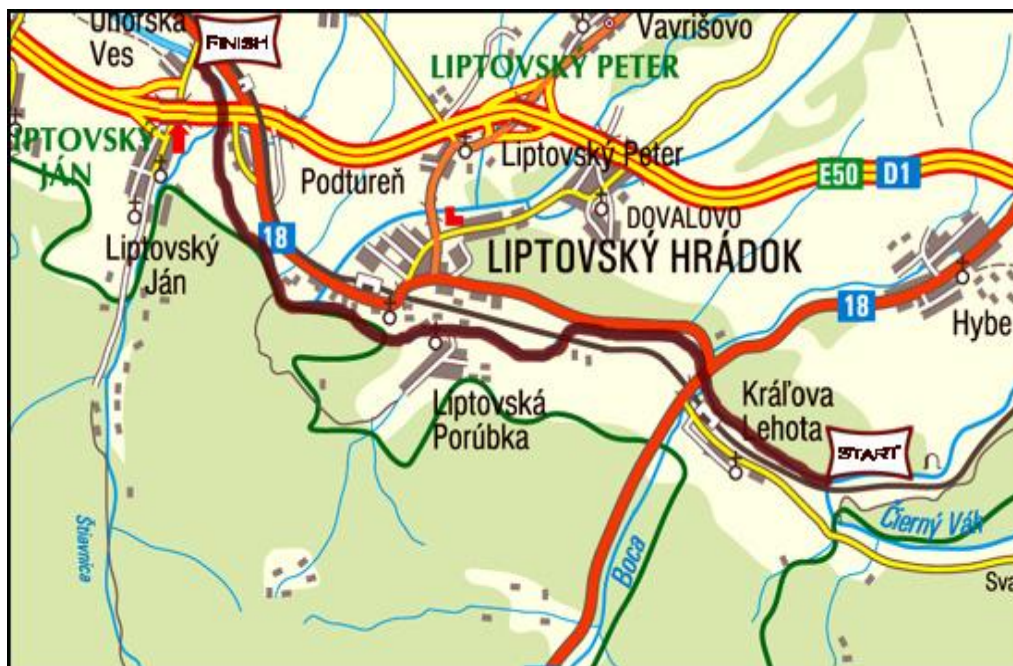
Raftový splav vedie popri meste Liptovský Hrádok a pokračuje popri autokempe na Borovej Sihoti, obci Podtúreň a končí v Uhorskej Vsi.

Tento splav patrí medzi najmenej náročné (obtiažnosť I-II), je to vhodná zábava aj pre rodiny s deťmi. Je možné vidieť Váh z rovnakého pohľadu, ako mali liptovskí pltníci z prelomu 19. a 20. storočia.

Dĺžka a čas splavu: Červený kút – Uhorská Ves 11 km, približne 1,5-2 hodiny, v prípade záujmu je potrebné každý splav vopred rezervovať.

Ceny raftingu sú závislé od počtu osôb, štandardne je to 25 Eur za osobu, v prípade zapožičania GoPro kamery 56 Eur/os.

Obrázok 6: Trasa raftingu na úseku Váh – Liptov



Zdroj: Rafting na Váhu., online, cit. 2015-01-15

Obrázok 7: Trasa raftingu na rieke Váh v úseku Vrútky – Strečno



Zdroj: Rafting Váh-Strečno, online, cit. 2015-01-15

Rafting Orava

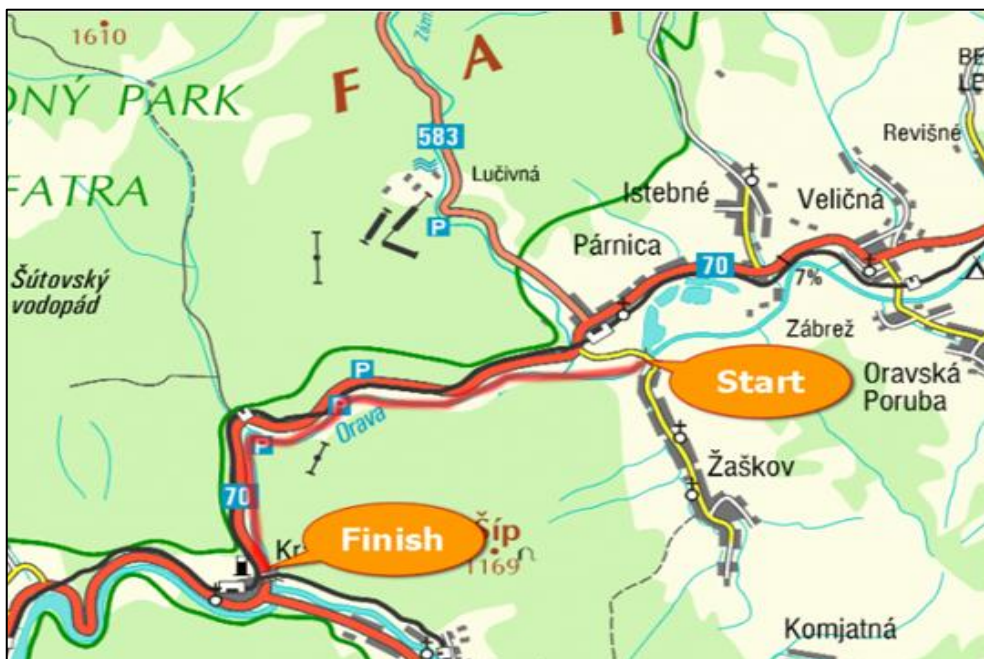
Rieka Orava ponúka nenáročný splav krásnou Oravskou prírodou, kde však každý účastník spozná, na čo je pádlo. Rafting s nízkou obtiažnosťou vody (I-I+) je spestrením predovšetkým pre rodiny s deťmi, pre ktoré to bude určite nezabudnuteľný zážitok.

Splavuje sa posledný úsek rieky Orava od Párnice po sútok s Váhom pri obci Kľačany. Tento úsek preteká peknou a príjemnou Kľačanskou dolinou. Štartovať sa môže v Párnici, alebo pri obci Zábrež.

Splav sa končí vo Váhu, hneď za sútokom buď po ľavej, alebo pravej strane. Ďalší splav je pomerne komplikovaný, keďže najbližšie možné výstupisko môže byť až na hrádzi prečerpávacej elektrárne (ak nie je breh strmý a veľmi bahnitý). Tok sa výrazne rozšíri a výška hladiny je veľmi kolísavá, podľa činnosti elektrárne. Je preto pravdepodobné, že by v letných mesiacoch rafteri mohli zostať v strede koryta na bahnitom dne. Výhodou oproti južným riekam v letnom období je obmedzené množstvo komárov.

Splav sa realizuje pre min. 3 a max. 36 osôb. K dispozícii sú 4 osemmiestne rafty. Dĺžka a čas splavu: Párnica (Oravská Poruba) – Kraľovany, 8 až 9 km, cca 1,5-2 hodiny (Rafting Orava, online, cit. 2015-01-15).

Obrázok 8: Trasa raftingu na rieke Orava



Zdroj: Rafting Orava, online, cit. 2015-01-15

Rafting na Hrone

Rieka Hron sa splavuje hlavne na úseku medzi obcami Nemecká a Šalková. Vzdialenosť, ktorú je možné prejsť na raftových člnoch, je približne 15 km. Rieka tečie cez peknú, lesnatú oblasť stredného Slovenska.

Štart sa nachádza neďaleko obce Nemecká, približne 25 kilometrov na východ od krajského mesta Banská Bystrica a asi 20 kilometrov na západ od Brezna.

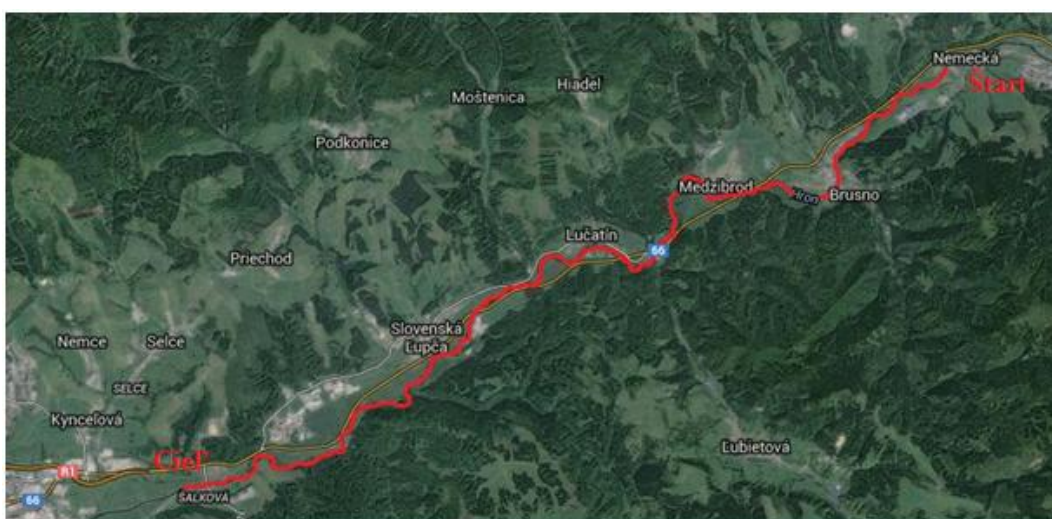
Splavovanie Hrona je v tomto úseku veľmi vhodné pre menej skúsených rafterov (obtiažnosť I-II), ktorí nepotrebujú pre radosť z jazdy priveľmi rýchlu a nebezpečnú rieku.

Plavba po tomto úseku rieky je dynamická a športová. Raftovanie na Hrone v tomto úseku má ďalšie výhody vo forme krčiem, reštaurácií a bufetov, ktoré sú prakticky v každej dedinke hneď blízko rieky. Nachádzajú sa tu taktiež kempy (Nemecká, Slovenská Lupča a Iliáš pod Bystricou) so sociálnym zázemím, ktoré uvíta

hlavne nežnejšia časť posádky. Toto všetko predurčuje splavovanie Hrona na výbornú letnú dovolenku pre rodiny s deťmi a romantické povahy, ktoré milujú kľud, ticho a táborenie vo voľnej prírode.

Rieka je celoročne splavná, dĺžka a čas splavu: Nemecká – Šalková, 15 km, cca 5 hodín (v prípade záujmu je možné rafting rozdeliť na dva dni), cena je 35 Eur/os. (Rafting na Hrone, online, cit. 2015-01-15).

Obrázok 9: Trasa raftingu na rieke Hron



Zdroj: www.googlemaps.com, autor práce, 2015

4.2 Vyhodnotenie dotazníkového šetrenia účastníkov raftingu

Spracovanie východísk ohľadom možnosti raftingového splavovania na Slovensku v predchádzajúcich častiach poslúžilo na formulovanie otázok v dotazníkovom šetrení.

Cieľom dotazníka bolo zmapovanie a kategorizovanie účastníkov raftingového splavovania na slovenských riekach. Vzorka dát bola získaná od dostupnej časti respondentov, z ktorých každý aspoň raz absolvoval raftingový splav rieky.

