

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

DIPLOMOVÁ PRÁCA

2011

Bc. Júlia Lajčinová

UNIVERZITA KONŠTANTÍNA FILOZOFA V NITRE
FILOZOFICKÁ FAKULTA

VPLYV CESTOVNÉHO RUCHU NA OBEC HABOVKA

Diplomová práca

Študijný program: kulturológia v špecializácii riadenie kultúry a turizmu

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

Školiteľ: PhDr. Boris Michalík, PhD.

Nitra 2011

Bc. Júlia Lajčinová



Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre
Filozofická fakulta

ZADANIE ZÁVEREČNEJ PRÁCE

Meno a priezvisko študenta: Bc. Júlia Lajčinová
Študijný program: kulturológia - riadenie kultúry a turizmu (Jednoodborové štúdium, magisterský II. st., externá forma)
Študijný odbor: 3.1.2 kulturológia
Typ záverečnej práce: Diplomová práca
Jazyk záverečnej práce: slovenský

Názov: Vplyv cestovného ruchu na obec Habovka

Anotácia: Cieľom práce je analyzovať vplyv cestovného ruchu na obec Habovka

Školiteľ: PhDr. Boris Michalík, PhD.


Oponent: Mgr. Marián Žabenský

Katedra: KMKT - Katedra manažmentu kultúry a turizmu

Vedúci katedry: prof. PhDr. Jaroslav Čukan, CSc.

Dátum zadania: 27.10.2009

Dátum schválenia: 23.09.2010


prof. PhDr. Jaroslav Čukan, CSc.
vedúci/a katedry

Čestné vyhlásenie

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

V Trstenej 1.4.2011

.....
Bc. Júlia Lajčinová

Pod'akovanie

Ďakujem školiteľovi PhDr. Borisovi Michalíkovi, PhD. za odbornú pomoc pri zostavovaní diplomovej práce.

Abstrakt

Práca sa zaoberá problematikou cestovného ruchu v obci Habovka a skúma ho z rôznych pohľadov. Vymedzuje atraktivitu cestovného ruchu v Habovke a v okolí a skúma názory návštevníkov a stálych obyvateľov na rozvoj tohto odvetvia v danej lokalite. Zaujíma sa pritom o zmeny, ktoré rozvoj cestovného ruchu priniesol, či už sú pozitívne alebo negatívne. Zistené poznatky aplikuje v návrhovej časti, kde podáva návrhy pre zlepšenie aktuálneho stavu cestovného ruchu v obci v kontexte trvalo udržateľného rozvoja a konkurencieschopnosti s ostatnými regiónmi. To by malo prispieť k napredovaniu tohto odvetvia, nárastu spokojných návštevníkov a zvýšeniu príjmov obyvateľov podnikajúcich v cestovnom ruchu v obci.

Kľúčové slová: Cestovný ruch. Obec Habovka. Ubytovacie zariadenia. Stravovacie zariadenia.

Abstract

This work deals with issues with tourism in the village Habovka, and it examines from different perspectives. The author defines the attractiveness of the region of Habovka which is in Roháče and examines the opinions of visitors to the village and its residents on tourism development in this location. Interested in the changes brought about by the development of this sector in the area, whether the changes are positive or negative. It also includes measures designed to mitigate the negative impact of tourism in the village, in the context of sustainable development. Found knowledge and applied in evaluating the design part, where a custom solution to the problems identified. It is mainly to increase the attractiveness of the region and measures for sustainable tourism development, which should have a positive effect in improving the quality of services and the related increase of traffic and revenue.

Keywords: *Tourism. Habovka village. Accommodation facilities. Restaurants.*

OBSAH

ÚVOD	9
1 CIELE PRÁCE	11
2 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA	12
3 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ	14
4 VYMEDZENIE ZÁUJMOVÉHO ÚZEMIA	24
4.1 Základná charakteristika regiónu Horná Orava	24
4.2 Základná charakteristika obce Habovka	25
4.3 História obce	25
5 CHARAKTERISTIKA CESTOVNÉHO RUCHU V OBCI A OKOLÍ	29
5.1 Primárna ponuka cestovného ruchu	29
5.1.1 Prírodný potenciál pre rozvoj cestovného ruchu	29
5.1.2 Kultúrno-historický potenciál pre rozvoj cestovného ruchu	29
5.2 Sekundárna ponuka cestovného ruchu	32
5.2.1 Zariadenia cestovného ruchu	33
5.2.2 Športovo-rekreačné zariadenia a aktivity	36
6 STAV CESTOVNÉHO RUCHU V HABOVKE	39
6.1 Spokojnosť návštevníkov obce so stavom cestovného ruchu v Habovke	39
6.2 Spokojnosť stálych obyvateľov so stavom cestovného ruchu v Habovke	42
7 NÁVRHY PRE ZLEPŠENIE STAVU CESTOVNÉHO RUCHU V OBCI HABOVKA	45
7.1 Balíky služieb	46
7.2 Marketing balíkov služieb	48
7.3 Návrhy pre zmiernenie negatívnych vplyvov cestovného ruchu v Habovke	52
7.3.1 Zvyšovanie cien	52
7.3.2 Znečisťovanie životného prostredia a ekologické zaťaženie	52
7.3.3 Zvyšovanie kriminality a znížený pocit bezpečnosti obyvateľov	54
ZÁVER	56
LITERATÚRA A PRAMENE	58

ÚVOD

V nasledujúcich kapitolách prinášam čitateľovi pohľad na problematiku rozvoja cestovného ruchu v obci Habovka, ktorá sa nachádza na Orave, v subregióne cestovného ruchu Roháče. Tému som si vybrala preto, že z tejto obce pochádzam a aj z vlastnej skúsenosti môžem povedať, že vplyvom rozvoja cestovného ruchu sa tu značne zmenil život jej obyvateľov, či už pozitívne, alebo negatívne. Rýchly rast ubytovacích zariadení koncom deväťdesiatych rokov minulého storočia a začiatkom tohto storočia priniesol obci množstvo návštevníkov, najmä v období zimnej a letnej turistickej sezóny, nebol však podporený dostatočným množstvom doplnkových služieb sekundárnej ponuky. Návštevnícka klientela je čoraz náročnejšia a absencia služieb súvisiacich s vyplňaním voľnočasových aktivít ubytovaných hostí vedie v niektorých prípadoch k nižšej spokojnosti s pobytom. V súvislosti s tým majú viaceré ubytovacie zariadenia problém zaplniť svoje lôžkové kapacity, hlavne po roku 2009, kedy sa naplno prejavili dôsledky globálnej hospodárskej a finančnej krízy. Navyše po zavedení Euro meny sa poľská klientela ešte viac zredukovala, pretože kurz zloty k euru bol pre nich dosť nevýhodný.

V jednotlivých kapitolách práce budem skúmať spokojnosť návštevníkov obce so sekundárnou ponukou cestovného ruchu, ich vekovú štruktúru, národnostnú štruktúru, dĺžku pobytu, ochotu a dôvody opakovane pricestovať do Habovky. Predstavím primárnu a sekundárnu ponuku cestovného ruchu, ktorá sa nachádza v obci a okolí. Zmapujem jej doterajšiu prezentáciu, navrhmem možnosti jej lepšej propagácie tak, aby sa stala zaujímavejšou pre potenciálnych hostí.

V práci sa ďalej zameriam na obyvateľov, ktorí tu žijú celoročne. Pri nich budem skúmať spokojnosť s vývojom cestovného ruchu v obci, výhody a nevýhody, ktoré im prináša a snahu, respektíve neochotu podieľať sa na ďalšom vývoji hlavne sekundárnej ponuky cestovného ruchu, ktorá je nepostačujúca. Niektorí obyvatelia si to už uvedomujú, zatiaľ však neprichádzajú takmer žiadne riešenia pre rozšírenie tejto ponuky služieb. Preto navrhmem viaceré možnosti, ako sa podieľať na ich skvalitňovaní a rozširovaní tak, aby prispeli k spokojnosti návštevníkov.

Keďže cestovný ruch do značnej miery ovplyvňuje aj kvalitu životného prostredia, v práci ďalej určím najviac zaťažujúce faktory pre primárnu ponuku, ktoré bude potrebné eliminovať v záujme trvalo udržateľného rozvoja tohto dynamicky sa rozvíjajúceho odvetvia, ktoré vytvára mnoho pracovných príležitostí aj v obci Habovka a v jej okolí.

1 CIELE PRÁCE

Cieľom práce je analyzovať stav rozvoja cestovného ruchu v obci Habovka a v jej okolí. Tento cieľ chcem dosiahnuť z dvoch pohľadov :

1. *Z pohľadu návštevníka obce* (klienta cestovného ruchu), pričom budem skúmať jeho spokojnosť s pobytom a stavom cestovného ruchu v oblasti,
2. *Z pohľadu rezidenta* (stáleho obyvateľa obce), tu sa zameriam na skúmanie spokojnosti s následkami, ktoré rozvoj cestovného ruchu prináša.

Po zistení názorov týchto dvoch skupín predstavím *tretí* – svoj pohľad na danú problematiku, kde prihliadnem na negatíva a pozitíva oboch strán a prinesiem vlastné návrhy, akou cestou by sa mal rozvoj tohto odvetvia ďalej uberať.

Ako čiastkové ciele som si určila oboznámiť čitateľa s obcou Habovka, s možnosťami trávenia dovolenky, preskúmať atraktivnosť tejto oblasti a možnosti pre trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu.

2 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA

V prvej časti práce sa zameriavam na historické a geografické priblíženie územia Hornej Oravy do ktorej patrí aj Habovka. Následne predstavím aj samotnú obec, jej polohu, geografické pomery a dejiny od jej založenia až po súčasnosť.

V druhej časti práce detailne analyzujem primárnu a sekundárnu ponuku cestovného ruchu v obci a okolí. Cieľom tejto kapitoly je oboznámiť čitateľa s možnosťami, ktoré obec ponúka a zmapovať škálu týchto možností.

V tretej časti pristupujem k skúmaniu problematiky cestovného ruchu na danom území. Na základe vyhodnoteného dotazníkového prieskumu určujem pozitíva a negatíva rozvoja cestovného ruchu, rozoberám tento fenomén z pohľadu návštevníka, ako aj z pohľadu rezidenta, pričom používam základné, sociologické a matematicko-štatistické metódy výskumu. Cieľom tejto časti práce je vyhodnotiť klady a zápory skúmanej problematiky z oboch pohľadov.

Štvrtá časť práce zhŕňa zistené poznatky, prináša čitateľovi komplexný prehľad negatív a pozitív rozvoja cestovného ruchu a vyhodnocuje ich. Táto kapitola obsahuje aj návrhovú časť, ktorá podáva tretí – vlastný pohľad na danú problematiku a konkrétne návrhy, ako zlepšiť podnikateľské prostredie tak, aby z toho mali úžitok obe strany. Ďalej obsahuje obšírnejšie skúmanie zistených vplyvov a návrhy, ako sa dajú riešiť.

Prvá fáza práce predstavuje zozbieranie dostupných materiálov týkajúcich sa (priamo, alebo okrajovo) danej problematiky, ktoré som čerpala z odbornej literatúry zaoberajúcej sa touto témou. Využila som aj poznatky získané štúdiom a to hlavne z oblasti cestovného ruchu, hoteliérstva, gastronómie a kultúry.

V druhej fáze práce som sa venovala sledovaniu a skúmaniu stavu cestovného ruchu priamo v obci a jej okolí. Vo vybranom období roka (zimnej turistickej sezóne 2010/2011) som uskutočnila prieskum pomocou dotazníkového prieskumu, ktorého cieľom bolo zistiť názory hostí, ubytovaných v zariadeniach v Habovke. Prieskum som uskutočnila papierovou formou dotazníkov (v ubytovacích zariadeniach), prostredníctvom emailovej komunikácie a osobným riadeným rozhovorom (pri zisťovaní názorov stálych obyvateľov obce). Po získaní dostatočného počtu odpovedí som pristúpila k ďalšej fáze práce, ktorá predstavuje spracovanie zistených údajov a analýzu odpovedí ktoré ukázali aktuálny stav cestovného ruchu v regióne, názory rezidentov, domácich aj zahraničných turistov. Na základe týchto informácií som mohla pristúpiť k vyhodnoteniu pozitívnych a negatívnych

vplyvov rozvoja cestovného ruchu, ich grafického spracovania v podobe grafov a tabuliek. Z teoretických metód som v tejto časti práce použila analýzu a syntézu, indukciu, dedukciu a abstrakciu.

Posledná fáza práce predstavuje návrhovú časť, ktorá obsahuje autorkou navrhované opatrenia pre zlepšenie aktuálneho stavu cestovného ruchu v regióne v dlhodobom meradle. Jedná sa o návrhy, ktoré v prípade ich úspešného uplatnenia v praxi môžu prispieť k zmierneniu zistených negatív a posilneniu pozitív. Tieto návrhy sa týkajú:

1. zlepšenia služieb v obci Habovka v podobe tzv. balíkov služieb - na základe podnetov od návštevníkov obce
2. zmiernenia, respektíve odstránenia negatív, ktoré pociťujú domáci obyvatelia

3 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY

Aby sme bližšie porozumeli problematike rozvoja cestovného ruchu v obci a okolí, je potrebné zistiť aktuálny stav danej problematiky v dostupnej literatúre a objasniť základné pojmy, s ktorými budem pracovať.

V úvode sa zameriam na *Potenciál cestovného ruchu*. Podľa J. Orišku „mnohé regióny Slovenska majú bohatý potenciál pre rozvoj cestovného ruchu, ktorý sa však zatiaľ dostatočne nevyužíva. Sociálno-ekonomické účinky cestovného ruchu sa môžu v regiónoch prejaviť len vtedy, ak nástrojom jeho rozvoja je integrovaný manažment založený na uvedomení si a koordinácii spoločných záujmov orgánov štátnej správy, samosprávy, miestneho obyvateľstva, podnikateľov a návštevníkov cestovného ruchu.“ (ORIEŠKA 2009:29). Autor ďalej uvádza aj možnosť, ako tento potenciál efektívnejšie rozvíjať.

Východiskom koordinácie záujmov cestovného ruchu majú byť podľa neho potreby návštevníkov cestovného ruchu a úsilie o ich optimálne uspokojovanie. Pri tomto procese dochádza k tvorbe nových pracovných príležitostí, k rozvoju technickej a sociálnej infraštruktúry, k zlepšeniu starostlivosti o životné prostredie a v neposlednom rade aj k zlepšeniu zárobkových možností obyvateľstva i obcí. Ďalej uvádza, že absencia koordinácie môže naopak spôsobiť rozpad miestneho priemyslu a viesť k poškodzovaniu prírody a krajiny." (ORIEŠKA 2009:29).

"Za *stredisko cestovného ruchu* sa zvyčajne pokladá cieľ cestovania a pobytu návštevníkov, v ktorom sú v rozličnej miere zastúpené prvky primárnej a sekundárnej ponuky. Komplexné uspokojovanie potrieb návštevníkov v cestovnom ruchu vyžaduje vybudovať v stredisku súbor zariadení, ktoré sú svojou štruktúrou, kapacitou a úrovňou poskytovaných služieb v súlade so štruktúrou a objemom dopytu návštevníka v stredisku. Rozhodovanie o štruktúre infraštruktúry má brať do úvahy tri aspekty: komplexné uspokojovanie potrieb návštevníkov v cestovnom ruchu v súlade s charakterom vykonávaných rekreačných a kultúrnych aktivít, zachovanie a trvalé poskytovanie kvalitatívne nenarušeného úžitkového efektu a zabezpečenie efektívnosti prevádzky strediska cestovného ruchu. Každé stredisko cestovného ruchu má mať základnú vybavenosť, ako sú ubytovacie, stravovacie, športovo-rekreačné, kultúrno-spoločenské, maloobchodné zariadenia a zariadenia služieb." (GÚČIK, PEČ 2011:47).

Cestovný lexikón Slovenskej republiky vymedzuje rôzne oblasti *Atraktivít* cestovného ruchu na Slovensku. Sú to hlavne: slovenský vidiek, múzeá v prírode, kúpele

a kúpeľné podniky, národné parky, jaskyne, lesoturistika, poľovnícka turistika, drevené kostoly, pamiatky UNESCO, slovenské hrady a zámky, pamiatky židovskej kultúry a pod. (KOLNÍK a kol. 009:36-75). Z týchto oblastí je možné v subregióne cestovného ruchu Roháče využívať slovenský vidiek, Múzeum oravskej dediny v Zuberici na Zverovke, kúpele v Oraviciach, TANAP, v budúcnosti aj jaskynnú turistiku v jaskynnom komplexe na Zverovke (zatiaľ verejnosti neprístupná), lesoturistiku, poľovnícku turistiku, drevený kostolík v Tvrdošíne – pamiatku UNESCO a pod.

