

UNIVERZITA KONŠTANTÍNA FILOZOFA V NITRE
FILOZOFICKÁ FAKULTA
KATEDRA MANAŽMENTU KULTÚRY A TURIZMU

MOŽNOSTI ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU
V OKRESE ROŽŇAVA

2011

Bc. Kristína Čižmárová

UNIVERZITA KONŠTANTÍNA FILOZOFA V NITRE
FILOZOFICKÁ FAKULTA

MOŽNOSTI ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU
V OKRESE ROŽNAVA

Diplomová práca

Študijný program: Kulturológia v špecializácii riadenie kultúry a turizmu

Školiace pracovisko: Katedra manažmentu kultúry a turizmu FF UKF v Nitre

Školiteľ: PhDr. Marián Žabenský

Nitra 2011

Bc. Kristína Čižmárová

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že diplomovú prácu som vypracovala samostatne s použitím literatúry, ktorú uvádzam v zozname Literatúra a pramene.

V Nitre, 29.4.2011

.....
Bc.Kristína Čižmárová

Pod'akovanie

Ďakujem školiteľovi PhDr. Mariánovi Žabenskému za odbornú pomoc pri zostavovaní diplomovej práce.

ABSTRAKT

ČIŽMÁROVÁ, Kristína : *Možnosti rozvoja cestovného ruchu v okrese Rožňava* : diplomová práca. Nitra : UKF v Nitre, 2011. 83 s.

Predkladaná diplomová práca sa zameriava na možnosti rozvoja cestovného ruchu v okrese Rožňava a jej blízkom okolí. Je to okres v súčasnosti málo využívajúci svoj prírodný a kultúrno – historický potenciál, ktorým disponuje. Toto okresné mesto sa za posledné roky snaží predovšetkým o rekonštrukciu pamiatok, historického centra mesta či v spolupráci s miestnymi voľno- časovými organizáciami oživiť dianie a záujem občanov, no je potrebné zamerať sa aj na rozvoj cestovného ruchu a turistov priviesť aj do tohto okresu situovanom na východe Slovenska. Cieľom predkladanej diplomovej práce je snaha priblížiť verejnosti mesto Rožňava, ako časť subregiónu Horného Gemera a predstavenie možnosti potenciálu tohto regiónu v oblasti rozvoja cestovného ruchu, ako aj predloženie konkrétnych návrhov zameraných na zvýšenie možností využitia primárnej ponuky cestovného ruchu. Dôvodom výberu a spracovania tejto témy je osobný záujem o rozvoj okresu a jeho prosperitu s dôrazom na využitie potenciálu cestovného ruchu. Cestovný ruch a jeho organizačné jednotky plnia sociálny cieľ svojej existencie, a tak zároveň naplňajú národnohospodársky záujem. Uspokojovanie potrieb cieľových skupín návštevníkov sa musí dosiahnuť v podmienkach trvalo udržateľného rozvoja.

Kľúčové slová: potenciál cestovného ruchu, dotazník, sekundárne potreby spotrebiteľa a produktov cestovného ruchu, možnosti využitia potenciálu

ABSTRACT

ČIŽMÁROVÁ, Kristína : *The possibilities of tourism development in the county of Rožňava* : Diploma thesis. Nitra : UKF in Nitra, 2011. 83 p.

This thesis focuses on the possibilities of tourism development in the county of Rožňava and its vicinity. This county is currently very little exploiting its natural, cultural and historical potential, which it has. The city of Rožňava in recent years, seeks mainly to reconstruct monuments, historic town center or in collaboration with local free-time organizations to revive the interest of citizens, but it is necessary to focus also on the development of tourism and bring tourists into this county situated in Eastern part of Slovakia. The aim of this thesis is to bring closer Rožňava to the public, as part of the subregion Upper Gemer and show potential possibilities of the region in tourism development, as well as to suggest specific solutions aimed at increasing the possibilities of using primary tourism offer. The reason for the selection and treatment of this topic is a personal interest in the development of this region and its prosperity with an emphasis on the use of tourism potential. Tourism and its organizational units fulfill a social purpose of their existence, and at the same time fulfill nationally-economical interest. Meeting the needs of target groups of visitors must be achieved in terms of sustainable development.

Keywords: tourism potential, the questionnaire, the secondary needs of consumers of tourism products, unlocking the potential

OBSAH

Úvod.....	8
1 Ciele práce.....	10
2 Metodika práce a metódy skúmania.....	11
3 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí.....	14
3.1 Možnosti financovania cestovného ruchu v SR.....	17
3.2 Marketing cestovného ruchu.....	20
3.2.1 Marketingové aktivity Rožňavy.....	23
4 Ponuka cestovného ruchu v okrese Rožňava.....	27
4.1 Primárna ponuka.....	29
4.2 Sekundárna ponuka.....	36
5 Možnosti rozvoja cestovného ruchu v Rožňave.....	42
5.1 Vyhodnotenie dotazníka č. 1.....	42
5.1.1 Charakteristika skupiny respondentov dotazníka č. 1.....	42
5.1.2 Interpretácia výsledkov prieskumu pre dotazník č. 1.....	44
5.2 Vyhodnotenie dotazníka č. 2.....	51
5.2.1 Charakteristika skupiny respondentov dotazníka č. 2.....	51
5.2.2 Interpretácia výsledkov prieskumu pre dotazník č. 2.....	52
5.3 Zhodnotenie potenciálu cestovného ruchu – SWOT Analýza.....	58
5.4 Návrh možností rozvoja cestovného ruchu.....	60
5.4.1 Itinerár.....	62
Záver.....	72
Literatúra a pramene.....	74
Prílohy.....	77

ÚVOD

Cestovný ruch je vo svete považovaný za jedno z najrýchlejšie sa rozvíjajúcich hospodárskych odvetví a jeho ekonomický význam je nepopierateľný. „Až podnes zostáva pojem cestovný ruch odborným termínom, ktorý je príliš zložitý na to, aby sa dala definovať jeho všestranne vyčerpávajúca definícia“, uvádza Mariot (1983 : 7). Na Slovensku nie je sformovaný ako hospodárske odvetvie v inštitucionálnom zmysle. Chýba mu príslušná legislatíva, inštitucionálne usporiadanie, fungujúca organizačná štruktúra v regiónoch, stabilná vedeckovýskumná základňa, ucelená štatistika, väčšia finančná podpora pre štátnu propagáciu a marketing. Cestovný ruch je charakterizovaný ako prierezové odvetvie. Napriek potenciálu, ktorý Slovensko má v cestovnom ruchu, a to aj v porovnaní s okolitými krajinami, jeho vývoj nie je, podľa nášho názoru, adekvátny. Následne aj jeho potenciálny vplyv na tvorbu pracovných príležitostí, vyrovnávanie regionálnych rozdielov, a v neposlednom rade aj na celkovú ekonomiku Slovenska nie je dostatočný. Význam cestovného ruchu je tiež daný tým, že priaznivo vplyva na mnoho iných odvetví a sektorov národného hospodárstva. Okrem nesporných priamych vplyvov na ekonomiku štátu má cestovný ruch aj neekonomické vplyvy. Účastníkom cestovného ruchu prináša radosť z novo poznaného, objaveného, z poznania nových zvykov, či kultúry, ako i prírodných krás a kultúrno – historických pamätihodností. Svojim vplyvom je možné považovať ho za formu vhodného odpočinku. (Habán – Otepka, 2004)

V ponuke slovenského turizmu sú okrem tradičných turistických centier v početnej miere zastúpené aj odľahlé osady a usadlosti s ľudskou činnosťou do veľkej miery nedotknutou prírodou. Úlohou cestovného ruchu je, podľa nášho názoru, objaviť tento potenciál a využiť ho s dôrazom na zachovanie typického rázu krajiny.

Jedným z okresov, ktoré oplývajú potenciálom pre rozvoj cestovného ruchu je okres Rožňava situovaný v údolí rieky Slanej, medzi svahmi Slovenského Rudohoria a planinami Slovenského krasu. Rožňava – mesto slávnych tradícií baníctva, školstva a remesiel, biskupské sídlo, administratívne a kultúrne centrum horného Gemera. Od roku 1775 je Rožňava rímsko-katolíckym biskupským sídlom a po stáročia domovom slovensky, maďarsky a predtým aj nemecky hovoriaceho obyvateľstva. Rožňava, ale i horný Gemer, podľa nášho názoru disponujú celou škálou možností primárnej ponuky cestovného ruchu, ale dlhodobo nevie svoj potenciál zúročiť. Gemer nadväzuje na centrálnu časť Slovenska. Prevažuje tu hornaté a lesnaté územie. Značná časť sa rozprestiera v Slovenskom

Rudohorí, južná časť územia leží Rimavskej kotline a na Cerovej vrchovine. Popri slovenskom etniku má významné zastúpenie maďarské a nemecké etnikum. Banícka história je spojená s ťažbou železnej rudy, zlata, striebra, medi, azbestu, magnezitu a iných nerastov. Gemerský folklór prezentuje niekoľko folklórnych súborov, ktoré sa prezentujú na slávnostiach okresného, regionálneho i medzinárodného charakteru. Kulinárskou špecialitou regiónu sú gemerské guľky. Vzhľadom na jedinečné prírodné krásy a historické pamiatky má okres Rožňava a región Gemera, podľa nášho názoru, veľký potenciál pre rozvoj cestovného ruchu. Predkladanú diplomovú prácu sme orientovali na možnosti využitia potenciálu mesta a okresu Rožňava pre cestovný ruch. Sme toho názoru, že tento okres svoje možnosti nevyužíva v dostatočnej miere, čo v konečnom dôsledku potvrdzuje aj dokument Ministerstva hospodárstva SR „Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike“, ktorý je spomenutý v štvrtej kapitole predkladanej diplomovej práce.

Dôvodom výberu a spracovania tejto témy je osobný záujem o rozvoj okresu a jeho prosperitu s dôrazom na využitie potenciálu cestovného ruchu. Cestovný ruch a jeho organizačné jednotky plnia sociálny cieľ svojej existencie, a tak zároveň naplňajú národnohospodársky záujem. Uspokojovanie potrieb cieľových skupín návštevníkov sa musí dosiahnuť v podmienkach trvalo udržateľného rozvoja.

1 CIELE PRÁCE

Hlavným cieľom predkladanej diplomovej práce je snaha priblížiť verejnosti mesto Rožňava, ako časť subregiónu Horného Gemera. Z takto definovaného cieľa vyplýva čiastkový cieľ a to predstavenie možnosti potenciálu tohto regiónu v oblasti rozvoja cestovného ruchu a aj predloženie konkrétnych návrhov zameraných na zvýšenie možností využitia primárnej ponuky cestovného ruchu.

V súlade so stanoveným cieľom sme definovali hypotézy výskumu.

Hypotéza 1: Väčšina respondentov nie je spokojná so súčasnou situáciou v oblasti rozvoja cestovného ruchu.

Hypotéza 2: Väčšina respondentov by sa aktívne zapojilo do výzvy v rámci rozvoja cestovného ruchu.

Hypotéza 3: Respondenti poznajú okres Rožňava hlavne z internetu.

Pri stanovení hypotéz sme vychádzali z osobnej skúsenosti a poznania okresu i regiónu. Sme toho názoru, že väčšia časť obyvateľov skúmaného kraja si je vedomá potenciálu, ktorým disponuje a boli by ochotní zapojiť sa do aktivít súvisiacich s podporou cestovného ruchu uvedomujúc si jeho význam pre rozvoj okresu. Zároveň vyjadrujeme názor, že prezentácia tohto okresu v rámci Slovenska i okolitých štátov nie je dostatočná.

2 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA

Zaoberať sa problematikou predkladanej diplomovej práce nie je, podľa nášho názoru, možné bez predošlej analýzy dosiaľ publikovaných diel zaoberajúcich sa nahliadnutím do histórie a rozvoja mesta samotného. Z toho dôvodu prvým krokom vypracovania predkladanej diplomovej práce bolo zhromažďovanie odbornej literatúry a štatistických údajov. Následne sme metódou selekcie vybrali dokumenty, údaje a literatúru, ktoré budú použité pri samotnom vypracovávaní teoretickej časti predkladanej práce. Z vyselektovaných zdrojov sme prostredníctvom analýzy dokumentov vypracovali teoretickú časť diplomovej práce, ktorá pozostáva z piatich kapitol. V úvodných kapitolách diplomovej práce sme stanovili ciele, ktoré chceme vypracovaním dosiahnuť a metodiku práce.

V kapitole „Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí“ definujeme cestovný ruch, subjekt a objekt cestovného ruchu. Prvá podkapitola pojednáva o možnostiach financovania cestovného ruchu v podmienkach Slovenskej republiky. Druhá podkapitola pojednáva o marketingu a možnostiach jeho využitia v cestovnom ruchu. Úvodom tejto podkapitoly definujeme marketing, základné pojmy a produkt z pohľadu cestovného ruchu. Štvrtá kapitola „Ponuka cestovného ruchu v okrese Rožňava“ pojednáva o primárnej a sekundárnej ponuke vo všeobecnej rovine. V tejto kapitole popisujeme jednotlivé možnosti okresu Rožňava, ktoré sme zatriedili podľa princípov primárnej a sekundárnej ponuky teórie cestovného ruchu. Za touto kapitolou nasleduje kapitola „Možnosti rozvoja cestovného ruchu v okrese Rožňava“, ktorá je praktickou časťou predkladanej diplomovej práce.

Praktickú časť sme rozdelili na štyri podkapitoly. Prvé dve podkapitoly interpretujú výsledky výskumu, ktorý sme realizovali v dvoch skupinách respondentov. Prvú skupinu tvoria obyvatelia Rožňavy a okolia. Tu bolo cieľom overiť názory domácich na aktuálnu situáciu v oblasti cestovného ruchu v okrese. Druhá časť výskumu je zameraná na respondentov z celého Slovenska a jej cieľom bolo overiť úroveň prezentácie okresu, nakoľko táto je jedným zo spôsobov prilákania návštevníkov. Niekoľkými otázkami sme sa pokúsili overiť spokojnosť respondentov, ktorý okres navštívili so službami, ktoré im boli v tomto okrese poskytnuté.

Pri vypracovávaní praktickej časti predkladanej diplomovej práce sme použili metódu dotazníka. Jedná sa o kvantitatívnu metódu zberu informácií. Dotazník môžeme definovať ako prieskumný, vývojový a vyhodnocovací nástroj hromadného a najmä

rýchleho získavania informácií o znalostiach, názoroch alebo postojoch respondentov. Dotazníková metóda bola pre náš prieskum vhodná z toho dôvodu, že aktívnou formou oslovenia respondentov sme tak získali potrebné množstvo údajov. Pre metódu dotazníka je charakteristické, že je určená na hromadné získavanie údajov pre štatistické spracovanie. Takto je možné zachytiť názory účastníkov takmer presne k danému problému a vyzvať ich (v prípade tzv. otvorených otázok) okrem iného aj na možnosť navrhnúť zlepšenia v skúmanej oblasti. V prípade metódy dotazníka sa mimoriadny význam kladie na zásadu anonymity. Osoba, ktorá dotazník vyplní, musí byť presvedčená, že údaje ktoré poskytne, budú slúžiť iba na vedecké účely.

Otázky sme sa snažili koncipovať jasne a konkrétne, aby pri ich vyhodnocovaní nemohlo dôjsť k neobjektívnemu a nejednoznačnému interpretovaniu údajov. Otázky neboli kladené sugestívne, a sme toho názoru, že nenavádzali respondentov k určitým odpovediam. Spôsob kladenia otázok nenavodzoval odpovede. V dotazníku sme použili tri typy otázok a to otázky:

- úplne uzavreté (teda štruktúrované) - vyžadujúce odpoveď áno - nie,
- otvorené (neštruktúrované) - kde respondent volí dĺžku odpovede a konkrétne informácie, teda sám rozhoduje, čo povedať a čo nie,
- polootvorené/polozatvorené - teda kombinácia vopred formulovaných otázok s možnosťou vyjadriť svoj názor.

Vypracovaniu praktickej časti predchádzala analýza dokumentov a odbornej literatúry a vypracovanie teoretickej časti predkladanej diplomovej práce. Následne sme pristúpili k vypracovaniu dotazníka, ktorý sme rozdali respondentom. Zber údajov trval jeden mesiac. Zozbierané údaje sme vyhodnotili. Nasledovala interpretácia výsledkov výskumu a samotné vypracovanie praktickej časti diplomovej práce. Treťou podkapitolou praktickej časti je SWOT analýza, v ktorej hodnotíme slabé a silné stránky regiónu. Poslednou podkapitolou je návrhová časť, ktorá okrem našich návrhov obsahuje aj itinerár.

Na vypracovanie predkladanej diplomovej práce sme potrebovali päť mesiacov. Náklady na vypracovanie praktickej časti nám nevznikli žiadne a to z toho dôvodu, že dotazníky sme medzi respondentov rozšírili formou osobnej komunikácie v rámci vianočného jarmoku v Rožňave v dňoch 19. - 21.12.2010 a zároveň počas výstavy ITF SLOVAKIATOUR organizovanej 20. - 23.1.2011 v Bratislave.

V rámci výskumnej časti predkladanej diplomovej práce sme oslovili 195 respondentov zo všetkých regiónov Slovenska. Celkovo sa nám vrátilo 160 kompletne vyplnených dotazníkov. 35 respondentov odmietlo dotazník vyplniť ešte pred tým, ako by sa vôbec dozvedeli čoho sa týka. Dôvodom odmietavého postoja môže byť nechť zdržiavať sa, prípadne venovať niekoľko minút času výskumu. Výskum sme realizovali v rámci vianočného jarmoku v Rožňave a výstavy cestovného ruchu v Bratislave. Zvolili sme teda dve skupiny respondentov a dva druhy dotazníkov. Oba dotazníky sú v plnom znení v prílohe (Príloha č. 3 a Príloha č. 4). Z tohto dôvodu vyhodnotenie dotazníkov pozostáva z dvoch samostatných podkapitol. Za vyhodnotením dotazníkov nasleduje SWOT analýza, ktorá je nástrojom strategického plánovania, zoraďuje a kompletizuje vnútorné silné a slabé stránky podniku a jeho vonkajšie príležitosti a hrozby podľa dôležitosti. Poslednou podkapitolou praktickej časti predkladanej diplomovej práce je návrh možností rozvoja cestovného ruchu v skúmanom okrese. Nasleduje Záver, prehľad použitej literatúry a prílohy. Práca zahŕňa problematiku k marcu 2011.