Dotazník obsahoval 10 uzatvorených otázok s možnosťou voľby a pri dvoch otázkach mali respondenti možnosť zaznačiť viacero odpovedí. Vyplňanie dotazníka prebehlo osobne anketovou formou a prostredníctvom formuláru na GoogleDocs.com v čase od 1.12. 2014 do 31.1. 2015.

Matematicko-štatistické spracovanie získaných údajov bolo uskutočnené pomocou Microsoft Excel a údaje boli následne spracované do grafickej podoby.

Dotazníkovým šetrením sme oslovili 134 respondentov, avšak traja respondenti nevyplnili všetky povinné otázky, preto bol ich dotazník vyradený z analýzy.

Kompletný zoznam otázok je uvedený v Prílohe A.

4.2.1 Demografické charakteristiky respondentov

Pohlavie

Prvá otázka bola zisťovacia, či sa raftingu zúčastňujú viac ženy alebo muži. Tabuľka 2 vyjadruje, že dotazník prevažne vyplňovali muži, ktorých bolo 79 (60 %), zatiaľ čo žien sa dotazníkového šetrenia zúčastnilo 52 (40%).

Tabuľka 2: Akého ste pohlavia?

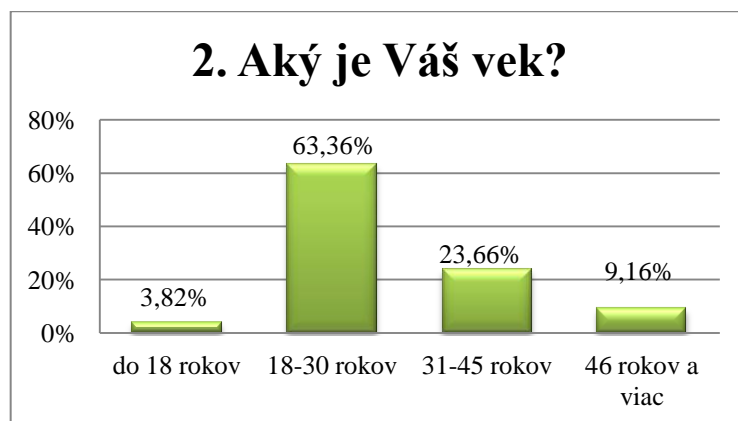
Pohlavie	Počet	%
Muž	79	60
Žena	52	40

Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Vek

Druhou otázkou bol zisťovaný vek účastníkov. Zo 131 respondentov je 83 (63,36%) vo veku 18-30 rokov. Piaty opýtaní sú vo veku pod 18 rokov (3,82%), 31 respondentov (23,66%) uviedlo v dotazníku vek 31-45 rokov. Len 12 (9,16%) účastníkov raftingu je vo veku nad 46 rokov. Grafické znázornenie je zobrazené v grafe 1.

Graf 1: Veková štruktúra účastníkov

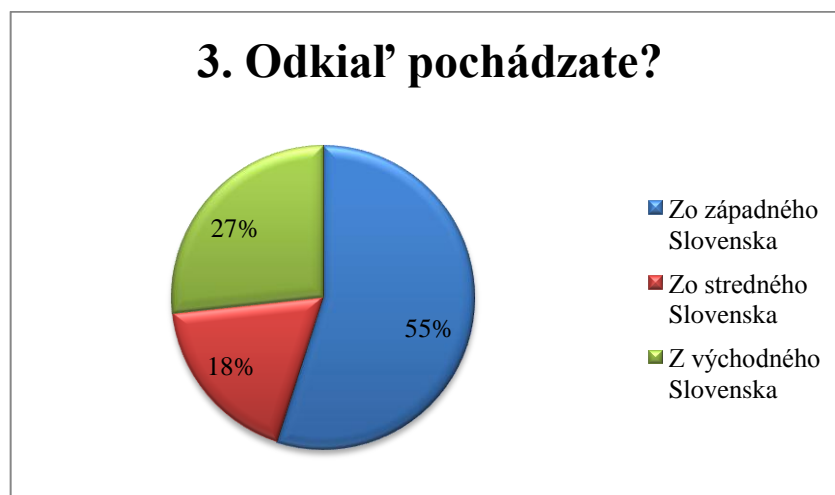


Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Miesto bydliska

Z grafu 2 vyplýva, že najväčšiu skupinu opýtaných tvorili respondenti zo západného Slovenska, a to 72 (55%). Vplyv na tento ukazovateľ má v istej miere aj to, že dotazník vyplňal široký okruh respondentov z môjho okolia, ktorí sa raftingu zúčastňujú. 35 (27%) opýtaných pochádza z východného Slovenska a 24 (18%) zo stredného Slovenska.

Graf 2: Štruktúra oblasti, z ktorej účastník pochádza



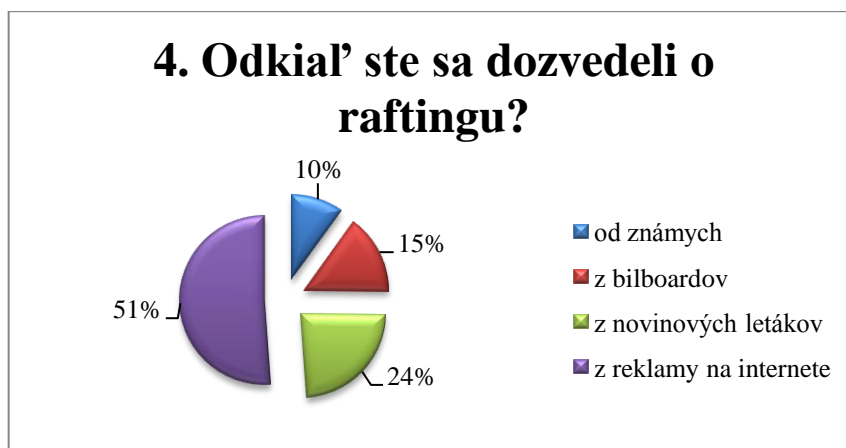
Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

4.2.2 Názory a správanie sa respondentov

Získanie informácií

Nasledujúcou otázkou (graf 3) sa zisťovalo, odkiaľ sa účastníci o raftingu dozvedeli. Vyše polovica (51%) respondentov sa o raftingu dozvedela z internetu, 31 (24%) respondentov zaujala reklama v novinových periodikách, billboardy umiestnené pri hlavných cestných ťahoch zaujali 20 (15%) odpovedajúcich a 13 respondenti (10%) sa o raftingu dozvedeli od známych a priateľov.

Graf 3: Referencie o aktivite

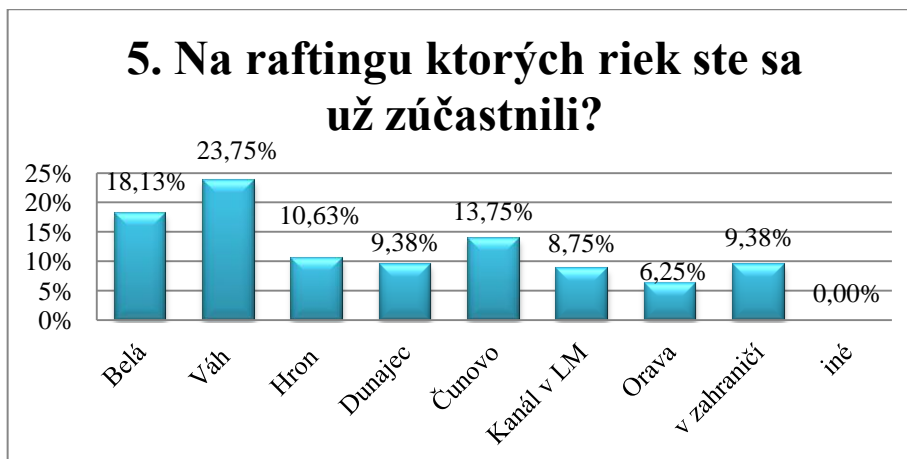


Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Splavovanie riek

Piatou otázkou (graf 4) bolo zisťované, ktoré rieky účastníci už splavili. Pri odpovedaní tejto otázky mohli účastníci zaznačiť viacero odpovedí. 38 (23,75%) respondentov najčastejšie zaznačilo možnosť Váh. Táto skutočnosť môže vyplývať aj z toho, že rieka Váh je najdlhšou riekou na Slovensku a aj rafting možno vykonávať z viacerých miest. 29 (18,13%) respondentov uviedlo rieku Belá, ktorá sa radí k riekam s vyššou obtiažnosťou. Rafting v areáli divokej vody Čunovo uviedlo 22 (13,75%) opýtaných. Ostatné slovenské rieky sa v grafe líšia medzi sebou miernou výchyľkou v rozpätí 1-2 respondentov, 15 (9,38%) respondentov sa už niekedy zúčastnilo raftingu v zahraničí. Možnosť iné zaznačili dvaja respondenti, avšak potrebný názov rieky nedopísali, preto tieto odpovede neboli považované za plnohodnotné a vzaté do úvahy.

Graf 4: Preferencia splavovaných riek

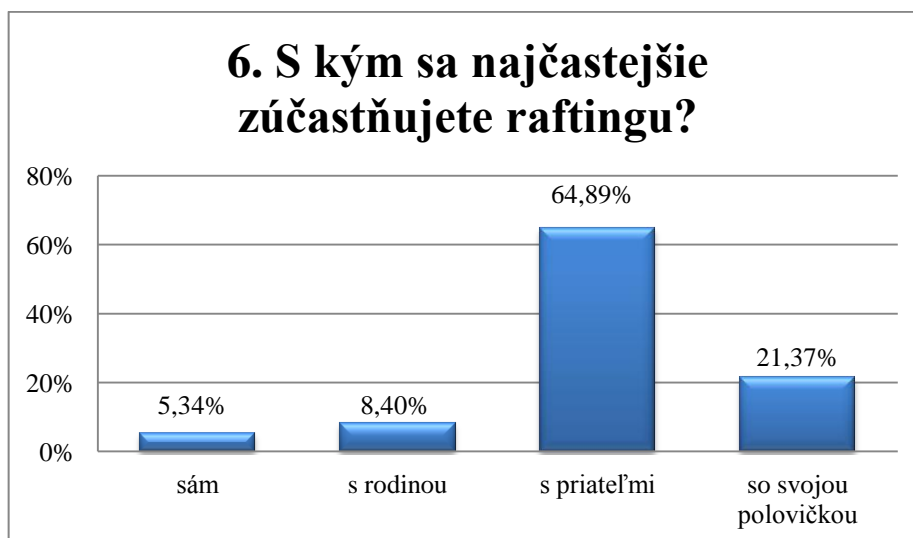


Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Účasť na raftingu (jednotlivo, s priateľmi/partnermi)

Otázka č. 6 (graf 5) bola zameraná na zisťovanie s kým sa respondenti zúčastňujú raftingu najčastejšie. Skoro 65% opýtaných, (čo predstavuje 85 účastníkov) odpovedalo, že navštevuje stredisko s priateľmi, necelých 22% so svojím partnerom (28 účastníkov), takmer 9% respondentov (čo predstavuje 11 účastníkov) odpovedalo, že sa raftingu zúčastňujú s rodinou a necelých 6% respondentov (čo predstavuje 7 účastníkov) navštevuje raftingové rieky sami.