S pojmom atraktívnosť cestovného ruchu úzko súvisí aj pojem *Tradičná kultúra*. Je to „súhrn výtvorov založených na tradíciách daného kultúrneho spoločenstva, ktoré odzrkadľujú jeho kultúrnu a spoločenskú identitu. Modely a hodnoty tradičnej ľudovej kultúry sa prenášajú a rozširujú ústnym podaním, napodobňovaním alebo iným spôsobom. Medzi formy tradičnej ľudovej kultúry patrí jazyk, literatúra, hudba, tanec, hry, mytológia, rituály, zvyky, obrady, remeslá, staviteľstvo a iné druhy umenia.“ (*Tradičná kultúra a osвета* [online]. 2010. [cit. 2010.09.10]. Dostupné na internete: <<http://www.culture.gov.sk/sekcie/tradicna-kultura-a-osveta> >). Tejto problematike sa venuje zborník z medzinárodnej konferencie v Terchovej – Tradičná kultúra, turizmus a rozvoj regiónov. Zdôrazňuje sa v nej dôležitosť zachovávanía kultúrnych hodnôt, ktoré nielenže zvyšujú atraktívnosť cestovného ruchu, ale sú dôležitým prvkom poznávania našej národnej minulosti aj pre ďalšie generácie. „V globalizovanom a multikultúrnom svete zaniká množstvo tradičných kultúrnych hodnôt doslova pred našimi očami. Cestovný ruch, ktorý je považovaný za najrýchlejšie sa rozvíjajúce odvetvie ekonomiky, pôsobí často na tradičnú kultúru deštruktívne, ale práve vďaka turizmu sú viaceré kultúrne javy revitalizované, respektíve zachovávané v pôvodnej, alebo modifikovanej podobe.“ (KOLEKTÍV 2006:9). Z toho vyplýva, že rozvoj turizmu a zachovávanie tradičnej kultúry spolu súvisia a rozvoj jedného znamená často aj rozvoj druhého a opačne, pretože „tradičná kultúra v súčasnosti už takmer neexistuje v prirodzenej, autenticknej podobe. V posledných desaťročiach prešla mnohými zmenami a dnes používa tzv. druhú existenciu, ktorej základným poslaním je funkcia zábavná, estetická a reprezentatívna.“ (GÚČIK 2006:14). „Na Slovensku nachádzame v každom regióne originálne a charakteristické prvky tradičnej kultúry, čo je z hľadiska jej využitia a uplatnenia v cestovnom ruchu konkurenčnou výhodou.“ (GÚČIK 2006:13). V subregióne cestovného ruchu Roháče sa dajú tieto prvky nájsť napr. v Múzeu oravskej dediny v Zuberici, v Podbieli sa zachoval komplex charakteristických drevených domov – Bobrova raľa, ale dajú sa nájsť aj fragmenty týchto

tradičných prvkov – napr. kríže pri cestách, tradičná výroba košíkov a ľudových predmetov a pod. „Dnešné cestovanie znamená hlavne zážitok – tradičná kultúra preto predstavuje veľký potenciál rozvoja cestovného ruchu na Slovensku. Návštevníkov podujatí možno vhodnou formou oboznámiť s tradičnou kultúrou regiónu či formou zážitku im priblížiť remeselné techniky – návštevník má možnosť nielen vidieť ich, ale si ich aj vyskúšať.“ (ŠEVČÍKOVÁ 2006:340). „Kultúra – pôvodne priestor pre umelcov a expertov – zaznamenáva v 21. Storočí veľkú popularitu a neočakávaný rozmach. Kostoly, hrady, zámky a múzeá navštevujú nielen domáci, ale predovšetkým zahraniční návštevníci.“(STEINECKE 2010:131)

Okrem *hmotných* pozostatkov ľudovej kultúry treba spomenúť aj *nehmotné*. „Označujeme ním ústne tradície a prejavy vrátane jazyka ako prostriedku nehmotného kultúrneho dedičstva, interpretačné umenie, spoločenské zvyky, rituály a slávnostné udalosti, poznatky a obyčaje súvisiace s prírodou a vesmírom, tradičné remeselníctvo. Nehmotné kultúrne dedičstvo znamená tiež postupy, stvárnenia, prejavy, poznatky, schopnosti, ako aj nástroje, predmety, artefakty a s nimi spojené kultúrne miesta, ktoré spoločenstvá, skupiny a v niektorých prípadoch jednotlivci pokladajú za súčasť svojho kultúrneho dedičstva.“ (*Tradičná kultúra a osveta* [online]. 2010. [cit. 2010.09.10]. Dostupné na internete: <<http://www.culture.gov.sk/sekcie/tradicna-kultura-a-osveta> >). K nim patria napr. každoročne sa konajúce Podroháčske folklórne slávnosti v Zuberici (začiatkom augusta), folklórne podujatie Vidiečanova Habovka (začiatkom mája), ale patrí tu aj dobrovoľné združenie folklórnej hudby bratov Klimekovcov z Habovky, detský folklórny súbor Bučníček a v neposlednom rade aj zvyky a tradície zachované u obyvateľov obce (vianočné obchôdzky s koledami, veľkonočné oblievačky...).

Tieto hmotné a nehmotné pamiatky tradičnej kultúry by sa dali využívať v oveľa väčšom meradle ako atraktivity cestovného ruchu (najmä čo sa týka nehmotnej ľudovej kultúry). Podľa Gúčika „problém praxe je, že často iba prezentujeme alebo ponúkame jednotlivé prvky kultúry, bez ďalších komplementárnych služieb a animačných programov. Interpretácia je viac ako len jednoduchá prezentácia tradičnej kultúry. Je spojená s kombináciou prvkov tradičnej kultúry a ďalších komplementárnych služieb. To umožňuje ich ponuku pre konkrétne cieľové skupiny návštevníkov (zákazníkov) s cieľom optimalizovať ich úžitok/zážitok.“ (GÚČIK 2006:14).

„Treba sa vážne zamyslieť nad tým, akými hodnotami sa môžeme pochváliť pred ľuďmi, ktorí k nám zavítajú, resp. pomocou ktorých hodnôt sa môžeme pokúsiť prilákať k nám cudzincov, ktoré hodnoty môžu slúžiť ako objekt turistického záujmu, z ktorých môžeme

sformovať predajný turistický produkt.“ (IŠTVÁNOVÁ 2006:224). „Slovensko pri procese postupného zviditeľňovania sa sústreďuje stále výraznejšiu pozornosť na oblasť vidieka a na prezentáciu tradičnej ľudovej kultúry, ktorej základy vychádzajú z roľnícko-pastierskej či remeselnej výroby.“ (ITRIŠKOVÁ. 2006:263).

K tomu, aby sme mohli v regióne rozvíjať tradičné ľudové prvky, potrebujeme si zachovať svoju osobitosť – *regionálnu identitu*. „Identitu spoločnosť potrebuje, pretože ho definuje a zároveň potvrdzuje permanentnosťou a legitímnosťou jeho jestvovania.“ (PROFANTOVÁ. 2006:323). Na Orave si obyvatelia už tradične udržiavajú svoju identitu, aj keď vplyvom globalizácie sa značne oslabuje.

Ďalej chcem priblížiť problematiku *ubytovacích zariadení*, ktorým sa budem v práci venovať. Tejto problematike sa venuje publikácia Manažment ubytovacích služieb od kolektívu autorov z UMB v Banskej Bystrici. „Poskytovanie ubytovacích služieb je jedným z dôležitých predpokladov rozvoja cestovného ruchu.“ (JANIČKOVÁ a kol. 2006:11). „Podľa zákona o živnostenskom podnikaní sa ubytovaním rozumie poskytovanie prechodného ubytovania a s ním spojených doplnkových služieb za odplatu. Doplnkovými službami sa rozumie napr. ubytovanie, výmena posteľnej bielizne, predaj jedál, nápojov a polotovarov a podobne. Rozsah a kvalita služieb závisí od kategórie a triedy ubytovacieho zariadenia. Kategória pritom určuje druh ubytovacieho zariadenia a trieda stanovuje minimálne požiadavky na vybavenosť, kvalitu a rozsah služieb spojených s ubytovaním.“ (tamtiež). V obci Habovka a v príľahlej obci Zuberec v prevažnej miere prevládajú ubytovacie zariadenia v kategóriách ubytovanie v súkromí a penzióny. Skúmaniu týchto ubytovacích zariadení sa budem venovať v ďalších častiach práce.

Je známe, že Slovensko ako cestovný cieľ disponuje dostatočným objemom ubytovacích kapacít, využíva ich však na mimoriadne nízkej úrovni. K lepšiemu priemernému využitiu ubytovacej kapacity prispeje predovšetkým efektívnejšia marketingová aktivita jednotlivých podnikov, ale aj aktivity stredísk, regiónov a štátu ako cestovného cieľa. (POMPUROVÁ 2010:164).

Aby sa tieto ubytovacie kapacity využívali vo väčšej miere, ubytovatelia musia zatriktívniť služby, spojené s pobytom. „Východiskom tvorby ponuky sú výsledky zisťovania o želaniach a očakávaníach hostí (trendy v dopyte), konkurencii, o vlastných silných a slabých stránkach (sila vlastnej ponuky).“ (JANIČKOVÁ a kol. 2006:51).

Keďže cestovný ruch sa neustále vyvíja, s jeho rozvojom rastú aj nároky návštevníkov a štruktúra ubytovacích kapacít sa postupne mení v prospech kategórií ubytovacích zariadení

ponúkajúcich komplexnejší produkt a tried zabezpečujúcich vyšší štandard služieb. (POMPUROVÁ 2010:152). Túto hypotézu sa budem snažiť potvrdiť aj v mojom výskume v subregióne.

Kvalita služieb je v súčasnosti veľmi diskutovanou témou nielen v spojení s ubytovacími zariadeniami, ale celkovo s pojmom cestovný ruch. V súčasnosti je orientovaná na spotrebiteľa. „Na spokojnosť hosťa majú vplyv jeho túžby, predstavy a očakávania. Očakávania hostí vo vzťahu ku kvalite služieb sú ovplyvnené skúsenosťami a zvyklosťami, ale aj spoločenský a trhovými uznanými štandardmi kvality služieb.“ (JANIČKOVÁ a kol. 2006:79). „Riadenie kvality vychádza z výsledkov plánovania kvality a zahŕňa činnosti smerujúce k realizácii požiadaviek na kvalitu služieb. Riadenie kvality sa definuje ako „časť manažérstva kvality zameraná na plnenie požiadaviek na kvalitu.“ (JANIČKOVÁ a kol.2006:84).

„Problematika kvality ubytovacích služieb je u nás determinovaná Vyhláškou Ministerstva hospodárstva SR č. 277 z 26. júna 2008, ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia pri ich zaradovaní do kategórií a tried. Napriek jej serióznemu základu má svoje problematické miesta, ktoré podnikateľom v ubytovacích službách určitým spôsobom sťažujú situáciu. Takým je aj chýbajúce priame prepojenie s ostatnými platnými predpismi. Klasickým prípadom je otázka predpísaných rozmerov plochy ubytovacích zariadení. (TREFIL 2009:159). Kvalitu služieb v cestovnom ruchu v dnešnej dobe okrem zákonov zabezpečujú aj napr. ISO certifikáty. Dobou motiváciou pre zvyšovanie kvality služieb býva aj konkurencia. „Každý podnik cestovného ruchu je ovplyvnený výškou a úrovňou konkurencie, ktorá je v podmienkach trhového hospodárstva predpokladom skvalitňovania služieb. Preto sa musí každý podnik snažiť poznať svoju konkurenciu – kvalitu a cenovú hladinu služieb, segment trhu a pod., aby si udržal alebo posilnil svoje postavenie na trhu. Čím je konkurencia v odvetví cestovného ruchu väčšia, tým väčší je predpoklad rastu kvality služieb a potreby inovácie podnikov cestovného ruchu. (KUČEROVÁ a kol. 2006:15). "Kvalitu služieb v rozhodujúcej miere (70%) ovplyvňuje spoľahlivosť služieb, citlivosť prístupu k zákazníkovi, kompetentnosť zamestnancov, ich orientácia na zákazníka a pozornosť, akú venujú ich individuálnym želaniam, t.j. funkčná kvalita (softvér). V oveľa menšej miere (30%) vplýva na kvalitu služieb prostredie, čiže technická kvalita (hardvér)." (GÚČIK - LINDEROVÁ 2011:32).

Popri diskusii o kvalitách služieb v cestovnom ruchu si musíme ozrejmiť aj samotný pojem **služby cestovného ruchu**. Zjednodušene sa dá povedať, že sú to služby, vďaka ktorým

si návštevníci uspokojujú svoje potreby. „Cestovný ruch kladie na služby viaceré požiadavky, ako je prispôsobenie štruktúry služieb primárnej ponuke cieľového miesta, zosúladienia kapacity, štruktúry a kvality služieb v cieľovom mieste, pohotovosť a pružnosť ponuky služieb v závislosti od dynamiky a časového rozloženia dopytu, cenová dostupnosť služieb v závislosti od dopytu cieľových skupín zákazníkov.“ (GÚČIK a kol. 2006:22). „Produkt cestovného ruchu predstavuje symbiózu využitia materiálnych a nemateriálnych zdrojov s cieľom uspokojiť potreby a požiadavky účastníkov cestovného ruchu.“ (NOVACKÁ 1996:10).

V poslednom období, vďaka hospodárskej kríze a zavedeniu euro meny sa počet účastníkov cestovného ruchu značne obmedzil. Tento jav postihol nielen Habovku a okolie, ale územie celého Slovenska. Ako uvádza A. Malachovský, "predčasná radosť z konjunktúrneho rastu pred rokom 2008 sa skončila príchodom globálnej hospodárskej krízy. Pokles počtu hostí v ubytovacích zariadeniach počas roka 2008 až o 30%, podobne počtu prenocovaní, tržieb v hoteloch, reštauráciách a rôznych podnikoch cestovného ruchu, ktoré vyplývajú z dostupných štatistík, sú dôkazom o nemožnosti dlhodobo rozvíjať cestovný ruch bez stratégie. Opačným príkladom je Rakúsko, ktoré na základe dostupných štatistík zaznamenalo len mierny pokles počtu hostí, prenocovaní a tržieb do 3%." (MALACHOVSKÝ 2011:5).

Autor ďalej uvádza, že štátna politika cestovného ruchu Slovenskej republiky je v súčasnosti neúspešná. Dôvodom je nepreviazanosť so stratégiami a ich nástrojmi na regionálnej a podnikovej úrovni. Dôsledkom sú výrazné zmeny a veľký pokles počtu hostí a prenocovaní. Tieto výpadky spôsobujú nemožnosť zhodnotenia investícií vkladanych do rozvoja cestovného ruchu na regionálnej, miestnej a podnikovej úrovni. (MALACHOVSKÝ 2011:6).

Trvalo udržateľný rozvoj je veľmi aktuálnou témou v cestovnom ruchu, ktorej sa budem venovať aj v mojej práci. Tento pojem vyjadruje „rozvoj, ktorý uspokojuje potreby súčasnej spoločnosti bez ohrozenia možnosti budúcich generácií uspokojovať svoje vlastné potreby. Ide o proces zmeny, v ktorom využívanie zdrojov, smerovanie investícií, orientácia technologického rozvoja a inštitucionálne zmeny sú v harmónii a zvyšujú súčasný i budúci potenciál uspokojovania ľudských potrieb a aspirácií.“ (GÚČIK a kol. 2006:189).