3 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ

Vznik moderného cestovného ruchu sa datuje do obdobia prelomu 19. a 20. storočia. Základným predpokladom, ktorý umožnil jeho vznik, bola existencia voľného času a sloboda cestovania. Tieto dva základné predpoklady boli umožnené politickým, technickým a ekonomickým vývojom, vďaka ktorému došlo ku skráteniu pracovnej doby. (Hesková a kol., 2006) Jakubíková (2009 : 16) uvádza, že „základným predpokladom rozvoja cestovného ruchu je sloboda človeka cestovať. Ďalším predpokladom je voľný čas a dostatok voľných finančných prostriedkov.“

Cestovný ruch je zaradený do „nevýrobných činností, do terciárneho sektora, teda do sektoru služieb. Služby cestovného ruchu slúžia na uspokojovanie základných ľudských potrieb, prispievajú ku zvyšovaniu životnej úrovne a k lepším možnostiam využívania voľného.“ (Habán – Otepka, 2004 : 6) Má interdisciplinárny charakter, nakoľko výsledky jednej vednej disciplíny využívajú aj iné vedné disciplíny, a tak obohacujú svoje poznanie. Každá vedná disciplína definuje cestovný ruch a určuje predmet svojho skúmania. Vo vedeckej literatúre existuje vyše 200 rozličných definícií cestovného ruchu, ktoré vymedzujú jeho podstatu. Gúčík uvádza (2000 : 7): „Podľa Kasparova je cestovný ruch súhrn vzťahov a javov, ktoré vyplývajú z cestovania alebo pobytu osôb, pričom miesto pobytu nie je hlavným ani trvalým miestom bývania a zamestnania.“ Táto definícia sa v osemdesiatich rokoch 20. storočia stala oficiálnou definíciou Medzinárodného združenia vedeckých pracovníkov cestovného ruchu. V 20. storočí dosiahol cestovný ruch vysoký stupeň rozvoja, stal sa súčasťou spotreby a životného štýlu obyvateľov najmä ekonomicky vyspelých štátov. V súčasnosti je cestovný ruch predmetom skúmania rôznych vedných disciplín, ako napr. ekonómie, geografie, sociológie, psychológie, pedagogiky, medicíny a pod. Všetky disciplíny majú spoločný predmet skúmania, ale každá ho skúma zo svojho pohľadu a vlastnými metodologickými prostriedkami.

Jedna z definícií definuje cestovný ruch ako „o súbor činností zameraných na uspokojovanie potrieb a želaní, všetko, čo sa v tejto súvislosti ponúka na trhu a má schopnosť uspokojiť potreby a želania návštevníkov a vytvoriť komplexný zážitok, sa nazýva produkt cestovného ruchu. Z ekonomického hľadiska produktom cestovného ruchu je súbor statkov a služieb, ktoré požaduje a spotrebúva návštevník počas cestovania a pobytu v cieľovom mieste“. (Gúčík 2000 : 8). Foret, Foretová (2001) za najvýstižnejšiu

považujú definíciu cestovného ruchu, ktorá bola prijatá na medzinárodnej konferencii o štatistike cestovného ruchu Svetovou organizáciou cestovného ruchu v Kanade v roku 1991, podľa ktorej: „Za cestovný ruch sa považuje činnosť osoby, cestujúcej na prechodnú dobu do miesta mimo svojho trvalého bydliska, pričom hlavný účel cesty je iný ako vykonávať zárobkovú činnosť v navštívenom mieste.“

Na označenie pojmu cestovný ruch sa často používajú aj termíny zotavenie, rekreácia, turistika a iné. Aj ak sa vykonávajú vo voľnom čase a mimo miesta trvalého bydliska, nepokladáme ich za synonymá cestovného ruchu. Zotavenie predstavuje všetky činnosti spojené s odstránením únavy človeka. Zahŕňa zdravý spánok, zdravú výživu a všetky činnosti vykonávané vo voľnom čase, ktoré sa spájajú so zmenou každodenného stereotypu, napr. Údržba domu, práca v záhradke a pod. Rekreácia je jedným zo základných druhov cestovného ruchu. Turistika je súčasťou športového cestovného ruchu. (Gúčík, 2000) „Tieto pojmy nemôžeme považovať za synonymum k cestovnému ruchu, pretože sú iba jeho súčasťou,“ uvádza Jakubíková (2009 : 18).

Podmienkou cestovného ruchu je cestovanie a dočasný pobyt osôb mimo ich trvalého bydliska s cieľom uspokojovať špecifické potreby zvyčajne vo voľnom čase a získať komplexný zážitok. V cestovnom ruchu ide vždy o formu spotreby, pre ktorú je charakteristické, že :

- sa ňou uspokojujú špecifické potreby, napr. odpočinku, poznávania, kultúrneho a športového vyžitia, zdravia, spoločenskej komunikácie, rozptýlenia, zábavy a pod.,
- uspokojovanie potrieb sa spája s cestovaním a pobytom mimo miesta trvalého bydliska,
- ide o účelné využívanie voľného času s výnimkou pracovných ciest, ktoré sa vykonávajú v pracovnom čase,
- návštevník počas cestovania a pobytu na cudzom mieste vystupuje len ako spotrebiteľ statkov cestovného ruchu (služby, tovar, voľné statky), a tak získava komplexný zážitok z cestovného ruchu,
- ak návštevník cestovného ruchu uspokojuje potreby vo vlastnom štáte, hovoríme o domácom cestovnom ruchu, ak ale sa stane v inom štáte, hovoríme o zahraničnom cestovnom ruchu. (Gúčík, 2000 : 8)

„Cestovný ruch je otvorený a dynamicky systém, ktorý tvoria dva podsystemy, a to subjekt (návštevník) a objekt cestovného ruchu vrátane vzájomných väzieb.“ (Hesková a kol., 2006 : 12) Návštevník cestovného ruchu je nositeľom dopytu a vystupuje ako spotrebiteľ produktu cestovného ruchu (voľné statky, verejné statky, služby a tovar). „Účastníkom cestovného ruchu je osoba, alebo skupina osôb, ktorá vystupuje ako spotrebiteľ produktu cestovného ruchu“ (Novacká, 2001 : 230). Objekt cestovného ruchu je nositeľom ponuky produktu, ktorý je predmetom spotreby a tvorí ho cieľové miesto, podniky a inštitúcie cestovného ruchu. Všetci, ktorí sa podieľajú na uspokojovaní potrieb návštevníkov, sú povinní pritom spolupracovať. Na cestovný ruch ako systém vplyva ekonomické, sociálne, politické, technicko-technologické a ekologické prostredie. Subjekt cestovného ruchu je označenie pre návštevníka, ktorého často nazývame aj ako turista, výletník a pod. Tieto pojmy nie sú vždy ekvivalentné. Subjekt (návštevník) cestovného ruchu je z ekonomického hľadiska „každý, kto uspokojuje svoje potreby počas cestovania a pobytu mimo miesta trvalého bydliska spotrebou statkov cestovného ruchu“. (Gúčík, 2000) V praxi cestovného ruchu je dôležité rozlíšiť návštevníkov zo štatistického hľadiska. Cestujúci patriaci do štatistiky cestovného ruchu sú návštevníci, ku ktorým zaraďujeme stálych obyvateľov, turistov a výletníkov.

- stály obyvateľ (resident) v domácom cestovnom ruchu je osoba, ktorá žije aspoň šesť po sebe nasledujúcich mesiacov v istom mieste pred príchodom do iného miesta na kratšiu dobu ako šesť mesiacov; v zahraničnom cestovnom ruchu je to osoba, ktorá žije aspoň jeden rok pred príchodom do inej krajiny na kratšiu dobu ako jeden rok.
- turista (tourist) v domácom cestovnom ruchu je návštevník trvale usadený v krajine, ktorý cestuje na dobu – minimálne jedno prenocovanie, ale nie dlhšiu dobu ako šesť mesiacov; v zahraničnom cestovnom ruchu je to návštevník, ktorý cestuje do inej krajiny na dobu – aspoň jedno prenocovanie, ale nie dlhšie ako jeden rok. (Gúčík, 2000 : 11)

Účastníkov cestovného ruchu však môžeme okrem vyššie uvedeného rozlíšiť aj podľa doby, počas ktorej sa zdržiavajú mimo svojho trvalého bydliska a to nasledovne:

- výletník, t.j. osoba, ktorej pobyt je kratší ako 24hodín.
- turista, t.j. osoba ktorej pobyt trvá min. 24 hodín (jedna noc).
 - Podľa krajiny pôvodu - domáci turista, medzinárodný turista alebo návštevník.

- Podľa dôvodu účasti na cestovnom ruchu:
 - dovolenkári, ich dôvodom je oddych (rekreácia, šport atď.).
 - služobne cestujúci, ich dôvodom sú nepravidelné povinnosti (obchodné rokovania, misia)“. (Borovský a kol., 2008 : 13).

Ak posudzujeme cestovný ruch podľa účelu, pre ktorý účastníci cestovného ruchu cestujú a pohybujú sa mimo miesta trvalého bydliska alebo podľa motivácie účastníkov hovoríme o nasledovných druhoch cestovného ruchu:

- „rekreačný,
- kúpeľný a liečebný,
- športovo – turistický,
- poľovnícky a lovecký,
- obchodný“. (Sniščák a kol., 1997 : 106)

Ako vyplýva z textu vyššie, pohľadov na definíciu cestovného ruchu je niekoľko, rovnako ako základných rozdelení účastníkov cestovného ruchu. Spoločným menovateľom však môžeme stanoviť záujem a vôľu účastníkov cestovného ruchu vycestovať a spoznávať. „Všeobecná podstata cestovného ruchu spočíva v dočasnej zmene pobytu účastníka cestovného ruchu v inom prostredí, často vo voľnom čase za účelom oddychu, rozvoja poznania alebo kontaktu s ľuďmi.“ (Tamtiež).

3.1 MOŽNOSTI FINANCOVANIA CESTOVNÉHO RUCHU V SR

Na úrovni Európskej únie má Slovenská republika k dispozícii finančné prostriedky určené na podporu rozvoja cestovného ruchu alokované z Európskeho fondu regionálneho rozvoja, čiže z prostriedkov štrukturálnych fondov. V súlade s Národným strategickým referenčným rámcom a Prioritnou osou 3, ktorej cieľom je „Rast konkurencieschopnosti a výkonnosti cestovného ruchu“, s využitím prírodného, kultúrneho a doteraz vybudovaného potenciálu pre rozvoj udržateľného cestovného ruchu. V rámci Prioritnej osi 3 sú tieto opatrenia:

- Opatrenie 3.1 – Podpora podnikateľských aktivít v cestovnom ruchu
- Opatrenie 3.2 – Rozvoj informačných služieb cestovného ruchu, prezentácie regiónov a Slovenska

Opatrenia sú zamerané na rast konkurencieschopnosti cestovného ruchu v oblasti poskytovaných služieb, ďalej je to zvýšenie kvality ponuky cestovného ruchu a vytvárania

nových atraktivít v regiónoch a dosiahnutie porovnateľnej úrovne ponuky so susednými krajinami a krajinami s vyspelým cestovným ruchom. (osobná komunikácia, 2011.04.20)

Opatrenie 3.1 - Podpora podnikateľských aktivít v cestovnom ruchu

Účelom tohto opatrenia je rast konkurencieschopnosti cestovného ruchu v oblasti poskytovaných služieb podporou investičných a neinvestičných aktivít v súkromnom sektore.

Opatrenie 3.2 – Rozvoj informačných služieb cestovného ruchu, prezentácie regiónov a Slovenska

Toto opatrenie je určené na financovanie marketingových aktivít zameraných na propagáciu Slovenska mimo Bratislavského regiónu. V súčasnosti je ťažisko financovania marketingových aktivít naviazané na projekt „Podpora propagácie cestovného ruchu a vybudovanie Národného jednotného informačného systému cestovného ruchu.“ Tento systém umožňuje do konca roku 2013 financovanie oprávnených aktivít propagácie Slovenska ako destinácie cestovného ruchu doma a v zahraničí, s výnimkou propagácie Bratislavského kraja. (Tamtiež)

Na národnej úrovni financovanie a stratégia rozvoja cestovného ruchu v SR vychádza zo základných strategických dokumentov, ktorými sú Programové vyhlásenie vlády SR na obdobie rokov 2010 – 2014, Nová stratégia rozvoja cestovného ruchu Slovenskej republiky do roku 2013 a Oznámenie Európskej komisie Európskemu parlamentu a Rade z 30.6.2010.

Možnosti financovania cestovného ruchu sú v SR upravené zákonom č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu, ktorý nadobudol účinnosť 1. januára 2011. Na financovaní rozvoja cestovného ruchu sa v znení §27 zákona č. 91/2010 Z.z. podieľa štát, vyššie územné celky, obce, fyzické a právnické osoby. Financovanie organizácií cestovného ruchu pozostáva z:

- a) „garantovaných zdrojov, ktorými sú dotácie zo štátneho rozpočtu,
- b) negarantovaných zdrojov, ktoré tvoria členské príspevky ostatných členov organizácií cestovného ruchu, ktorými sú napríklad občianske združenia, registrované cirkvi a náboženské spoločnosti, štátne inštitúcie, dobrovoľných príspevkov samosprávy na aktivity organizácie cestovného ruchu, dobrovoľných príspevkov podnikateľských a iných subjektov, príjmov z činnosti organizácie cestovného ruchu z predaja produktu cestovného ruchu a odmeny

za sprostredkovanie, výnosov z činnosti turisticko-informačných kancelárií, príjmov z predaja reklamnej plochy,

- c) členských príspevkov podnikateľských subjektov oblastnej organizácii.“ (§28 zákona č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu)

Podmienky na poskytnutie investičnej pomoci pre cestovný ruch upravuje §7 zákona 561/2007 Z.z. o investičnej pomoci a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

Za spôsob financovania cestovného ruchu je možné považovať aj zakladanie nadácií. „Nadácia je účelové združenie majetku, ktoré slúži na podporu verejnoprospešného účelu.“ (§2 zákona č. 34/2002 Z.z. o nadáciách a o zmene Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov). V regióne Gemer bola táto možnosť využitá a v roku 1993 bola v obci Slavec založená Nadácia Pre rozvoj Gombaseku – Gombaszög Fejlesztésért Alapítvány. Činnosť nadácie spočívajúca v nasledovných aktivitách:

- „zabezpečovať a zhromažďovať finančné prostriedky na účte nadácie, vrátane propagácie činnosti nadácie,
- podporovať a organizovať rôzne podujatia pre širokú verejnosť v oblasti kultúry, športu, turistiky, práce s deťmi a mládežou, cestovného ruchu (športové súťaže, turistické stretnutia, mládežnícke a detské vzdelávacie tábory, ako aj tábory pre ochrancov prírody, kultúrne slávnosti, atď.),
- podporovať všestranné rozvíjanie a obnovu objektov, slúžiacich pre cestovný ruch a turistické aktivity,
- riadiť kultúrne ustanovizne za účelom spoznávania a sprístupnenia, ako aj propagácie prírodného a kultúrneho bohatstva Gombaseku a blízkeho okolia (Plešiveckej a Silickej planiny),
- chrániť a propagovať hodnoty svetového prírodného dedičstva, t.j. Gombaseckej kvapľovej jaskyne a okolia.“ (online, cit. 2011.01.22)

Účelom nadácie je všestranné rozvíjanie a podporovanie aktivít v oblasti výstavby, kultúry, turistiky, športu, tvorby a ochrany životného prostredia a cestovného ruchu v turistickej oblasti Gombasek, rozvíjanie a podporovanie kultúry Maďarov na Slovensku.

Aktivity v oblasti financovania cestovného ruchu smerujú marketingu, ktorého podstatou je, že jednotlivci a skupiny získavajú prostredníctvom vytvárania a výmeny produktov a hodnôt to, čo potrebujú a čo chcú. Nasledovná podkapitola pojednáva o marketingu cestovného ruchu, ktorý je podľa nášho názoru, v oblasti rozvoja cestovného ruchu strategickým nástrojom.

3.2 MARKETING CESTOVNÉHO RUCHU

Marketing ako filozofia prístupu k cieľovým trhom sa zrodil na prelome 19. a 20. storočia. V priebehu 2. polovice 20. storočia sa jeho pôvodné pole pôsobnosti postupne rozširovalo zo sféry obchodu a priemyslu do oblasti služieb, neziskových činností, osôb, lokalít, športu i kultúry. Aj keď prvé štúdie o marketingu kultúry sa objavili už koncom 60. rokov 20. storočia, jeho praktické uplatnenie vo sfére kultúry sa začalo výraznejšie presadzovať až o takmer tridsať rokov neskôr – v 90. rokoch. „Marketing je spoločenský proces, ktorým jednotlivci a skupiny získavajú, čo potrebujú a chcú, pomocou vytvárania, ponúkania a voľného pohybu statkov a služieb.“ (Kotler, 2002 : 9)

Vôbec prvýkrát sa o možnosti uplatnenia marketingu v kultúre, zatiaľ len v kontexte neziskového sektora, zmienili Ph. Kotler a S. Levy v článku *Broadening the Concept of Marketing* (Rozširovanie konceptu marketingu) publikovanom v *Journal of Marketing* v roku 1969, kde marketing charakterizujú ako do všetkých oblastí prenikajúcu aktivitu, ktorú možno rovnako dobre aplikovať na výrobnú sféru, ako i na služby, ľudí a neziskové organizácie. (Tajtáková, 2006)

Prepojenie marketingu s cestovným ruchom je možné vidieť v definícii marketingu destinácie, podľa ktorej: „marketing destinácie (destinačný marketing) predstavuje významný nástroj prenikania destinácií na medzinárodný aj domáci trh turizmu na regionálnej, lokálnej i národnej úrovni. Marketing destinácie v sebe spája strategickú, taktickú a administratívnu rovinu s prihliadnutím k potrebám transformácie na nové podmienky cestovného ruchu“. (Palatková, 2006 : 76) Strategický marketing destinácie vychádza z vízie destinácie a je postavený na skúmaní životného cyklu produktu destinácie, na identifikovaní trhových príležitostí, na segmentácii a na skúmaní motivácie. (Tamtiež)

Východiskovým momentom pre definovanie marketingovej stratégie a vytvorenie adekvátneho marketingového mixu je segmentácia trhu. Segmentácia trhu je „členenie trhu na rôzne skupiny zákazníkov, ktoré majú spoločné charakteristiky. Jednotlivé segmenty trhu potom vytvárajú cieľové trhy, na ktoré sa podnik zameriava.“ (Čertík, 2001 : 62) Segmentácia trhu je základným predpokladom efektívneho uplatnenia marketingu v kultúre. Prvým krokom segmentácie je stanovenie kritérií, na základe ktorých sa členenie trhu uskutoční. V kultúre sa najčastejšie uplatňujú kritériá:

- demografické,
- behaviorálne,
- psychografické
- geografické (Tajťáková, 2006 : 60)

Demografická segmentácia sa môže realizovať v závislosti od veku, zamestnania, sociálneho postavenia, národnosti, etnického pôvodu, rodinného stavu, bydliska atď. Demografickú segmentáciu využíva napríklad divadlo, ktoré má vo svojom repertoári inscenácie pre tradičné dospelé publikum, pre mládež a zároveň rozprávky pre deti v predškolskom veku. Behaviorálna segmentácia sa uplatňuje podľa správania spotrebiteľa, t. j. frekvencií návštev, záujmu o konkrétne produkty, aké má nákupné zvyklosti a podobne. Behaviorálna segmentácia sa využíva napríklad v prípade abonentných návštevníkov alebo predplatiteľov (koncerty, divadlo, opera), držiteľov zvláštnych kariet (ročná vstupenka do múzea, vstupenka na všetky nové expozície). Psychografická segmentácia sa uskutočňuje na základe záujmov, životného štýlu, postojov, politickej orientácie, náboženstva atď. V kultúre sa s ňou možno stretnúť napríklad vo forme klubu priateľov kultúrnej organizácie a podobne. Geografická segmentácia využíva ako rozhodujúce kritérium geografické vlastnosti vybraného segmentu. Napríklad oslovenie domáceho a zahraničného publika. Výberom konkrétnych trhových segmentov kultúrna organizácia súčasne rozhoduje o tvorbe svojej trhovej pozície. Kultúrne organizácie môžu v tejto súvislosti využiť nasledovné stratégie:

- „stratégiu koncentrácie (oslovenie jedného špecifického diváckeho segmentu),
- stratégiu diferenciacie (oslovenie viacerých diváckych skupín rozdielnymi ponukami)
- stratégiu nediferencovaného marketingu (oslovenie širokého cieľového trhu).“

(Tajťáková, 2006 : 60)

„V súčasnosti kultúrne organizácie uplatňujú najčastejšie stratégiu diferenciácie, s cieľom osloviť viaceré segmenty návštevníkov alebo divákov.“ (Tamtiež) Mnohé kultúrne inštitúcie najmä v západnej Európe sa usilujú v poslednom období o tzv. demokratizáciu kultúry, t. j. o jeho sprístupnenie širokej verejnosti. Využívajú na to rôzne marketingové nástroje, najmä z oblasti cenovej a distribučnej politiky. Stratégia nediferencovaného marketingu nie je veľmi vhodná pre kultúru. Rizikom pri oslovovaní príliš širokého a rozmanitého trhu štandardizovaným marketingovým mixom môže byť to, že ľudia sa v takej všeobecnej ponuke nenájdu. Nebudú si istí, či je určená práve im a nebudú na ňu reagovať. Na druhej strane stratégia koncentrácie príliš limituje kultúrnu organizáciu najmä z pohľadu rozvíjania diváckej/návštevníckej základne a z dlhodobého hľadiska môže viesť k izolácii od širších vrstiev publika. (Tajťárová, 2006)

Predpokladom pre vytvorenie marketingovej stratégie je jasná formulácia a stanovenie marketingových cieľov, ako aj jasne definovaný produkt. Vo všeobecnosti je možné produkt definovať ako: „všetko, čo môže byť ponúknuté na trhu, čo môže uspokojiť túžby a potreby ľudí.“ (Kotler, 2002 : 407) Produkt cestovného ruchu je však charakterizovaný prierezovosťou a to z dôvodu, že zahŕňa ubytovacie, stravovacie a dopravné služby, služby turistických organizácií a organizácií destinačného manažmentu. Produkt sa vyvíja v nadväznosti na prírodné, kultúrne, historické atraktivity a dodatočné aktivity, ktoré tvoria materiálno-technickú základňu cestovného ruchu. „Produkty destinácie je možné rozdeliť do dvoch na sebe závislých skupín:

- destinačné produkty (regióny, miesta, tranzitné trasy),
- tématické produkty (aktivity).“ (Palatková, 2006 : 138)

Pri plánovaní ponuky produktu je potrebné rozlišovať päť úrovní, pričom každá pridáva produktu určitú zákaznícku hodnotu. Kotler (2002) definuje týchto päť úrovní nasledovne:

- „základný úžitok – základná služba, alebo úžitok, ktorý zákazník naozaj kupuje;
- základný produkt – jednotlivé fyzické produkty;
- očakávaný produkt – súbor vlastností a podmienok, ktoré zákazník očakáva;
- rozšírený produkt - dodatočné služby, ktoré predčia očakávania zákazníka;

- potenciálny produkt – zahŕňa budúce rozšírenie či premenu produktu.“ (Kotler, 2002 : 407)

Marketing vychádza z predpokladu, že viac je lepšie. Vyššia spotreba zabezpečuje vyššiu výrobu, vyššiu zamestnanosť a tým aj vyšší blahobyt. Vyššou výrobou sa v konečnom dôsledku maximalizuje i spokojnosť zákazníka, jeho možnosť výberu.

Ministerstvo hospodárstva SR zriadilo Slovenská agentúra pre cestovný ruch, ako štátnu príspevkovú organizáciu špecializovanú na marketing a štátnu propagáciu cestovného ruchu Slovenskej republiky. Od 1.1.2011 agentúra spadá do pôsobnosti Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR. Slovenská agentúra pre cestovný ruch sa v súlade so svojimi kompetenciami usiluje o zvýšenie podielu účasti obyvateľov SR na domácom cestovnom ruchu prostredníctvom nástrojov marketingovej komunikácie. Ide predovšetkým o vyvolanie prirodzeného záujmu o vlastnú krajinu, motiváciu k zdravému patriotizmu, regionálny rozptyl návštevnosti Slovenska, obmedzovanie sezónnosti, podpora tvorby a predaja produktov cestovného ruchu, podnety k zvyšovaniu konkurencieschopnosti a inovácii produktov CR. Tieto zámery chce dosiahnuť v úzkej s existujúcimi štruktúrami cestovného ruchu v regiónoch. Vychádzajúc z toho sme sa v nasledovnej podkapitole sústredili na marketingové aktivity realizované v regióne a meste Rožňava. (osobná komunikácia, 2011.04.20)

3.2.1. Marketingové aktivity v Rožňave

Mesto Rožňava pre obdobie rokov 2010 – 2012 schválilo programový rozpočet mesta, v rámci ktorého je sedemnást' programov zameraných na rozvoj mesta. Nasledovná kapitola pojednáva o tých programoch, ktoré súvisia s rozvojom cestovného ruchu a marketingom regiónu. Jedná sa o nasledovné tri programy:

„Program 1: Propagácia a prezentácia

Zámer programu: Rožňava – turistická destinácia známa na Slovensku i v Európe

- Podprogram 1.1: Propagácia a prezentácia mesta
- Podprogram 1.2: Podpora rozvoja cestovného ruchu v meste
- Podprogram 1.3: Turistické informačné centrum“ (online, 2011.03.07)

Tabuľka č. 1 je prehľadom podporných programov mesta Rožňava s definovaným zámerom, cieľom a konkrétnymi aktivitami.

Tabuľka 1 Prehľad podporných programov mesta Rožňava

<u>Podprogram 1.1: Propagácia a prezentácia mesta</u>	
Zámer aktivity:	Rožňava – vstupná brána do Slovenského Krasu
Ciele a výstupy:	Zabezpečiť aktívnu propagáciu a prezentáciu mesta
Aktivitu predstavujú činnosti:	Zabezpečovanie textov, grafických návrhov, fotografií k tvorbe publikácií, propagačného, prezentačného a informačného materiálu mesta, zabezpečenie 3D vizualizáciu mesta
<u>Podprogram 1.2: Podpora rozvoja cestovného ruchu v meste</u>	
Zámer aktivity:	Mesto, ktoré skvalitňuje služby pre turistov
Ciele a výstupy:	Zabezpečiť propagáciu mesta Rožňava ako vstupnú bránu do Slovenského Krasu, zabezpečiť propagáciu mesta v oblasti cestovného ruchu prostredníctvom reklamy a inzercie.
Aktivitu predstavujú činnosti:	Aktivitu predstavujú činnosti: Propagácie mesta Rožňava ako centrum Horného Gemera a vstupnej brány do Slovenského Krasu doma a v zahraničí účasťou na veľtrhoch, výstavách a workshopoch; organizovanie a účasť na tlačových konferenciách. Umiestnenie reklamy a inzerátov v publikáciách zameraných na propagáciu cestovného ruchu. Organizovanie služobných ciest za účelom nadviazovania a rozvíjania vzťahov v oblasti cestovného ruchu doma aj v zahraničí.
<u>Podprogram 1.3: Turistické informačné centrum</u>	
Zámer aktivity:	TIC – Váš spoľahlivý sprievodca Rožňavou a okolím
Ciele a výstupy:	Rozvíjať turisticko-informačnú kanceláriu mesta Rožňava.
Aktivitu predstavujú činnosti:	Podporovať modernú a vyhľadávanú Turisticko - informačnú kanceláriu mesta Rožňava ako príspevkovú organizáciu.

Zdroj: <http://www.roznava.sk/sk/-rozpocet-mesta>

Na základe vyššie uvedeného vyplýva snaha mesta o pozdvihnutie cestovného ruchu, no je potrebné tieto možnosti adekvátne a plne využiť a strategicky vhodne rozhodnúť na základe potenciálu regiónu, ktorá z alternatív prinesie očakávaný výsledok odrážajúci sa na markantne zvýšenej atraktivite regiónu pre účastníkov cestovného ruchu.

V rokoch, keď ešte internet neexistoval, prípadne bol rozšírený len veľmi málo, prebiehala marketingová podpora jedine prostreníctvom reklamy formou ústnej, alebo letákov, dostupných na rôznych podujatiach či akciách mesta. Mimo región sa však dostalo len málo informácií. V súčasnosti je možné internet považovať za zdroj informácií vo svete. „Vyhľadávače, tzv. search engines nám pomáhajú nájsť potrebnú informáciu zadaním kľúčového slova alebo frázy, ktoré sa k vzťahujú k našej téme.“ (Kopecký, 2010 : 36).

Pri vypracovávaní predkladanej diplomovej práce sme pracovali aj s web stránkou mesta Rožňava. Po vpísaní slova „rožňava“ nám prehliadač našiel hľadaný výraz jednoznačne. Ako sme sa zmienili v kapitole „Metodika“, pri vypracovávaní práce sme sa obrátili so žiadosťou o poskytnutie informácií aj na mesto Rožňava. Mesto nás však prostredníctvom mailovej komunikácie odporučilo na web stránku, ako na kompetentný a plnohodnotný zdroj informácií o meste a regióne.

Za formu marketingovej aktivity, ktorej cieľom je zvýšiť návštevnosť regiónu je možné podľa nášho názoru považovať účasť mesta Rožňava na 17. medzinárodnom veľtrhu cestovného ruchu ITF SLOVAKIATOUR, ktorý sa uskutočnil v Incheba Expo v Bratislave v dňoch 20.- 23.1.2011. Veľtrh ITF Slovakiatour spolu s veľtrhom Danubius Gastro a špecializovanými výstavami Wellness a Fitness, Poľovníctvo a Oddych. Táto výstava je každoročne v centre záujmu odbornej aj širokej verejnosti a médií. Atraktívne témy podčiarknuté rôznorodým sprievodným programom lákajú desaťtisíce návštevníkov. ITF Slovakiatour je najdôležitejším veľtrhom cestovného ruchu na Slovensku a patrí medzi najvýznamnejšie podujatia v kalendári veľtrhov medzinárodnej organizácie ITTFA. Zúčastňujú sa ho všetky typy subjektov pôsobiacich v cestovnom ruchu: zahraničné zastúpenia krajín, cestovné kancelárie, zastúpenia slovenských aj zahraničných regiónov a poskytovatelia služieb turistického sektora. Záštitu ITF Slovakiatour poskytuje Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky. Prezentácia tiež prináša zvýšenie povedomia o danej oblasti, posilnenie postavenia na trhu a slúži ako zdroj cennej inšpirácie. (online. 2011.03.21)

Rožňava, a teda región Gemer, ktorého je súčasťou, bola prezentovaná na veľtrhu členmi Klubu horských športov KRAS. Klub združuje predovšetkým horolezcov,

skalolezcov, ale aj horských cyklistov, turistov, jaskyniarov a priaznivcov športového trávenia voľného času predovšetkým v jedinečnej prírode Slovenského krasu. Venuje sa metodike, tréningu a športovým podujatiam v lezení, výchove mladých adeptov horolezectva a vytváraniu ich pozitívneho vzťahu k prírode. Pravidelne organizuje akcie v horolezeckých a skalolezeckých terénoch na Slovensku a v zahraničí. (online. 2011.02.19)

V prílohe diplomovej práce (Príloha č. 1 a Príloha č. 2) predkladáme informačné letáky, ktorými sa okres a región v súčasnej dobe prezentujú. Pri vypracovávaní diplomovej práce sme sa s inými aktivitami v oblasti prezentácie regiónu nestretli. V súvislosti s prezentáciou regiónu sme sa zaujímali o ponuku cestovného ruchu ako takú. O ponuke cestovného ruchu v okrese Rožňava pojednáva nasledovná kapitola.

4 PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V OKRESE ROŽŇAVA

Ponuku cestovného ruchu tvorí súbor prvkov, ktoré v rôznej kombinácii tvoria statky cestovného ruchu (služby, tovar, voľné statky). Spotreba statkov cestovného ruchu ovplyvňuje konečný efekt cestovného ruchu. Nositeľom ponuky cestovného ruchu je:

- „cieľové miesto so svojim prírodným a kultúrne - historickým potenciálom, ktoré je cieľom cestovania a objektom záujmu účastníkov cestovného ruchu,
- podniky cestovného ruchu,
- inštitúcie cestovného ruchu.“ (Gúčík, 2000 : 49)

Charakter a rozsah ponuky je podmienený charakterom primárnej ponuky a od nej odvodenej sekundárnej ponuky. Primárna ponuka tvorí prírodný a kultúrne historický potenciál cieľového miesta. Sekundárna zahŕňa všetky druhy zariadení a ich služby, ktoré musia byť k dispozícii na použitie v cestovnom ruchu. (Gúčík, 2000 : 50)

Potenciál cestovného ruchu v SR je predmetom dokumentu Ministerstva hospodárstva SR „Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike“. Dokument prezentuje výstupy zo štúdie, ktoré vypracoval pre Ministerstvo hospodárstva SR, Ústav turizmu, s.r.o. Bratislava v spolupráci s Aurex, s.r.o. Bratislava. Vypracovanie tohto dokumentu, sledovalo dva ciele:

- navrhnuť regióny cestovného ruchu tak, aby pokrývali celé územie Slovenska,
- zhodnotiť potenciál jednotlivých regiónov pre rozvoj cestovného ruchu.

Predkladané závery regionalizácie, ako indikatívny a podporný dokument, sú určené pre subjekty štátnej správy, samosprávy a podnikateľského sektora pre potreby ich koncepcnej, koordinačnej, marketingovej, prevádzkovej a iných činností. Regióny v dokumente sú vymedzené z hľadiska kritérií vnútorných väzieb a súdržnosti, homogenity podmienok a ponuky. „Kritériami sú:

- prírodné danosti – morfológia terénu (horstvá, údolia, nížiny, vodstvo, lesný kryt, prírodné atraktivity),
- civilizačné danosti osídlenia, vzťah sídla k jeho záujmovému územiu, rôzne členenia územia (celky historické, súčasné administratívno – správne, etnické), význačné urbanistické a architektonické súbory, tradičná ťažba a výroba, civilizačné atraktivity,
- dosiahnutý stav turizmu a význam územia pre turizmus,

- spoločné znaky, jednotnosť a rovnorodosť ponuky,
- spoločný dopyt – rovnaké trhy a segmenty pre celý región, resp. jeho časti,
- schopnosť regiónu samostatne oslovovať trhy a konkurovať iným regiónom,
- poloha turistických cieľov k sídelnej a dopravnej sieti,
- pôsobenie obecných samospráv a tvorba spontánnych regiónov,
- vzťah na zahraničie, spolupráca cezhraničných regiónov,
- ľahko identifikovateľný názov vychádzajúci buď z historického členenia alebo geografického celku,
- existencia prirodzeného centra,
- možnosť štatistického sledovania z oficiálnych zdrojov,
- vnútorné väzby v rámci regiónu v sektore turizmu, ktoré sú evidentne silnejšie ako väzby k okoliu,
- nedeliteľnosť katastrov obcí a ďalšie“ (online. 2011.02.15)

Po vyhodnotení jednotlivých kritérií a rozdelení územia Slovenska vzniklo 21 prirodzených regiónov turizmu. Na územiach definovaných regiónov by postupne mala vzniknúť ich vnútorná organizácia, ktorá z nich vytvorí funkčné a organizované, konkurencieschopné turistické destinácie. Gemerský región bol vyhodnotený ako región len málo využívajúci svoj turistický potenciál – primárnu a následne aj sekundárnu ponuku. Jeho prednosťou je práve pestrosť ponuky a jej vysoká atraktívnosť vo viacerých prvkoch. Región si však svoju pozíciu na trhu postupom času môže iba vylepšovať. V dlhodobom horizonte to bude región národného významu so zaujímavým podielom zahraničných turistov. (Tamtiež).

K rozvoju cestovného ruchu musia však byť splnené tri predpoklady, a to lokalizačné, selektívne a realizačné, uvádza Hesková (2006). Lokalizačné predpoklady umožňujú lokalizáciu aktivít cestovného ruchu do určitej oblasti (prírodné, kultúrne, historické atraktivity); selektívne – vyjadrujú spôsobilosť danej oblasti podieľať sa na cestovnom ruchu (ide o predpoklady administratívne, demografické, urbanizačné, ekologické a i.); realizační predpoklady umožňujú turistom realizovať svoje zámery v danej oblasti (dopravné, materiálno-technické predpoklady).

Nasledujúce dve podkapitoly pojednávajú o primárnej a sekundárnej ponuke okresu Rožňava. Hesková (2006) za primárnu ponuku považuje vhodné prírodné a kultúrne atraktivity cieľového miesta, ktoré sú motívom účasti na cestovnom ruchu. Sekundárnu ponuku naproti tomu tvorí súbor všetkých podnikov a zariadení cestovného ruchu, ktoré návštevníkom sprostredkovávajú prechodné ubytovanie, stravovanie, kultúrne a športové vyžitie v cieľovom mieste. Sekundárna ponuka sa často označuje aj ako materiálno – technická základňa cestovného ruchu.

4.1 PRIMÁRNA PONUKA

Primárnu ponuku spájame s prírodným a kultúrno-historickým potenciálom krajiny pre cestovný ruch. Tento potenciál má istú funkčnú a časovú využiteľnosť v cestovnom ruchu z hľadiska motivácie účastníka cestovného ruchu. „Primárna ponuka môže byť daná prírodným podmienkami alebo vytvorená činnosťou človeka, ktorú tvoria kultúrno-historické podmienky a organizované podujatia.“ (Gúčík, 2000 : 51)

Prírodné podmienky primárnej ponuky v Rožňave:

„Prírodné podmienky primárnej ponuky zahŕňajú geomorfologické pomery, klimatické podmienky, hydrologické podmienky, biogeoografické podmienky.“ (Tamtiež)

- geomorfologické pomery

Územie Rožňavy sa rozkladá na styku Rožňavskej kotliny a južných výbežkov Slovenského rudohoria, v jeho Voloveckej časti. Plocha administratívne vyčleneného územia je 58, 92 km². Samotné mesto leží v jeho južnej časti a jeho zástavba zaberá 1,57 km², to je 2,3 % celkovej plošnej výmery. Mesto je sídlom Rožňavského okresu, ktorý je začlenený do Východoslovenského kraja. Geografickú polohu mesta charakterizuje aj križovanie východno-západného a severno-južného dopravného smeru. Rožňavskú kotlinu s Košickou kotlinou spája priestupná zníženia v Slovenskom krasi – sedlo Soroška, a dolina potoka Čermošne, oddelená nízkym a plochým rozvodím od potoka Blatnice, ktorý preteká Zádielskou dolinou do Košickej kotliny. Priebeh do Štítnickej doliny a ďalej na západ vedie sedlom medzi Slovenským rudohorím a Plešivskou planinou. Ďalší priebeh smerom na sever cez Slovenské rudohorie umožňuje dolina rieky Slanej a Dobšinského potoka cez sedlo Besník, dolina Súľovského potoka cez sedlo na Spiš a Uhornianskym sedlom do Smolníckej doliny. Spojenie Rožňavskej kotliny

s Rimavskou umožňuje kaňonovitá dolina rieky Slanej medzi Silickou a Plešiveckou planinou. Na území okresu sa rozprestierajú dva národné parky Slovenský raj a Slovenský kras. V okrese je 12 národných prírodných rezervácií: Brzotínske skaly, Domické škrapy, Drieňovec, Havrania skala, Hnilecká jelšina, Hrušovská lesostep, Kečovské škrapy, Pod Strážnym hrebeňom, Sokol, Stratená, Zádielska tiesňava, Zejmarská roklina a 8 prírodných rezervácií: Gerlachovské skaly, Kráľova studňa, Malé Zajfy, Ostrá skala, Pod Fabiankou, Sokolia skala, Vyšná roveň, Zemné hradisko. Z celkového počtu 45 národných prírodných pamiatok na Slovensku, je na území okresu 14, a to: Brázda, Obrovská priepasť, Snežná diera, Zvonivá jama, Diviačia priepasť, Silická ľadnica a okrem toho jaskyne: Domic, Milada, Ardovská, Gombasecká, Krásnohorská (s najväčším stalagmitom na svete), Dobšinská ľadová, Hrušovská, Ochtinská aragonitová. Prírodnými pamiatkami sú Jovické rašelinisko, Meliatsky profil, Prielom Muránky a Opičia skala. Chránenými oblasťami prirodzenej akumulácie vôd sú Slovenský kras - Plešivská planina (57 km²), Horný vrch (152 km²) a Horné povodie rieky Hnilec (108 km²).