Graf 5: Štruktúra respondentov podľa toho, s kým sa najčastejšie zúčastňujú raftingu

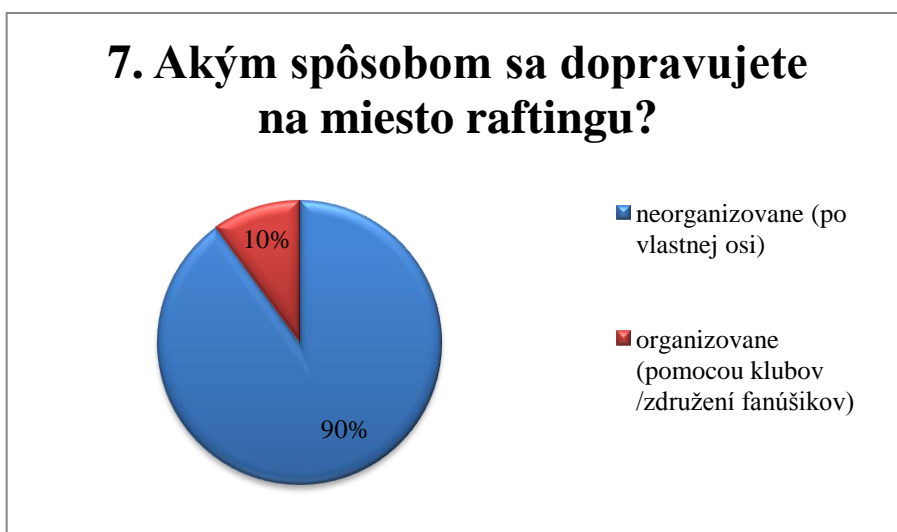


Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Spôsob dopravy na miesta raftingu

Nasledujúcou otázkou (graf 6) bol zisťovaný spôsob dopravy na miesto raftingu. 118 (90%) respondentov má zabezpečenú vlastnú dopravu, zvyšných 13 (10%) respondentov využíva na dopravenie sa do cieľového miesta organizovaný spôsob dopravy cez raftingové kluby alebo združenia.

Graf 6: Spôsob dopravenia na miesto raftingu

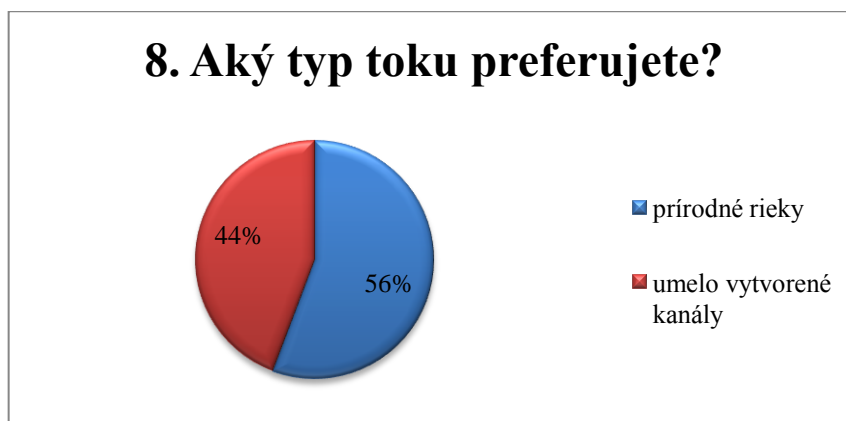


Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Preferencie prírodných alebo umelých tokov

Graf 7 zachytáva preferenciu splavovaného toku. Pre 73 (56%) opýtaných sú najviac atraktívne prírodné rieky. Umelo vytvorené kanály preferuje 58 (44%) opýtaných.

Graf 7: Typ preferovaného toku



Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

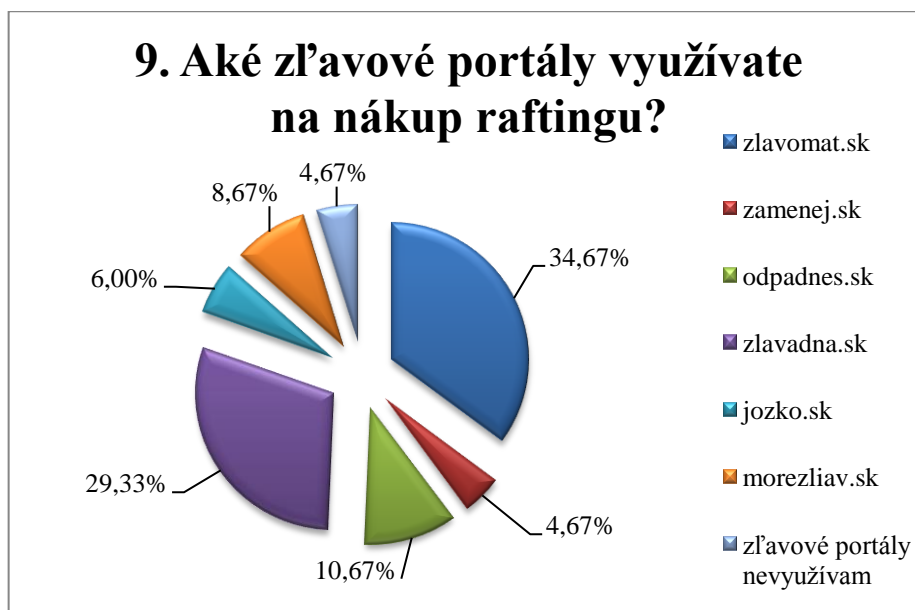
Nákup produktu raftingu

Nákup aktivity cez internet, za predpokladu, že záujemci nakupujú zľavové kupóny cez zľavové portály zachytáva graf 8. Zľavové portály sú v súčasnosti veľmi obľúbeným a dostupným spôsobom ako nakúpiť určité aktivity alebo služby za výhodnejšie ceny než priamo na mieste u poskytovateľa.

V tejto otázke mali respondenti možnosť zaznačiť viaceré odpovede. Po spracovaní dotazníkov možno konštatovať, že významný podiel na nákupe prostredníctvom zľavových portálov majú zlavomat.sk a zlavadna.sk. Cez zlavomat.sk nakupuje 52 opýtaných, čo predstavuje takmer 35%. Druhým najvyužívanejším portálom je zlavadna.sk, využíva ho 44 (29,33%) účastníkov, ostatné portály pravdepodobne nie sú až tak obľúbené a využívané, takmer 30 opýtaných nakupuje cez portály odpadnes.sk (16 respondentov, 10,67%) a morezliav.sk (13 respondentov, 8,67%). Portály jozko.sk (9 respondentov, 6%) a zamenej.sk (7 respondentov, 4,67%) sú v rámci využívania nákupu raftingu na konci rebríčka využívaných zľavových portálov.

Zaujímavým faktom je, že štyria opýtaní do 18 rokov a traja respondenti nad 46 rokov (4,67%) zľavové portály nevyužívajú.

Graf 8: Využitie zľavových portálov

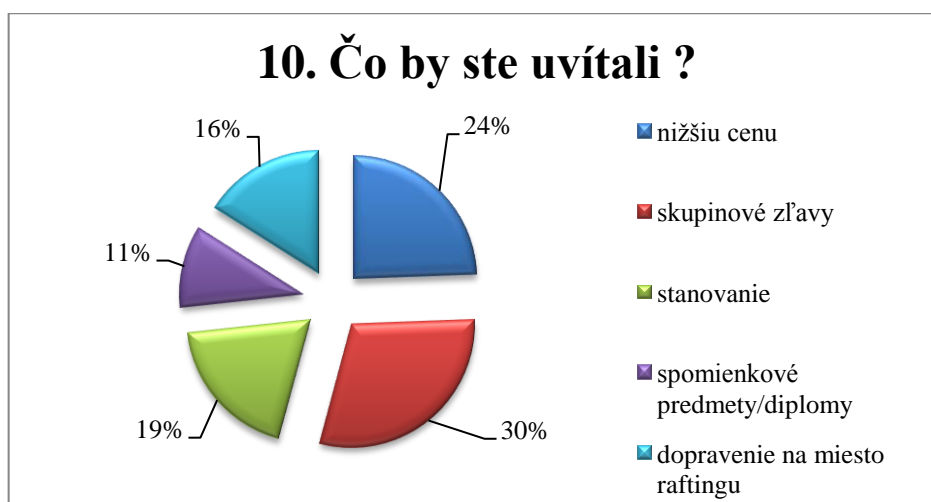


Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Názory na nedostatky produktu

Desiata otázka bola zameraná na zisťovanie toho, čo účastníkom na raftingu chýba a čo by uvítali. Takmer 30% opýtaných, čo predstavuje 39 respondentov, by uvítalo na raftingu skupinové zľavy a 32 (24%) respondentov nižšiu cenu. Stanovať počas raftingu by chcelo 25 (19%) respondentov, 21 (16%) opýtaných by ocenilo, keby bola zabezpečená doprava na miesto raftingu a 14 (11%) opýtaných by si z raftingu chcelo odnieť spomienkové predmety a diplom z účasti. Grafické znázornenie je v grafe 9.

Graf 9: Štruktúra účastníkov podľa toho, čo by na raftingu uvítali



Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Zhrnutie

Zo získanej vzorky dát a na základe vykonanej analýzy možno konštatovať, že raftingového splavovania sa zúčastňujú prevažne muži zo západného Slovenska vo veku 18-30 rokov. Najčastejšie sa respondenti o aktivite dozvedeli prostredníctvom reklamy na internete, na nákup aktivity využívajú zľavové portály. Medzi najobľúbenejšie splavované rieky patria rieky Váh a rieka Belá, slovenskí účastníci najčastejšie raftujú s priateľmi a na miesto raftingu sa dopravujú sami. Oslovení respondenti by uvítali nižšie ceny a skupinové zľavy.

4.3 Vyhodnotenie dotazníkového šetrenia poskytovateľov raftingu

Raftingové splavovanie je na Slovensku poskytované raftingovými klubmi. Na Slovensku celkovo figuruje 30 klubov poskytujúcich splavovanie riek. Najväčší počet poskytovateľov raftingu je na západnom Slovensku (Tabuľka 3) – Bratislava (18 poskytovateľov), Levice (1 poskytovateľ), Trenčín (1 poskytovateľ), Šaľa (1 poskytovateľ), Trenčín (1 poskytovateľ), Nové Zámky (1 poskytovateľ) a Slovenský Grob. Na strednom Slovensku je rafting poskytovaný vo Zvolene (2 poskytovatelia), v Žiari nad Hronom, Liptovskom Mikuláši a v Žiline. Na východnom Slovensku figuruje len jeden poskytovateľ v Košiciach.