Problematike trvalo udržateľného rozvoja cestovného ruchu sa okrem iného venuje aj Agenda pre trvalo udržateľný a konkurencieschopný európsky cestovný ruch uverejnenej

v októbri 2007 Európskou komisiou. Táto agenda kladie dôraz na dôležitosť cestovného ruchu v celej Európskej únii a to z hľadiska zamestnanosti a tvorby HDP. „Cestovný ruch nepriamo vytvára viac ako 10% HDP EÚ a poskytuje asi 12% všetkých pracovných miest.“ (*Agenda pre trvalo udržateľný a konkurencieschopný európsky cestovný ruch* [online]. 2010. [cit. 2010.11.11]. <http://www.culture.gov.sk/uploads/33/29/33299ac708b36991b4e340e3e18c616e/05_agenda_tur.pdf >). Uvádza preto, že je potrebné vytvoriť správnu rovnováhu medzi dobrými podmienkami pre turistov, potrebami prírodného a kultúrneho prostredia a rozvojom destinácií a podnikov a ich konkurencieschopnosti si vyžaduje integrovaný a holistický politický prístup, kde všetky zúčastnené strany sledujú rovnaké ciele. Ďalej uvádza zásady dosiahnutia konkurencieschopného a trvalo udržateľného cestovného ruchu. Sú to:

- *Zaujať holistický a integrovaný prístup* – pri plánovaní a rozvoji cestovného ruchu by sa mali vziať do úvahy všetky jeho rôzne dopady. Okrem toho, cestovný ruch by mal byť dobre vyvážený a integrovaný s celým radom činností, ktoré ovplyvňujú spoločnosť a životné prostredie.
- *Dlhodobý plán* – udržateľný rozvoj znamená starať sa o potreby budúcich generácií tak ako o svoje vlastné potreby. Dlhodobé plánovanie si vyžaduje schopnosť dlhodobo podporovať zvolené činnosti.
- *Dosiahnuť vhodné tempo a rytmus rozvoja* – úroveň, tempo a tvar vývoja by mal odrážať a rešpektovať charakter, zdroje a potreby hostiteľských komún a destinácií
- *Zapojiť všetky zainteresované strany* – trvalo udržateľný prístup si vyžaduje celkovú a oddanú účasť pri rozhodovaní a praktickej implementácii zo strany všetkých, ktorí sa podieľajú na výsledku.
- *Použiť najlepšie dostupné vedomosti* – politiky a činnosti by mali byť informované o najnovších a najlepších dostupných vedomostiach. Informácie o trendoch a dopadoch v cestovnom ruchu, ako aj zručnosti a skúsenosti, by sa mali zdieľať v celej Európe.
- *Minimalizovať a riadiť riziko* (zásada prevencie) – tam, kde existuje nejasnosť ohľadom výsledkov, by sa malo vykonať úplné hodnotenie a prijať preventívne opatrenie s cieľom predísť škode na životnom prostredí alebo spoločnosti.
- *Odráziť dopady v cenách* (používateľ a znečisťovateľ platí) – ceny by mali odrážať reálne náklady pre spoločnosť na spotrebné a výrobné činnosti. Toto má dôsledky nielen na znečisťovanie, ale aj na platenia za použitie zariadení, s ktorými sú spojené významné náklady na riadenie.
- *Stanoviť a rešpektovať hranice, tam, kde je to vhodné* – mala by sa uznať nosná kapacita

jednotlivých miest a širších oblastí, s pripravenosťou a schopnosťou obmedziť, podľa potreby, objem rozvoja cestovného ruchu a objem prílevu turistov.

- *Podniknúť neprerušované monitorovanie* – udržateľnosť celkovo je o pochopení dopadov a neustálej obozretnosti vzhľadom na ne, aby sa mohli vykonať potrebné zmeny zlepšenia. (*Agenda pre trvalo udržateľný a konkurencieschopný európsky cestovný ruch* [online]. 2010. [cit. 2010.11.11]. <http://www.culture.gov.sk/uploads/33/29/33299ac708b36991b4e340e3e18c616e/05_agenda_tur.pdf >).

Trvalo udržateľnému rozvoju cestovného ruchu sa venuje aj rovnomenná publikácia od J. Kučerovej. Autorka tento pojem vysvetľuje ako „rozvoj, ktorý zabezpečí nielen uspokojovanie potrieb súčasných účastníkov cestovného ruchu a miestneho obyvateľstva, ale aj ochranu a zachovanie príležitostí pre budúcnosť. Ide o taký manažment využívania disponibilných zdrojov, ktorý zabezpečí nielen uspokojovanie ekonomických, sociálnych a estetických potrieb ľudí, ale aj zachovanie kultúrnej identity, podstatných ekologických procesov, biologickej diverzity a systémov podporujúcich život. Cieľom tohto rozvoja je minimalizovať konflikty, ktoré vznikajú medzi účastníkmi cestovného ruchu a miestnym obyvateľstvom, medzi jednotlivými segmentmi trhu, medzi podnikateľskými aktivitami a potrebou zachovania ich zdrojov, medzi celkovým rozvojom cestovného ruchu a životným prostredím. Ide o rozvoj, ktorý v sebe obsahuje prvky neustáleho skvalitňovania.“ (KUČEROVÁ 1999:64 a n.).

Ivana Kalinová v príspevku o Ekologickom zaťažení v stredisku cestovného ruchu Donovaly uvádza: „V záujme trvalej udržateľnosti cestovného ruchu na Slovensku je dôležité obmedziť ekologické záťaže, ktoré majú negatívny účinok na životné prostredie. Intenzita ekologického zaťaženia sa prejavuje ekologickými vplyvmi, ako je doprava, odpady, stupeň urbanizácie, intenzita využívania energetických zdrojov ap.“ (KALINOVÁ.2010:108). Ďalej uvádza, že „kvalitu životného prostredia ovplyvňuje cestovný ruch a to v miestach, v ktorých sa rozvíja. Vplyvy cestovného ruchu na stredisko cestovného ruchu sú trojaké, a to ekonomické, ekologické a sociálne. Ekologické zaťaženie je významným faktorom ovplyvňujúcim rozvoj cestovného ruchu v strediskách, ktoré sú charakteristické určitými osobitosťami vo vzťahu k ekológii a ochrane životného prostredia, nakoľko vyhovujúce prírodné prostredie je základným predpokladom rozvoja cestovného ruchu v danej lokalite.“ (KALINOVÁ 2010:109). Je teda zjavné, že cestovný ruch a prírodné prostredie sú dva úzko

súvisiace pojmy, ktoré sa navzájom ovplyvňujú a ak je cestovný ruch fenomén, ktorý stavia na jedinečnosti prírodného prostredia, je potrebné toto prostredie chrániť od nežiaducich účinkov cestovného ruchu, inak nebude mať na čom stavať...

V práci sa budem venovať aj otázke *marketingu a reklame produktov* cestovného ruchu. Podľa Frianovej, "medzi dôležité predpoklady prežitia každého podniku na trhu patrí nielen spojenie perspektívy rozvoja podniku s poznaním vývoja jeho rozhodujúcich trhov, konkurencie a účastníkov trhu, ale aj komplexné orientovanie sa na zákazníkov, ktoré nie je možné bez účinnej komunikácie s nimi. Pre podniky cestovného ruchu sa tak v súčasnosti stáva nevyhnutnosťou budovanie adresných vzťahov so zákazníkmi, ktorým je potrebné prispôbiť a diferencovať aj všetky komunikačné aktivity. Odborníci na problematiku marketingovej komunikácie hľadajú nové spôsoby zvyšovania účinnosti komunikačných aktivít, ako aj ďalšie možnosti efektívnejšieho vynakladania zdrojov potrebných na zabezpečenie jednotlivých aktivít súvisiacich s marketingovou komunikáciou. Súčasťou marketingového mixu podnikov cestovného ruchu je aj marketingová komunikácia, ktorú možno charakterizovať ako dlhodobý a opakujúci sa proces zahŕňajúci aktivity, ktoré sa týkajú prípravy, realizácie a kontroly činnosti podnikov v komunikačnej oblasti." (FRIANOVÁ 2011:25 a n.).

Na záver by som sa chcela v tejto kapitole venovať *podnikom cestovného ruchu*. V podmienkach cestovného ruchu sa jedná najmä o malé a stredné podniky.

Podľa Marákovej sú "malé a stredné podniky cestovného ruchu významnou súčasťou podnikateľského prostredia Európskej únie, lebo prispievajú 6,5% k tržbám malo podnikateľského sektora v spoločenstve, pričom 99% podnikov cestovného ruchu v Európskej únii patrí do kategórie malých a stredných podnikov s menším počtom zamestnancov ako 250, z čoho 94% zamestnáva menej ako 10 osôb. Priemerný podnik cestovného ruchu v Európskej únii je mikropodnik, v ktorom pracuje 6 zamestnancov." (MARÁKOVÁ 2005:97). Takéto mikropodniky cestovného ruchu sú charakteristické aj v obci Habovka a jej okolí, ktorým sa budem venovať v nasledujúcich kapitolách práce.

„Vytvorenie stimulujúceho podnikateľského prostredia je v centre pozornosti politiky podpory podnikania v Európe. Keďže spoločná európska politika cestovného ruchu neexistuje, cestovný ruch je súčasťou národnej regionálnej politiky členských krajín Únie. Rezolúcia prijatá Európskym parlamentom 21. Mája 2002 o budúcnosti európskeho cestovného ruchu vyzýva ku koordinácii opatrení v politike dopravy, životného prostredia, nových informačných technológií, v energetike, daniach, potravinovej hygiene v záujme

budúceho rozvoja cestovného ruchu na európskom kontinente.“ (MARÁKOVÁ 2005:186).

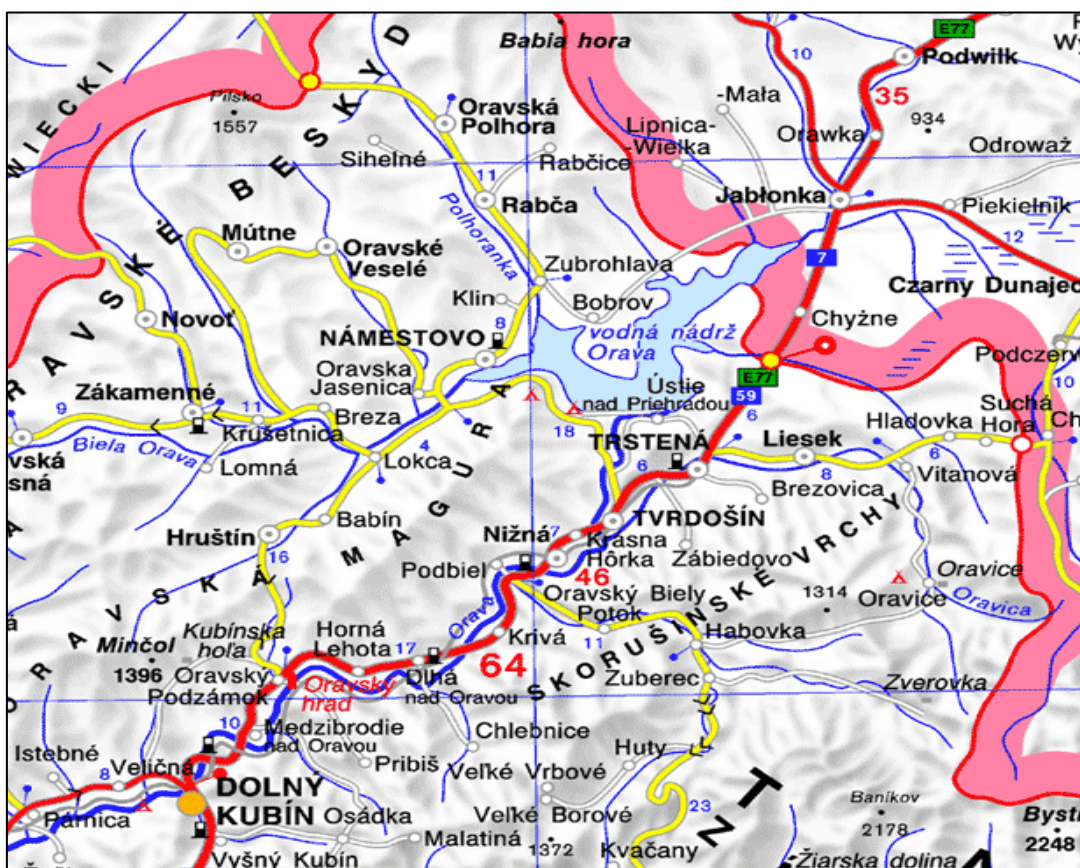
Keďže v obci Habovka väčšina obyvateľov podniká v cestovnom ruchu a užíva vďaka tomu mnohé ekonomické výhody, je v ich záujme zamerať sa na kvalitu - a to v každej oblasti. Či už ide o ubytovacie zariadenia, stravovacie zariadenia, športovo-rekreačné zariadenia, vytváranie pútavej a kvalitnej ponuky a pod. Klienti cestovného ruchu majú na výber a v dnešnej dobe globalizácie si vyberajú jedinečnosť, kvalitu a dobrú cenu. Preto sú toto hlavné aspekty, na ktoré by sa mali v blízkej budúcnosti podnikatelia v obci zamerať.

4 VYMEDZENIE ZÁUJMOVÉHO ÚZEMIA

4.1 Základná charakteristika regiónu Horná Orava

Územie Hornej Oravy – okresu Tvrdošín je súčasťou historického regiónu Orava, ktorý je najsevernejším územím Slovenska. Klíma Oravy patrí k najchladnejším oblastiam na Slovensku a v plnom rozsahu sa to týka aj územia Hornej Oravy. Typickým znakom podnebia je jeho kontinentálny charakter s veľkými rozdielmi medzi teplotami v januári a v júli. (Základná charakteristika územia Hornej oravy. [online]. 2010 [cit 2010.11.12.]. Dostupné na internete: <<http://www.arr.szm.com/zacharho.pdf>>.).

Obrázok 1 Mapa Oravy



Zdroj: KOLEKTÍV.: Mapa Oravy.
Mierka 1:150 000. Harmanec. 2006.

“Prírodné prostredie silno ovplyvňuje cestovný ruch, možnosti turistiky a športu. Veľké zrážky v júli a auguste sťažujú letný pobyt návštevníkov pri vode. Milovníci lyžovania a

zimných športov si prídu na svoje, lebo okrem vhodných terénov sa tu dostatočne dlho drží snehová pokrývka (november až apríl).” (tamtiež).

“Región Horná Orava – okres Tvrdošín patrí medzi turisticky atraktívne regiony s bohatými možnosťami cestovného ruchu. Medzi dôležité subjekty podieľajúce sa na koordinácii cestovného ruchu na Hornej Orave patrí Združenie miest a obcí Hornej Oravy a Rada Oravy s pôsobnosťou pre celý region Orava. Na území okresu Tvrdošín sú v oblasti podpory a propagácie rozvoja cestovného ruchu aktívne činné aj Euroregionálne združenie – Euroregión Tatry a väčšina odvetvových a profesných zväzov v oblasti cestovného ruchu a turistiky.” (tamtiež).

4.2 Základná charakteristika obce Habovka

Obec Habovka sa nachádza v Žilinskom kraji, v okrese Tvrdošín. Je to podhorská obec s nadmorskou výškou 736m. Celková výmera jej územia je 29 413 774 m². Hustota obyvateľstva v obci je 45 obyvateľov na km². Počet obyvateľov k 31.12.2008 bol 1336. (*Mestská a obecná štatistika*. [online]. 2010.[cit. 2010.11.11].Dostupné na internete: <<http://app.statistics.sk/mosmis/sk/run.html>>).

Obec má výhodnú polohu, je vstupnou bránou a križovatkou do známych turistických center v Západných Tatrách.

Spolu so susednou obcou Zuberec patria do subregiónu cestovného ruchu Roháče so strednodobým potenciálom pre rozvoj cestovného ruchu. (MH SR. 2005:21). Celý subregión patrí do regiónu Orava.

4.3 História obce

Habovka sa prvý raz písomne spomína okolo roku 1593 pod názvom Habowka. Založili a kolonizovali ju osadníci z dedín ležiacich pri rieke Orava na valašskom práve. Patrila Oravskému hradu a spravovali ju dediční šoltýsi (richtári), neskôr volení richtári. (KOLLÁR a kol. 1998:50).

Medzi prvých obyvateľov, ktorí sa usadili na území Habovky patrili hlavne Poliaci. Svedčí o tom aj zmienka v Habovskej obecnej kronike: “o zaľudnenie Habovky “múdro sa staral” šoltýs Ján, ktorý sa potom už volal Habovským, takže mu Juraj Thurzo oddelil istú časť z chotára, mlyn a vodnú pílu. Tento Ján Habovský priviedol niekoľkých obyvateľov do novozaloženej obce pravdepodobne z poľskej obce Chabówky, ktorí si ponechali meno svojej vlasti pre novú obec.” (BÁRDOŠ 1998:2).