- klimatické podmienky

Územie Rožňavy ako súčasť slovenských Karpát z hľadiska genetického princípu členenia patrí k typu priechodnej miernej horskej klímy. V tomto type počas celého roka prevláda prílev oceánskeho vzduchu, ktorý sa pri postupe do vnútrozemia transformuje na kontinentálny. Teploty sa v januári pohybujú pod -4 stupne Celzia. Vzhľadom na nadmorskú výšku je to nízka teplota k čomu prispievajú aj zimné teplotné inverzie. Nástup priemerných teplôt 0 stupňov Celzia a viac pripadá v Rožňave na 25. Február a trvá 288 dní.

- hydrologické podmienky

Povrchové vody zo skúmaného územia odvádza rieka Slaná ako hlavný alochtónny tok, teda taký, ktorý pramení mimo tohto územia. V Rožňave sa do nej vlieva zľava Rožňavský potok. Slaná pramení v gemerskej časti Slovenského rudohoria, na severnej strane Stolice, vo výške 1275 m. n. m. Na skúmanom území odvodňuje južné stráne Slovenského rudohoria a Rožňavskú kotlinu. Plocha povodia Slanej nad vtokom Rožňavského potoka je 299, 702 km², dĺžka toku 39,6 kilometra a lesnatosť 50%. Jej povodie má pretiahnutý tvar. Spádová krivka Slanej v hornom úseku nie je vyrovnaná. Hustota riečnej siete v Slovenskom rudohorí je 0,6 – 1,0 km/km² a v Rožňavskej kotline 0,2 – 0,6 km/km². Veľké vody Slanej zaplavujú od Vlachova po Čoltovo okolo 1000 ha poľnohospodárskej pôdy. Zdroje podzemných vôd v skúmanej časti gemeríd Slovenského rudohoria sú nepatrné. Voda je mäkká, ale vhodná na pitie. Väčšie zásoby podzemných vôd

sú v alúviu rieky Slanej od Rožňavy na juh. Údolná niva Slanej predstavuje v kotline typickú nádrž podzemnej vody.

- biogeografické podmienky - fauna

Vyskytuje sa tu: Roháč obyčajný (*Lucanus cervus*), Rys ostrovid (*Lynx lynx*), Roháč obyčajný (*Lucanus cervus*), Mlynárik východný (*Lepidea morsei*), Podkovár veľký (*Rhinolophus ferrumequinum*), Fúzač veľký (*Cerambyx cerdo*), Vlk dravý (*Canis lupus*), Podkovár južný (*Rhinolophus ferrumequinum*).

- biogeografické podmienky - flóra

Vyskytuje sa tu: Poniklec prostredný (*Pulsatilla subslavica*), Poniklec veľkokvetý (*Pulsatilla grandis*), Peniaštek slovenský (*Thlaspi jankae*), Črievičník papučkový (*Cypripedium calceolus*), Včelník rakúsky (*Dracocephalum austriacum*), Feruľa sadlerova (*Ferula sadleriana*)

Kultúrno-historické podmienky primárnej ponuky v Rožňave:

„Kultúrno-historické podmienky primárnej ponuky v cestovnom ruchu zahŕňajú najmä architektonické pamiatky svetské, technické diela a sakrálne pamiatky, umelecko-výtvarné diela, folklór, archeologické náleziská, miesta bojov, svetových a národných dejín, rodiská a pôsobiská národných dejateľov a kultúrno-osvetové zariadenia.“ (Gúčík, 2000, s. 51)

- architektonické svetské pamiatky

Strážna veža

Renesančnú mestskú strážnu vežu postavili na mieste staršej gotickej stavby (Georg Gerscheuer a Daniel Mosszen). 38 m vysoká veža v r. 1766 vyhorela a jej pôvodnú renesančnú vrcholovú časť po požiari nahradili barokovou drevenou pavlačou a šindľovou prílbicou. Na južnej fasáde je osadená renesančná kamenná tabuľa z doby postavenia veže (1643-1654) so súdobou podobou erbu mesta. Veža bola v roku 1997 obnovená a sprístupnená pre návštevníkov ako vyhliadková.

Radnica

Klasicistická budova novej radnice vznikla adaptáciou niekoľkých meštianskych domov západnej strany námestia v rokoch 1711-12. Pôvodne symetrickú a jediná trojpodlažnú architektúru v historickom jadre mesta v prvej tretine 20. storočia rozšírili adaptáciou ďalšieho meštianskeho domu. Klasicistický tympanón zdobí erb mesta z glazovanej keramiky. Nad bránou radnice sa nachádza pamätná tabuľa z roku 1906, pripomínajúca pobyt Františka Rákócziho II. v meste v rokoch 1706-07.

Stredoveký meštiansky dom

Budova katolíckej fary na rohu námestia a Betliarskej ulice dostala svoju dnešnú podobu počas renesančných, barokových a klasicistických prestavieb. Fasádu pôvodne gotický meštiansky domu v 18. stor. vyzdobili nástennými maľbami s biblickou tematikou, ktoré boli objavené na konci sedemdesiatych rokov 20. stor. a nadáciou Al fresco znovu reštaurované v roku 1997. Dnes budova katolíckej fary.

Dom banskej komory

Mohutná náročná dvojpodlažná renesančná budova s charakteristickými opornými piliermi a renesančnou loggiou nad svojou vstupnou bránou bola postavená v 17. storočí pre potreby banskej komory. Na prelome rokov 1706 a 1707 budova banskej komory bola sídlom Františka Rákócziho II. a miestom zasadnutia krajinského snemu, na ktorom sa rozhodlo o detronizácii Habsburgovcov. Budova bola v roku 1998 obnovená.

Kaštieľ Betliar

Severne od Rožňavy sa nachádza obec Betliar, kde možno nájsť jednu z národných kultúrnych pamiatok Slovenska: vzácny kaštieľ Betliar s nádherným prírodným parkom. História dnešného kaštieľa je úzko spätá s históriou šľachtických rodov Bebekovcov a Andrassyovcov. Celý interiér kaštieľa predstavuje expozíciu života šľachty a zoznamuje návštevníkov s úrovňou bytovej architektúry a kultúry 19. storočia. Významná je zbierka umeleckých diel, zachovalý nábytok, zbrane keramika, sklo, porcelán a rôzne kuriozity, ktoré svedčia o zberateľskej vášni bývalých majiteľov kaštieľa. Unikátna je aj knižnica obsahujúca vyše 15.000 zväzkov. Kaštieľ obklopuje prírodný park s množstvom vzácných druhov drevín, fontán, jazierok a plastík. Po rozsiahlej rekonštrukcii v roku 1995 získal kaštieľ prestížnu cenu Europa Nostra za vzorné prevedenie stavebnej a interiérovej obnovy.

Hrad Krásna Hôrka

Národná kultúrna pamiatka hrad Krásna Hôrka je jednou z najvýznamnejších stavebno-historických pamiatok Gemera, uvádza Kolektív autorov v diele Poznaj svoj kraj (1968). Majestátno sa vypína na homolovitom kopci nad obcou Krásnohorské Podhradie. Jeho mohutné múry uchovávajú niekoľkostoročnú slávnu históriu významných šľachtických rodov Mariassyovcov, Bebekovcov a Andrassyovcov. Svoj najväčší rozkvet zaznamenal hrad za Andrassyovcov, ktorí ho prebudovali na honosné sídlo svojho rodu. Súčasnú stálu expozíciu tvorí pôvodné zachovalé bytové zariadenie hradu a zbierky rodového múzea, ktoré na hrade už v roku 1910 sprístupnil verejnosti jeho posledný majiteľ Dionýz Andrassy. Mimoriadne zaujímavé je zariadenie hradnej kuchyne, zbierka zbraní a výbroje ako aj neskorobaroková hradná kaplnka.

Mauzóleum Andrásyovcov

Mauzóleum Andrásyovcov v Krásnohorskom Podhradí, ktoré patrí medzi najhodnotnejšie pamiatky secesného umenia na Slovensku, vzniklo v duchu mníchovského stavitel'ského smeru v roku 1904. Rotundovitá stavba stavaná na spôsob egyptských a byzantských stavieb v secesnom duchu je miestom večného odpočinku Dionýza a Františky Andrásyovcov - posledných majiteľov krásnohorského hradného panstva. Interiér je zdobený viacerými druhmi mramoru pochádzajúcich z rôznych kútov celého sveta.

Obrazáreň Andrásyovcov

Obrazáreň Andrásyovcov sa nachádza v Krásnohorskom Podhradí. Secesnú budovu obrazárne dal postaviť v rokoch 1908-1909 milovník výtvarného umenia Dionýz Andrásy a umiestnil v nej svoju hodnotnú zbierku výtvarných diel. Po roku 1945 bol objekt využívaný pre rôzne účely a až po jeho pamiatkovej obnove sa pristúpilo k prinavrátaniu jeho pôvodného poslania. V rámci stálej expozície Banického múzea v Rožňave sú tu prezentované diela prevažne portrétnej tvorby z 18. a 19. storočia, spomedzi ktorých vyniká rozmerná historická olejomal'ba Smrť Attilu od Ferencza Paczku z roku 1884.

- sakrálne pamiatky

Biskupský palác

Palác rožňavských biskupov vznikol na mieste kláštora a školy jezuitov v roku 1778 podľa projektov Grosmana a miestneho staviteľa Jána Mayera. Majestátnu barokovo-klasicistickú budovu v pol. XIX. storočia rozšírili predĺžením východného traktu, v ktorom sa nachádza vzácna knižnica a archív diecézy.

Kostol jezuitov

Kostol jezuitov zasvätený sv. Františkovi Xavérskemu bol postavený na mieste pôvodnej stredovekej radnice v roku 1659 na príkaz ostrihomského arcibiskupa Juraja Lippayho. Severné priečelie kostola - jedínú čisto barokovú architektúru v meste - zdobia drevené sochy Mojžiša a kráľa Dávida.

Biskupská katedrála

Biskupská katedrála, do r. 1776 farský kostol Nanebovzatia Panny Márie bola postavená na začiatku 14. storočia (1304). Pôvodnú gotickú jednolod'ovú stavbu s polygonálnou svätyňou na začiatku 16. storočia rozšírili o severnú loď a neskorogotickú tzv. Bakóczovu kaplnku bohatú na kamenárske detaily. Prekrásne gotické pastofórium z r. 1507 je jedným z mála umeleckých diel pripomínajúcich stredovekú podobu interiéru.

Jedným z najvzácnejších umeleckých diel v katedrále je neskorogotická tabuľová maľba Metercia z r. 1513. Samostatná barokovo-klasicistická zvonica (1799) je dielom rožňavského staviteľa Jána Mayera.

Evanjelický kostol

Rožňavský evanjelický kostol patrí medzi najhodnotnejšie klasicistické stavby na Slovensku. Halový kostol úctyhodných rozmerov bol postavený v r. 1784-1786 podľa projektu miestneho staviteľa Jána Mayera. Kostol bol postavený podľa predpisov tolerančného patentu cisára Jozefa II. v uzavretom priestore mimo námestia a bez veže. Vchod k nemu vedie cez farskú záhradu a cez domy z námestia a Šafárikovej ulice.

Kostol reformovanej cirkvi

Postavil ho významný rožňavský stavitel' Nándor Szilvássy v rokoch 1904-1905 podľa plánov budapeštianskeho architekta Ferenc Weiningera v novogotickom slohu. Fasáda kostola je obkladaná leštenou červenou tehľou.

- umelecko-výtvarné diela

Pomník Františky Andrássyovej

Dominantný secesný pomník s bustou Františky Andrássyovej (1838 - 1902) z carrarského mramoru doplnený postavou starca a dvoch detí je dielom sochárov Jána Horvayho a Edmunda Szamovolszkého. Architektonické riešenie areálu vypracoval autor krásnohorského mauzólea Richard Berndl. Pomník bol postavený na pamiatku dobrodinky mesta, manželky grófa Dionýza Andrássyho z verejnej zbierky v roku 1905. Dvadsať rokov po jeho odstránení z námestia pomník rekonštruovali na pôvodnom mieste v roku 1993.

Socha Lajosa Kossutha

Bronzová socha Lajosa Kossutha (1802 - 1894) bola postavená z verejnej zbierky v roku 1907 na západnom okraji parku pri strážnej veži. Je dielom sochára Józsefa Rónu. z pôvodného miesta bola po I. a II. svetovej vojne odstránená. Slávnostné odhalenie znovupostavenej sochy sa konalo v roku 2004 v parku pri budove riaditeľstva Banického múzea.

Morový stĺp

Morový stĺp bol postavený v roku 1711 na pamiatku 2035 obetiam rožňavskej morovej epidémie. Na reštaurovanom vysokom stĺpe stojí novodobá kópia sochy Panny Márie Immaculaty (originál sa nachádza v budove radnice).

- archeologické náleziská

Jaskyňa Domica - bola osídlená už v neolite (4000 rokov pred n.l.), čo ju zaraďuje medzi najvýznamnejšie archeologické náleziská bukovohorskej kultúry. Nachádza sa na juhozápadnom okraji Silickej planiny (Národný park Slovenský kras), 10 km juhovýchodne od Plešivca v blízkosti štátnych hraníc s Maďarskou republikou. Jaskyňa bola objavená v roku 1926 a v roku 1995 bola spolu s ďalšími jaskyňami Slovenského krasu zapísaná do Zoznamu svetového prírodného dedičstva UNESCO.

Organizované podujatia primárnej ponuky:

Organizované podujatia obohacujú primárnu antropogénnu ponuku a patria sem: folklórne a hudobné festivaly, športové udalosti medzinárodného a národného významu, politicko spoločenské a obchodné udalosti. (Gúčik, 2000)

- folklór

V poslednú augustovú sobotu sa každoročne koná Gemerský folklórny festival v Rejdovej. Vďaka domácim, v dedine opäť ožijú tradičné ľudové remeslá - spracovanie ľanu, tkanie, výroba plátna a strúhanie šindlí, ktoré bude možné nielen vidieť, ale aj vlastnoručne odskúšať, hneď zrána na pl'acu pred kostolom. Odtiaľ potom slávnostný krojovaný sprievod domácich i zahraničných folkloristov sa vydá dolu tou Rejdovou na amfiteáter.

- kultúrno-osvetové zariadenia

OKC Rožňava - (obchodno-kultúrne centrum) Šafárikova 20, Rožňava

Centrum voľného času Šafárikova 100, Rožňava

- kultúrne podujatia

V Rožňave sa každoročne organizuje niekoľko kultúrnych a spoločenských podujatí, konkrétne:

- Novoročný koncert na Radnici,
- Dni mesta Rožňava (30. 1. - 5. 2.) , kedy mesto oslavuje svoje symbolické narodeniny, nakoľko najstaršia písomná zmienka o Rožňave sa datuje práve k 3. februáru 1291,
- Rožňavská hudobná jar (marec) - festival vážnej hudby,

- Celoslovenské stretnutie maďarských pedagógov, je podujatie, ktoré sa koná začiatkom apríla pojednáva o maďarskom školstve na Slovensku a je organizované Zväzom maďarských pedagógov,
- Veľkonočný jarmok, kde sa remeselníci takisto prezentujú v duchu sviatkov prútenými košíkmi, ručnými prácami, zdobenými vajíčkami, tkanými kobercami, keramikou, a samozrejme perníkmi i množstvom drobných ľudovo-umeleckých výrobkov a rovnako
- Country bál uprostred letnej sezóny v júly organizovaný na rožňavskom kúpalisku, kde vystupujú kapely country charakteru,
- Rožňavský jarmok (16. - 17. - 18. september 2010), ku ktorému neodmysliteľne patria tradičné ľudové remeslá a folklór. Vianočný jarmok organizovaný v dňoch 19. - 21.12.2010.
- Vianočný koncert detských speváckych zborov.

4.2 SEKUNDÁRNA PONUKA

Na trhu cestovného ruchu vystupujú rôzne subjekty, ktoré na trh prichádzajú s rôznymi zámermi. Kupujúci chcú cestovať a uspokojovať svoje potreby nákupom služieb. Predávajúci naopak poskytujú služby buď priamo (ubytovacie, stravovacie podniky atď.) alebo sprostredkovane prostredníctvom cestovných kancelárií a agentúr. (Drobná - Morávková, 2004) Práve ponuka predávajúcich je predmetom sekundárnej ponuky, o ktorej pojednáva nasledujúca podkapitola.

Sekundárnou ponukou sú všetky prostriedky na uspokojovanie primárnych potrieb. „Sekundárnu ponuku tvoria tri skupiny faktorov, a to infraštruktúra cestovného ruchu, všeobecná infraštruktúra a inštitúcie cestovného ruchu v cieľových miestach.“ (Gúčík, 2000 : 53) Infraštruktúra cestovného ruchu z vecného hľadiska predstavuje súbor zariadení a ich služieb nevyhnutných na to, aby sa účastník cestovného ruchu mohol v cieľovom mieste ubytovať, stravovať a vykonávať najrôznejšie rekreačné a kultúrne aktivity typické pre cestovný ruch.

Supraštruktúra cestovného ruchu:

Súbor ubytovacích a stravovacích zariadení označujeme za supraštruktúru cestovného ruchu a ostatné zariadenia, typické pre cestovný ruch za infraštruktúru cestovného ruchu. (Gúčík, 2000)

- ubytovacie zariadenia - uvádzame v tabuľke č. 2.

Tabuľka 2 Prehľad ubytovacích zariadení

Názov ubytovacieho zariadenia	Klasifikácia ubytovacieho zariadenia	Kapacita ubytovacieho zariadenia	Lokalita
FAN Penzión – FAN Club	-	40 + 5	Zakarpatská 32, Rožňava
Permon RV s.r.o.	-	-	Letná 36, Rožňava
Vila Valéria	-	-	-
Selfness zdravia a vitality	***	-	-
Privát Eva	**	8	-
Ubytovanie Fórišová	**	7+1	-
Hotel Fontána	-	26+10	-
Hotel Kras	***	146	-

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2011

- stravovacie zariadenia - uvádzame v tabuľke č. 3.