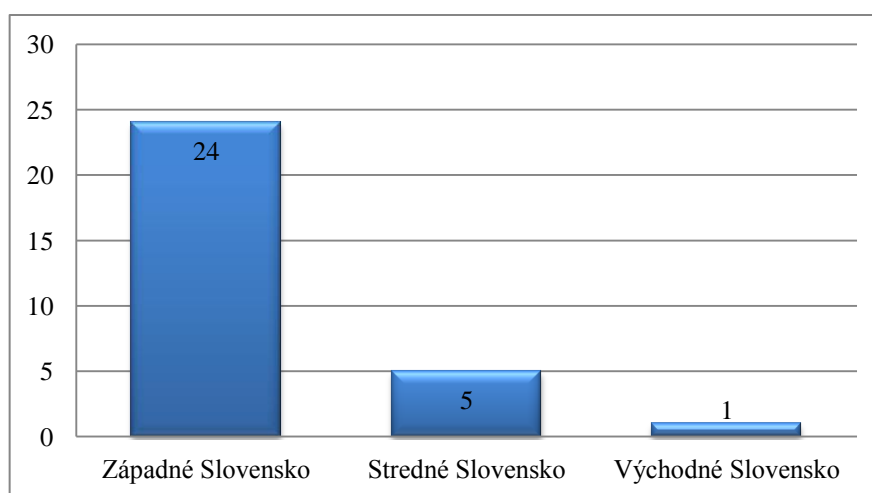
Dotazník obsahoval celkovo 11 otázok, pri 4 otázkach mali respondenti možnosť zaznačiť viaceré odpovede. Dotazníkové šetrenie prebehlo prostredníctvom anketových rozhovorov, e-mailov a vyplňania dotazníkových formulárov cez Googledocs.com.

Matematicko-štatistické spracovanie získaných údajov bolo uskutočnené pomocou Microsoft Excel a údaje boli následne spracované do grafickej podoby.

Z celkového počtu oslovených klubov sa do dotazníkového šetrenia zapojilo a na otázky odpovedalo 28 poskytovateľov. Dotazníkové šetrenie prebehlo v dobe 26.12.2014-10.2.2015.

Kompletný zoznam otázok v dotazníku sa nachádza v Prílohe B.

Tabuľka 3: Početnosť poskytovateľov raftingu na Slovensku



Zdroj: autor práce, 2015

Doba poskytovania raftingových služieb

Úlohou prvej otázky (graf 10) bolo zistiť ako dlho už raftingové kluby rafting poskytujú. Z dotazníkov vyplynulo, že táto adrenalínová aktivita je na Slovensku ešte stále relatívne nová, jedenásť (39%) poskytovateľov rafting poskytuje 2-3 roky, 15 (53%) poskytovateľov 4-6 rokov. Iba jeden (4%) poskytovateľ túto aktivitu poskytuje už dlhšie ako 6 rokov a jeden (4%) raftingový klub zaradil rafting do svojej ponuky len pred rokom.

Graf 10: Štruktúra poskytovateľov podľa časového obdobia poskytovania raftingu



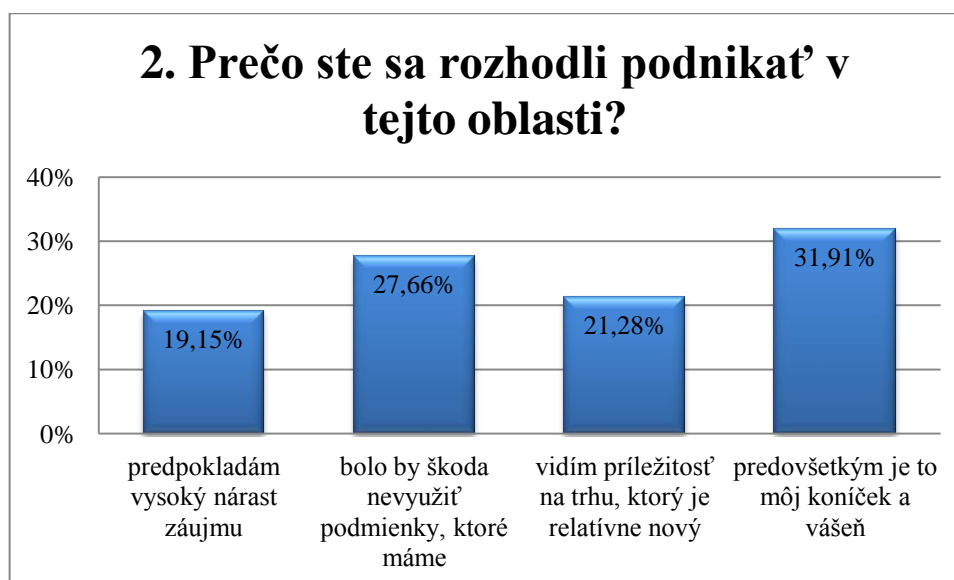
Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Dôvody rozhodnutia podnikat' v oblasti raftingu

Otázkou č. 2 bolo zisťované, čo viedlo poskytovateľov k tomu, že sa rozhodli podnikat' v tejto oblasti. Respondenti mali možnosť zaznačiť viaceré odpovede. 9 (19,15%) opýtaných predpokladá, že záujem o túto aktivitu bude narastať, pre 15 (31,91%) opýtaných je práca zároveň koníčkom, 10 (21,28%) poskytovateľov predpokladá, že trh je nový a vidia možnosť na ňom preraziť. 13 (27,66%) poskytovateľov sa domnieva, že Slovensko disponuje dobrými podmienkami na rafting a bolo by škoda ich nevyužiť. Grafické znázornenie je zobrazené v grafe 11.

Analýzou sa potvrdila hypotéza H2: „Predpokladáme možnosť významného nárastu trhu v tomto segmente.“

Graf 11: Štruktúra poskytovateľov podľa motivácie podnikania v oblasti



Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Počet klientov za 1 rok

Úlohou tretej otázky bolo zistiť počet osôb, zúčastnených na raftingu za obdobie jedného roka. 2 (7%) poskytovatelia uviedli, že ich ročný počet prepravených osôb je vyšší ako 200 a 7 (25%) poskytovateľov prepraví do 200 osôb ročne. Polovica (50%) klubov uviedla, že ich ročný počet prepravených je do 100 osôb. Do 50 osôb prepraví 5 (18%) klubov. Je možné, že pod tento nízky počet sa podpísal práve fakt, že nie všetky rieky sú splavné celoročne a preto kluby fungujú len istú časť roka. Grafické znázornenie je zobrazené v grafe 12.

Analýzou otázok č. 1., 2. a 3. sa potvrdila hypotéza H1, ktorá znie: „*Rekreačný rafting je na Slovensku relatívne novou, ale atraktívnou a žiadanou aktivitou.*“

Graf 12: Štruktúra klubov podľa počtu raftingových splavov

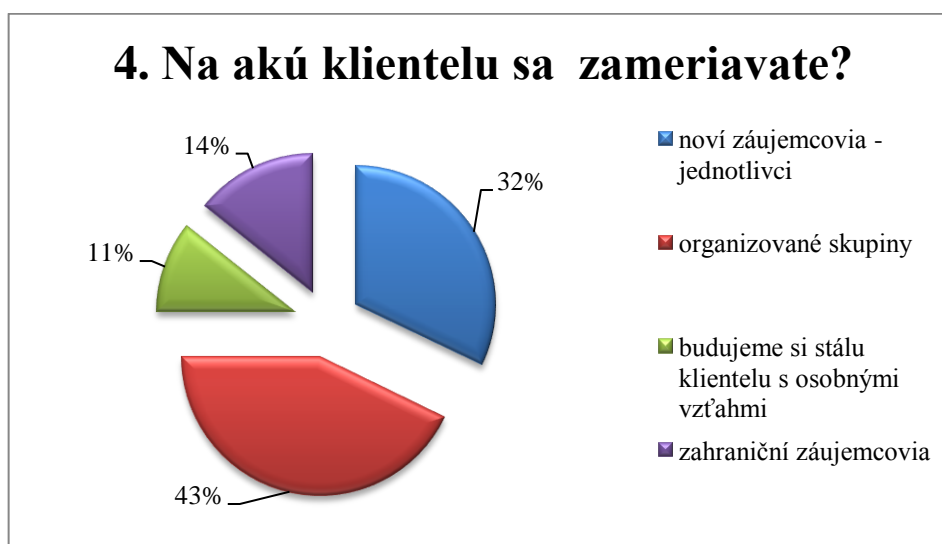


Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Skupiny klientov

Graf 13 znázorňuje klientelu, na ktorú sa poskytovatelia zameriavajú. Cieľovou skupinou sú pre 12 (43%) poskytovateľov väčšie zoskupenia účastníkov a pre 9 (32%) poskytovateľov jednotlivci. Na zahraničnú klientelu sa orientujú len 4 (14%) poskytovatelia a o stálu klientelu sa usilujú iba 3 (11%) raftingové kluby.

Graf 13: Typ klientely

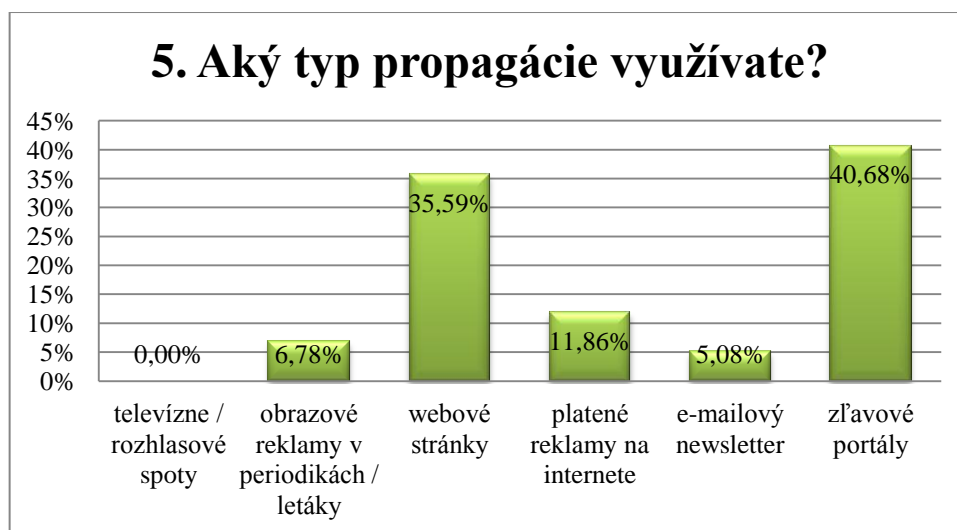


Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Spôsob propagácie

Nasledujúcou otázkou č. 5 bol zisťovaný spôsob propagácie poskytovateľov raftingových splavov. Respondenti mali možnosť zaznačiť viaceré odpovede. Z grafu 14 vyplýva, že väčšina poskytovateľov dáva prednosť reklame na internete prostredníctvom zľavových portálov a vlastným webovým stránkam pred reklamou v televízii a periodikách. Z 28 odpovedajúcich disponuje 21 (35,59%) klubov vlastnou webovou stránkou, 24 (40,68%) propaguje svoje aktivity na zľavových portáloch, 3 (5,08%) poskytovatelia zasielajú e-mailové newslettery a 7 (11,86%) využíva možnosť platených reklám na internete. Zaujímavým zistením je, že reklamu v rozhlasoch či v televízii nikto nevyužíva.