“Prírodné podmienky na kolonizáciu boli veľmi tvrdé a neúrodná pôda nútila obyvateľov okrem málo efektívneho roľníctva venovať sa pasienkárstvu, výrobe súkna, plátna, šindľov a ťažbe železnej rudy.” (KOLLÁR a kol. 1998:50). Stála expozícia v prírode – Múzeum oravskej dediny v Zuberci dokumentuje niektoré tradičné remeslá, ktorými sa živili obyvatelia Oravy, teda aj Habovky. Za zmienku stojí napríklad plátennícka dielňa, pretože výroba ľanového plátna a súkna bola v minulosti jednou z najčastejších činností najmä habovských žien.

Súkno sa získavalo z vlny oviec, lesy a pasienky určovali celkový ráz kraja. Valašský spôsob chovu oviec a dobytky prišiel do tohto kraja z východných Karpát cez rumunskú a ukrajinskú oblasť. Ovce však poskytovali okrem surovín pre výrobu súkna a kožušín aj žinčicu, z ktorej sa vyrábal syr, bryndza, oštiepky, neskôr aj korbáčiky. Tieto mliečne výrobky predávali priekupníci často aj za hranicami Slovenska. (MEDZIHRADSKÝ 1979:31-34).

V 17. storočí Habovku úplne vypálili kurucké vojská. V roku 1683 ju vyplenili litovskí vojaci, ktorí tiahli cez Oravu k Viedni. Veľké škody obci spôsobila aj povodeň v roku 1813, ktorá zničila o. i. aj drevený kostol z roku 1715. V polovici 19. Storočia mala obec okolo 800 obyvateľov a v roku 1900 žilo v Habovke 913 ľudí. Nedostatok obživy ich však často until vandrovať za prácou (preslávili sa najmä habovskí murári, ktorí chodili na “múračky” do južných stolích Uhorska) a emigrovať predovšetkým do Ameriky. Hoci za 1. Československej republiky existovala v obci píla, valcha, viaceré mlyny a tkáčske dielne, počet jej obyvateľov klesol na 747. Po druhej svetovej vojne sa počet obyvateľov v obci postupne zvyšoval.” (KOLLÁR a kol. 1998:50-51).

Obrázok 2 **Habovka z 18. storočia**



Zdroj: História obce Habovka [online]. 2011. [2011.03.11]. Dostupné na internete: <<http://www.habovka.sk/historia-obce-habovka>>.

História obce je veľmi dobre zmapovaná v publikácii História farnosti Habovka. Keďže väčšina obyvateľov obce v minulosti bola (a ešte stále je) katolícky založená, dejiny farnosti sa považujú za neoddeliteľnú súčasť dejín obce. V 18. storočí, keď mala Habovka 350 a susedný Zuberec 330 obyvateľov "dozreli, aby utvorili svoju farnosť. Stalo sa to roku 1787, keď cisár Jozef II. zrušil 600 kláštorov, ktoré viedli rozjímavý život a z ich majetku založil náboženský fond na zakladanie nových fár na odľahlých miestach. Takých utvorili na Orave až dvadsať." (BÁRDOŠ 1998:8). Známa je tiež veľká povodeň z 13. augusta roku 1813, kedy rozvodnený Studený potok so sebou odniesol celý kostol aj so zvonom, ktorý sa už nikdy nenašiel. V spomínanej Habovskej kronike je uverejnený tzv. Prosbopis o finančnú pomoc farníkov žijúcich doma, ale i v Kanade a v USA, a taktiež farnostiam celého Uhorska. V tomto liste prosí vtedajší farár Ján Hatiar o finančnú pomoc na stavbu nového kostola, kde okrem iného uvádza okolnosti celej katastrofy: "Roku 1813 13. augusta nastal hrozný nárek a kvílenie medzi našimi veriacimi v Habovke a v Zuberci, keď na večer pred spánkom nepočuli už viac zvonit' k Anjelskému Pozdraveniu na "Anjel Pána" , lebo zvony boli vlnami Studenej niekde v piesku zasypané a tými istými vlnami aj bohostánok s hlavným oltárom a s murovaným kostolom bol zabratý nadol. Dľa ústneho podania, Ján Nep. Drengubjak, farár, s

nebezpečenstvom života, Pána Ježiša s Cibóriumom cez kancel' a cez oblok von vyniesol a hneď na to kostol sa do vody srútil." (BÁRDOŠ 1998:15). Je vidieť, že katastrofa vtedy zasiahla do života všetkých Habovčanov. Nový kostol, zasvätený Sedembolestnej Panne Márii sa podarilo dokončiť až 26. júna 1913.

Ďalšou dominantou obce je okrem spomínaného kostola aj kaplnka Sv. Márie Magdalény, z roku 1856, postavená na mieste starého cintorína.

Zaujímavosťou v obecnej kronike je aj zmienka o začiatku cestovného ruchu v Habovke, resp. o prvom záujme o turistiku v tejto oblasti: "Roháče ako turistickú oblasť si všimli až začiatkom 20. storočia nemeckí turisti organizovaní v turistických spolkoch. V turistickom sprievodcovi z prvej polovice 20. storočia – Die Hohe Tatra od Dr. A. Ottu sa Roháčske pohorie opisuje veľmi podrobne a vyzdvihuje sa jeho prírodná krása." (BÁRDOŠ 1998:204).

5 CHARAKTERISTIKA CESTOVNÉHO RUCHU V OBCI A OKOLÍ

5.1 Primárna ponuka cestovného ruchu

Aby bolo možné charakterizovať potenciál cestovného ruchu v oblasti, je potrebné definovať primárnu a sekundárnu ponuku cestovného ruchu.

Primárna ponuka cestovného ruchu predstavuje „potenciál daný prírodnými podmienkami alebo vytvorený človekom (antropogénna ponuka), ktorý tvoria kultúrno-historické podmienky a organizované podujatia. Prírodné podmienky sú geomorfologické, klimatické, hydrologické a biogeografické. Kultúrnohistorické podmienky zahŕňajú architektonické pamiatky, umelecko-výtvarné diela, hmotný a duchovný folklór, archeologické náleziská a zbierky, historické miesta svetových a národných dejín, rodiská a pôsobiská národných dejateľov, kultúrno-osvetové zariadenia. Organizované podujatia majú kultúrny, športový, politicko-spoločenský a obchodný character. Primárna ponuka nie je rovnomerne rozmiestnená v krajine a má rozličný stupeň atraktívnosti z hľadiska cestovného ruchu. S ohľadom na svoju jedinečnosť a neopakovateľnosť môže mať miestny, celoštátny až medzinárodný význam. Súbor primárnej ponuky je zvyčajne motívom účasti na cestovnom ruchu.” (GÚČIK a kol. 2006:143).

5.1.1 Prírodný potenciál pre rozvoj cestovného ruchu

“Obec Habovka sa nachádza jeden kilometer severozápadne od Zuberca na ceste do Podbiela, od ktorého je vzdialená 11 kilometrov. Leží na styku Skorušinských vrchov a Podtatranskej brázdy.” (KOLLÁR a kol. 1998:50).

Podľa regionalizácie cestovného ruchu Slovenskej republiky patrí do regiónu Orava.

Jeho územie má rozlohu 1661km² a administratívne patrí do Žilinského samosprávneho kraja. Zo severu a z východu ho ohraničuje štátna hranica, na juhovýchode hrebeň Západných Tatier a na juhu hrebeň Chočských vrchov. Juhozápadnú hranicu Oravy tvorí najsevernejší výbežok Veľkej Fatry s vrcholom Šíp. Západná hranica vedie cez Veľký a Malý Rozsutec v Malej Fatre, končí sa na styku Kysuckých a Oravských Beskýd na slovensko-poľskej štátnej hranici. (Základná charakteristika územia Hornej oravy. [online]. 2010 [cit

2010.11.12.]. Dostupné na internete: <[http](http://www.arr.szm.com/zacharho.pdf)>//www.arr.szm.com/zacharho.pdf.).

Habovka leží v tzv. Studenej doline, do ktorej patria okrem Habovky aj Zuberec a Oravský Biely Potok. Klimatické podmienky nie sú veľmi priaznivé, region patrí k najchladnejším oblastiam v rámci Slovenska s vysokým ročným úhrnom zrážok. (KOLLÁR a kol. 1998:23).

Zastúpenie *flóry* je v regióne pestré. Z drevín tu prevláda smrek, borovica a buk. Na Orave možno vyčleniť tieto vegetačné stupne: stupeň pahorkatín, podhorský stupeň, horský stupeň a subalpínsky. V lesnom spoločenstve má prevahu smrek, zväčša ako monokultúra. V nižších polohách majú prevahu listnaté lesy. Prevláda tu buk, jelša lepkavá, breza bradavičnatá a lieska obyčajná. V pásme kosodreviny dominuje kosodrevina. (Základná charakteristika územia Hornej oravy. [online]. 2010 [cit 2010.11.12.]. Dostupné na internete: <[http](http://www.arr.szm.com/zacharho.pdf)>//www.arr.szm.com/zacharho.pdf.).

Fauna Oravy patrí do eurosibírskej podoblasti. Z vtákov tu môžeme nájsť druhy ako škovránok poľný, jarabica poľná, jastrab obyčajný, myšiak hôrny, sokol, myšiak pustovka. Z cicavcov sa nachádzajú druhy – medveď hnedý, vlk obyčajný, vzácnejší je rys ostrovid. Bežná je raticová zver - jelenia, srnčia i diviacia. Charakteristickými druhmi stupňa lesa sú tetrov, hlucháň, jariabok lesný. (tamtiež).

Vodstvo Oravy odvodňuje rieka Orava. Do nej sa vlievajú aj potoky pretekajúce cez Habovku – Studený potok (prameniacy v Roháčoch) a potok Blatná (prameniacy v Skorušinských vrchoch). Najväčším vodným dielom na Orave je Oravská priehrada. Jej prvotnou funkciou je regulovať prietok na Váhu a prevencia povodní, ale v neposlednom rade je to aj veľká atrakcia cestovného ruchu.

5.1.2 Kultúrno-historický potenciál pre rozvoj cestovného ruchu

"Kultúra je zdrojom cestovného ruchu a má dlhodobú tradíciu. Už v 17. a 18. storočí, v čase, keď anglická šľachta cestovala v rámci "Grand Tour" po európskych dvoroch boli motívy vzdelávania a výchovy v popredí záujmu. Od tohto obdobia prehliadka historických budov, reliktov a priestorov patrí k štandardnému repertoáru aktivít v rámci cestovného ruchu." (STEINCKE 2010:132).

Do tejto kapitoly zaradíme architektonické pamiatky, národné kultúrne pamiatky, umelecko-výtvarné diela, folklór a organizované podujatia.

V rámci Oravy sa za najväčšie architektonické dielo považuje Oravský hrad, ktorý je aj najväčším lákadlom účastníkov cestovného ruchu. Ročne ho navštívi v priemere 80 000 – 90 000 návštevníkov. (*Pamiatky*. [online]. 2010. [cit 2010.12.02.]. Dostupné na internete: <<http://www.habovka.sk/page.php?id=9>>).

V Habovke sú najvýznamnejšie architektonické pamiatky: Kostol Sedembolestnej Panny Márie z roku 1716, kaplnka sv. Márie Magdalény z roku 1856 a viacero krížov a kaplniek v obci a popri ceste do Blatnej doliny (celkovo dvanásť).

Obrázok 3 **Kostol Sedembolestnej Panny Márie v Habovke**



Zdroj: *Habovský kostol* (online). 2011. (2011.03.11.). Dostupné na internete: <<http://www.habovka.sk/pamiatky/kostol.html>>.

Umelecko-výtvarné diela a folklór tejto oblasti reprezentuje Múzeum Oravskej dediny na Skanzene v Zuberi, ktoré je otvorené celoročne. Predstavuje formy trvalo udržateľného spôsobu života, spôsoby tradičného pestovania a spracovania plodín, chovu zvierat, ukážok postupov a techník pri spracovaní prírodných materiálov. Okrem toho ponúka hosťom služby ako predaj propagačných materiálov, máp, turistických sprievodcov, úschovňu bicyklov, predaj trstenskej keramiky, remeselných výrobkov, suvenírov, občerstvenie, možnosť organizovania seminárov, školy v prírode, odbornej praxe pre študentov SŠ, VŠ, omše,

koncerty... (Charakteristika múzea. [online]. 2010. [cit 2010.12.03.]. Dostupné na internete: <<http://muzeum.zuberec.sk/index.php?page=1>>).

Organizované podujatia v obci Habovka konané každoročne uvádzam v tabuľke 1.

Tabuľka 1 Kalendár pravidelných kultúrnych podujatí

Názov	Termín	Miesto	Organizátor
Habovský reprezentačný ples	Január	KD Habovka	Obec Habovka
Stretnutie ľudových hudieb "Vidiečanova Habovka"	Jún	KD Habovka	Obec Habovka
"O Habovský kardan" súťaž podomácky vyrobených malotraktorov	Júl	Vrch Grúň nad obcou Habovka	Peter Bebej, obec Habovka
Podroháčske folklórne slávnosti	August	KD Habovka, Zuberec, skanzen Oravskej dediny Zuberec	Obec Zuberec

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe informácií z OÚ Habovka (2011).

5.2 Sekundárna ponuka cestovného ruchu

Sekundárna ponuka cestovného ruchu je „súčasť ponuky cestovného ruchu a prostriedok na dosiahnutie cieľa cestovania. Utvára podmienky na využívanie primárnej ponuky a prispôsobuje sa jej. Ide o súbor zariadení a ich služieb nevyhnutných na to, aby sa návštevník mohol v cieľovom mieste ubytovať, stravovať a vykonávať najrôznejšie rekreačné a kultúrne aktivity typické pre cestovný ruch. Objem a štruktúra infraštruktúry zariadení závisí od charakteru primárnej ponuky jej funkcií a významu, ako aj využívania počas roka. Rozličnú úlohu majú pritom aj zariadenia všeobecnej infraštruktúry, najmä obchodnej, komunálnej, zdravotníckej, ktorej služby sú nevyhnutné z hľadiska komplexnosti ponuky. Úlohou inštitúcií cestovného ruchu je zosúladiť prvky ponuky s ohľadom na dopyt účastníkov cestovného ruchu. Sekundárna ponuka vytvára ekonomickú činnosť, ktorá ovplyvňuje návštevnosť cieľového miesta a využívanie primárnej ponuky.“ (GÚČIK a kol. 2006:158-159).

5.2.1 Zariadenia cestovného ruchu

Turistické informačné kancelárie a cestovné kancelárie:

- TIK Zuberec, Adresa: Hlavná 289, 027 32 Zuberec. Tel.č.: +421 (0) 903/54 80 8.
- TIK Dolný Kubín, Adresa: Hviezdoslavovo námestie 1651/2, 026 01 Dolný Kubín. Tel.č.: +421 (0) 915/ 04 94 0.
- CS Tours Tvrdošín, Adresa: Vojtaššáková 496, 027 44 Tvrdošín. Tel.č.: +421 (0) 903/50 68 41
- Turistické informačné centrum Trstená, Adresa: Železničiarov 253/1, 028 01 Trstená. Tel.č.: +421 (0) 902/03 80 67.

Turistické informačné body:

V Habovke sa nachádzajú celkovo štyri *informačné tabule* a to pri obecnom úrade (kde sa zverejňujú väčšinou informácie pre občanov obce), pri nákupnom stredisku a pri autobusových zastávkach (tieto slúžia pre návštevníkov obce).

Oficiálna *internetová stránka* obce Habovka je na adrese www.habovka.sk a sú na nej zverejnené všetky dôležité údaje a informácie pre obyvateľov aj návštevníkov.

Kongresové sály, kongresové centrá:

Priamo v obci Habovka sa nenachádzajú žiadne kongresové sály. Avšak v miestnom obecnom úrade je možnosť za poplatok usporiadať menšiu konferenciu (cca. 30 ľudí). Miestnosť je vybavená všetkou dôležitou technikou potrebnou pre takýto typ podujatia. Možnosť usporiadať menšie konferencie ponúkajú aj ubytovacie zariadenia: Hotel Julianin Dvor Habovka, Hotel Osobitá Zuberec - Zverovka a Hotel Primula Zuberec.

Ubytovacie zariadenia:

"Základným predpokladom rozvoja pobytového cestovného ruchu v cieľovom mieste (stredisku, regióne i štáte) je existencia dostatočného počtu ubytovacích zariadení v štruktúre a kvalite, ktorá zodpovedá požiadavkám dopytu. S rozvojom cestovného ruchu v území rastú aj nároky návštevníkov a štruktúra ubytovacích kapacít sa postupne mení v prospech kategórií ubytovacích zariadení ponúkajúcich komplexnejší produkt a tried zabezpečujúcich vyšší štandard služieb." (POMPUROVÁ 2010:152).