Tabuľka 3 Prehľad stravovacích zariadení

Názov stravovacieho zariadenia	Kapacita stravovacieho zariadenia	Lokalita
Reštaurácia TRI RUŽE	Reštaurácia-40 Vináreň – 80 Cukráreň 22	Námestie baníkov 32
Slovenská reštaurácia – Penzión Rebeca	-	Slnečná 18
Hotel Kras	Reštaurácia – 80 Kaviareň - 80	Šafárikova 52
Pizza Mica	Pizzeria - 30 Bar - 36 Letná záhrada - 50	Kosu Schoppera 29
Reštaurácia Rubín	-	Okružná 23

Reštaurácia Átrium	Reštaurácia – 40 Koktail bar - 25	Čučmianska dlhá 30
Reštaurácia Inkuba	Reštaurácia – 50	Zakarpatská 19
Pivnica Perla	60	Námestie baníkov 18
Hotel Čierny orol	Reštaurácia – 30 Pivnica – 70 Letná záhrada - 40	Námestie baníkov 17

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2011

Infraštruktúra cestovného ruchu:

- cestovné kancelárie – uvádzame v tabuľke č. 4

Tabuľka 4 Prehľad cestovných kancelárií

Názov	Adresa
Cestovná agentúra ALBATROS TOUR	Čučmianska dlhá 3, Rožňava
CA REGION TOUR	Námestie baníkov 9, Rožňava
Rtour - Renáta Ulbriková	-
Ing. Marek Šebeňa - MADAS	Čučmianska dlhá 29, Rožňava
Satur Travel a.s.	Námestie baníkov 22, Rožňava
Cestovná agentúra EDEN	OKC Rožňava-prízemie,
TRAVCONET Cestovná agentúra	Námestie baníkov 24, Rožňava
Cestovná kancelária - BARIKA TOURS	Šafáriková 14 , Rožňava

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2011

- turistické informačné kancelárie

Turistické informačné centrum

Nachádza sa na strategicky veľmi dobrom mieste, priamo na Námestí baníkov. Námestie baníkov je východiskovým bodom pri organizovaných prehlídkach mesta a zároveň je toto štvorcové námestie stredovekého pôvodu najväčšie svojho druhu na Slovensku s množstvom vzácnych architektonických pamiatok. Tie môžu návštevníci mesta obdivovať z vyhlídkovej pavlače renesančnej strážnej veže, ktorá je neodmysliteľným symbolom Rožňavy. Priamo v Turistickom informačnom centre

je možné zakúpiť tzv. Gemer kartu, zavedenú v roku 2005. Preukázanie sa spomínanou kartou oprávňuje návštevníkov na zľavu vo výške 20% z ceny vstupenky. Tieto miesta potvrdzujú návštevu pečiatkou. Ak návštevník navštívi minimálne sedem z deviatich atrakcií a kartu s vyplneným menom a adresou pošle do Turistického informačného centra Rožňava alebo do Tourinform Aggtelek (Maďarsko), v koncoročnom žrebovaní sa môže stať výhercom hodnotných cien. Od 1. januára 2008 si môžu držiteľia Gemer karty uplatniť nárok na zľavu vo výške 10% aj v týchto reštauračných zariadeniach: Barlang Vendéglő (Aggtelek), Hotel Cseppkő étterme (Aggtelek), Tengersizem Étterem (Jósvafő), Ménes Büfé (Szögliget), Reštaurácia Čierny orol (Rožňava), Zamma Pizzeria (Rožňava), Reštaurácia Inkuba (Rožňava), Reštaurácia Na Majeri (Betliar), Reštaurácia U bieleho koňa (Brzotín), Reštaurácia U železného grófa (Krásnohorské Podhradie).

Všeobecná infraštruktúra:

- miestna infraštruktúra
 - TESCO hypermarket – v blízkosti autobusovej stanice
 - BILLA – v blízkosti autobusovej stanice
 - LIDL - západný vstup do mesta
 - V meste sa okrem týchto nachádza 7 predajní potravín.
 - Kaderníctvo – 14 prevádzok
 - Kozmetika – 8 prevádzok
 - Masáže – 7 prevádzok
 - Solárium 2 prevádzky
- dopravná infraštruktúra
 - 7 rôznych TAXI služieb,
 - 1 požičovňa áut,
 - 6 maloobchodov s pneumatikami,
 - 2 čerpace stanice.
- zdravotnícka infraštruktúra
 - Nemocnica s poliklinikou svätej Barbory Rožňava a.s. Pre pacientov je pripravených 329 lôžok.
 - Ambulancie súkromných lekárov zamerania očné lekárstvo, stomatológia a reumatológ – spolu 10
 - Lekárne – 9 prevádzok, s dohodnutou pohotovostnou službou.

- polícia a záchranná služba
 - Okresné riaditeľstvo PZ Rožňava.
 - Záchranná služba - pri Nemocnici s poliklinikou svätej Barbory Rožňava a.s.
- ostatná infraštruktúra:
 - zmenárne - Turistické informačné centrum, Námestie baníkov 32, Rožňava
 - bankomaty – prehľad uvádzame v tabuľke č. 5

Tabuľka 5 Prehľad bankomatov

Bankomat	Adresa
Slovenská sporiteľňa, a.s.	Špitálska 1, Nemocnica Svätej Barbory
Tatra Banka, a.s.	Krásnohorská hypermarket TESCO
Všeobecná úverová banka, a.s.	Krásnohorská 5 hypermarket Tesco
Slovenská sporiteľňa, a.s.	Štítnicka 25 Gemtex
ČSOB	Šafárikova 18 pobočka
Slovenská sporiteľňa, a.s.	Šafárikova 22 MsP - II.
Všeobecná úverová banka, a.s.	Šafárikova 21 Pobočka VÚB

Zdroj: Spracované podľa: Bankomaty – Rožňava, Slovensko [online]. 2011. [cit. 2011-02-01].
Dostupné na internete : <http://www.nelso.cz/sk/roznava/bankomaty/>

- pošta
- Dve pobočky - Šafárikova 62, Rožňava
- Zakarpatská 19, Rožňava

- športovo-rekreačné zariadenia – uvádza tabuľka č. 6.

Tabuľka 6 Prehľad športovo - rekreačných zariadení

Názov	Sídlo	Kapacita
Kúpalisko Rožňava	Štítnická ul.	1500
Zimný štadión	Šafárikova 29	-
Hotel Selfness Rožňava – hotel umožňuje vykonávanie športovo rekreačných aktivít a wellness	Kasárenská 36	30

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2011

- o dopravné zariadenia

Autobusové spojenie na území okresu a čiastočne mimo jeho hraníc zabezpečuje po sprivatizovaní SAD Košická dopravná spoločnosť OZ Rožňava (184 pracovníkov). Okrem nej v okrese fungujú aj malé, súkromné, dopravné firmy a samozrejme diaľkové spoje spravujú rôznych slovenských, ale aj zahraničných dopravných prepravcovia. Cestná infraštruktúra patrí ku kľúčovým faktorom, ktoré významným spôsobom vplyvajú na rozvoj hospodárstva. Zahraniční investori ako jedno z dominantných kritérií pri rozhodovaní o investovaní posudzujú kvalitu, rýchlosť a dostupnosť cestných komunikácií. Tento fakt preto nepochybne znamená komparatívnu nevýhodu pre okres Rožňava napr. pri porovnaní s okresom Poprad.

Potenciál cestovného ruchu skúmaného regiónu je, podľa nášho názoru, pomerne rozsiahly a pokrývajúci takmer všetky rozhodujúce formy a druhy cestovného ruchu. Pre správnu orientáciu ponuky je pritom dôležité definovať cieľové skupiny a následne poznať, aký je dopyt cieľových skupín návštevníkov po jednotlivých atraktivitách. Nasledovná kapitola interpretuje výsledky realizovaného výskumu, ktorého cieľom bolo overiť názory domácich obyvateľov a preferencie potenciálnych návštevníkov daného regiónu.

5 MOŽNOSTI ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU V ROŽŇAVE

Cestovný ruch je každodennou súčasťou života človeka od nepamäti. Umožňuje človeku spoznávať nové miesta, národy, tradície ale aj vycestovať za cieľom regenerácie a oddychu. Táto téma nie je nikomu z nás cudzia. Vzhľadom na zadanie predkladanej diplomovej práce sme vypracovali praktickú časť, ktorej zámerom bolo overiť názory verejnosti na cestovný ruch v okrese Rožňava. O vyhodnotení dotazníkov pojednáva nasledujúca kapitola. Ako sme uviedli v kapitole „Metodika“ praktickú časť sme rozdelili na dve samostatné časti. Dôvodom je realizácia výskumu v dvoch skupinách respondentov. Prvú skupinu tvoria obyvatelia Rožňavy a okolia. Cieľom bolo overiť názory domácich na aktuálnu situáciu v oblasti cestovného ruchu v okrese. Druhú skupinu tvoria respondenti z celého Slovenska. Cieľom druhého dotazníka bolo overiť úroveň prezentácie okresu, nakoľko táto je jedným zo spôsobov prilákania návštevníkov. Výsledky výskumu interpretujú nasledovné podkapitoly.

5.1 VYHODNOTENIE DOTAZNÍKA č. 1

Dotazník č. 1 je zameraný na prieskum názorov obyvateľov Rožňavy a okolia. Dotazník pozostával z piatich otázok.

5.1.1 Charakteristika skupiny respondentov dotazníka č. 1

Zber údajov prebehol počas vianočného jarmoku v čase od 19. - 21.12.2010 a oslovených bolo 95 respondentov. Vyplnili sme 85 dotazníkov. Tabuľka č. 7 znázorňuje štruktúru respondentov z hľadiska pohlavia a veku.

Tabuľka 7 Štruktúra respondentov z hľadiska pohlavia a veku

Pohlavie	Vek				Spolu
	20-30	30-40	40-50	Nad 50 rokov	
Ženy	3	35	8	0	46
Muži	7	25	4	3	39

Zdroj: Vlastný výskum, 2010

Z tabuľky č. 7 vyplýva, že najširšiu skupinu respondentov tvoria ženy vo veku 30-40 rokov, zároveň je táto veková kategória tvorí najširšiu skupinu respondentov v rámci tejto časti výskumu vôbec. Dotazníkom sa nám podarilo zaujať a zároveň aj získať odpovede iba od 10 respondentov vo veku od 20 do 30 rokov. Príčinou by podľa nášho názoru mohol nízky záujem tejto vekovej kategórie o celospoločenské dianie.

Pri vyhodnocovaní skupiny respondentov odpovedajúcich na dotazník č. 1 z hľadiska vzdelania sme dospeli k záverom, ktoré interpretuje tabuľka č. 8.

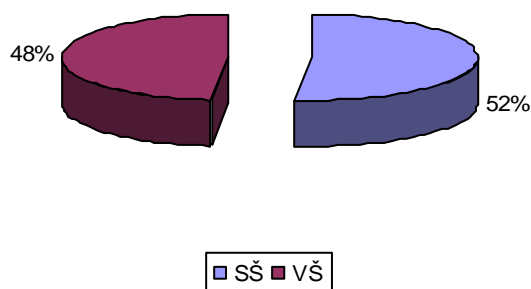
Tabuľka 8 Štruktúra respondentov z hľadiska vzdelania RV

Pohlavie	Vzdelanie		
	Základné	Stredoškolské	Vysokoškolské
Ženy	0	20	26
Muži	0	10	3
Spolu	0	44	41

Zdroj: Vlastný výskum, 2010

Z tabuľky č. 8 vyplýva, že sa nám podarilo osloviť respondentov s minimálne stredoškolským vzdelaním. Graf č. 1 je grafickým znázornením vyhodnotenia skupiny respondentov z hľadiska vzdelania.

Graf 1 Štruktúra respondentov z hľadiska vzdelania



Zdroj: Vlastný výskum, 2010

Z grafu č. 1 vyplýva, že podiel stredoškóľákov tvorí 52%, oproti 48% vysokoškóľsky vzdelaných respondentov.

Nasledovná podkapitola je interpretáciou výsledkov vyhodnotenia jednotlivých otázok, ako za sebou nasledovali.

5.1.2 Interpretácia výsledkov prieskumu pre dotazník č. 1

Dotazník č. 1 pozostával z piatich otázok, ktorých vyhodnotenie a interpretácia výsledkov výskumu tvorí nasledovnú podkapitolu. V rámci dotazníka č. 1 sme vyslovili dve hypotézy. Hypotéza č. 1 bola overená otázkou č. 1 a hypotéza č. 2 bola overená otázkou č. 5.

Hypotéza 1: Väčšina respondentov nie je spokojná so súčasnou situáciou v oblasti rozvoja cestovného ruchu. – **overená otázkou č. 1**

Otázka č. 1: Je podľa Vášho názoru situácia v oblasti cestovného ruchu v Rožňave:

- a) Dostatočná
- b) Nedostatočná

Vyhodnotenie otázky č. 1 interpretuje tabuľka č. 9.

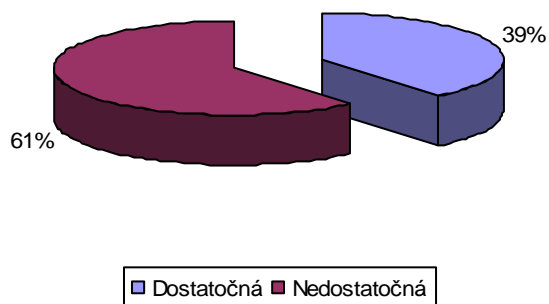
Tabuľka 9 Vyhodnotenie otázky č. 1

	Dostatočná	Nedostatočná
Ženy	12	34
Muži	21	18
Spolu	33	52

Zdroj: Vlastný výskum, 2010

Graf. č. 2 je grafickým znázornením vyhodnotenia otázky č. 1.

Graf 2 Vyhodnotenie otázky č. 1



Zdroj: Vlastný výskum, 2010

Z vyhodnotenia dotazníkov vyplýva, že 52 respondentov, t.j. 61%, považuje situáciu v oblasti cestovného ruchu v Rožňave za nedostatočnú. Zaujímavé bolo vyhodnotenie tejto otázky na základe vzdelania, čo interpretuje tabuľka č. 10.

Tabuľka 10 Vyhodnotenie otázky č. 1 – z hľadiska vzdelania

	Dostatočná	Nedostatočná
SŠ	21	23
VŠ	12	29
Spolu	33	52

Zdroj: Vlastný výskum, 2010

Z tabuľky č. 10 vyplýva, že 21 respondentov so stredoškolským vzdelaním považuje situáciu v oblasti cestovného ruchu vo svojom regióne za dostatočnú a podľa vyjadrených názorov, ani nič netreba meniť. Respondenti opakovane vyjadrili obavu z návštev zahraničných turistov a nárast vandalizmu. Z rozhovorov vyplynulo, že názor tejto skupiny respondentov ovplyvnila televízia. Stretli sme sa aj s obavou kvôli jazykovej bariére. Veľká časť obyvateľov tohto regiónu je síce dvojjazyčná, hovoria však slovenským a maďarským jazykom. Preto vzniká obava z nárastu anglicky alebo nemecky hovoriacich turistov. Sme toho názoru, že je na poskytovateľoch služieb, aby tomuto predišli.

Z vyhodnotenia otázky č. 1 vyplýva, že hypotéza č. 1 bola potvrdená.

Otázka č. 2: Pozorujete za posledné obdobie nárast turistov v regióne?

- a) **Áno**
- b) **Nie**
- c) **Nezaujímam sa**

Výsledky vyhodnotenia interpretuje tabuľka č. 11 a graf č. 3.

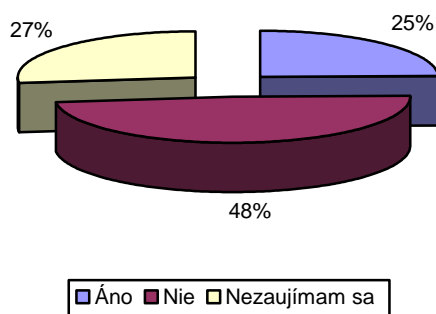
Tabuľka 11 Vyhodnotenie otázky č. 2

	Počet odpovedí
Áno	21
Nie	41
Nezaujímam sa	23

Zdroj: Vlastný výskum, 2010

Z tabuľky č. 11 vyplynulo, že 41 respondentov (48%) nezaznamenalo nárast turistov a 23 respondentov (27%) sa o dianie v oblasti cestovného ruchu vôbec nezaujíma.

Graf 3 Vyhodnotenie otázky č. 2



Zdroj: Vlastný výskum, 2010

V rámci vyhodnocovania bolo pre nás zaujímavé zistenie, že nezujem o dianie v skúmanej oblasti prejavilo 12 vysokoškolsky vzdelaných respondentov. Zloženie respondentov z hľadiska pohlavia, ktorí na túto otázku odpovedali možnosťou c) Nezaujímam sa, interpretuje tabuľka č. 12.

Tabuľka 12 Vyhodnotenie otázky č. 2 – odpoveď c) – výsledky podľa pohlavia

	Počet odpovedí
Ženy	15
Muži	8

Zdroj: Vlastný výskum, 2010

V odpovediach na otázku, či respondenti zaznamenali nárast turistov nezujem prejavilo 15 žien. Ak túto otázku hodnotíme z hľadiska vzdelania, o problematiku sa nezaujíma 12 vysokoškolsky vzdelaných respondentov. Výsledky znázorňuje tabuľka č. 13.

Tabuľka 13 Vyhodnotenie otázky č. 2 – odpoveď c) – výsledky podľa vzdelania

	Počet odpovedí
SŠ	11
VŠ	12

Zdroj: Vlastný výskum, 2010

Skupinu vysokoškolsky vzdelaných respondentov, ktorí na otázku odpovedali, že sa o dotazovanú problematiku nezaujímajú tvorí veková kategória 30 – 40 rokov.

Otázka č. 3: Sú podľa Vás služby v cestovnom ruchu v regióne postačujúce:

- d) **Áno**
- e) **Nie**
- f) **Nezaujímam sa**

Výsledky interpretuje tabuľka č. 14.

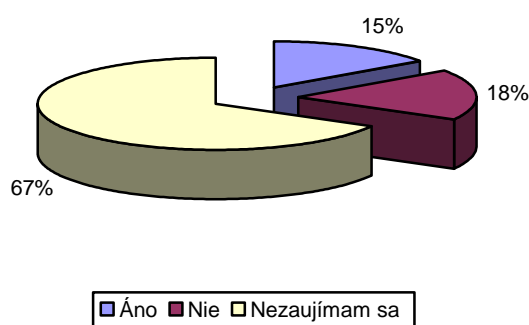
Tabuľka 14 Vyhodnotenie otázky č. 3

	Počet odpovedí
Áno	13
Nie	15
Nezaujímam sa	57

Zdroj: Vlastný výskum, 2010

Z tabuľky č. 14 vyplýva, že 13 respondentov považuje služby v cestovnom ruchu za postačujúce a až 57 opýtaných sa o túto problematiku nezaujímajú. Graf č. 4 je grafickým znázornením vyhodnotenia otázky č. 3.

Graf 4 Vyhodnotenie otázky č. 3



Zdroj: Vlastný výskum, 2010

Z vyhodnotenia otázky č. 3 teda vyplýva, že o služby v cestovnom ruchu sa nezaujímajú až 67% respondentov. Je to viac ako polovica z oslovených domácich. Tento

fakt je podľa nášho názoru vcelku zarážajúci, keď vezmeme do úvahy, že okres Rožňava mal k 28.2.2011 evidovanú mieru nezamestnanosti 27,97 %. (online) Práve množstvo prírodných krás, ako aj kultúrno – historických pamiatok, ktoré sa v tomto regióne nachádzajú majú, podľa nášho názoru, výrazný vplyv na silný potenciál pre rozvoj cestovného ruchu, ktorý by mohol byť jedným zo zdrojov pracovných príležitostí.