Graf 14: Spôsob propagácie raftingových klubov



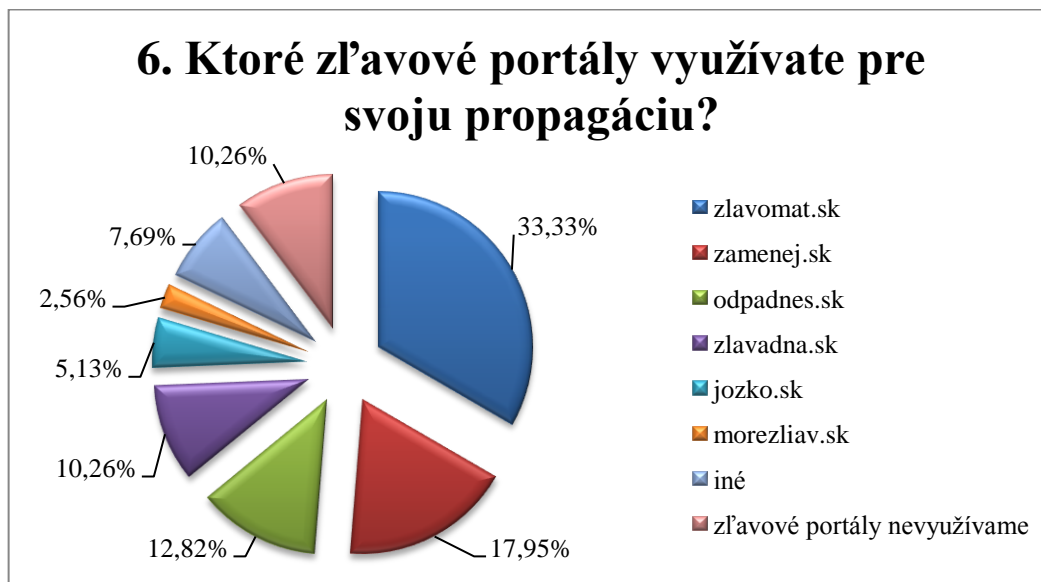
Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Využitie rôznych zľavových portálov

Graf 15 zachytáva zľavové portály, ktoré poskytovatelia využívajú na propagáciu svojich služieb. Najpreferovanejším zľavovým portálom je zlavomat.sk, využíva ho 13 (33,33%) poskytovateľov, ďalšími často využívanými portálmi sú zamenej.sk (7 poskytovateľov, 17,95%), zlavadna.sk (4 poskytovatelia, 10,26%) a odpadnes.sk (5 poskytovateľov, 12,82%). Zľavové portály jozko.sk (2 poskytovatelia, 5,13%) a morezliav.sk (1 poskytovateľ, 2,56%) sú využívané v menšej miere. V možnosti iné figurujú zľavové portály zlavujem.sk, zlavovar.sk a zlavy.sme.sk.

Zaujímavým zistením je, že 4 poskytovatelia (10,26%) pre svoju propagáciu aktivít zľavové portály nevyužívajú.

Graf 15: Využitie zľavových portálov poskytovateľmi

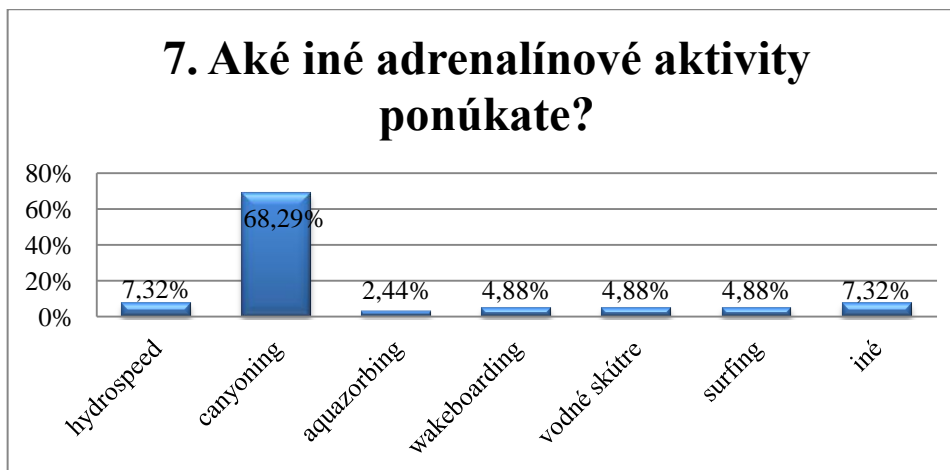


Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Ponuka iných adrenalínových aktivít

Otázkou č.7 (graf 16) bolo zisťované aké iné adrenalínové aktivity poskytovatelia ponúkajú, respondenti mali možnosť označiť viaceré možnosti. Všetkých 28 poskytovateľov (68,29%) poskytuje popri raftingu aj canyoning. Ďalšie aktivity sú ponúkané nasledovne: hydrospeed (3 poskytovatelia, 7,32%), surfing (2 poskytovatelia, 4,88%), vodné skútre (2 poskytovatelia, 4,88%), wakeboarding (2 poskytovatelia, 4,88%) a aquazorbing (1 poskytovateľ, 2,44%). Traja poskytovatelia (7,32%) v možnosti iné uviedli okrem spomenutých aktivít paintball, štvorkolky, a paragliding.

Graf 16: Ponuka iných adrenalínových aktivít

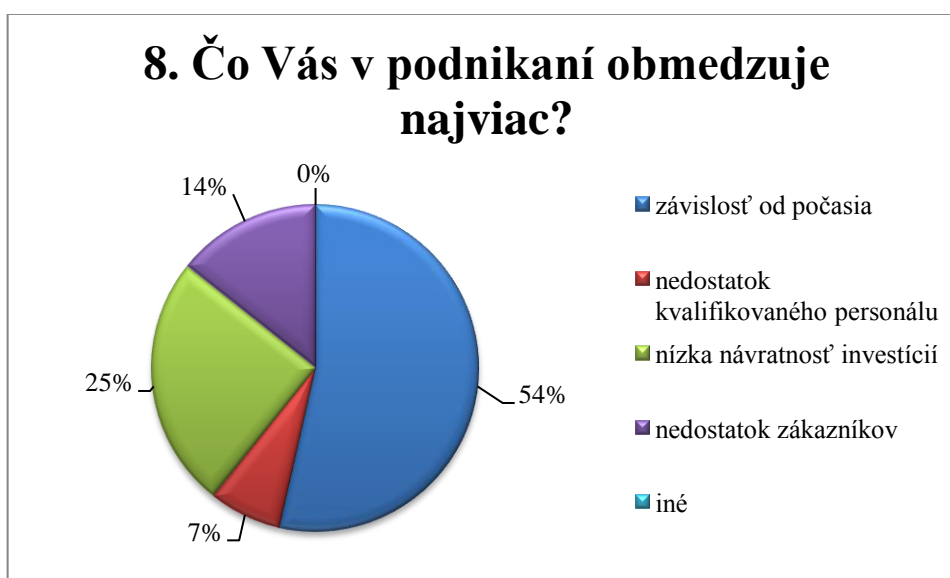


Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Obmedzenia podnikania

Graf 17 znázorňuje čo podnikateľov v oblasti raftingu obmedzuje. Nadpolovičný počet poskytovateľov (54%) v dotazníku uviedlo, že je obmedzovaných počasím, 7 (25%) respondentov vidí problém v nízkej návratnosti investícií, nedostatok zákazníkov uviedli štyria poskytovatelia (14%). Zaujímavým zistením je, že nedostatok kvalifikovaného personálu uviedli iba dva raftingové kluby (7%). Možnosť iné žiaden z poskytovateľov nevyplnil.

Graf 17: Štruktúra poskytovateľov podľa toho, čo ich v podnikaní obmedzuje



Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Ponuka stravovacích služieb

Nasledujúci graf 18 zachytáva zabezpečenie stravovania účastníkom poskytovateľmi. Zaujímavým zistením, je že iba 2 kluby (7%) zabezpečujú stravovanie pre svojich účastníkov a 3 kluby (11%) vedia stravovanie zabezpečiť prostredníctvom cateringu. 23 (83%) raftingových klubov uviedlo, že stravu si účastníci musia zabezpečiť sami.

Graf 18: Zabezpečenie stravovania účastníkom poskytovateľmi



Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Ponuka doplnkových služieb

Desiatou otázkou boli u poskytovateľov zisťované doplnkové služby o ktoré majú účastníci záujem. Cez 32% opýtaných, čo predstavuje 9 poskytovateľov uviedlo, že majú účastníci záujem o pripoistenie počas raftingu. Šesť poskytovateľov (21,43%) sa už stretlo s otázkou ohľadom možnosti ubytovania, päť (17,86%) ohľadom stravovania, u troch poskytovateľov (10,71%) mali účastníci záujem o služby turistických sprievodcov a suveníry. V možnosti iné sa objavili služby ako chytanie rýb, fotografické a filmovacie služby a teambuildingové aktivity. Grafické znázornenie zachytáva graf 19.

Analýzou sa potvrdila hypotéza H3, ktorá znie: „Predpokladáme existenciu mnohých objektívnych a subjektívnych faktorov, ktoré bránia lepšiemu využitiu súčasného potenciálu, zvýšeniu objemu aj kvality poskytovaných služieb. Pokúsime sa identifikovať aspoň niektoré z nich.“

Graf 19: Doplnkové služby



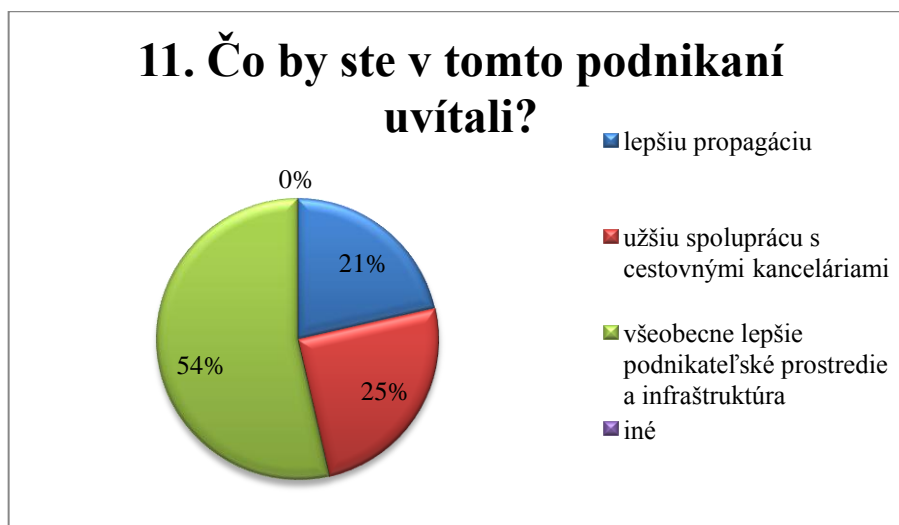
Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Možnosti zlepšenia podnikania v oblasti raftingu

Graf 20 znázorňuje, čo by raftingové kluby uvítali v podnikaní. Až 15 (54%) podnikateľov označilo možnosť zlepšenia podnikateľského prostredia, 7 (25%) poskytovateľov by uvítalo užšiu spoluprácu s cestovnými kancelárkami a 6 (21%) lepšiu propagáciu. Možnosť iné neoznačil žiaden respondent.