"Podľa zákona o živnostenskom podnikaní sa ubytovaním rozumie poskytovanie

prechodného ubytovania a s ním spojených doplnkových služieb za odplatu. Doplnkovými službami sa rozumie napr. ubytovanie, výmena posteľnej bielizne, predaj jedál, nápojov a polotovarov ap. Rozsah a kvalita služieb závisí od kategórie a triedy ubytovacieho zariadenia. Kategória pritom určuje druh ubytovacieho zariadenia a trieda stanovuje minimálne požiadavky na vybavenosť, kvalitu a rozsah služieb spojených s ubytovaním." (JANIČKOVÁ, J. a kol. 2006:11).

"Základnými službami ubytovacích zariadení sú služby prechodného ubytovania, ktoré patria k základným službám cestovného ruchu uspokojujúcim potreby návštevníkov. Poskytujú sa počas cestovania a pobytu návštevníkov v cieľovom mieste. Ubytovacie služby sú platenými službami." (JANIČKOVÁ, J. a kol. 2006:11).

Ubytovacích zariadení v Habovke je pomerne dosť, najväčšiu expanziu zaznamenali pred rokom 2009, kedy sa aj v tomto regióne prejavili dôsledky svetovej finančnej krízy a nižší počet ubytovaných návštevníkov spôsobil, že niektoré ubytovacie zariadenia boli zavreté, resp. zrušené. Dovtedy sa počet ubytovacích zariadení každoročne zvyšoval, podľa Pompurovej ich počet na Slovensku v rokoch 2000 až 2009 vzrástol o viac ako 70%. (POMPUROVÁ 2010:160).

Aktuálny stav ubytovacích zariadení uvádzam v nasledujúcich tabuľkách.

Tabuľka 2 Penzióny v Habovke

Názov	Adresa	Kapacita (počet lôžok)
Becy	Habovka 263	36
Family	Habovka 256	25
Bučník	Habovka 157	24
Pod roháčmi	Habovka 277	24
Milka	Habovka 276	23
Kamzík	Habovka 79	21
Hruboš	Habovka 304	20
Strojstav Prievidza	Habovka 184	20
Monika	Habovka 120	14

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe informácií z OÚ Habovka (2011).

Tabuľka 3 Samostatné chalupy v Habovke

Názov	Adresa	Kapacita (počet lôžok)
Ján Pavčo	Habovka 218	15
Mária Tekel'ová	Habovka 278	14
Róbert Črep	Habovka 16	11
Elena Pilarčiková	Habovka 324	9
František Žák	Habovka 62	8
Lucia Bobrovská	Habovka 144	7
Miroslav Gandi	Habovka 11	6
Igor Huščava	Habovka 169	6
František Lajčín	Habovka 212	6
Mária Dlugošová	Habovka 45	4
Ján Jandura	Habovka 139	4
Martin Jandura	Habovka 171	4
Edmund Pilarčík	Habovka 205	4

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe informácií z OÚ Habovka (2011).

Tabuľka 4 Samostatné prístavby v Habovke

Názov	Adresa	Kapacita (počet lôžok)
Marcela Pilárová	Habovka 165	23
Milan Kurcin	Habovka 200	21
Marián Taraj	Habovka 137	15
Daniel Tekel'	Habovka 91	14
Janka Pilarčiková	Habovka 139	10
Ján Kovál'	Habovka 46	10
Alojz Pilár	Habovka 110	10
Bohuslav Pilarčík	Habovka 216	10
Štefan Zuberský	Habovka 3	8
Alojz Hruboš	Habovka 69	8
Žofia Vidiečanová	Habovka 125	8
Tibor Bedy	Habovka 17	6
Florián Jurina	Habovka 37	6
Ján Petrek	Habovka 59	4

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe informácií z OÚ Habovka (2011).

Osobitným druhom ubytovacích zariadení, ktorý obyvatelia obce využívajú vo veľkej miere je ubytovanie v súkromí. Využíva ho až 80 ubytovateľov, čo je pri počte obyvateľov

1356 značné číslo. Lôžková kapacita ubytovania v súkromí je 431. Celková kapacita ubytovacích lôžok je 1079.

Stravovacie zariadenia

Stravovanie návštevníkov obce je možné buď priamo v ubytovacom zariadení - ak to poskytuje (väčšinou hotely a penzióny), alebo v stravovacom zariadení. V Habovke vplyvom negatívneho dopadu ekonomickej krízy z roku 2009 boli zatvorené 3 stravovacie zariadenia. Aktuálne je v prevádzke 1 reštaurácia - v hoteli Julianin Dvor a pizzeria - Pizza Pub Habovka.

Doprava

Do obce Habovka vedie cesta II. triedy č. 584 odbočkou z Európskej cesty E77 v Podbieli od ktorého je Habovka vzdialená 11 kilometrov a pokračuje smerom na horský prechod Huty až do Liptovského Mikuláša. V Podbieli je aj najbližšia vlaková stanica, železničná trať cez obec Habovka nevedie. So susednými obcami je zaistené spojenie pravidelnou autobusovou dopravou (SAD a súkromní dopravcovia).

5.2.2 Športovo-rekreačné zariadenia a aktivity

Kúpele, bazény, kúpaliská, vodné nádrže

Z Habovky smerom na severovýchod sa nachádza rekreačná osada Oravice. Od obce je vzdialená 10 kilometrov. Je známa svojimi termálnymi prameňmi a kúpaliskami s vysoko mineralizovanou vodou, ktoré sú v prevádzke počas celého roka. Kúpele sú prepojené s lyžiarskym strediskom, ktoré v zime poskytuje lyžiarsku trať s umelým zasnežovaním a rýchlou sedačkovou lanovkou.

Obrázok 4 **Termálne kúpalisko v Oraviciach**



Zdroj: *Termálne kúpalisko Oravice* [online]. 2011. [2011.03.11.]. Dostupné na internete: <<http://www.zuberec.sk/info.php?str=22>>.

Ďalšie termálne bazény s celoročnou prevádzkou sa nachádzajú v Liptovskom Trnenci , (Aquapark Tatralandia) vzdialenom od Habovky 33 kilometrov, v Bešeňovej, ktorá je vzdialená 40 kilometrov a v Dolnom Kubíne (30 kilometrov).

Letné športy

V Habovke a okolí sa nachádza infraštruktúra pre nasledujúce letné športy:

- tenis (verejné tenisové ihriská za poplatok)
- futbal (futbalové ihrisko)
- fitness centrum (v susednej obci Zuberec)
- horská turistika (turistické chodníky v Roháčoch)
- cykloturistika (značené cykloturistické trasy)
- jazda na koni (jazdecká škola v Zuberici a v Podbieli)

Zimné športy

Keďže prevažnú časť účastníkov cestovného ruchu láka do subregiónu najmä lyžovačka je nutné spomenúť hlavné lyžiarske strediská, ktoré sa bohužiaľ nenachádzajú v Habovke (dva lyžiarske vleky sú už niekoľko rokov mimo prevádzky), ale v susedných obciach:

- lyžiarske stredisko Zverovka - Spálená (15 kilometrov od Habovky)
- lyžiarske stredisko Zuberec - Janovky (1 kilometer od Habovky)
- lyžiarske stredisko Zuberec - Milotín (3 kilometre od Habovky)
- lyžiarske stredisko Meander Park - Oravice (10 kilometrov od Habovky)

Obrázok 4 **Lyžiarske stredisko Zverovka - Spálená**



Zdroj: *Zverovka - Spálená*[online]. 2011. [2011.03.11.]. Dostupné na internete: <<http://www.oravice.info/lyzovanie.php>>.

Okrem lyžovania sú v Habovke podmienky aj pre ľadové korčuľovanie - v prevádzke je (ak to dovoľujú poveternostné podmienky) ľadová plocha, nachádzajúca sa v areáli základnej školy a bežkové lyžovanie (niekoľko kilometrov bežeckých chodníkov v okolí obce).

6 STAV CESTOVNÉHO RUCHU V HABOVKE

Pri skúmaní stavu cestovného ruchu v obci Habovka som sa zamerala na dve cieľové skupiny:

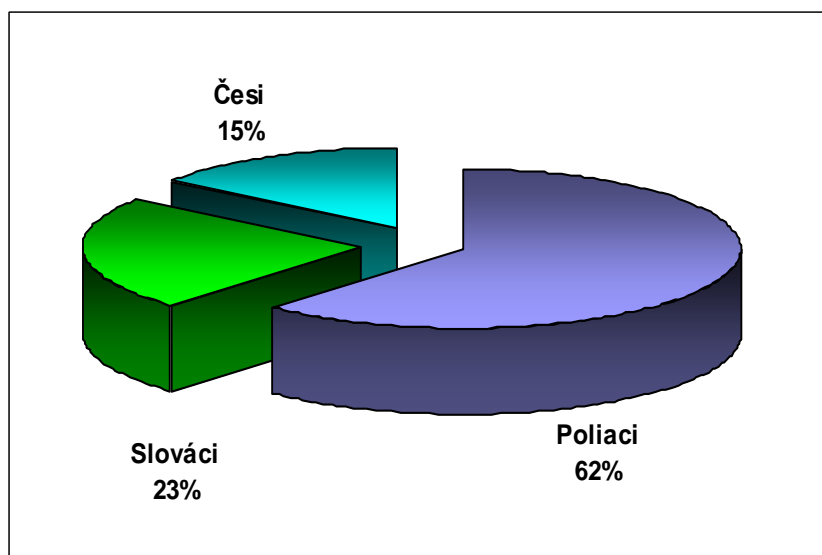
1. na návštevníkov obce
2. na stálych obyvateľov (rezidentov obce)

6.1 Spokojnosť návštevníkov obce so stavom cestovného ruchu v Habovke

Pri prvej skupine som získavala informácie pomocou dotazníkov, ktoré som v roku 2010 rozmiestnila v ubytovacích zariadeniach v Habovke. Dotazník tvorilo 10 otázok, kde mali návštevníci vyjadriť svoju mieru spokojnosti s pobytom v subregióne cestovného ruchu Roháče. Z 250 rozmiestnených dotazníkov sa mi späť vrátilo 103, čo je 41%-ná návratnosť. Na základe zistených údajov môžem konštatovať:

Prevažnú väčšinu návštevníkov - až 64 zo 103 opýtaných (62%) tvoria Poliaci, 24 zo 103 opýtaných (23%) tvoria Slováci a 15 zo 103 opýtaných (15%) tvoria Česi.

Graf 1 Prehľad pôvodu ubytovaných hostí

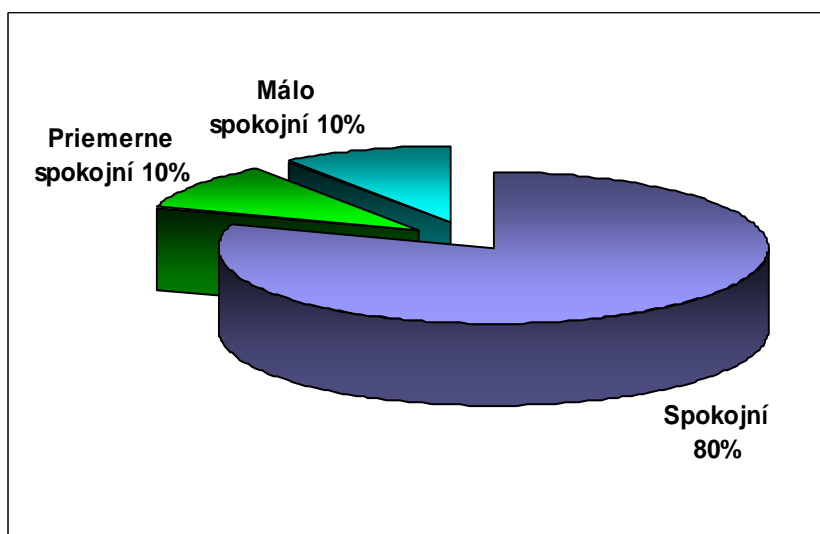


Zdroj : Vlastné spracovanie (2011).

Respondenti, ktorí sa ubytovali v ubytovacích zariadeniach v Habovke boli s úrovňou

ubytovacích služieb veľmi spokojní - až 80% (83 zo 103 opýtaných), 10 opýtaných bolo priemerne spokojných (10%) a 10 opýtaných (10%) uviedlo, že ubytovanie je postačujúce, ale chýba im tu niečo (každý mohol uviesť svoj názor). Traja respondenti uviedli, že im v ubytovacom zariadení chýba možnosť pripraviť si vlastné jedlo, jeden respondent uviedol, že mu chýba miestnosť na úschovu lyží a jeden respondent by privítal väčšie možnosti pre trávenie voľného času s deťmi v ubytovacom zariadení.

Graf 2 Prehľad spokojnosti ubytovaných hostí

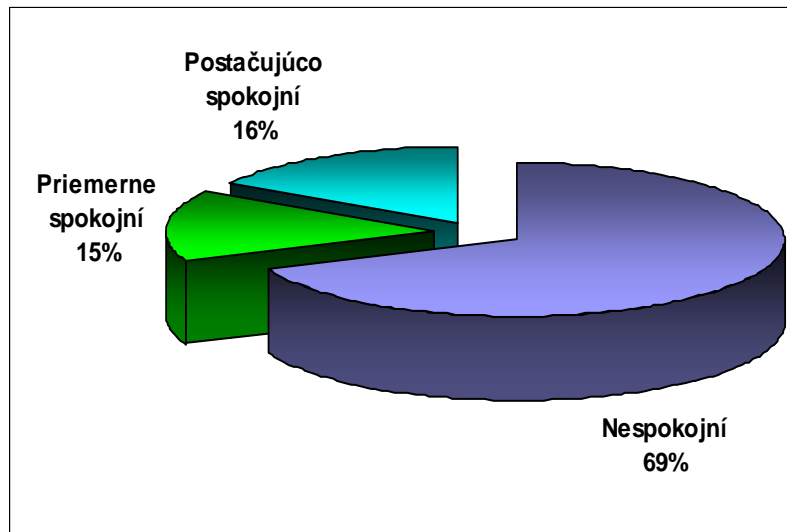


Zdroj : Vlastné spracovanie (2011).

V dotazníku som ďalej skúmala dĺžku pobytu návštevníkov v cieľovom mieste. Až 35 zo 75 (73%) respondentov tu bolo na krátkodobom (víkendovom) pobyte, zvyšných 27% návštevníkov uviedlo, že tu trávi dovolenku dlhšie ako 3 dni.

Najväčšiu nespokojnosť respondenti prejavili pri otázke na úroveň stravovacích služieb v Habovke. Tu až 71 respondentov (69%) uviedlo, že je nespokojných (najhoršie možné hodnotenie), 16 opýtaných uviedlo, že je to postačujúce, ale chýba im tu niečo (15%), pričom najčastejšie uvádzaná odpoveď bola fast food a dobrá reštaurácia s tradičnými jedlami. 16 opýtaných uviedlo, že sú priemerne spokojní (16%). Ani jeden respondent si nevybral možnosť- veľmi spokojný.

Graf 3 Prehľad spokojnosti ubytovaných hostí

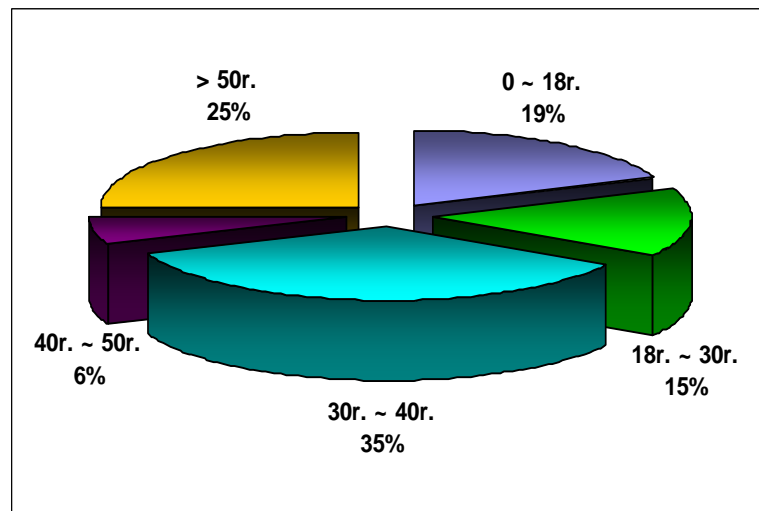


Zdroj : Vlastné spracovanie (2011).