Otázka č. 4: Ak by Vás zastavil návštevník regiónu a požiadal by Vás o turistický tip, kam by ste ho v rámci regiónu poslali a prečo?

Otázka č. 4 je otázkou otvorenou, kde sme od respondentov očakávali vyjadrenie ich osobných preferencií aj s vysvetlením. 45% respondentov bolo nerozhodných nakoľko v oblasti sa nachádza množstvo prírodných či kultúrnych atraktivít a preto by podľa nich bolo potrebné podniknúť také aktivity, ktoré by prepojili všetky objekty cestovného ruchu. 28 % respondentov určila ako turisticky atraktívny tip návštevu kaštieľa Betliar, ktorý sa nachádza 7 km od Rožňavy a jeho súčasťou je park, v ktorom sa nachádza množstvo architektonických skvostov. 27% respondentov označilo za turisticky atraktívny hrad Krásna Hôrka, vzdialený od Rožňavy 6,6 km.

Hypotéza č. 2: Väčšina respondentov by sa aktívne zapojilo do výzvy v rámci rozvoja cestovného ruchu. – **overená otázkou č. 5**

Otázka č. 5: Ak by bola výzva k občanom, aby sa aktívne zapojili v rámci rozvoja cestovného ruchu, prihlásili by ste sa:

a) **Áno**

Ak áno, do ktorej z uvedených oblastí by ste boli ochotná/ý sa zapojiť:

a. *gastronómia*

b. *ubytovanie*

c. *participácia na projektoch (kultúrno – spoločenské aktivity....)*

d. *iné*

(uved'te).....

b) **Nie**

Vyhodnotenie výsledkov otázky č. 5 interpretuje tabuľka č. 15

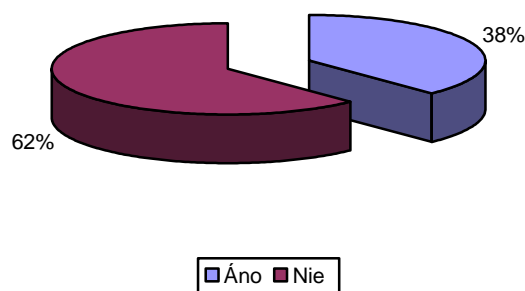
Tabuľka 15 Vyhodnotenie otázky č. 5

	Počet odpovedí
Áno	32
Nie	53

Zdroj: Vlastný výskum, 2010

Z tabuľky č. 15 a z grafu č. 5 vyplýva, že väčšina respondentov (62%) odpovedala záporne a neprejavili teda záujem o zapojenie sa do aktivít súvisiacich s rozvojom cestovného ruchu.

Graf 5 Vyhodnotenie otázky č. 5



Zdroj: Vlastný výskum, 2010

Z kladných odpovedí prejavilo najviac respondentov záujem o zapojenie sa do aktivít v rámci ubytovania potenciálnych klientov. O poskytovanie služieb v oblasti gastronómie neprejavil záujem žiaden respondent. Ako vyplýva z podkapitoly 3.2 v Rožňave je prevádzkovaných 9 stravovacích zariadení.

Vyhodnotením dotazníka bolo zistené, že hypotéza č. 2 nebola potvrdená.

5.2 VYHODNOTENIE DOTAZNÍKA č. 2

Dotazník č. 2 je orientovaný na prieskum názorov respondentov, ktorých sme oslovili počas výstavy ITF Slovakia Tour organizovanej 20. - 23.1.2011 v Bratislave. Rovnako ako v prípade predchádzajúceho dotazníka, aj pre túto skupinu respondentov sme stanovili hypotézu, ktorá je uvedená v kapitole 1 Ciele.

5.2.1 Charakteristika skupiny respondentov dotazníka č. 2

Oslovili sme 100 respondentov, pričom dotazník vyplnilo 75 respondentov. Tabuľka č. 16 znázorňuje štruktúru respondentov z hľadiska pohlavia a veku.

Tabuľka 16 Štruktúra respondentov z hľadiska pohlavia a veku

Pohlavie	Vek				Spolu
	20-30	30-40	40-50	Nad 50 rokov	
Ženy	14	16	6	6	42
Muži	9	8	11	5	33

Zdroj: Vlastný výskum, 2011

Z tabuľky č. 16 vyplýva, že dotazník vyplnilo viac žien ako mužov, najviac respondentov tvoria ženy vo veku 30 – 40 rokov, najmenej dotazníkov vyplnili muži vo veku nad 50 rokov. Celkovo je možné konštatovať, že najmenej dotazníkov vyplnila veková kategória respondentov nad 50 rokov. Je tom podľa nášho názoru, pravdepodobne spôsobené miestom zberu informácií. Výstava cestovného ruchu je často krát miestom pre výber letných dovolení, či príležitosťou na oboznámenie sa s novými destináciami v rámci Slovenska i Európy, čo je pravdepodobne doménou skôr nižších vekových kategórií.

Rovnako ako v prípade Dotazníka č. 1, aj v pri vyhodnocovaní Dotazníka č. 2 sme sa zamerali na vyhodnotenie skupiny respondentov podľa vzdelania a výsledky tohto zisťovania interpretuje tabuľka č. 17.

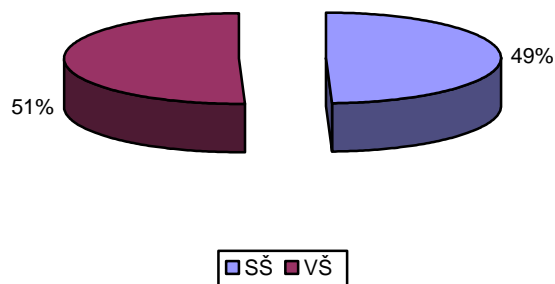
Tabuľka 17 Štruktúra respondentov z hľadiska vzdelania

Pohlavie	Vzdelanie		
	Základné	Stredoškolské	Vysokoškolské
Ženy	0	16	26
Muži	0	21	12
Spolu	0	37	38

Zdroj: Vlastný výskum, 2011

Graf č. 6 je grafickým znázornením vyhodnotenia skupiny respondentov z hľadiska vzdelania.

Graf 6 Štruktúra respondentov z hľadiska vzdelania



Zdroj: Vlastný výskum, 2011

Z tabuľky č. 17 a z grafu č. 6 vyplýva, že dotazník vyplnilo 37 respondentov (49%) so stredoškolským a 38 respondentov (51%) s vysokoškolským vzdelaním. Najväčšiu skupinu tvoria ženy s vysokoškolským vzdelaním.

5.2.2 Interpretácia výsledkov prieskumu pre dotazník č. 2

Dotazník č. 2 overoval názory respondentov z celého Slovenska a interpretácia výsledkov výskumu je predmetom nasledovnej podkapitoly.

Hypotéza 3: Respondenti poznajú okres Rožňava hlavne z internetu.

– overená otázkou č. 1

Otázka č. 1: Poznáte resp. počuli ste o okrese Rožňava?

- a) **Áno**
 - a. z tlače
 - b. z internetu
 - c. z turistického sprievodcu
 - d. navštívil/a som ho
- b) **Nie**

Výsledky vyhodnotenia otázky č. 1 interpretuje tabuľka č. 18 a graf č. 7.

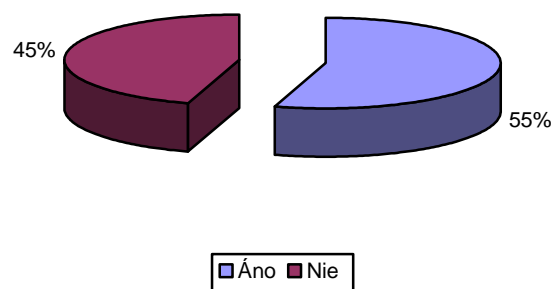
Tabuľka 18 Vyhodnotenie otázky č. 1

	Počet odpovedí
Áno	41
Nie	34

Zdroj: Vlastný výskum, 2011

Z tabuľky č. 18 vyplýva, že okres pozná alebo o ňom aspoň počulo 41 respondentov, čo je 45% z opýtaných.

Graf 7 Vyhodnotenie otázky č. 2



Zdroj: Vlastný výskum, 2011

Pri vyhodnocovaní kladných odpovedí, sme zisťovali aj zdroj informácií o okrese. Pomerne málo respondentov sa o okrese Rožňava dozvedelo z internetu (7 respondentov). Internet je v súčasnosti, podľa nášho názoru, hlavným zdrojom informácií. V cestovnom

ruchu umožňuje internet a informačné technológie zainteresovaným stranám distribuovať správny marketingový mix, správnym segmentom cez správnych sprostredkovateľov a taktiež cenové výhody vďaka interaktívnej komunikácii medzi subjektmi distribučného reťazca. Na základe uvedeného môžeme konštatovať, že iba veľmi nízke percento opýtaných získalo relevantné informácie z internetu, čo by mohlo svedčiť o pomerne málo výraznej prezentácii regiónu prostredníctvom internetu.

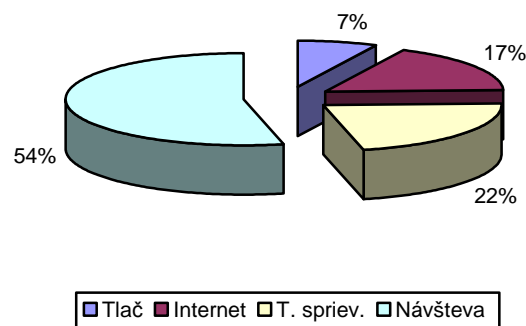
Tabuľka 19 Vyhodnotenie otázky č. 1 – odpoveď ÁNO

ÁNO	Počet odpovedí
z tlače	3
z internetu	7
z turistického sprievodcu	9
navštívil/a som ho	22

Zdroj: Vlastný výskum, 2011

Z grafu č. 8 vyplýva, že 7% respondentov sa o okrese dozvedelo z tlače, 17% z internetu, 22% z turistických sprievodcov a 54% z opýtaných okres navštívilo.

Graf 8 Vyhodnotenie otázky č. 1 – odpoveď Áno



Zdroj: Vlastný výskum, 2011

Z vyhodnotenia otázky č. 1 vyplýva, že hypotéza č. 1 nebola naplnená.

Otázka č. 2: Je podľa Vášho názoru prezentácia tohto okresu dostatočná?

a) **Áno**

b) **Nie**

Výsledky vyhodnotenia otázky č. 2 interpretuje tabuľka č. 20 a graf č. 9.

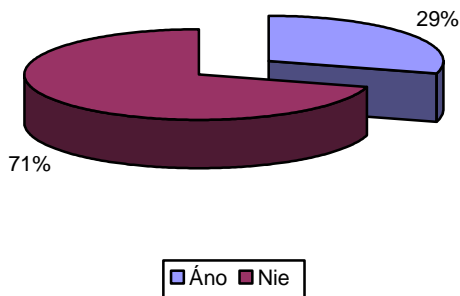
Tabuľka 20 Vyhodnotenie otázky č. 2

	Počet odpovedí
Áno	22
Nie	53

Zdroj: Vlastný výskum, 2011

Iba 22 respondentov (29%) považuje prezentáciu skúmaného okresu za dostatočnú. Naopak 53 respondentov (71%) sa vyjadrilo záporne.

Graf 9 Vyhodnotenie otázky č. 2



Zdroj: Vlastný výskum, 2011

Otázka č. 3: Ako vo všeobecnosti hodnotíte kvalitu poskytovaných služieb v regióne?

- a) Uspokojivá
- b) Mierne uspokojivá
- c) Neuspokojivá

Výsledky vyhodnotenia otázky č. 3 interpretuje tabuľka č. 21 a graf č. 10. Na túto otázku odpovedalo iba 22 respondentov, ktorí v otázke č. 1 odpovedali, že okres navštívili.

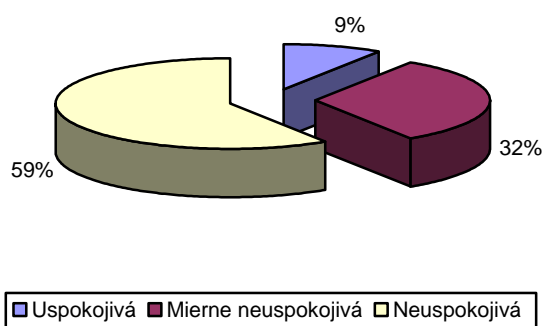
Tabuľka 21 Vyhodnotenie otázky č. 3

	Počet odpovedí
Uspokojivá	2
Mierne uspokojivá	7
Neuspokojivá	13
Spolu:	22

Zdroj: Vlastný výskum, 2011

Z tabuľky č. 21 a z vyhodnotenie odpovedí teda vyplýva, že 13 respondentov zo skupiny 22 respondentov, ktorí okres Rožňava navštívili, považuje kvalitu poskytovaných služieb za neuspokojivú. Mierne spokojní boli 7 respondenti (32%).

Graf 10 Vyhodnotenie otázky č. 3



Zdroj: Vlastný výskum, 2011

Graf č. 10 interpretuje výsledky vyhodnotenia otázky č. 3, z ktorého vyplýva, že iba 9% respondentov, ktorí región navštívili, boli spokojní so službami, ktoré im boli poskytnuté.

Otázka č. 4: Čo Vás zaujalo a čo Vám naopak chýbalo pri návšteve regiónu?

Jedná sa o otvorenú otázku, kde sme očakávali vyjadrenie vlastných názorov respondentov. Respondenti sa buď k otázke nevyjadrili vôbec, alebo odpovedali, že postrádali kvalitu služieb v oblasti stravovania (sťažovali sa na neochotu personálu, dlhé čakacie doby). Za výrazný nedostatok považovali dopravu.

Otázka č. 5: Ak by ste mali o regióne viac informácií, navštívili by ste ho?

- a) **Áno**
- b) **Možno**
- c) **Nie**

Táto otázka bola určená respondentom, ktorí región nepoznajú. Vyhodnotenie preto vychádza z odpovedí na otázku č. 1, kde 34 respondentov odpovedalo, že región nepozná. Výsledky vyhodnotenia otázky č. 5 interpretuje tabuľka č. 22 a graf č. 11.

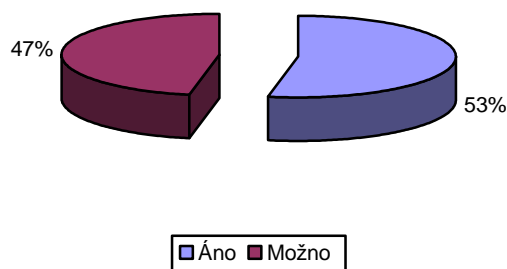
Tabuľka 22 Vyhodnotenie otázky č. 4

	Počet odpovedí
Áno	18
Možno	16
Nie	0
Spolu:	34

Zdroj: Vlastný výskum, 2011

Z tabuľky č. 22 vyplýva, že ak by sa zlepšila dostupnosť informácií o regióne Rožňavy, región by navštívilo 53% z respondentov, ktorí tam doposiaľ neboli.

Graf 11 Vyhodnotenie otázky č. 4



Zdroj: Vlastný výskum, 2011

Z vyhodnotenia grafu č. 11 vyplynulo aj to, že ani jeden respondent neodpovedal na otázku záporne a 16 respondentov (47%) by nad návštevou regiónu uvažovalo.

Vyhodnotenie a zhrnutie oboch dotazníkov je uvedené v podkapitole 5.4.

5.3 ZHODNOTENIE POTENCIÁLU CESTOVNÉHO RUCHU - SWOT ANALÝZA

SWOT analýza je analýza, ktorá zoraďuje a kompletizuje vnútorné silné a slabé stránky podniku a jeho vonkajšie príležitosti a hrozby podľa dôležitosti. Je nástrojom strategického plánovania, ktorá sa používa na hodnotenie silných a slabých stránok, príležitostí a hrozieb v určitej organizácii so snahou uskutočniť určitý cieľ. Vytvára prehľad o strategickej situácii v podniku. SWOT je skratka z počiatočných písmen slov: Strength – (sila), Weakness – (slabosti), Opportunity – (príležitosť), Threat – (hrozba). Úlohou SWOT analýzy je vytvoriť tesný súlad medzi internými schopnosťami podniku (medzi jeho silami a slabosťami) a jeho vonkajším prostredím, ktoré je vyjadrené najmä (príležitosťami a hrozbami). (Sakál, 2007). Tabuľka č. 23 je analytickým spracovaním potenciálu a zhodnotením silných a slabých stránok okresu.

Tabuľka 23 SWOT Analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - vysoký potenciál pre cestovný ruch pre svoju geografickú polohu, len 67,7 km od Košíc, kde sa nachádza medzinárodné letisko - množstvo prírodných krás celosvetového významu - jaskyniarstvo a speleologický sprievodcovia - vhodné podmienky pre rozvoj vidieckeho cestovného ruchu - kultúrno-historické pamiatky medzinárodného významu - možnosť pobytu v zimných aj letných mesiacoch s rovnako bohatým programom pre cestovný ruch - mesto sídlom arcidiecézy, banícke tradície a ľudové remeslá badateľné aj v súčasnosti - vybudovaná Gotická cesta - východiskový bod pre mnoho turistických trás a poznávacích výletov - rybárstvo, poľovníctvo - cezhraničná spolupráca, takmer polovica obyvateľstva hovorí plynule po maďarsky - snaha o využitie potenciálu zo strany mesta 	<ul style="list-style-type: none"> - nedostatočné využívanie finančných zdrojov EU - vysoký počet rómskeho obyvateľstva čo pôsobí demotivujúco - slabá motivácia pre mladých ostať v regióne tí odchádzajú pre nezamestnanosť a nespokojnosť - slabá vzdelanostná úroveň v oblasti cudzích jazykov - neochota zo strany predajcov - slabá organizácia voľno časových aktivít v oblastiach inak významných pre CR - veľmi slabá infraštruktúra a prepojenie mestskej hromadnej dopravy - chýba transport z letiska v Košiciach a v nemalej miere aj autobusové prepojenie smer vlaková stanica-autobusová stanica - neprepojená medzimestská doprava - napriek dostatočnému množstvu ubytovacích a stravovacích zariadení nedostatočne prepracované marketingové aktivity
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> - rozšírenie poskytovaných služieb o transfer z/na letisko v Košiciach, čo by výrazne prospelo k rozvoju cestovného ruchu nakoľko by to rozšírilo možnosti a klientelu - jaskyniarsky cestovný ruch - agroturizmus - náboženský cestovný ruch - poľovnícky cestovný ruch - rozšírením kapacít vplyv na mieru nezamestnanosti 	<ul style="list-style-type: none"> - nedostatočná úroveň vzdelania čo môže nepriaznivo ovplyvniť cestovný ruch - negatívny vplyv na rozvoj potenciálu práve neschopnosťou prepojenia dopravnej infraštruktúry - nezáujem alebo strata záujmu zo strany účastníkov cestovného ruchu z dôvodu jazykovej bariéry

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2011

5. 4 NÁVRH MOŽNOSTÍ ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU

Cieľom predkladanej diplomovej práce je snaha priblížiť verejnosti mesto Rožňava, ako časť subregiónu Horného Gemera a predstavenie možnosti potenciálu tohto regiónu v oblasti rozvoja cestovného ruchu. K dosiahnutiu stanoveného cieľa a vypracovaniu výskumnej časti predkladanej diplomovej práce sme použili metódu dotazníka. Dotazníky sme orientovali na skupinu domácich obyvateľov regiónu a na potenciálnych návštevníkov. Na základe výsledkov sme dospeli k vypracovaniu nasledovnej podkapitoly.