Analýzou sa potvrdila hypotéza H3, ktorá znie: „*Predpokladáme existenciu mnohých objektívnych a subjektívnych faktorov, ktoré bránia lepšiemu využitiu súčasného potenciálu, zvýšeniu objemu aj kvality poskytovaných služieb. Pokúsime sa identifikovať aspoň niektoré z nich.*“

Graf 20: Štruktúra poskytovateľov podľa toho, čo by v podnikaní uvítali



Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Zhrnutie

Na základe zistení z dotazníkov poskytnutých poskytovateľmi raftingových služieb možno konštatovať, že rafting má na Slovensku zatiaľ len pomerne krátku tradíciu. Väčšina poskytovateľov nepôsobí na trhu viac ako 6 rokov, napriek tomu ich ročná vyťaženosť hovorí o dobrom uchytení sa na trhu. Väčšina poskytovateľov má pozitívne vyhliadky do budúcnosti a očakáva zvýšený záujem o svoje služby. Cieľová skupina poskytovateľov sú prevažne noví záujemcovia a organizované skupiny rafterov. Svojich zákazníkov oslovujú najmä svojimi webovými stránkami a akciami na zľavových portáloch, z ktorých dominujú zlavomat.sk a zamenej.sk a na ktorých je možné nájsť viac ako polovicu ponúk raftingu.

Poskytovatelia raftingového splavovania vidia najväčšie nedostatky predovšetkým v zvyšujúcich sa nákladoch a v neustále meniacej sa legislatíve bez toho, aby dochádzalo k adekvátnemu zlepšeniu podmienok na podnikanie. Neustále zmeny zákonov týkajúcich sa podnikania spôsobujú podnikateľom problémy, keďže narúšajú dlhodobé plánovanie, vyžadujú viazanie časti kapacít podniku na nepretržité sledovanie legislatívneho prostredia a v neposlednom rade zvyšujú náklady súvisiace s prispôbovaním sa novým požiadavkám vyplývajúcim z novelizovaných zákonov. Ďalším problémom je nejednoznačnosť zákonov a z toho plynúca právna neistota.

Negatívne možno hodnotiť, že poskytovatelia na svoju propagáciu nevyužívajú možnosť televíznej či rozhlasovej reklamy a taktiež ponuka iných podobných adrenalínových aktivít je u poskytovateľov na nízkej úrovni.

5 NÁVRHOVÁ ČASŤ

Rekreačný rafting, zážitkový a adrenalínový turizmus, tak ako celá oblasť služieb v cestovnom ruchu veľmi citlivo reaguje na spoločenské prostredie. Významne na ňu vplýva celková úroveň podnikateľského prostredia, ktorú poskytovatelia vo všeobecnosti vnímajú značne kriticky. Na základe vykonanej analýzy sú v návrhovej časti uvedené návrhy na zlepšenie z hľadiska dopytu účastníkov a ponuky zo strany poskytovateľov.

5.1 Návrhy na lepšie uspokojenie dopytu

Z analýzy vyplynulo, že klienti majú záujem o komplexné služby, poskytovatelia sú však často orientovaní výlučne na samotný raftingový splav, napokon pre mnohých z nich je rafting koníčkom a osobnou záľubou. Toto zvyšuje na poskytovateľov nároky, ale predstavuje aj významnú príležitosť rozšíriť sortiment svojich služieb a pripraviť v úzkej spolupráci s inými subjektmi pre klientov naozaj unikátne zážitky. Tie môžu okrem nezabudnuteľných chvíľ na divokej vode predstavovať mozaiku zahŕňajúcu celé spektrum ďalších adrenalínových aktivít, ale aj najrozličnejších poznávacích, zábavných, gurmánskych, wellness alebo kultúrnych atrakcií. Samozrejmosťou by mala byť široká ponuka sprostredkovaných ubytovacích, stravovacích ako aj ďalších doplnkových služieb.

Klienti sa zaujímajú o možnosť cenovo výhodných akcií a zliav. Oproti jednoduchému dočasnému zníženiu ceny je obojstranne atraktívnejšou cestou poskytnutie premyslenej „extra“ služby navyše v cene základnej ponuky. Zľavový vernostný program môže byť zase efektívny pre budovanie stálej klientely, ktorá sa bude k danej lokalite opakovane vracieť.

Na zlepšenie informovanosti ohľadom zážitkového cestovného ruchu na Slovensku by bolo vhodné dobudovať a neustále aktualizovať informačné systémy a databázy v oblasti cestovného ruchu a možnostiach aktívneho trávenia voľného času.

Dopyt po žiadaných službách ohľadom zabezpečenia poistenia, ubytovania a stravovania by mali poskytovatelia riešiť obojstranne výhodnou úzkou spoluprácou s cestovnými kancelárkami, poisťovňami, hotelmi a reštauráciami.

5.2 Návrhy na zlepšenie ponuky

Poskytovatelia aktivít by mali byť proklientsky orientovaní, snažiť sa vytvoriť unikátnu službu, či produkt s vysokou kvalitou. Takto vytvorená ponuka je zaujímavejšia pre potencionálneho záujemcu alebo sprostredkovateľa (napr. cestovnú kanceláriu), hlavne v prípade, že sa jedná o jedinú atrakciu alebo poskytovateľa v regióne.

Nakoľko klientela je značne rôznorodá, stojí za úvahu špecializácia jednotlivých poskytovateľov, prípadne vytvoriť balíčky služieb ušité na mieru rôznym cieľovým skupinám. Vytváranie a predaj balíkov služieb je dobrou príležitosťou aj pre menšie podniky na vytvorenie siete s ostatnými poskytovateľmi produktových a turistických služieb. Balíky služieb môžu prispieť k tomu, že sa produkt stane pre turistov atraktívnejším a predaj dynamickejším i v mimosezónnom období. Ako príklad možno uviesť cieľovú skupinu vyznávačov extrémnych športov, ktorí ocenia fyzicky a športovo vysoko náročné akcie, dobrú logistiku a dopravu, možno s menším dôrazom na komfort. Iná môže byť orientácia na teambuildingové akcie pracovných tímov, kde sa vyžaduje skôr menej exponovaný, relaxačný charakter aktivity, ale vysoký stupeň komfortu a bezpečnosti, špičková inštrukcia a hladké prepojenie s ostatnými programovými aktivitami.

Analýzou sme zistili, že aktuálny marketing a celková propagácia produktov zážitkového cestovného ruchu na Slovensku nie sú dostatočné. Pre ďalší rozvoj je teda nevyhnutné, aby poskytovatelia zážitkových aktivít dokázali svoje služby efektívne spropagovať.

V súčasnej dobe je televízia najvplyvnejším komunikačným médiom pôsobenia na spotrebiteľa, ktorá je vhodná na oslovenie čo najširšej skupiny obyvateľstva. Televízna reklama síce patrí k drahším, ale profesionálny reklamný tvorca dokáže aj v krátkom spote vzbudiť záujem a môže ľudí inšpirovať k účasti na danej aktivite.

Dobrou alternatívou reklamy sú aj články v rôznych cestovateľských časopisoch, kde by boli popísané recenzie a zážitky ľudí, ktorí si daný zážitok vyskúšali osobne na vlastnej koži.

Bilboardy bývajú síce umiestnené na strategických miestach, tam ale reklama nekončí. Pútače a ukazovatele smeru a cesty je potrebné vhodne umiestniť, z dôvodu

menej kvalitnej infraštruktúry v regiónoch. S tým sa spájajú nové možnosti služieb, ako napr. dopravné služby, transfer klientov z hotelov, autobusových a vlakových staníc.

Vzhľadom na súčasné podnikateľské podmienky by bolo vhodné uskutočniť také zmeny v legislatíve (s prihliadnutím na Európske trendy), ktoré budú motivovať a nabádať celoplošne k rozvoju zážitkového cestovného ruchu všetky zúčastnené subjekty. Možnosťou je využívať finančnú pomoc zo štrukturálnych fondov v rámci Regionálnej politiky Európskej únie na účely rozvoja slovenských regiónov prostredníctvom budovania programov a aktivít zážitkového cestovného ruchu so zreteľom na celoročné využitie.

S cieľom podporiť propagáciu Slovenska ako krajiny s rozsiahlym potenciálom pre zážitkový cestovný ruch by bolo vhodné udržiavať a prehĺbovať tradície a zvyklosti na Slovensku, posilňovať kultúrnu identitu cez rôzne kultúrne podujatia, festivaly ponúkajúce zážitkovú gastronómiu, vínne cesty, tradičné remeslá, a pod. a tým prilákať aj zahraničných návštevníkov. Je potrebné zvýšiť propagáciu cez aktivity, ako vysielanie relácií v rádiu a TV spotov o Slovensku, uverejňovaním článkov v tlači, účasťou na medzinárodných veľtrhoch cestovného ruchu, prezentáciách a ponukových akciách prilákať investorov a sponzorov na budovanie zariadení vyššieho štandardu poskytujúce inovatívne služby v zážitkovom cestovnom ruchu.

ZÁVER

Pod pojmom zážitkový cestovný ruch sa skrýva veľké množstvo aktivít, ktoré sú veľmi rozmanité a v niektorých prípadoch sa do určitej miery prelínajú. Presne definovať ucelené programy zážitkového cestovného ruchu je preto obtiažne. Napríklad program, ktorého zameraním je ľudová kuchyňa je súčasťou vidieckej kultúry, ale súčasne predstavuje zaujímavý gastronomický zážitok. Podobne je to pri niektorých programoch dobrodružného turizmu, ktoré sú späté s vidieckym prostredím, napríklad jazdeckvo na koni, poľovnícky turizmus, rybolov a podobne. Programy interaktívnych expozícií sú súčasťou niektorých ostatných foriem zážitkového cestovného ruchu v rámci snahy o interaktívne zapojenie návštevníka.

Zážitkový cestovný ruch ponúka činnosti od fyzicky nenáročných až po extrémne náročné, od činností pokojného odpočinku po vysoko adrenalinové a navyše s rôznymi prvkami zamerania. Rozmanitosť ponuky týchto programov však poskytuje veľkú mieru uspokojenia diferencovaných potrieb a prání zákazníkov. Súčasne rozdielna fyzická náročnosť programov zážitkového cestovného ruchu nedefinuje konkrétne klientelu, ktorej by mali byť určené ale sú smerované veľkému spektru záujemcov, od mladých až po seniorov. Táto charakteristika stavia programy zážitkového cestovného ruchu do významnej pozície z hľadiska potencionálneho rozvoja cestovného ruchu vo všeobecnosti. To, čo majú tieto programy spoločné je, že musia záujemcovi prinášať úžitok v podobe nezabudnuteľného zážitku spojeného s novým poznaním, skúsenosťami a pasívnym či aktívnym odpočinkom.