Ďalšia otázka smerovala k spokojnosti návštevníkov s ostatnými službami a možnosťou trávenia voľnočasových aktivít. Tu je škála spokojnosti najpestrejšia - od veľmi spokojný až po úplne nespokojný, pričom najviac respondentov (50%) uviedlo, že sú priemerne spokojní (51 zo 103 opýtaných), veľmi spokojných bolo 24 (23%) Je to postačujúce, ale niečo mi tu chýba označili 28 (27%), najviac chýbajúcimi službami sú diskotéky, zábavné zariadenia, detské ihriská, taxi a informácie o možnostiach trávenia voľného času.

Posledná otázka sa týkala veku respondentov, najviac návštevníkov bolo vo veku od 30 - 40 (35%), od 0-18 (19%), od 40-50 (6%), od 50 a viac (25%) a od 18-30 (15%). (Graf na s. 39).

Graf 4 Prehľad spokojnosti ubytovaných hostí



Zdroj : Vlastné spracovanie (2011).

Respondenti, ktorí odpovedali na otázky boli ubytovaní v obci Habovka v zimnej turistickej sezóne 2010/2011, kedy je v obci najväčšia koncentrácia turistov a návštevníkov.

Na základe zistených skutočností môžem vyhodnotiť stav cestovného ruchu z pohľadu návštevníka obce:

- najviac ubytovaných návštevníkov v obci Habovka tvoria Poliaci - až 68%,
- návštevníci ubytovaní v Habovke sú s úrovňou ubytovacích zariadení veľmi spokojní - 80%,
- väčšina návštevníkov prichádza do Habovky na krátkodobý (víkendový) pobyt 73%,
- návštevníci ubytovaní v Habovke sú nespokojní s úrovňou stravovacích služieb v obci 69%,
- návštevníci ubytovaní v Habovke sú priemerne spokojní s ostatnými službami a možnosťami trávenia voľného času (50%),
- najviac návštevníkov ubytovaných v Habovke je vo veku od 30 - 40 rokov.

6.2 Spokojnosť stálych obyvateľov obce so stavom cestovného ruchu v Habovke

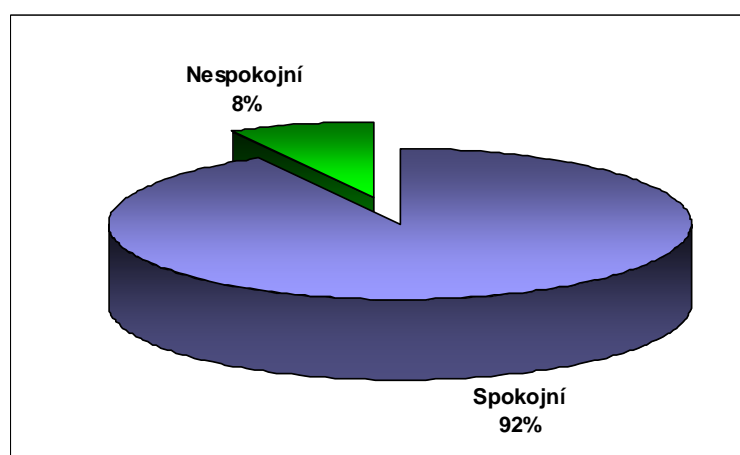
Ďalej sa zameriam na zistenie stavu cestovného ruchu z pohľadu stáleho obyvateľa obce. Analýzu názorov a spokojnosti rezidentov som zisťovala osobným kontaktom - opytovaním.

V tejto časti budem venovať pozornosť problémom, ktoré vznikli s rozvojom cestovného ruchu v obci. Keďže neexistuje oficiálna štatistika, ktorá by vyjadrovala návštevnosť (počet ubytovaných turistov) vo vybranom období roka (zimná turistická sezóna), pre načrtnutie veľkosti návštevnosti použijem údaje obecného úradu o množstve ubytovacích zariadení a počte lôžok. Ak by bolo využité každé lôžko vo všetkých ubytovacích zariadeniach v Habovke, potom by počet návštevníkov prevyšoval 1100. Pritom treba podotknúť, že oficiálne údaje o počte lôžok nemusia zodpovedať realite, pretože najviac ubytovacích kapacít je tvorených v súkromí a kôli poplatkom ich mnoho ubytovateľov nahlasuje menej oproti skutočnému stavu. Je teda nemožné určiť presný počet turistov v prípade plnej vytťažnosti, ale toto číslo sa môže pohybovať od 1100 a vyššie. Pre porovnanie s počtom obyvateľov (približne 1200) je to takmer 100%-ný nárast ľudí v obci. To sa automaticky musí prejavíť okrem pozitívnych stránok aj na stránkach negatívnych. Pri definovaní týchto dvoch stránok (výhody a nevýhody rozvoja cestovného ruchu v obci), som pristúpila k osobnému opytovaniu rezidentov Habovky.

Pri ankete som oslovila 25 obyvateľov v rozmedzí od 15 - 78 rokov. Odpovedali mi na 4 otázky.

Pri otázke, či pociťujú *výhody* z rozvoja cestovného ruchu a nárastu počtu návštevníkov v zimnej turistickej sezóne, odpovedalo 23 áno (92%). Dvaja respondenti odpovedali nie (8%).

Graf 5 Prehľad pocitu výhod z cestovného ruchu



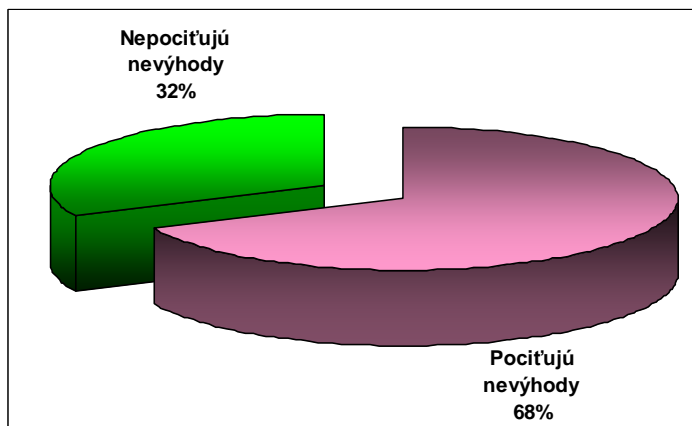
Zdroj : Vlastné spracovanie (2011).

Ďalšia otázka bola, aké výhody sú to, pričom som dala na výber: 1. Ekonomické výhody,

2. Vytvorenie nových pracovných miest, 3. Viac služieb v obci, ktoré môžeme využívať. Z 23 respondentov, ktorí v predchádzajúcej otázke odpovedali áno všetci (100%) uviedli všetky tri výhody.

Pri otázke, či pociťujú *nevýhody* z rozvoja cestovného ruchu a nárastu počtu návštevníkov v zimnej turistickej sezóne, odpovedalo 17 áno (68%), 8 odpovedalo nie (32%).

Graf 6 Prehľad pocitu nevýhod z cestovného ruchu



Zdroj : Vlastné spracovanie (2011).

Ďalšia otázka bola na konkrétne nevýhody, pričom som dala na výber: 1. vyššie predajné ceny v obchodoch počas turistickej sezóny, 2. zvýšenie kriminality, 3. znečisťovanie životného prostredia, 4. hluk, 5. znížený pocit bezpečnosti. Zo 17 respondentov, ktorí v predchádzajúcej otázke odpovedali áno 15 (88%) z nich uviedlo všetky spomenuté možnosti, 2 (12%) uviedli, že im prekážajú iba vyššie predajné ceny v obchodoch.

Vyhodnotenie ankety prinieslo nasledovné zistenia:

- obyvatelia Habovky cítia výhody z rozvoja cestovného ruchu (92%),
- obyvatelia Habovky najviac pociťujú ekonomické výhody, vytváranie pracovných miest a rozširovanie služieb, čo všetci jednoznačne vnímajú ako pozitíva (100%),
- obyvatelia Habovky si ďalej uvedomujú aj nevýhody rozvoja cestovného ruchu (68%), aj keď v menšom meradle ako výhody,
- ako najväčšiu nevýhodu obyvatelia Habovky vnímajú zvyšovanie predajných cien v obchodoch počas sezóny (100%), ale aj zvyšovanie kriminality, znečisťovanie životného prostredia, hluk a znížený pocit bezpečnosti (88%).

7 NÁVRHY PRE ZLEPŠENIE STAVU CESTOVNÉHO RUCHU V OBCI HABOVKA

Najviac návštevníkov prichádza do obce počas zimnej turistickej sezóny a práve tento sezónny charakter cestovného ruchu je potrebné využiť v čo najväčšej miere. Podľa Greša "práve zimný cestovný ruch má u nás silný potenciál - vôbec najsilnejší z krajín V4 - kvôli svojim geografickým a klimatickým možnostiam, polohe Slovenska v rámci Európy a tradície zimných športov. Perspektívne môže predstavovať spolu s ostatnými službami až 30% - 40% z celkového objemu príjmov z cestovného ruchu." (HUDECOVÁ 2011:20). Preto je dôležité počas tejto zimnej sezóny sledovať spokojnosť návštevníkov, spokojnosť obyvateľstva a podľa potreby robiť opatrenia aby sa v obci udržal medzi nimi rovnovážny stav.

Podľa zistení v dotazníkoch, priemerný návštevník obce Habovka je Poliak, ktorý je veľmi spokojný s ubytovaním, avšak nespokojný so stravovacími službami. Prichádza na víkendový pobyt a uvítal by viac možností trávenia voľnočasových aktivít. Tieto zistenia zahŕňajú širokú škálu možností pre zdokonaľovanie ponuky a zlepšovanie klímy cestovného ruchu v obci.

Fakt, že sú hostia s ubytovaním veľmi spokojní pripisujem veľkej konkurencii ubytovacích zariadení. "Každý podnik cestovného ruchu je ovplyvnený výškou a úrovňou konkurencie, ktorá je v podmienkach trhového hospodárstva predpokladom skvalitňovania služieb." (KUČEROVÁ a kol. 2006:15). Ubytovacie zariadenia v Habovke sa snažia získať konkurenčnú výhodu rôznymi spôsobmi. Pred pár rokmi vôbec nebolo bežné, že mala každá izba svoje sociálne zariadenie, dnes je to už samozrejmosť. Takisto sa ubytovatelia snažia znižovať počet lôžok na izbách najviac na tri. Súčasťou ubytovacích zariadení sú vo väčšine prípadov aj vonkajšie altánky s krbmi, grilmi a pod., tiež sa čoraz častejšie stáva, že má ubytovateľ uzavretú zmluvu s termálnym kúpaliskom v Oraviciach alebo s niektorým lyžiarskym strediskom v okolí, ktoré poskytuje ubytovaným hosťom zľavy z aktuálneho cenníku. Toto všetko hodnotím veľmi dobre a pretože môj prieskum ukázal, že hostia sú v tejto oblasti veľmi spokojní, návrhovo riešiť budem až nasledovné oblasti.

Podľa výskumu, priemerný návštevník prichádza do Habovky na víkendový pobyt. Tu sa otvára možnosť predĺžiť pobyt návštevníkov napr. formou zliav. Kým víkendové pobyty by boli drahšie, pobyty v bežnom pracovnom týždni by boli lacnejšie. Dá sa využiť aj možnosť 3 noci + 1 zdarma a pod. Vo väčších hoteloch vo Vysokých Tatrách sa aktuálne uplatňujú zľavy

pre návštevníkov, ktorí sa ubytujú počas pracovného týždňa na viac ako dve noci aj o polovicu oproti víkendovým cenám (vlastný telefonický prieskum).

Najväčší problém cestovného ruchu v obci Habovka sa podľa respondentov ukázal jednoznačne stav stravovacích služieb. Pod vplyvom finančnej krízy z roku 2009 sa tu značne zredukoval počet stravovacích zariadení z 5 na 2. Sú to:

1. *reštaurácia Julianin dvor*

2. *pizzéria Pizza pub*

tieto zariadenia som bola osobne navštíviť a po krátkom rozhovore s personálom som sa dozvedela, že v reštaurácii Julianin dvor sa stravujú predovšetkým hotelový hostia (je to reštaurácia spojená s hotelom s vyššími cenami), pizzériu navštevujú viac mladí zákazníci zvyknutí na tento typ stravovania. Z toho vyplýva, že priemerný návštevník (podľa zistenia v dotazníku má 30 - 40 rokov) naozaj nemá veľa možností. Najlepším riešením by bolo rozšíriť počet stravovacích zariadení s pestrejšou ponukou pre všetky vekové kategórie, táto možnosť ale momentálne nie je aktuálna (obecný úrad nemá informácie o rozširovaní podnikov stravovacích služieb). Preto by podľa môjho názoru bolo ideálnym riešením, keby už existujúce stravovacie zariadenia rozšírili svoju ponuku o jedlá:

1. *v prípade reštaurácie Julianin dvor* - rýchle a lacné jedlá domácej kuchyne,

2. *v prípade pizzérie Pizza pub* - obohatiť ponúkaný sortiment o polievky, múčniky a domácu kuchyňu.

Toto by mohlo dopyt spomínanej vekovej skupiny (30 - 40 rokov) uspokojiť, keďže sa jedná o vekovú kategóriu zvyknutú na domácu kuchyňu a nižšie ceny.

7.1 Balíky služieb

Ďalší bod pre skvalitnenie cestovného ruchu v obci vidím v rozširovaní a skvalitňovaní doplnkových služieb pre návštevníkov. Väčšina z nich (50%) je s týmito službami priemerne spokojná. "Hlavnou prednosťou Slovenska oproti susedným konkurenčným štátom ako cieľovým miestam cestovného ruchu je mnohorakosť turistických možností, ktoré sme schopní ponúknuť v kombinácii s rôznymi kultúrnymi a prírodnými aktivitami."

(PAULIČKOVÁ (online). 2011 (cit.2011.01.03.). Dostupné na internete : <http://www.cers.tuke.sk/cers2005/doc/Paulickova_rpaulickova.pdf>).

Návštevníci obce Habovka majú možnosť využívať predovšetkým služby spojené s letnou a

zimnou turistikou a športovými aktivitami. Chýba tu však komplexná ponuka služieb, kde by si návštevník vybral napr. fakultatívny výlet spojený s prehliadkou určitej pamätihodnosti, atrakcie cestovného ruchu, občerstvenie, doprava, výklad sprievodcu a pod, tak ako je to bežné v rozvinutých turistických destináciách. Tu je priestor pre vytvorenie tzv. balíkov služieb. "Balíky služieb sa tvoria spojením obsahovo príbuzných služieb do jednej komplexnej ponuky. Sú určené jednotlivcom alebo skupinám hostí. Ich obsah a cena sa formuje buď nepriamo (najmä na základe spolupráce s cestovnými kanceláriami) alebo priamo (vo vlastnej réžii ubytovacieho zariadenia). Balíky služieb majú charakter príležitostnej alebo stálej ponuky. Dôvodom tvorby balíkov je podpora dopytu v čase mimo sezóny s orientáciou na vybrané segmenty návštevníkov, zvyšovanie efektívnosti podnikania, znižovanie nákladov, aktualizovanie a využívanie nových trendov, vyvolanie opakovaného dopytu, predlžovanie pobytu hostí a zvyšovanie kvality služieb, vytváranie dobrých vzťahov s verejnosťou a pod. Balíky služieb poskytujú väčšie pohodlie, zabezpečujú väčšiu hospodárnosť a trvalú kvalitu." (JANIČKOVÁ 2006:48).

Pre vytvorenie atraktívneho balíka služieb je potrebné pretransformovať želania hostí tak, aby vzniknutý balík bol pútavý a výhodný pre obidve strany (poskytovateľov ubytovacích a stravovacích služieb v Habovke aj účastníkov).

Želania hostí sú jednoznačné - chýba im možnosť dobre sa najesť za primerané ceny a možnosť aktívnejšie využiť voľný čas. Úlohou mnou navrhnutých balíkov služieb bude vytvoriť produkt o ktorý bude záujem.

"Súčasný návštevník hľadá jedinečnosť, kvalitu a emocionálnosť. Jedinečnosť treba spájať s individuálnym zážitkom šitým na mieru, kvalita je dôsledkom rastúcich nárokov scestovaných návštevníkov a emocionálnosť je založená na pociťovaní spolupatričnosti a orientácii na zážitok." (GÚČIK 2005:15) Rozhodla som sa preto vytvoriť návrhy troch balíkov služieb:

Balík č. 1: Ako chutí Habovka?