V dotazníku č. 1 sme pozornosť sústredili na respondentov z domáceho prostredia. Otázkou č. 1 sme overovali hypotézu č. 1: Väčšina respondentov nie je spokojná so súčasnou situáciou v oblasti rozvoja cestovného ruchu. Hypotéza bola potvrdená. Z odpovedí respondentov vyplýva, že 61% respondentov považuje situáciu v oblasti využitia potenciálu cestovného ruchu regiónu za nedostatočnú. Dotazník sme rozdávali osobne, preto sme mali priestor aj na osobnú konzultáciu názorov respondentov. Z rozhovorov vyplynulo, že respondenti, ktorí situáciu považujú za dostatočnú, sa obávajú rizika vandalizmu. Tento názor bol ovplyvnený televíziou. Z vyhodnotenia druhej otázky vyplynulo, že 48% respondentov nezaznamenalo nárast turizmu a 27% respondentov prevažne vekovej kategórie 30 – 40 rokov odpovedalo odpoveďou „nezaujímam sa“, pričom z teórie cestovného ruchu a aj z dokumentov Európskej únie a SR jednoznačne vyplýva významné postavenie cestovného ruchu podieľajúceho sa aj na zamestnanosti. Rovnako zarážajúce je aj vyhodnotenie otázky č. 3, z ktorého vyplýva, že 67% respondentov nemá názor na úroveň služieb. Domáci respondenti pri vyhodnotení ďalšej otázky preferovali a ako turistický tip označili kaštieľ Betliar a následne hrad Krásna Hôrka. Na jaskynné bohatstvo si nikto nespomenul. Poslednou otázkou tohto dotazníka sme overovali hypotézu č. 2: Väčšina respondentov by sa aktívne zapojilo do výzvy v rámci rozvoja cestovného ruchu. Hypotéza nebola potvrdená. 62% respondentov by na výzvu nereagovalo.

V dotazníku č. 2 skupinu respondentov tvorili návštevníci výstavy cestovného ruchu, teda sa jedná o skupinu respondentov z rôznych regiónov. Prvou dotazníkovou otázkou sme overovali hypotézu č. 3: Respondenti poznajú okres Rožňava hlavne z internetu. Hypotéza nebola potvrdená, je teda možné usúdiť, že sme precenili význam internetu v marketingu cestovného ruchu. Z nášho skúmania však vyplýva, že najväčšie percento opýtaných (54%) región pozná z jeho návštevy v minulosti. 71% respondentov

odpovedalo na ďalšiu otázku, že nepovažuje prezentáciu regiónu za dostatočnú. Tretia otázka bola smerovaná na respondentov, ktorí v prvej otázke odpovedali, že región navštívili. 59% respondentov uviedlo, že počas návštevy neboli spokojní s úrovňou poskytovaných služieb. Otázka č. 4 bola otázkou otvorenou, čiže vznikol priestor na vyjadrenie vlastných názorov. Respondenti pri návšteve regiónu postrádali kvalitu služieb v oblasti stravovania a dopravy. V poslednej otázke sa 53% respondentov vyjadrilo, že ak by disponovali väčším množstvom informácií o regióne, zvýšilo by to pravdepodobnosť ich návštevy.

Na základe SWOT analýzy je možné konštatovať, že región disponuje dobrou strategickou polohou vzhľadom na blízkosť letiska v Košiciach, za výraznú výhodu považujeme široký rozsah primárnej ponuky cestovného ruchu a dobrú jazykovú zdatnosť obyvateľstva, ktorá vyplýva z blízkosti hranice s Maďarskou republikou. Za slabé stránky je podľa nášho názoru možné považovať, nízka miera organizácie voľno časových aktivít, či aktivít kultúrneho charakteru; výraznou nevýhodou je zlyhanie infraštruktúry. Neexistuje prepojenie turistických atrakcií, ktoré sú od seba pomerne vzdialené. Turista, pokiaľ nemá vlastné motorové vozidlo, v podstate nemá možnosť absolvovať viac ako jednu atrakciu za deň, čím sa znižuje návštevnosť. K slabým stránkam regiónu je nutné priradiť aj badateľný akoby nezáujem o zo strany poskytovateľov služieb.

Na základe vyššie uvedeného navrhujeme doriešiť problematiku dopravy. Navrhujeme iniciovať rokovania s dopravcom a doplnenie grafikonu autobusovej dopravy o spojenie medzi letiskom a Rožňavou, ako aj o zabezpečenie pravidelného spojenia medzi jednotlivými kultúrno-historickými pamiatkami a jaskyňami. Navrhujeme, aby turistické informačné centrum organizovalo pravidelné vychádzky či túry do prírody za pomoci turistického sprievodcu, ktorý pozná región a môže poskytnúť ucelené informácie. Interval navrhujeme zvoliť podľa sezónnosti. Súčasne táto aktivita predpokladá masívnu reklamnú podporu. Navrhujem rozšíriť možnosti spolupráce s Klubom horských športov Kras Rožňava. Navrhujeme organizovať tematické víkendy s cieľom dotiahnuť konkrétne skupiny návštevníkov (poľovníkov, cyklistov).

Konkrétnym návrhom je návrh dobudovať funkčný agroturizmus v mieste existujúceho a strategicky vhodne umiestneného ranča v tesnej blízkosti Rožňavy. Ranč sa nachádza v obci Brzotín s výhľadom na blízke okolie lesov národného parku Slovenský Kras. Obec Brzotín leží v údolí rieky Slanej. Údolie tvoria jedinečné krasové planiny - Plešivecká a Silická planina. Tieto sú lokalitou a domovom vzácnej flóry a fauny.

V súčasnosti existujúci ranč ponúka ubytovacie a stravovacie zariadenia. Navrhujem v spomínanom agroturistickom zariadení Korský dvor organizovať letné pobyty, pričom vďaka svojej polohe je ideálnym miestom nielen pre romantikov, ale aj pre vyznávačov pešej turistiky, či cykloturistiky. Za cieľovú skupinu som si zvolila rodiny s deťmi v predškolskom a školskom veku a rodiny s deťmi s telesným alebo mentálnym postihnutím. V prvom rade u detí je totiž, podľa nášho názoru, už od detstva potrebné budovať národné povedomie a to aj prostredníctvom ľudovo umeleckej tvorby. Z toho dôvodu navrhujem, k už existujúcej ponuke ranča, doplniť tematické dni či program zameraný na ľudovú tvorbu, tradičné remeslá, folklór či tvorivé dielne zamerané na výrobu rôznych praktických vecí, ale aj šperkov, obrazov a hračiek prevažne z prírodného materiálu, výroba sviečok, mydiel, papiera zo starých novín atď. Ranč v súčasnosti ponúka aktivity v prebiehajúce v prírodovednom a indiánskom krúžok, a hipoterapia realizovaná kvalifikovanými pracovníkmi. V oblasti marketingu navrhujem využiť prezentáciu prostredníctvom internetu. Vzhľadom na cieľovú skupinu navrhujem rozdistibuuovanie letákov na miesta prístupné rodičom, čiže v prípade rodín s postihnutými deťmi navrhujem čakárne odborných lekárov; sídla neziskových organizácií či občianskych združení na pomoc postihnutým skupinám a samozrejme školské a predškolské zariadenia. Nasledujúcou podkapitolou je vypracovaný itinerár na víkendový pobyt s ubytovaním v penzióne Korský Dvor. Itinerár je návrhom na kultúrno – poznávací pobyt v skúmanom regióne.

5.4.1 Itinerár

Všeobecné informácie:

Názov: Víkendové pobyty na Gemeri

Typ zájazdu: kultúrno - poznávací

Termín: 3 . – 5 . jún

Číslo zájazdu: 61185

Cestovná kancelária: AlcideTravel

Komenského 26

	048 01 Rožňava
Trasa:	Nitra – Brzotín – Nitra
Informácie o odchode:	3. 6. 2011, 8:00, Autobusová stanica Nitra
Informácie o príchode:	5. 6. 2011, 18:00, Autobusová stanica Nitra
Počet účastníkov:	31
Doprava:	Nitra – Brzotín – Rožňava – Betliar – Krásna Hôrka – Brzotín - Nitra – autobus
Vodič autobusu:	Marián Šarišský
Sprievodca:	Kristína Čižmárová, Komenského 26, 048 01 Rožňava 0908/130 475
Ubytovanie:	Penzión Korský Dvor Kružnianska 514 049 51 Brzotín
Stravovanie:	polpenzia
Dôležité telefónne čísla:	Predvoľba: 058/ Hasičská služba: 150, 112; Záchranná služba: 155, 112; Polícia: 158, 112

Program zájazdu:

3. 6. 2011, piatok

Trasa Nitra – Brzotín

Stretnutie účastníkov na Autobusovej stanici, Nitra. Prezentácia návštevníkov, naloženie batožiny, presun do Brzotína na Agroturistické zariadenie Korský dvor, 4km od okresného mesta Rožňava. Po príchode vyloženie batožiny a ubytovanie sa. Nakoľko očakávaný príchod je v obedňajších hodinách, po vopred objednanom obede odchod na ľahšiu prechádzku po okolí, kde je možné pozorovať národný park Slovenský Kras - Silickú a Plešiveckú planinu. Prechádzku je možné absolvovať aj na koňoch. Pre tých, ktorí ešte

nemali možnosť jazdiť na koňoch sú pripravené lekcie jazdenia počas celej doby pobytu. O 18 h nasleduje večera po ktorej je pripravený program v duchu spoznávania indiánskych kmeňov, strelba z luku, stopovanie. O 22:00 večierka

4. 6. 2011, sobota

Trasa Krásna Hôrka - Krásnohorská jaskyňa - Rožňava – Brzotín

Po raňajkách sa vydáme na prehliadku hradu Krásna Hôrka vzdialeného od Brzotína 8,9 km, tu sa naobedujeme a pokračujeme v objavovaní krás Krásnohorskej jaskyne. Odtiaľ sa pôjdeme na 2 hodinky pozrieť do mesta Rožňava, a v podvečerných hodinách sa vrátíme do obce Brzotín, kde nás čaká večerný program.

5. 6. 2011, nedeľa

Trasa Brzotín – Betliar – Nitra

Po raňajkách odchod do obce Betliar, kde sme naplánovali prehliadku kaštiela Betliar, spolu s parkom, ktorý je jeho súčasťou. Tu sa celý zájazd naobeduje a pokračujeme sýty v smere jazdy smer Nitra, naša konečná zastávka.

Trasovanie zájazdu

3. 6. 2011, piatok, meniny má Karolína

Tabuľka 24 Trasovanie zájazdu 3.6.2011

Čas	KM		Trasa	Akcia	Poznámka
	jednotlivo	celkovo			
8:00 – 8:10				Zraz účastníkov na autobusovej stanici Nitra, prezentácia, naloženie batožiny	I1
8:10 – 11:30	0	240	Brzotín		I2, I3
11:30 – 12:00				Ubytovanie	I4
12:00 – 13:00				Obed	
13:00 – 14:00				Osobné voľno	
14:00 – 18:00				Prechádzka po okolí	I5
18:00 – 19:00				Večera	
19:00 – 22:00				Večerný program	I6
22:00				Večierka	

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2011

4. 6. 2011, sobota, meniny má Lenka

Tabuľka 25 Trasovanie zázjazdu 4.6.2011

Čas	KM		Trasa	Akcia	Poznámka
	jednotlivo	celkovo			
7:45 – 8:30				Raňajky	I7
8:30 – 8:45	0	8,9	Krásna Hôrka	Hrad Krásna Hôrka	I8
8:45 – 12:00				Obhliadka	I9
12:00 – 13:00				Obed – Krásnohorské Podhradie	
13:00 – 15:00	5,9	14,8		Krásnohorská jaskyňa	I10
15:00 – 17:00	11,3	26,1		Rožňava	I11
17:00 – 18:00	5,7	31,8	Brzotín	Voľný program	
18:00 – 19:00				Večera	
19:00 – 22:00				Večerný program	I12
22:00				Večierka	

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2011

5. 6. 2011, nedeľa, meniny má Laura

Tabuľka 26 Trasovanie zázjazdu 5.6.2011

Čas	KM		Trasa	Akcia	Poznámka
	jednotlivo	celkovo			
7:45 – 8:30				Raňajky	I13
8:30 – 8:45	0	10,2	Betliar	Príchod, vybavenie vstupu	
9:00 – 14:00			Betliar	Prehliadka kaštiela Betliar a parku	I14
14:00 – 17:30	250	260,2	Nitra	Autobusová stanica, Nitra	I15

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2011

Informačné minimum:

Región: Gemer. Oblasť Gemera je jednou z najstarších a najvýznamnejších kultúrnych oblastí Slovenska. Ohraničujú ju národné parky Slovenský raj, Muránska planina či chránená krajinná oblasť Slovenský kras. Gemer je charakteristický svojimi hustými horami, horskými lúkami, lánmi slnečníc, jazerami, dolinami či večne živým folklórom. Oblasť Gemera je spojená s históriou šľachtických rodov Bebekovcov či Andrassyovcov. Obyvateľstvo bolo prevažne slovenského a maďarského pôvodu, ktoré muselo čeliť početným nájazdom Turkov, ktorí ovládli územie Gemera v 16. a 17. storočí na viac ako 150 rokov. Oblasť Gemera v minulosti ťažila hlavne z baníctva a hutníctva. Bohaté náleziská kovov na dlhé obdobie určili charakter tohto regiónu. Ešte aj dnes tu nájdeme tradičné remeslá – hrnčiarstvo, čipkárstvo, tkanie pokrovcov či výroba šindľov. Gemer prekvitá nespočetným množstvom jaskýň, hradov, vodných či lyžiarskych plôch. Medzi najznámejšie jaskynné oblasti patria Slovenský raj, Slovenský kras a Muránska planina. Dobšinská ľadová jaskyňa, Ochtinská aragonitová jaskyňa i Krásnohorská jaskyňa nadchnú každého návštevníka. Medzi najnavštevovanejšie hrady v tejto oblasti patri jednoznačne stredoveký hrad Krásna Hôrka, poľovnícky kaštieľ v Betliari či zrúcanina hradu Muráň. Erb okresného mesta:



Obec Brzotín: Obec Brzotín je jedno z najstarších sídlisk v Slanskej doline. Erb obce pochádza z roku 1575 a zobrazuje banícky motív. V stredoveku bola významným šľachtickým sídlom, hospodárskym a obchodným centrom Rožňavskej kotliny. Preslávila sa svojimi baňami na zlato, striebro, antomóm, železo a železiarňou, ktorá zanikla koncom 19. storočia. Od svojho vzniku bola sídlom šľachtických rodín Máriássyovcov, Hámošovcov, Póschových, Okolicsányiho a neskôr Rákossyho. V obci je 5 veľkostatkárskych kúrií, ktoré sa postavili koncom 18. a v polovici 19. storočia. Veľkým prínosom pre obec a celú dolinu bola výstavba železnice v roku 1873, ktorá významne prispela k rozvoju baníctva, železiarstva a obchodu. Obec sa 1. júla 1990 osamostatnila od Rožňavy. Erb obce Brzotín:



Jazyk: slovenský, maďarský

Rozloha obce v ha: 2058

Počet obyvateľov: 1240

Primátor/Starosta: Pavol Gášpár

Prednosta/Zástupca starostu: Helena Vanyová

Adresa mestského/obecného úradu: Mariássyho námestie 167, 049 51 Brzotín

Blízke atrakcie: Hrad Krásna Hôrka 10 km, Kaštieľ Betliar – 10km, Mauzóleum – 9km, Gombasecká jaskyňa-10 km, Jaskyňa Domica – 20km, Aragonitová jaskyňa – 25km

Informačné vstupy:

I1

Dobrý deň vážení cestujúci,

dovoľte aby som Vás v mene cestovnej kancelárie AlcideTravel privítala na kultúrno-poznávacom zájazde Víkend na Gemeri. Moje meno je Kristína Čižmárová a budem Vás počas tohto zájazdu sprevádzať. V prípade akýchkoľvek otázok, som Vám preto k dispozícii. Z Nitry do Brzotína sa prepravíme autobusom, a tak by som Vám rada predstavila nášho pána šoféra Mariána Šariškého. Pán Šarišký nás bude prepravovať počas celej doby zájazdu. Ďalšie informácie Vám poskytnem po ceste do Brzotína.

I2

Sme na ceste do Brzotína. Naša cesta by mala trvať približne 3 hodiny a 20 minút. Po príchode do Brzotína sa hneď ubytujeme a po namáhavej ceste aj naobedujeme, aby sme načerpali síl a elánu na ľahšiu prechádzku po okolí. Tí zdatnejší budú mať k dispozícii kone, aby si mohli krajinu vychutnať aj z výšky. Tím, ktorí ešte nejazdili na koňoch ponúkame lekcie jazdenia, ktoré sú zahrnuté v cene zájazdu.

I3

Vážení cestujúci,

Prechádzame cez mesto Zvolen, mesto, ktoré bolo sídlom uhorských kráľov. Kráľovské sídla sú vo Zvolene dve – Pustý hrad a Zvolenský zámok. Pustý hrad je najväčší hrad v Európe s rozlohou 7,6 ha. Múry Zvolenského zámku zasa hostujú Slovenskú národnú galériu so sochárskymi a maliarskymi expozíciami. V okolí Zvolena sa nachádza mnoho miest pre milovníkov oddychu aj aktívneho športu. Kúpele Sliach a Kováčová sú známe svojimi termálnymi prameňmi s liečivými účinkami. Pre turistov aj cykloturistov ponúka okolie Zvolena prírodné rezervácie s ojedinelými prírodnými výtvarmi, ako Čertova skala či Zolniansky Lahar.

I4

Vítam Vás v Brzotíne. Dovoľte, aby som Vás upozornila, že počas pobytu sa v areály agroturistickeho zariadenia, kde budeme po tieto 3 dni ubytovaní, sa voľne pohybuje poľnohospodárska a domáca zver. Preto by som Vás týmto chcela poprosiť o zachovanie pokoja v prípade, že sa ktorékoľvek zo zvierat priblíži, aby sme tak predišli okolnostiam vyplývajúcim zo strachu z oboch strán. Zároveň Vás poprosím, aby ste zvieratá neprovokovali a nekrmili.

I5

Prechádzame sa naprieč národnou prírodnou rezerváciou Brzotínske skaly. Na protihlomu svahu Plešivskej planiny je vo výške 270 m ukrytý vchod do Brzotínskej jaskyne, objavenej v roku 1954. Jaskyňa je verejnosti neprístupná, je dlhá asi 500 m a jej spodnú časť vyplňa kaskáda jazierok napájaných z oblasti Zvonivej diery v centre planiny.

V strede obce sa pri hlavnej ceste nachádza dvojpodlažný barokový kaštieľ z roku 1729, v ktorom v súčasnej dobe sídli okresný archív. Zo sakrálnych stavieb sa v obci nachádza neskorobarokový katolícky kostol sv. Anny z roku 1803 a reformovaný kostol, ktorý počas jeho existencie viackrát prestavali, naposledy v roku 1723 a po požiari v roku 1790.

I6

Vážení cestujúci,

Dostali sme sa k večernému programu nášho prvého spoločného večera, kde sme pre Vás pripravili zaujímavý a verím aj zábavný program v duchu indiánskych tradícií, opekačku pri vatre, indiánske hry, spev a tance a výrobu tradičnej indiánskej bižutérie. Verím, že si vyberiete z nášho pre Vás pripraveného programu a, že sa zabavíte. Pekný večer Vám prajem.