Ponuka aktivít zážitkového cestovného ruchu v Slovenskej republike je pomerne široká a pestrá a tvorí veľký potenciál pre rozvoj cestovného ruchu v nasledujúcom období. Progresívny dopyt po týchto produktoch je daný zmenou života obyvateľov, ktorí hľadajú zaujímavé príjemné zážitky, chcú sa dozvedieť zaujímavosti, neustále poznávať a získavať nové skúsenosti. Slovenská republika by mala túto významnú pozitívnu zmenu brať ako motiváciu a výzvu k rozvoju svojho územia prostredníctvom tvorby žiadaných zážitkových programov cestovného ruchu. Súvisí s tým aj vstup Slovenskej republiky do Európskej únie, ktorý môže znamenať perspektívny vývoj pre rozvoj týchto produktov.

Rozvoj zážitkového cestovného ruchu však vyžaduje tiež zmenu postoja obyvateľov, doplnenie znalostí v tejto oblasti podnikania a schopnosť orientovať sa v trhových podmienkach. Vidina veľkého zárobku vo väčšine prípadov prevláda nad kvalitou poskytovaných služieb. Dosiahnutá životná úroveň, dostatok finančných prostriedkov ale aj charakter miestnych obyvateľov sú dôležité pre celkový rozvoj zážitkového cestovného ruchu v krajine.

Cieľom diplomovej práce bolo na základe analýzy súčasnej ponuky zážitkového cestovného ruchu na Slovensku navrhnúť nové možnosti rozvoja tohto druhu cestovného ruchu so zameraním sa na rekreačný rafting, tento cieľ práce sme splnili.

Formulovali sme tri pracovné hypotézy.

V prvej hypotéze H1 sme predpokladali, že rekreačný rafting na Slovensku je novou, ale atraktívnou a žiadanou aktivitou. Skúmaním sme túto hypotézu potvrdili. Naozaj možno hovoriť o „boome“, väčšina poskytovateľov ponúka svoje služby 2-6 rokov. Vysoký počet poskytovateľov, obzvlášť na západnom Slovensku bol pre autorku práce prekvapením. Zo strany klientov ide jednoznačne o mladšiu a strednú generáciu, vyznávajúcu dynamický životný štýl, hľadajúcu dobrodružstvo a vysoko aktívne formy trávenia voľného času. Preto nie je prekvapením, že v oblasti marketingu sú kľúčovými moderné informačné kanály – web stránky, internetová reklama, zľavové portály.

V hypotéze H2 sme predpokladali významný potenciál rastu tohto trhového segmentu. Skúmaním bola táto hypotéza potvrdená. Jednoznačným dôkazom by bol trend v úhrnnom medziročnom raste objemu tržieb, takéto údaje však autorka práce nemala k dispozícii. Napriek tomu je zrejماً dynamika nárastu počtu poskytovateľov a zaznamenali sme výraznú regionálnu nenasýtenosť trhu – nízky počet záujemcov aj poskytovateľov predovšetkým na východnom, ale aj strednom Slovensku. Ide pritom o turisticky mimoriadne atraktívne lokality. Hendikepom môže byť väčšia vzdialenosť, horšia infraštruktúra a dostupnosť ostatných služieb ako aj výrazne nižšia kúpyschopnosť obyvateľstva týchto regiónov.

V hypotéze H3 sme predpokladali existenciu viacerých obmedzujúcich faktorov a prekážok a stanovili sme si za cieľ aspoň niektoré z nich identifikovať. Táto hypotéza bola skúmaním taktiež potvrdená.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

Zoznam použitých slovenských zdrojov:

FERNER, F. K., 1993. *Marketing cestovného ruchu (Základy úspešného spracovania a získania zákazníkov)*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1993. 154 s. ISBN 80-08-01978-6.

FRIANOVÁ, V., SPODNIAKOVÁ, V., 2002. *Ekonomika a manažment cestovného ruchu (Vybrané kapitoly)*. Liptovský Mikuláš: Vojenská akadémia v Liptovskom Mikuláši, 2002. 1.vyd. ISBN 80-8040191-8.

GÚČIK, M., 2001. *Cestovný ruch*. Bratislava: Media Trade, 2001. 105 s. 80-08-03071-2.

GÚČIK, M., 2012. *Manažment cieľového miesta*. Banská Bystrica: Dali-BB, 2012. 219 s. ISBN 978-80-81410-25-3.

GÚČIK, M., et. al. 2004. *Krátky slovník cestovného ruchu a hotelierstva*. Banská Bystrica: Trian, spol. s.r.o., 2004. 174 s. ISBN 80-88945-73-9.

JESENSKÝ, M., 2014. *Tajomné miesta Slovenska*. Matica slovenská, 2014. ISBN 9788081151941.

KOLEKTÍV, 2006. *Acta oeconomica Cestovný ruch ako interdisciplinárny jav a jeho výskum*. Banská Bystrica:UMB, EF v Banskej Bystrici, 2006. 202 s. 80-8083-211-0.

MARIOT, P., 2000. *Geografia cestovného ruchu..* 1. vyd. Bratislava: Orbis Pictus Istropolitana, 2000. 104 s. ISBN 80-7158-169-0.

ORIEŠKA, J., 2011. *Služby v cestovnom ruchu*. 2011. 1. časť. Knižnica cestovného ruchu 18. ISBN 978-80-89090-93-8.

PAPCUNOVÁ, V., JARÁBKOVÁ, J., BALÁŽOVÁ, E., 2007. *Cestovný ruch a samospráva*. Nitra: SPU prostredníctvom Munic Palia, a.s., 2007. 100 s. ISBN 978-80-8069-862-1.

Zoznam použitých zahraničných zdrojov:

BRAUN, O. L., 1993. *(Urlaubs-) Reisemotive*. In: HAHN, H., KAGELMANN, H. J. (HG.), 1993. *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie*. München: Quintessenz, 1993. s. 199-207. In: ŠÍPEK, J., 2001. *Úvod do geopsychologie*, Praha: ISV nakladatelství, 2001. 163 s. 80-85866-70-6.

- COHEN, E., *A phenomenology of tourist experiences*, Sociology, p. 179-201. In: HORNER, S., SWARBROOKE, J., 2003. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*, Praha: Grada Publishing, 2003, preklad: Rezek, J., 488 s.. 80-247-0202-9
- FORET, M., FORETOVÁ, V., 2001. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s., ISBN 80-247-0207-X.
- FOSSATI, A., PANELLA G., 2000. *Tourism and sustainable economic development*. 1st ed. Boston and London: Kluwer Academic Publishers, 2000. 253 p. 0-7923-7908-X.
- HESKOVÁ, M., 2006. *Cestovní ruch*. 2006. 1.vyd. Praha: Fortuna, 223 s. ISBN 80-1308-06.
- HRYCH, E., 2002. *Velká kniha vládců starověku*. Regia, 2002. 648 s. 808636367193.
- JAKUBÍKOVÁ, D., 2009. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vydání. Praha: Grada.
- KOLEKTIV, 2008. *Průmysl cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: MMR ČR a MPSV ČR, 2008. 264 s. ISBN 978-80-87147-06-1.
- PÁSKOVÁ, M. ZELENKA, J., 2002. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 1.vyd., 2002. 448 s.
- ŠÍPEK, J. 2001. *Úvod do geopsychologie*. Praha: ISV nakladatelství, 2001. 163 s. ISBN 80-85866-70-6.
- PAGE, S., CONNELL, J., 2006. *Tourism a modern synthesis*. 2nd ed. London : Thomson Learning, 2006. 530 p. 978-1-84480-198-5.
- SCHMOLL, G. A., 1977. *Tourism Promotion*. London, 1977. s. 253. cit. podľa MICHALOVÁ et. al., 1999.
- SCHÖBER, R., 1993. *Urlaubs-Erleben, Urlaubs-Erlebnis*. In: HAHN, H., KAGELMANN, H. J. (HG.), 1993. *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie*. Quintesenz: München, 1993. s. 131- 140. In: ŠÍPEK, J., 2001. *Úvod do geopsychologie*, Praha: ISV nakladatelství, 2001, 163 s. 80-85866-70-6.
- TARSSANEN, S., 2005. *Handbook for Experience Tourism Agents*. 2005.

Zoznam použitých internetových zdrojov:

- AGROTURIZMUS SLOVENSKÁ REPUBLIKA. *Regióny Slovenska* [online]. [cit. 2014-12-26]. Dostupné z: <http://www.agroturizmus.net/regiony/>
- AREÁL DIVOKÁ VODA. *Divoká voda-rafting Čunovo*. [online]. Copyright © 2010 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: <http://www.divokavoda.sk/aktivity-sport/rafting-cunovo/>

BARTOVSKÝ, J., 2006. *Geobusiness*. [online]. © 2002-2010. 29. 09. 2006 [cit. 2014-12-13]. Dostupné z: <http://www.geobusiness.cz/index10.php?id=2247>

BAVTESA.SK *Zážitky v Nitrianskom kraji*. [online]. [cit. 2014-12-26]. Dostupné z: <http://www.bavtesa.sk/sk/product-sort/?region=15>

BRATISLAVSKÝ SAMOSPRÁVNÝ KRAJ. *Základné pojmy v cestovnom ruchu*. [online]. © 2013 [cit. 2014-12-18] Dostupné z: <http://www.region-bsk.sk/clanok/zakladne-pojmy-v-cestovnom-ruchu.aspx>

GULIVER.. *Basejumping/riding*. [online]. 05. 10. 2010 [cit. 2014-12-26]. Dostupné z: <http://bang.sk/speed-flyingriding/>

KOLEKTIV AUTORŮ HODSPODÁŘSKÁ KOMORA HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY. *Destinační management a vytvářené produkty v cestovním ruchu. Zážitekový marketing*. [online]. [cit. 2014-12-14]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. 2008. Dostupné z: <http://ct.scentrum.cz/eknihovna/preview.php?id=128>

LITMANOVA SKI. *Splav Dunajca*. [online]. © 2015 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: <http://www.skilitmanova.sk/splav-dunajca/>

MAGNETIC-YOUR PARTNER IN SLOVAKIA. *Rafting Orava*. [online]. © AM Magnetic 2007-2011 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: <http://www.magneticsk.eu/magneticnews/aboutslovakia/nature/vratna/rafting/>

MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA SLOVENSKEJ REPUBLIKY. *Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike*. [online]. Copyright 2009. 12. 3. 2009 [cit. 2014-12-23]. Dostupné z: <http://www.economy.gov.sk/index/go.php?id=983>

MINISTERSTVO KULTÚRY SLOVENSKEJ REPUBLIKY. *Regionalizácia cestovného ruchu v SR*. [online]. © 2006-2011 [cit. 2014-12-25]. Dostupné z: <http://old.culture.gov.sk/cestovny-ruch/regionalizacia-cestovneho-ruchu-v-sr>