Jedná sa o celodennú akciu, začiatok o 10:00 ráno na gazdovstve v Habovke. Program zahŕňa tradičnú oravskú zabíjačku spojenú s ochutnávkou zabíjačkových špecialít s možnosťou aktívne sa zapojiť do zabíjačkových prác. V cene je zahrnuté pohostenie a možnosť zábavy pri ľudovej hudbe bratov Klimekocov až do večerných hodín. Každý účastník dostane ako darček 0,3l pravej Habovskej čučoriedkovice.

Balík č. 2: Bačova cesta

Tiež ide o celodennú akciu s využitím prenajatého autobusu, ktorý sa objedná od súkromného prepravcu v Zuberici podľa počtu prihlásených účastníkov. Odchod je v stanovený deň ráno o 8:00 z Habovky do Ružomerského salaša Krajinka. Je to pravý autentický salaš s cca. 300 ovcami. Účastníci majú možnosť vidieť práce spojené s pasením oviec, strihaním oviec, výrobou mliečnych výrobkov z ovčieho mlieka. Pri salaši sa nachádza reštaurácia v ktorej sa podávajú pravé ovčie špeciality. Program trvá približne do obedňajších hodín, potom sa účastníci vracajú späť na Oravu, kde je druhá zastávka v Múzeu oravskej dediny na Skanzene v Zuberici. Popri prehliadke historických oravských stavieb si účastníci majú možnosť vyskúšať tradičné remeslá ako výrobu hlineného riadu na hrnčiarskom kruhu, pečenie chleba a pod.

Balík č. 3: Relax day

Program tohto dňa je zameraný hlavne na oddych. Začiatok je ráno o 10:00 v Habovke, odkiaľ je zabezpečený odvoz návštevníkov do 10km vzdialených Oravíc. Tu je na programe voľný program v termálnych bazénoch s možnosťou masáží a spa procedúr. Po troch hodinách sa účastníci presunú do hotela Julianin dvor, kde je na programe jogové cvičenie s inštruktorom a občerstvenie.

Balíčky sú zamerané na autentické zážitky zúčastnených, pričom kladiem dôraz na regionálne osobitosti a stravovacie zážitky tradičnej kuchyne.

Na to, aby boli tieto balíčky úspešné, je okrem dobrej organizácie potrebná aj propagácia. "Organizátor môže na svoju propagáciu využívať prospekty, inzeráty, internet, dobré meno a iné." (JANIČKOVÁ a kol. 2006:55). Taktiež je potrebné sledovať spätnú väzbu od účastníkov, ktorá je dôležitá pri zmene resp. prispôbovaní ponúkaného programu.

7. 2 Marketing balíkov služieb

Ak sa majú navrhnuté balíky dobre predávať, musia byť podporené marketingom. Marketingový mix zahŕňa *produktovú politiku, cenovú politiku, podporu predaja a distribučnú politiku.*

- **Produkty** sú v tomto prípade už spomínané balíky služieb. Mnou navrhnuté sú 3 balíky,

ktoré sa budú obmieňať podľa dopytu, požiadaviek a názorov hostí. Zamerané sú na zážitok a možnosť ochutnať tradičnú regionálnu kuchyňu.

- **Cena** produktov: Na výšku ceny bude okrem reálnych nákladov vplývať aj záujem účastníkov a možnosť zvyšovať/nutnosť znižovať zisk organizátora, náklady na reklamu a pod.

Balík č. 1. Ako chutí Habovka (cenová kalkulácia)

- cena zabíjačky 300,00€ (podľa gazdovstva). Pri 20 účastníkoch (očakávané) je cena 15,00€
+ občerstvenie 10,00€ =25,00€.

- k nákladom treba ešte pripočítať zisk organizátora 10% (3,00€)

- konečná suma na jedného účastníka: **28,00**

Tabuľka 5 **Cenová kalkulácia Balíka č. 1**

Položka	Cena (EUR)
Poplatok za podujatie	15,00 €
Občerstvenie	10,00 €
Zisk pre organizátora podujatia	3,00 €
Celková cena	28,00 €

Zdroj: Vlastné spracovanie (2011).

Balík č. 2.: Bačova cesta:

- sadzba na 1km u miestneho súkromného prepravcu je 1,50€. Cesta Ružomberok - Habovka je dlhá 52km x 2 = 102km. Celkovo cesta vychádza na 153,00€.

- sprievodca si účtuje za celodennú akciu 50,00€.

Celková cena na osobu (pri predpoklade 20 účastníkov) je 11,00€

- individuálne náklady na zakúpenie špecialít na kolibe a vstupné do Múzea oravskej dediny (4,00€)

- zisk organizátora 10% (2,00€)

- konečná suma na jedného účastníka: **17,00€**

Tabuľka 6 **Cenová kalkulácia Balíka č. 2**

Položka	Cena (EUR)
Cestovné na osobu	11,00 €
Vstupné do múzea	4,00 €
Zisk pre organizátora podujatia	2,00 €
Celková cena	17,00 €

Zdroj: Vlastné spracovanie (2011).

Balík č. 3.: Relax day

- cena dopravy: 25km x 1,50€ = 37,50€ - na jedného účastníka v prípade 20 záujemcov je to 1,90€
- trojhodinový vstup do aquaparku Meander Oravice stojí 15,00€
- hodinové jogové cvičenie v hoteli Julianin dvor 5,00€
- obed 10,00€
- zisk organizátora (10%)
- spolu: **35,00€**

Tabuľka 7 **Cenová kalkulácia Balíka č. 3**

Položka	Cena (EUR)
Cestovné na osobu	1,90 €
Vstupné do aquaparku	15,00 €
Jogové cvičenie	5,00 €
Obed	10,00 €
Zisk pre organizátora podujatia	3,10 €
Celková cena	35,00 €

Zdroj: Vlastné spracovanie (2011).

"Výšku príjmov (výnosov) môže výraznejšie ovplyvniť cenová politika a spôsob uplatňovania marketingových nástrojov. Ide predovšetkým o systém poskytovania zliav, výšku provízie, ktorú prevádzkovateľ poskytuje sprostredkovateľovi služieb, napríklad cestovnej kancelárii, ale aj náhodné vplyvy, ako napríklad mimoriadne nepriaznivé počasie v období hlavnej sezóny a pod. Podnikateľ musí rátať aj s týmito vplyvmi, a preto by si mal vytvoriť rezervu na elimináciu neočakávaných vplyvov." (KUČEROVÁ a kol. 2006:66). Tiež bude potrebné sledovať všetky vynaložené náklady spojené s tvorbou týchto balíkov, aby sa

dala posúdiť dlhodobá rentabilita tohto projektu.

Podpora predaja balíkov

"Spomedzi tradičných komunikačných nástrojov podniky využívajú v najväčšej miere reklamu, ktorá vďaka pestrosti vo využívaní médií nadobúda v jednotlivých podnikoch rozličné podoby a formy. Podniky v marketingovej komunikácii využívajú aj nové a netradičné nástroje (napr. skrytú reklamu, priamy marketing), moderné technológie a médiá (napr. internet, e-mail, mobilný telefón), vďaka čomu nezaostávajú za podnikmi pôsobiacimi vo sfére výroby, resp. v širšom kontexte za "vyspelým" marketingovým svetom." (FRIANOVÁ 2011:32).

Podpora predaja navrhovaných balíkov služieb sa bude uskutočňovať formou reklamy v regionálnej televízii ORT, na internetových stránkach obce Habovka a susedných obcí Zuberec, Oravský Biely Potok a Oravice, ďalej formou tlačených letákov, ktoré budú umiestňované v ubytovacích a stravovacích zariadeniach a v TIK v Zuberci.

Pri publikovaní informácií je potrebné klásť dôraz na pútavé štylizovanie textu spolu s ilustračným vyobrazením a prispôbiť to cieľovej skupine (napríklad okrem slovenského jazyka aj v Poľštine a v jazykových mutáciách najčastejších dovolenkárov). Okrem toho treba pracovať na vytvorení dobrého mena, pretože balíčky nie sú najlacnejšie, bude potrebné účastníkov presvedčiť, že sa to oplatí tým, že balíčky budú kvalitne pripravené, účastníci získajú komplexný zážitok aký nikde inde v tomto regióne. "Definície pojmu kvalita služby sú v súčasnosti orientované na spotrebiteľa." (JANIČKOVÁ a kol. 2006:79). Taktiež je potrebné monitorovať spokojnosť účastníkov a neustále balíčky prispôbovať podľa ich aktuálnych trendov a očakávaní. Janičková a kol. ďalej uvádzajú, že najúčinnjším spôsobom zisťovania spokojnosti resp. nespokojnosti hostí s kvalitou poskytovaných služieb je opytovanie v písomnej alebo ústnej forme s využitím objektívnych alebo subjektívnych kritérií. V súčasnosti sa na meranie kvality z pohľadu zákazníka na základe objektívnych kritérií využíva najmä pozorovanie expertmi a tzv. testujúci zákazník. Pozorovanie expertmi je náročné na skúsenosti a časovú dispozíciu pozorovateľa. Metóda testujúceho zákazníka je založená na tom, že návštevník cielene simuluje určitú reálnu situáciu s cieľom sledovať proces poskytovania služby a zistiť nedostatky. Meranie kvality poskytovanej služby z pohľadu hosťa podľa subjektívnych kritérií je orientované na výkon, spokojnosť a postoj. Môžeme využiť pritom anketu, rozhovor, dotazník alebo obsahovú analýzu sťažností. Najpoužívanejšou technikou zisťovania je dotazník. Využíva sa štandardizovaný dotazník, v ktorom dvadsaťdva otázok zahŕňa päť dimenzií kvality: vplyv prostredia na návštevníka,

spoľahlivosť služby, citlivosť prístupu k hosťovi, kvalifikovanosť personálu, vcítenie sa do individuálnych želaní host'a. (JANIČKOVÁ a kol. 2006:80).

Samozrejmosťou musí byť aj rýchla a komfortná možnosť rezervovania, keďže kapacita účastníkov na týchto atrakciách je obmedzená.

7.3 Návrhy pre zmiernenie negatívnych vplyvov cestovného ruchu v Habovke

Výskum ukázal, že obyvatelia Habovky si uvedomujú pozitíva, ktoré im prináša rozvoj cestovného ruchu, pričom ide hlavne o ekonomické výhody, vytváranie nových pracovných miest a rozširovanie služieb v obci. Avšak tieto pozitíva prinášajú so sebou aj negatíva, ktoré si uvedomujú najmä starší ľudia a tí obyvatelia obce, ktorí nepodnikajú v cestovnom ruchu. Je zrejmé, že pokiaľ bude rozvoj tohto odvetvia pokračovať minimálne v takom meradle ako doteraz, negatívne vplyvy sa nebudú dať úplne odstrániť. Dá sa však pracovať na zmiernení týchto vplyvov.

7.3.1 Zvyšovanie cien

Každoročne s príchodom zimnej a letnej turistickej sezóny podnikatelia pôsobiaci v cestovnom ruchu zvyšujú ceny svojich služieb. Vzhľadom na to, že mimo tohto obdobia nemajú veľké možnosti zarobiť, je to pochopiteľné. Problém však nastáva vtedy, keď stáli obyvatelia obce, zvyknutí na určitú cenovú hladinu, si musia kupovať tie isté veci/služby za citeľne vyššie ceny. Tu je možnosť, aby predajcovia poskytovali zľavy napr. každému, kto má v obci trvalý pobyt. Závisí to však od ochoty resp. neochoty predajcov, pre ktorých prvoradým cieľom je zisk.

7.3.2 Znečisťovanie životného prostredia a ekologické zaťaženie

Podľa Kalinovej novým trendom odvetvia cestovného ruchu je návšteva stredísk s neporušenou primárnou ponukou. Neustále pritom rastie aj záujem potenciálnych

návštevníkov o ekologické formy cestovného ruchu. Preto je nevyhnutné minimalizovať ekologické zaťaženie prírody a podporiť pozitívne účinky cestovného ruchu na prírodné prostredie. Vyplýva to z uvedenia si závislosti cestovného ruchu na životnom prostredí. (KALINOVÁ 2010:107).

Zákon o životnom prostredí z roku 1991 definuje znečisťovanie a poškodzovanie životného prostredia ako vnášanie takých fyzikálnych, chemických alebo biologických činiteľov do životného prostredia v dôsledku ľudskej činnosti, ktoré sú svojou podstatou alebo množstvom cudzorodé pre dané prostredie (Zákon č. 17/1992 Zb., § 8, odsek 1).

"Zachovať prírodné podmienky v horských strediskách a tým aj ich atraktivnosť umožňuje uplatňovanie princípov enviromentálneho manažmentu. Ekologická značka kvality zvyšuje prestíž cieľových miest. V EÚ sa uplatňuje systém riadenia podniku a auditov z hľadiska ochrany životného prostredia EMAS (Eco-management and Audit Scheme) alebo) Flower (kvetina), ktorý je špeciálnou európskou certifikáciou ekologicky úsporných služieb cestovného ruchu." (SADOVENKOVÁ 2010:184). Sadovenková ďalej uvádza, že vplyvom globálneho otepľovania a ďalších klimatických zmien dochádza k ohrozeniu aktivít cestovného ruchu. Predlžujúce sa obdobie leta ohrozuje zimné športové aktivity. Kratšie zimné obdobie spolu s poklesom výšky snehovej pokrývky môžu ohroziť existenciu horských stredísk turistiky a zimných športov. V horských oblastiach sa bude dopyt po zimných športových aktivitách koncentrovať do stredísk lokalizovaných vo vyšších nadmorských výškach, čím sa zvýši tlak na prírodné prostredie. Posun masového cestovného ruchu do vyšších nadmorských výšok môže vyvolať tlak na zraniteľné prírodné oblasti. (tamtiež). Je zjavné, že počas posledných rokov globálne otepľovanie naozaj začína ohrozovať zimnú turistickú sezónu v tomto regióne. Aj sezóna 2010/2011 sa vyznačuje nedostatkom snehu a podľa rozhovoru s pracovníkom lyžiarskeho strediska Zverovka-Spálená vlekári majú obavu, že sa tento rok neuskutoční ani tradičná veľkonočná lyžovačka. Dopomôcť k zmierneniu negatívnych dopadov otepľovania by mali opatrenia na obmedzenie emisií oxidu uhličitého v cestovnom ruchu.

Keďže v Habovke a jej bezprostrednom okolí nie je žiaden priemyselný alebo výrobný podnik, ktorý by znečisťoval životné prostredie, najviac negatívne naň vplývajú faktory:

- doprava
- odpady

Doprava v obci je zhustená najmä počas zimnej turistickej sezóny, kedy sa množstvo turistov presúva z ubytovacích zariadení k lyžiarskym strediskám, stravovacím zariadeniam,

termálnym kúpaliskám a pod. Cez Habovku vedie cesta II. triedy č. 584, ktorou sa dá dostať do Liptovského Mikuláša vzdialeného 33 km. Keďže obcou nevedie žiadna železničná trať a autobusové spojenie je nedostačujúce, väčšina návštevníkov sa presúva osobnými motorovými vozidlami. Taktiež s tým súvisí aj zvýšená prašnosť, hluk a znečistenie ovzdušia. Kladne hodnotím iniciatívu lyžiarskeho strediska Zverovka-Spálená, ktoré počas zimnej turistickej sezóny vysiela svoj autobus 2x denne do obce a prepravuje ich ku vlekom. Podobnou cestou by sa mohli vybrať aj konkurenčné lyžiarske strediská. Tým by sa aspoň čiastočne odľahčila dopravná situácia v obci.