I7

Dobré ráno,

Dnes sme Vás v duchu indiánskych tradícií zobudili indiánskym pokrikom pre príjemný začiatok dňa a verím, že sa nám to aj podarilo. Hneď po raňajkách sa vydáme do blízkej dediny Krásnohorské Podhradie, takže Vás poprosím, aby sme sa všetci pripravili na odchod o 8:30 z pred areálu. Dovoľte mi, aby som Vám popriala príjemný začiatok dňa a dobrú chuť k raňajkám

I8

Nachádzame sa v dedine Krásnohorské podhradie, keď sa pozriete vľavo hore, môžete vidieť majestátne týčiaci sa hrad Krásna Hôrka. Po prehliadke sa priamo tu v dedine, v miestnej reštaurácii naobedujeme a nasýtený sa prejdeme po Krásnohorskej jaskyni za asistencie miestnych jaskyniarov. Nakoniec si pozrieme okresné mesto Rožňava.

I9

Hrad Krásna Hôrka sa nachádza ako môžete vidieť, na strmej, vápencovej skale. Je jedným z málo hradov Slovenska, ktorý sa nám zachoval v pomerne dobrom stave do dnešných čias. Bol postavený na začiatku 14. Storočia ako kamenný gotický hrad, na dôležitej starej obchodnej ceste vedúcej od Košíc do bohatej baníckej oblasti Slovenského Rudohoria. V roku 1817 hrad vyhorel – podpálil ho blesk a bol iba núdzovo opravený. Dnes je hrad štátnym kultúrnym majetkom a adaptuje sa pre účely múzea.

I10

Krásnohorská jaskyňa je známa Kvapľom dosahujúcim výšku až 32,6 m, ako aj podzemným riečiskom. Vstup do jaskyne je vyrazenou štôľňou, ktorej povrchový otvor je pri vyvieračke Buzgó nachádzajúcej sa v nadmorskej výške 316 m. Celková dĺžka jaskyne je 1355 m. Jaskyňu objavili v roku 1964 jaskyniari z Rožňavy znížením vody vo vyvieračke a následným rozšírením úzkej vstupnej chodby. O sprístupnení jaskyne sa uvažovalo už po jej objavení, avšak turistické sprístupnenie sa stalo skutočnosťou až v roku 2004 zásluhou J. Stankoviča a jeho spolupracovníkov. A práve pán Stankovič nás dnes bude sprevádzať a povie nám o Krásnohorskej jaskyni viac.

Cenník vstupného: Vstup sa uskutoční pri minimálnom počte 4 osôb, alebo po doplatení celých vstupeniek za chýbajúci počet osôb.

Vstupné : dospelí 10,00 Eur-zľavnené 8,00 Eur; študenti 8,00 Eur; deti 6-15 rokov 8,00 Eur; deti 8-18 rokov 8,50 EUR.

Poplatok za čižmy : 1,00Eur.

I11

Mesto Rožňava je najväčším mestom a prirodzeným centrom východného Gemera a súčasne východiskom výletov do Slovenského krasu. Názov mesta je odvodený od ruží, ktoré vraj od nepamäti rástli na slnečných južných svahoch pod vrchom Rákoš. História Rožňavy sa od počiatku spájala s baníctvom. Najstaršími pamiatkami v Rožňave sú zvyšky mestských hradieb a lokalita Jiskrovej pevnosti na cintoríne. Prechádzka za najvýznamnejšími pamätihodnosťami mesta sa zvyčajne začína na Námestí baníkov, na ktorom sa nachádzajú aj Meštianske domy, radnica, biskupská rezidencia, morový stĺp či mestská veža.

I12

Vážení cestujúci,

V mene AlcideTravel verím, že bol dnešný kultúrno - poznávací program pre Vás zaujímavý a obohacujúci a máte chuť sa teraz, spolu so mnou pustiť do množstva zábavných či tvorivých aktivít, ktoré sme pre Vás pripravili. K večeri Vám prajem dobrú chuť a verím, že sa v rovnako hojnom počte zídeme aj pri večernom programe.

I13

Príjemné dobré ráno Vám všetkým prajem,

Dnes nás čaká náš posledný spoločný deň, verím, že pre Vás bude rovnako zaujímavý a zábavný ako ten včerajší. Pre túto chvíľu Vám poprajem dobrú chuť a zároveň Vás poprosím o zraz pri autobuse a o dochvíľnosť. Odchod je o 8:30.

I14

Betliar je veľmi starou baníckou obcou, o existencii ktorej máme správy už zo 14. storočia. V obci uprostred nádherného anglického parku sa nachádza známy Andrassyovský kaštieľ, ktorý roku 1948 bol vyhlásený za štátny kultúrny majetok. V kaštieli sa zachovalo pôvodné veľmi cenné zariadenie miestností zo vzácnymi ukážkami mobiliáru, zbierky cenných obrazov, knižnica s vyše 20 tisíc zväzkami, zbierka zbraní, lovecké trofeje a podobne. V parku kaštieľa sú rozmiestnené menšie klasicistické stavby, niekoľko jazierok, fontán, vodometov, sôch a váz. Má okolo 70 hektárov.

I15

Vážení cestujúci,

Rada by som Vám v mene cestovnej kancelárie AlcideTravel poďakovala za účasť na kultúrno – poznávacom zájazde, Víkend na Gemeri. Som veľmi rada, že som mohla s vami objavovať aspoň čiastočne tento región. Pevne verím, že si každý prišiel na svoje a že zájazd dopadol podľa Vašich očakávaní. Dovoľte mi poďakovať sa aj pánovi Šarišskému, ktorý nás bezpečne prepravoval počas celého výletu. Dúfam, že ste boli spokojní s ubytovaním, stravou a organizáciou a že služby AlcideTravel využijete aj nabudúce.

Ďakujem

ZÁVER

Definície cestovného ruchu uvádzané rôznymi autormi sú formálne rozdielne. Napriek tomu všetky zdôrazňujú všeobecnú podstatu cestovného ruchu, ktorá spočíva v dočasnej zmene pobytu účastníka cestovného ruchu v inom konkrétnom prostredí, často vo voľnom čase, za účelom oddychu, rozvoja poznania alebo kontaktu s ľuďmi. „Väčšina autorov teórie cestovného ruchu hovorí o priemysle cestovného ruchu.“ (Novacká, 2001 : 221). Z hľadiska hospodárstva môžeme cestovný ruch definovať ako odvetvie zahŕňajúce všetky verejné a súkromné organizácie, ktoré sa podieľajú na vývoji, produkcii, distribúcii, poskytovaní a marketingu produktov a služieb slúžiacich k potrebám účastníkov cestovného ruchu.

Slovenská agentúra pre rozvoj cestovného ruchu si stanovila za cieľ, že sa Slovensko stane cieľovou krajinou s konkurencieschopnými produktmi. Krajinou orientovanou na tie cieľové skupiny návštevníkov, ktoré očakávajú a vyžadujú vysokú úroveň rozmanitosti ponuky, atraktivitu produktov a kvalitné služby za konkurenčné ceny na relatívne malom území. „Slovensko doposiaľ dostatočne nevyužíva úroveň ekonomického potenciálu, na ktorú má predpoklady, a ktorú mnohé krajiny s podobným potenciálom už úspešne využívajú. V mnohých oblastiach začína Slovensko dokonca strácať svoju konkurencieschopnosť, a to nielen v porovnaní s vyspelými štátmi silných v cestovnom ruchu, ale aj na subregionálnej úrovni v porovnaní so susednými štátmi, ktoré začali s rozvojom cestovného ruchu v rovnakom čase ako Slovensko,“ uvádza sa v Marketingovej stratégii 2011 – 2013 Slovenskej agentúry pre cestovný ruch. (osobná komunikácia, 2011.04.20) Toto konštatovanie nie lichotivé. Vyspelé krajiny cestovného ruchu, ktoré majú prirodzený prírodný a kultúrno-historický potenciál pre rozvoj cestovného ruchu vybudovali v priebehu predchádzajúcich desaťročí cestovný ruch na dominantné a prosperujúce odvetvie národnej ekonomiky. Sme toho názoru, že Slovensko by sa malo a mohlo medzi tieto krajiny zaradiť. Domáci cestovný ruch môže byť akcelerátorom regionálneho rozvoja a nástrojom na prekonávanie negatívnych vplyvov hospodárskej krízy, ale aj ďalších faktorov, ktoré nepriaznivo vplyvajú na príjazdový cestovný ruch krajiny.

Záverom tejto kapitoly konštatujeme, že stanovený cieľ „Cieľom predkladanej diplomovej práce je snaha priblížiť verejnosti mesto Rožňava, ako časť subregiónu

Horného Gemera a predstavenie možnosti potenciálu tohto regiónu v oblasti rozvoja cestovného ruchu,“ sa nám podarilo naplniť. Cestovný ruch sa rozvíja zvyčajne tam, kde sa nachádza primárna ponuka. Rožňava a okolie má podľa nášho názoru bohatú a výrazne konkurencie schopnú primárnu ponuku. V súvislosti s reštrukturalizáciou priemyslu sa mnohé pôvodne priemyselné regióny, akým je aj náš skúmaný región vzhľadom na svoju banícku históriu, zameriavajú na cestovný ruch a využívajú pri tom existujúcu primárnu ponuku. K žiaducemu rozvoju a zvýšeniu potenciálu regiónu, ktorý bude mať vplyv na hospodárstvo a sociálny rozvoj lokality, je podľa nášho názoru potrebná dostatočne rozvinutá sociálna a technologická infraštruktúra. Pozitívny vplyv cestovného ruchu na tvorbu nových pracovných príležitostí; zlepšenie zárobkovej situácie; stimuláciu rozvoja technickej a sociálnej infraštruktúry je známy. Všetky tieto faktory následne vplývajú na sebavedomie a spolupatričnosť miestneho obyvateľstva, čo následne vytvára priaznivé podmienky na ďalší rozvoj.

LITERATÚRA A PRAMENE

BÁNESZ, L. a kol. *Dejiny Rožňavy I*. Košice : Východoslovenské nakladateľstvo, n. p.. 508 s. ISBN 83-012-78

BEŇUŠKOVÁ, Z. a kol. *Tradičná kultúra regiónov Slovenska*. Bratislava : Veda. 2005. 244 s. ISBN 80-224-0853-0

BOROVSKÝ, J. – SMOLKOVÁ, E - NIŇAJOVÁ, I. *Cestovný ruch – trendy a perspektívy*. Bratislava : IURA EDITION. 2008. 280 s. ISBN: 978-80-8078-215-3.

BANKOMATY – ROŽŇAVA, Slovensko [online]. 2011. [cit. 2011-02-01]. Dostupné na internete : <http://www.nelso.cz/sk/roznav/bankomaty/>

ČERTÍK, M. *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. 1. vyd. Praha : OFF. 2001. 350 s. ISBN 80-238-6275-8.

ČIŽMÁROVÁ, G. *Slovenská agentúra pre cestovný ruch. 2011 marketingová stratégia 2011 – 2013 slovenskej agentúry pre cestovný ruch*. [osobná komunikácia]. 2011. [cit. 2011.04.20]. e-mail: cizmarova@mhsr.sk

DROBNÁ, D. – MORÁVKOVÁ, E. *Cestovní ruch*. Praha : Fortuna Print, 2004. 208 s. ISBN 8071689017

FORET, M. – FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet cestovní ruch*. Praha : Grada Publishing, a.s, 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.

GÚČIK, M. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela. 2000. 152 s ISBN 8080553556.

HABÁN, P. – OTEPKA, P. *Agroturistika*. Nitra : SPU, 2004. 153 s. ISBN 80-8069-451-6

HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha : Fortuna, 2006. 222. ISBN 80-7168-948-3.

HOROLEZECTVO. [online] 2011. [cit. 2011.02.19] Dostupné na internete: <http://www.ticroznav.sk/index.php?module=volnycas&page=horolezectvo&lang=sk>

ITF SLOVAKIATOUR [online] 2011. [cit. 2011.03.21] Dostupné na internete: <http://www.incheba.sk/vystavy/3001>

JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 2009, Praha : Grada Publishing, a.s, 2009. 288 s. ISBN-978-80-247-3247-3.

KOPECKÝ, L. *Prezentace v marketingových komunikacích*. Praha : Grada Publishing, a.s, 2010. 148 s. ISBN 9788024731230.

KOTLER, P. *Marketing Management*. New Jersey : Pearson Education Limited, 2002. 792 s. ISBN 0-13-0497150.

MARIOT, P. *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava : Veda, 1983. 248 s.

NADÁCIA PRE ROZVOJ GOMBASEKU – GOMBASZŐG FEJLESZTÉSÉÉRT ALAPÍTVÁNY In: Zoznam nadácií: [online] 2011. [cit. 2011.01.22] Dostupné na internete: <http://www.nadacia.sk/zoznam-nadacii/nadacia-pre-rozvoj-gombaseku-gombasz-g-fejleszteseert-alapitvany/>

NOVACKÁ, L. a kol. *Kongresový cestovný ruch v SR (tézy a výstupy z VÚ č. 0924 „Marketingový manažment kongresového CR v SR v medzinárodnom kontexte“* Bratislava : Ekonóm, 2001. 66 s. ISBN 8022514047.

PALATKOVÁ, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha : Grada Publishing, a.s, 2006. 342 s. ISBN 80-247-1014-5.

POTOČNÁ, E. – Nowak, K. *Rožňava – mesto s výhľadom*. 1. vyd. Poprad : Region Poprad s.r.o. 2009. 216 s. ISBN 978-80-969344-7-8

PROGRAMOVÝ ROZPOČET MESTA ROŽŇAVA NA ROK 2010-2012 [online] 2011. [cit. 2011.03.07] Dostupné na internete: <http://www.roznava.sk/sk/-rozpocet-mesta>

REGIONALIZÁCIA CESTOVNÉHO RUCHU V SLOVENSKEJ REPUBLIKE [online] 2011. [cit. 2011.02.15] Dostupné na internete: <http://www.economy.gov.sk/regionalizacia-cestovneho-ruchu-v-sr-5699/127384s>

SAKÁL, P. a kol.: *Strategický manažment v praxi manažéra*. Trnava: TRIPSOFT, 2007. 703 s. ISBN 9788089291045.

SNIŠČÁK, V. a kol. *Služby a cestovný ruch*. Bratislava : Ekonóm, 1997. 309 s. ISBN 802250873X.

ŠTATISTICKÉ ÚDAJE K 31.3.2011 [online] 2011. [cit. 2011.04.05] Dostupné na internete:

http://www.upsvar-rv.sk/index.php?option=com_content&view=article&id=70&Itemid=12

TAJTÁKOVÁ, M. *Základy marketingu v umení a kultúre*. Bratislava : PROGRESSUS Slovakia, 2007, 120 s., ISBN 9788096964246.

ZÁKON č. 34/2002 Z.z. o nadáciách a o zmene Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov

ZÁKON č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu

ZÁKON č. 561/2007 Z.z. o investičnej pomoci a o zmene a doplnení niektorých zákonov

ZUBRICKÝ, G. – SZÖLLÖS, J. *GEMER (Malohont) – turistický sprievodca*. 1. vyd. Bratislava : DAJAMA. 192 s. ISBN 80-88975-50-6

PRÍLOHY

Príloha č. 1: Informačný leták – Rožňava a okolie

Príloha č. 2: Informačný leták – Navštívte región Slovenského a Aggteleckého krasu

Príloha č. 3: Dotazník č. 1

Príloha č. 4: Dotazník č. 2

Príloha č. 1

Príloha č. 2

DOTAZNÍK

Vážený respondent,

dovoľujem si Vás požiadať o vyplnenie dotazníka, ktorý tvorí praktickú časť k diplomovej práci „Konceptia rozvoja cestovného ruchu v Rožňave“. Prieskum je dobrovoľný a anonymný.

A. Všeobecná časť

Pohlavie:

- a) Žena
- b) Muž

Vek:

- a) 20 – 30 rokov
- b) 30 – 40 rokov
- c) 40 – 50 rokov
- d) Nad 50 rokov

Vzdelanie:

- a) základné
- b) stredoškolské
- c) vysokoškolské (aj práve študujúci)

B. Praktická časť

Otázka č. 1: Je podľa Vášho názoru situácia v oblasti cestovného ruchu v Rožňave:

- a) Dostatočná
- b) Nedostatočná

Otázka č. 2: Pozorujete za posledné obdobie nárast turistov v regióne?

- a) Áno
- b) Nie
- c) Nezaujímam sa

Otázka č. 3: Sú podľa Vás služby v cestovnom ruchu v regióne postačujúce:

- d) Áno
- e) Nie
- f) Nezaujímam sa

Otázka č. 4: Ak by Vás zastavil návštevník regiónu a požiadal by Vás o turistický tip, kam by ste ho v rámci regiónu poslali a prečo?

.....

.....

.....

.....

Otázka č. 5: Ak by bola výzva k občanom, aby sa aktívne zapojili v rámci rozvoja cestovného ruchu, prihlásili by ste sa:

- a) Áno

Ak áno, do ktorej z uvedených oblastí by ste boli ochotná/ý sa zapojiť:

- a. gastronómia*
- b. ubytovanie*
- c. participácia na projektoch (kultúrno – spoločenské aktivity....)*
- d. iné (uved'te).....*

- b) Nie

Výsledky tohto prieskumu budú zverejnené v diplomovej práci, ktorá bude archivovaná na FF UKF v Nitre.

Ďakujem za vypracovanie dotazníka.

DOTAZNÍK

Vážený respondent,

dovoľujem si Vás požiadať o vyplnenie dotazníka, ktorý tvorí praktickú časť k diplomovej práci „Konceptia rozvoja cestovného ruchu v Rožňave“. Prieskum je dobrovoľný a anonymný.

C. Všeobecná časť

Pohlavie:

- a) Žena
- b) Muž

Vek:

- a) 20 – 30 rokov
- b) 30 – 40 rokov
- c) 40 – 50 rokov
- d) Nad 50 rokov

Región:

- a) Stredné Slovensko
- b) Východné Slovensko
- c) Západné Slovensko

Vzdelanie:

- a) základné
- b) stredoškolské
- c) vysokoškolské (aj práve študujúci)

D. Praktická časť

Otázka č. 1: Poznáte resp. počuli ste o regióne Rožňavy?

- a) Áno
 - a. z tlače
 - b. z internetu
 - c. z turistického sprievodcu
 - d. navštívil/a som ho
- b) Nie

Otázka č. 2: Je podľa Vášho názoru prezentácia tohto regiónu dostatočná?

- a) Áno
- b) Nie

Otázka č. 3: Ako vo všeobecnosti hodnotíte kvalitu poskytovaných služieb v regióne?

- a) Uspokojivá
- b) Mierne uspokojivá
- c) Neuspokojivá

Otázka č. 4: Čo Vás zaujalo a čo Vám naopak chýbalo pri návšteve regiónu?

.....

.....

.....

.....

Otázka č. 5: Ak by ste mali o regióne viac informácií, navštívili by ste ho?

(Odpovedajú Tí, ktorí v otázke č. 1. odpovedali NIE)

- a) Áno
- b) Možno
- c) Nie

Výsledky tohto prieskumu budú zverejnené v diplomovej práci, ktorá bude archivovaná na FF UKF v Nitre.

Ďakujem za vypracovanie dotazníka.