MOJŽIŠOVÁ, Z. *Medzinárodné trendy v cestovnom ruchu*. [online]. © 2015 Prezi Inc. 7. 10. 2013 [cit. 2014-12-22]. Dostupné z: <https://prezi.com/cokgv9gkxznm/medzinarodne-trendy-v-cestovnom-ruchu/>

MUTTON. *Rafting v Liptovskom Mikuláši*. [online]. © 2014 Mutton s.r.o. [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: <http://www.mutton.sk/slo/service/rafting-avs-liptovsky-mikulas>

NAJ ZÁŽITKY. *Zážitky podľa oblastí na Slovensku. Zážitky v Bratislavskom kraji*. [online]. © 2013 [cit. 2014-12-26]. Dostupné z: <http://www.najzazitky.sk/bratislavsky-kraj/>

NAJ ZÁŽITKY. *Zážitky podľa oblastí na Slovensku. Zážitky v Košickom kraji*. [online]. © 2013 [cit. 2014-12-26]. Dostupné z: <http://www.najzazitky.sk/kosicky-kraj/>

ORAVA ACTION. *Zážitky na Orave*. [online]. © 2010 [cit. 2014-12-26]. Dostupné z: <http://www.oravaaction.com>

RAFTING IN SLOVAKIA. *Rafting na Hrone*. [online]. © Derby Web Design 2014 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: <http://www.rafting-slovakia.sk/slo/rafting/rafting-hron>

RATING IN SLOVAKIA. *Rafting Orava*. [online]. © Derby Web Design 2014 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: <http://www.rafting-slovakia.sk/slo/rafting/rafting-orava>

RAFTING NA RIEKE BELÁ. [online]. © 2014 Mutton s.r.o. [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: <http://www.mutton.sk/slo/service/rafting-bela>

RAFTING-PIENINY.SK. *Rafting Pieniny*. [online]. Copyright © Rafting - PIENINY, Pieniny sport centrum 2004-2014 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: <http://www.rafting-pieniny.sk/>

RAFTUJ.SK-VAŠE ADRENALÍNOVÉ DOBRODRUŽSTVO. *Rafting na Váhu*. [online]. © 2008 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: <http://www.raftuj.sk/rafting/vah>

SKONLINE-SPRIEVODCA PO SLOVENSKU. *Vodácke výlety, rafting, splavy*. [online]. © SKonline 2000-2012 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: <http://www.skonline.sk/vodactvo.php?id=1222>

ŠTEFÍK, M. *Infoweby*. [online]. Copyright 2011-2014. 29. 05. 2006. [cit. 2014-12-10]. Dostupné z: <http://www.infoweby.sk/hospodarstvo/cestovny-ruch/131-zazitkovy>

ŽILINSKÁ UNIVERZITA-ÚSTAV TELESNEJ VÝCHOVY. *Rafting na rieke Váh Vrútky – Strečno*. [online]. 29. 9. 2014. [cit. 2015-01-15.]. Dostupné z: http://utv.uniza.sk/?page_id=821

Zoznam ostatných zdrojov:

FARBIAKOVÁ, E. *Letné potulky po Slovensku*. Príloha denníka Sme. Petitpress, a.s. Bratislava, 2014.

ZOZNAM OBRÁZKOV, GRAFOV, TABULIEK

Zoznam obrázkov

Obrázok 1: Trojuholník prístupu k zážitku z produktu cestovného ruchu	26
Obrázok 2: Rozdelenie Slovenska na regióny cestovného ruchu	34
Obrázok 3: Trasa raftingu po rieke Belá.....	55
Obrázok 4: Trasa raftingu po rieke Dunajec.....	57
Obrázok 5: Trasa raftingu po rieke Dunajec, z Poľskej strany.....	58
Obrázok 6: Trasa raftingu na úseku Váh – Liptov	59
Obrázok 7: Trasa raftingu na rieke Váh v úseku Vrútky – Strečno	60
Obrázok 8: Trasa raftingu na rieke Orava	61
Obrázok 9: Trasa raftingu na rieke Hron	62

Zoznam grafov

Graf 1: Veková štruktúra účastníkov	64
Graf 2: Štruktúra oblasti, z ktorej účastník pochádza.....	64
Graf 3: Referencie o aktivite.....	65
Graf 4: Preferencia splavovaných riek.....	66
Graf 5: Štruktúra respondentov podľa toho, s kým sa najčastejšie zúčastňujú raftingu. 66	
Graf 6: Spôsob dopravenia na miesto raftingu	67
Graf 7: Typ preferovaného toku	68
Graf 8: Využitie zľavových portálov	69
Graf 9: Štruktúra účastníkov podľa toho, čo by na raftingu uvítali.....	70
Graf 10: Štruktúra poskytovateľov podľa časového obdobia poskytovania raftingu.....	72
Graf 11: Štruktúra poskytovateľov podľa motivácie podnikania v oblasti.....	73
Graf 12: Štruktúra klubov podľa počtu raftingových splavov	74
Graf 13: Typ klientely.....	74
Graf 14: Spôsob propagácie raftingových klubov	75
Graf 15: Využitie zľavových portálov poskytovateľmi.....	76
Graf 16: Ponuka iných adrenalinových aktivít	77
Graf 17: Štruktúra poskytovateľov podľa toho, čo ich v podnikaní obmedzuje	77

Graf 18: Zabezpečenie stravovania účastníkom poskytovateľmi	78
Graf 19: Doplnkové služby	79
Graf 20: Štruktúra poskytovateľov podľa toho, čo by v podnikaní uvítali.....	80

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1: Formy cestovného ruchu	17
Tabuľka 2: Akého ste pohlavia?	63
Tabuľka 3: Početnosť poskytovateľov raftingu na Slovensku	71

ZOZNAM PRÍLOH

Príloha A – Dotazník pre účastníkov raftingu.....I

Príloha B – Dotazník pre poskytovateľov raftingu.....IV

Príloha A – Dotazník pre účastníkov raftingu

Moje meno je Barbora Štepanovičová, obraciam sa na Vás s prosbou o vyplnenie dotazníka, ktorý sa týka raftingového splavovania. Dotazník, ktorý mi bude slúžiť ako podklad pre diplomovú prácu „Zážitkový cestovný ruch na Slovensku“. Dotazník je anonymný. Na jednotlivé otázky odpovedajte prosím pravdivo. Vopred Vám ďakujem.

1. Akého ste pohlavia?

- muž
- žena

2. Aký je Váš vek?

- do 18 rokov
- 18-30 rokov
- 31-45 rokov
- 46 rokov a viac

3. Odkiaľ pochádzate?

- zo západného Slovenska
- zo stredného Slovenska
- z východného Slovenska

4. Odkiaľ ste sa dozvedeli o raftingu?

- od známych
- z billboardov
- z novinových letákov
- z reklamy na internete

5. Na raftingu ktorých riek ste sa už zúčastnili? (Je možné označiť viac odpovedí)

- Belá
- Váh
- Hron
- Dunajec
- Čunovo

- kanál v Liptovskom Mikuláši
- Orava
- v zahraničí
- iné (uved'te)

.....

6. S kým sa najčastejšie zúčastňujete raftingu?

- sám
- s rodinou
- s priateľmi
- so svojou „polovičkou“

7. Akým spôsobom sa dopravujete na miesto raftingu?

- neorganizovane (po vlastnej osi)
- organizovane (pomocou klubov/združení fanúšikov)

8. Aký typ toku preferujete?

- prírodné rieky
- umelo vytvorené kanály

9. Aké zľavové portály využívate na nákup raftingu? (Je možné označiť viac odpovedí)

- zlavomat.sk
- zamenej.sk
- odpadnes.sk
- zlavadna.sk
- jozko.sk
- morezliav.sk
- zľavové portály nevyžívam

10. Čo by ste uvítali?

- nižšiu cenu
- skupinové zľavy
- stanovanie
- spomienkové predmety/diplomy
- dopravenie na miesto raftingu

Príloha B – Dotazník pre poskytovateľov raftingu

Moje meno je Barbora Štepanovičová a obraciam sa na Vás s prosbou o vyplnenie dotazníka. Dotazník mi bude slúžiť ako podklad pre moju diplomovú prácu „Zážitkový cestovný ruch na Slovensku“. Dotazník je anonymný a na otázky prosím odpovedajte pravdivo. Ďakujem.

1. Ako dlho poskytujete tento druh služieb?

- 1 rok
- 2-3 roky
- 4-6 rokov
- viac ako 6 rokov

2. Čo Vás viedlo k podnikaniu v tejto oblasti? (Je možné označiť viac odpovedí)

- predpokladám vysoký nárast záujmu
- bolo by škoda nevyužiť podmienky, ktoré máme
- vidím príležitosť na trhu, ktorý je relatívne nový
- predovšetkým je to môj koníček a vášeň

3. Aký je približný počet osôb, ktoré prepravíte za rok?

- pod 50
- 51-100
- 101-200
- viac ako 200

4. Na akú klientelu sa zameriavate?

- noví záujemcovia – jednotlivci
- organizované skupiny
- budujeme si stálu klientelu s osobnými vzťahmi
- zahraniční záujemcovia

5. Aký typ propagácie využívate? (Je možné označiť viac odpovedí)

- televízne/rozhlasové spoty
- obrazové reklamy v periodikách/letáky
- webové stránky

- platené reklamy na internete
- e-mailový newsletter
- zľavové portály

6. Ktoré portály využívate na svoju propagáciu? (Je možné označiť viac odpovedí)

- zľavomat.sk
- odpadnes.sk
- zlavadna.sk
- zamenej.sk
- jozko.sk
- morezliav.sk
- iný –aký? (uved'te)

.....

7. Aké iné adrenalínové aktivity ponúkate? (Je možné označiť viac odpovedí)

- hydrospeed
- canyoning
- aquazorbing
- wakeboarding
- vodné skútre
- surfing
- iné (uved'te)

.....

8. Čo Vás v podnikaní obmedzuje najviac?

- závislosť od počasia
- nedostatok kvalifikovaného personálu
- nízka návratnosť investícií
- nedostatok zákazníkov
- iné (uved'te)

.....

9. Ponúkate účastníkom aj stravovanie?

- áno
- nie
- na vyžiadanie

10. O aké doplnkové služby majú klienti záujem?

- stravovanie
- ubytovanie
- sprostredkovanie poistenia
- služby turistického sprievodcu, mapy, suveníry
- iné (uved'te)

.....

11. Čo by ste v tomto podnikaní uvítali?

- lepšiu propagáciu
- užšiu spoluprácu s cestovnými kancelármi
- všeobecne lepšie podnikateľské prostredie a infraštruktúru
- iné (uved'te)

.....

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Meno autora: Barbora Štepanovičová

Odbor: Management cestovního ruchu

Forma štúdia: Kombinovaná

Názov práce: Zážitekový cestovný ruch na Slovensku

Rok: 2015

Počet strán textu bez príloh: 77

Celkový počet strán príloh: 6

Počet titulov slovenských použitých zdrojov: 10

Počet titulov zahraničných použitých zdrojov: 15

Počet internetových zdrojov: 24

Vedúci práce: Doc. Ing. Ľubomír Kmeco, PhD.