Odpady, ktoré vznikajú počas turistickej sezóny sú niekoľkonásobne väčšie, ako mimo sezóny. Raz mesačne sa realizuje odvoz triedeného odpadu, odvoz komunálneho odpadu raz týždenne. Súčasný systém separovania odpadu je však málo efektívny, pretože kontrola, či sa v jednotlivých kontajneroch nachádza správny druh triedeného odpadu je problematická, takmer nemožná. Najväčší producenti odpadu sú ubytovacie a stravovacie zariadenia. Okrem toho aj samotní návštevníci znečisťujú turistické chodníky obalmi z jedál a nápojov. Obec tieto odpady odváža na vlastné náklady. (interné informácie Obecného úradu). Zlepšenie odpadového hospodárstva v obci by mohli pomôcť zabezpečiť viaceré odpadové koše popri chodníkoch a na miestach, kde sa vyskytuje väčší počet ľudí (autobusové zastávky, ihriská, oddychové zóny...). Tiež zavedenie efektívnejšieho systému zberu separovaného odpadu a obmedzovaním používania jednorazového plastového inventára v lyžiarskych strediskách a v ubytovacích zariadeniach. V niektorých penziónoch zaviedli používanie oddelených odpadových košov na triedený odpad priamo v izbách ubytovaných hostí, čo je veľmi dobrá myšlienka a mohla by sa rozšíriť aj do ostatných zariadení. "Pokiaľ klienta priamo aktívne vtiahnete do procesu ochrany životného prostredia bez toho, aby výrazne utrpelo jeho pohodlie, vyhrali ste. Najdôležitejšie je však nadšenie manažéra alebo majiteľa zariadenia, ktoré prenesie na celý personál. Len tak hosť bude brať celý koncept vážne a odvezie si nezabudnuteľný zážitok z pobytu, o ktorý sa isto podelí s priateľmi a známymi. Základným predpokladom však ostáva kvalitná služba za akceptovateľnú cenu." (KUHNEL 2009:127).

7.3.3 Zvyšovanie kriminality a znížený pocit bezpečnosti obyvateľov

S rozvojom cestovného ruchu v Habovke a okolí v posledných dvoch desaťročiach výrazne stúpol počet cudzincov, na čo hlavne staršia generácia nebola zvyknutá. Z výsledkov

rozhovorov so seniormi z obce môžem potvrdiť, že práve oni sú najmenej naklonení myšlienke rozvíjania cestovného ruchu. Uvedomujú si síce ekonomické výhody, ktoré z toho vyplývajú, ale oni sami už nepodnikajú v tomto odvetví, sú väčšinou dôchodcovia a tak si uvedomujú najmä nevýhody s tým spojené.

Počas sezóny, kedy v obci stúpne počet návštevníkov, priamo úmerne stúpa aj počet krádeží. Sú viaceré známe prípady, keď páchatelia využili nepozornosť domácich a vydávajú sa za turistov ich okradli, vylúpili byty, autá a pod. Tiež sa každoročne riešia prípady krádeží lyžiarskej výstroje, áut a cenností návštevníkov.

V súvislosti s prevenciou kriminality v obci by bolo potrebné posilniť policajné hliadky najmä v najkritickejších obdobiach turistickej sezóny a to v období Vianočných sviatkov, Silvestra, Veľkej noci a letných mesiacov (koniec júla, august), kedy je v obci množstvo cudzincov.

Záver

Obec Habovka sa vďaka bohatej primárnej ponuke cestovného ruchu radí medzi cestovné ciele mnohých domácich aj zahraničných návštevníkov. Aj keď rozvoj tohto odvetvia priniesol do oblasti množstvo hlavne ekonomických pozitív, obyvatel'ov obce trápia aj negatívne faktory, prichádzajúce s touto zmenou.

V práci som si stanovila za cieľ analyzovať stav cestovného ruchu z pohľadu návštevníka a z pohľadu rezidenta obce. Pri tejto analýze som zistila, že bežný návštevník, ubytovaný v Habovke je najviac nespokojný s ponukou stravovacích zariadení. Táto nespokojnosť pramení z malého množstva reštaurácií a tiež z ich úzkej ponuky. Preto som navrhla tzv. "balíky služieb", ktoré som prispôsobila tak, aby ich účastníci mali okrem autentického zážitku aj zážitok gurmánsky, tzn. možnosť dobre a kvalitne sa najesť v príjemnom a tradičnom prostredí. Balíky sú navrhnuté tak, aby ich aplikovanie v praxi bolo jednoduché a pomohlo skvalitniť sekundárnu ponuku cestovného ruchu v Habovke.

Z pohľadu stáleho obyvateľa obce sa ukázali ako najviac problematické faktory: zvyšovanie cien počas hlavnej sezóny, znečisťovanie životného prostredia a nárast kriminality a s ním súvisiaci znížený pocit bezpečnosti. Tieto negatíva sa síce nedajú úplne vylúčiť, ale dá sa pracovať na ich minimalizovaní a to vhodne zvolenými opatreniami ako zo strany kompetentných orgánov, tak aj zo strany obyvateľ'ov. Tu som priniesla niekoľko možných opatrení, ktoré sa dajú použiť - v súvislosti so zvyšovaním cien v obchodoch by mohli predajcovia prihliadať na trvalé bydlisko kupujúceho a rezidentom obce poskytovať zľavy z cien.

Problém znečisťovania životného prostredia a ekologického zaťaženia strediska treba riešiť širokospektrálne - zapojiť ubytovacie zariadenia, stravovacie zariadenia a ostatné podniky cestovného ruchu, ktoré budú aktívne "vt'ahovať" návštevníkov do procesu šetrenia energií, separovania odpadu, menšieho plytvania jednorázového riadu a pod. Tiež je potrebná spolupráca obce, podnikateľ'ov a obyvateľ'ov, pretože len v súčinnosti všetkých zainteresovaných sa dá dosiahnuť najlepší efekt a udržať primárnu ponuku čo najviac neporušenú aj pre budúce generácie.

Zvýšená kriminalita v obci a okolí počas najväčšieho prílevu návštevníkov (Vianočné sviatky, Silvester, Nový rok) súvisí s chaosom, ktorý spôsobuje množstvo ľudí na miestach, kde je bežne pokoj (parkoviská pred obchodmi, pred ubytovacími zariadeniami, na cestách v

obci, pred objektami poskytovateľov služieb a pod.). Tento chaos využívajú rôzne osoby s kriminálnymi úmyslami s cieľom nepozorovane sa obohatiť na veciach, ktoré nie sú strážené. Týmto javom netrpia len domáci obyvatelia, ale aj návštevníci obce, ktorí sú z takýchto zážitkov tiež znechutení a pochopiteľne ich to odrádza od ďalšieho pobytu. Možností na zmiernenie týchto negatívnych javov je niekoľko a tiež si vyžadujú spoluprácu viacerých zainteresovaných strán, najmä obce (umiestnením kamerového systému na najviac inkriminované miesta) a polície (posilnením hliadok počas problematickeho obdobia).

Dá sa predpokladať, že ak sa návrhy pre zlepšenie stavu cestovného ruchu v obci Habovka budú aplikovať v praxi, dôjde k posilneniu jej postavenia ako cestovného cieľa medzi jej návštevníkmi. Navrhované opatrenia by tiež mali prispieť k väčšej spokojnosti domáceho obyvateľstva počas hlavnej turistickej sezóny.

Napriek uvedeným návrhom a opatreniam sa dá predpokladať, že negatívne javy, ktoré so sebou rozvoj cestovného ruchu prináša sa nebudú dať úplne odstrániť a je potrebné neustále monitorovanie situácie a aktualizovanie možných riešení danej problematiky. Je tiež potrebný väčší záujem zo strany obce a kompetentných orgánov a väčšia spolupráca verejného a súkromného sektora. Iba ich spoločnou komunikáciou sa dajú určiť problémy, ktoré je potrebné riešiť a to nielen v teoretickej rovine, pretože zanedbaním problémov prichádzajúcich s rozvojom cestovného ruchu sa môže stať, že sa tento vývoj zastaví alebo sa vymkne spod kontroly. Toto je žiadúce vzhľadom na to, že väčšina obyvateľov Habovky si uvedomuje značné ekonomické výhody, ktoré im plynú s prílevom návštevníkov a nechcú o tieto výhody prísť.

LITERATÚRA A PRAMENE

AGENDA PRE TRVALO UDRŽATEĽNÝ A KONKURENCIESCHOPNÝ EURÓPSKY CESTOVNÝ RUCH [online]. 2010. [cit. 2010.11.11]. Dostupné na internete: <http://www.culture.gov.sk/uploads/33/29/33299ac708b36991b4e340e3e18c616e/05_agenda_tur.pdf>

BÁRDOŠ, E. P. *Historia Parochialis Ecclesiae Habovkaensis. História farnosti Habovka. Habovka, 1998, 519 s. ISBN 80-968106-5-0.*

FRAINOVÁ, V. Marketingová komunikácia podnikov cestovného ruchu. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, ISSN 0139-86960, 2011, roč. 44, č. 1, s. 25-34.

GEOGRAFIA. [online]. 2010. [cit. 2010.12.02.]. Dostupné na internete: <<http://www.orava.sk/historia-geografia>>

GÚČIK, M. a kol. *Cestovný ruch, hotelierstvo, pohostinstvo. Výkladový slovník. Bratislava : SPN – Mladé letá, 2006. 216 s. ISBN 80-10-00360-3.*

GÚČIK, M. - LINDEROVÁ, I. Hotelové štandardy. In *Hotelier*. ISSN 1337-0545, 2011, roč. 5, s. 32 - 42.

GÚČIK, M. - PEČ, J. Klasifikácia stredísk cestovného ruchu na Slovensku. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, ISSN 0139-86960, 2011, roč. 44, č. 1, s.47

GÚČIK, M. Tradičná kultúra ako faktor regionálneho rozvoja. In *Tradičná kultúra, turizmus a rozvoj regiónov (Medzinárodná konferencia - 26 a 27. mája 2005 v Terchovej)*. Nitra: Vydavateľstvo Michala Vaška, Prešov. 2006. ISBN 80-8050-992-1. s. 13 an.

HUDECOVÁ, S. Zväz cestovného ruchu SR. In *Hotelier*, ISSN 1337-0545, 2011, roč. 5, s. 18 - 22.

CHARAKTERISTIKA MÚZEA. [online]. 2010. [cit. 2010.12.03.]. Dostupné na internete: <<http://muzeum.zuberec.sk/index.php?page=1>>.

IŠTVÁNOVÁ, A. Ľudové zvyky a miestne tradície ako turistické produkty. In *Tradičná kultúra, turizmus a rozvoj regiónov (Medzinárodná konferencia - 26 a 27. mája 2005 v Terchovej)*. Nitra: Vydavateľstvo Michala Vaška, Prešov. 2006. ISBN 80-8050-992-1. s. 224.

ITRIŠKOVÁ, Z. Rekonštrukcia remeselníckej dielne v kontexte vidieckeho turizmu. In *Tradičná kultúra, turizmus a rozvoj regiónov (Medzinárodná konferencia - 26 a 27. mája 2005 v Terchovej)*. Nitra: Vydavateľstvo Michala Vaška, Prešov. 2006. ISBN 80-8050-992-1. s 263.

JANIČKOVÁ, J. - MAKOVNÍK, T. - ŠEBOVÁ, Ľ. *Manažment ubytovacích služieb. Banská Bystrica: UMB, 2006. 154 s. ISBN 80-8083-188-2.*

- KALINOVÁ, I. Ekologické zaťaženie v stredisku cestovného ruchu Donovaly. In *Ekonická revue cestovného ruchu*, ISSN 0139-8660, 2010, roč. 43, č. 2, s. 107 - 120.
- KOLEKTÍV, 2005: Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike. MH SR, Odbor cestovného ruchu, FO ART, s.r.o., Bratislava, 114 s.
- KOLLÁR, D. - LACIKA, J. - MALARZ, R. Slovensko-Poľské Tatry. Bratislava: Dajama, 1998, 354 s. ISBN 80-967547-2-6.
- KOLNÍK, P. a kol. Cestovný lexikón Slovenskej republiky. Bratislava: Astor Slovakia s.r.o., 2009. 435 s. ISBN 978-80-89152-14-8.
- KUČEROVÁ, J. - STRAŠÍK, A. - ŠEBOVÁ, Ľ. Ekonomika podniku cestovného ruchu. Banská Bystrica: UMB, 2006. 107s. ISBN 80-8083-215-3.
- KUČEROVÁ, J. Trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu. Banská Bystrica : Studia oeconomica č. 8. Ekonomická fakulta UMB, 1999, 83 s. ISBN 80-8055-307-6.
- KUHNEL, F. Byť "eko" prospieva aj marketingu. In *Top hotelierstvo*. ISBN 978-80-969789-6-0, 2009, roč. 3, s.122 - 127.
- MARÁKOVÁ, V. Finančné a nefinančné nástroje podpory podnikania v cestovnom ruchu. Banská Bystrica: UMB, 2005, 186 s. ISBN 80-8083-166-1.
- MEDZIHRADSKÝ, V. Orava, Turistický sprievodca. Bratislava, 1979, 208 s.
- MESTSKÁ A OBECNÁ ŠTATISTIKA [online]. 2010. [cit 2010.11.11.]. Dostupné na internete: <<http://app.statistics.sk/mosmis/sk/run.html>>
- NOVACKÁ, Ľ. - KULČÁKOVÁ, M. Klient v cestovnom ruchu. Bratislava: Eurounion, 1996.
- ORIEŠKA, J. Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici. In *Cestovný lexikón Slovenskej republiky*. Bratislava: Astor Slovakia s.r.o., 2009. ISBN 978-80-89152-14-8. s. 29.
- PAMIATKY. [online]. 2010. [cit 2010.12.02.]. Dostupné na internete: <<http://www.habovka.sk/page.php?id=9>>.
- PAULIČKOVÁ, A. Spolupráca verejného a súkromného sektora na trhu cestovného ruchu v Slovenskej republike. (online). 2011 (cit.2011.01.03.). Dostupné na internete : <http://www.cers.tuke.sk/cers2005/doc/Paulickova_rpaulickova.pdf>.
- POMPUROVÁ, K. Zmeny v štruktúre a výkonoch ubytovacích zariadení na Slovensku v rokoch 2000 až 2009. In *Ekonická revue cestovného ruchu*, ISSN 0139-8660, 2010, roč. 43, č. 3. 152 - 164.

PROFANTOVÁ, Z. Národná identita, regionálna identita a rozvoj regiónov. In *Tradičná kultúra, turizmus a rozvoj regiónov (Medzinárodná konferencia - 26 a 27. mája 2005 v Terchovej)*. Nitra: Vydavateľstvo Michala Vaška, Prešov. 2006. ISBN 80-8050-992-1. s.323.

SADOVENKOVÁ, P. Vplyv klimatických zmien na zimný cestovný ruch v Českej republike. In *Ekonická revue cestovného ruchu*, ISSN 0139-8660, 2010, roč. 43, č. 3, s. 131 - 143.

STEINECKE, A. Kultúrny cestovný ruch v Nemecku. In *Ekonická revue cestovného ruchu*, ISSN 0139-8660, 2010, roč. 43, č. 3, s. 131 - 143.

ŠEVČÍKOVÁ, E. Malokarpatský región - využitie tradícií v rozvoji regiónu a turizmu. In *Tradičná kultúra, turizmus a rozvoj regiónov (Medzinárodná konferencia - 26 a 27. mája 2005 v Terchovej)*. Nitra: Vydavateľstvo Michala Vaška, Prešov. 2006. ISBN 80-8050-992-1. s. 340.

TRADIČNÁ KULTÚRA A OSVETA [online]. 2010. [cit. 2010.09.10]. Dostupné na internete:< <http://www.culture.gov.sk/sekcie/tradicna-kultura-a-osveta> >

TREFIL, P. Problémy ubytovacích služieb. In *Top hotelierstvo*. Žilina: Media/ST, s.r.o., 2009. ISBN 978-80-969789-6-0, s. 158 - 163.

ZÁKLADNÁ CHARAKTERISTIKA ÚZEMIA HORENĽ ORAVY. [online]. 2010 [cit. 2010.11.12.]. Dostupné na internete:< <http://www.arr.szm.com/zacharho.pdf>>

PRÍLOHA

Príloha 1 **Dotazník**

Vážení hostia,

aby sme skvalitnili Váš pobyt v obci Habovka a rozvíjali naše služby v prospech Vašej spokojnosti, budeme veľmi radi, ak venujete chvíľu času a vyplníte náš dotazník:

1. Ako ste sa dozvedeli o možnosti trávenia dovolenky v Habovke?

- cez internet _____
- od známych _____
- chodievam tu pravidelne _____
- inzerát/iný typ reklamy _____
- iné _____

2. Ste tu na krátkodobom (2 dni), alebo dlhodobom pobyte (3 a viac dní)?

- krátkodobý _____
- dlhodobý _____

3. Ako ste spokojní s ubytovaním?

- som veľmi spokojný _____
- som priemerne spokojný _____
- je to postačujúce, ale chýba mi
tu..... _____
- som nespokojný..... _____
..... _____

4. Ako ste spokojní so stravovacími službami v Habovke a okolí?

- som veľmi spokojný _____
- som priemerne spokojný _____
- je to postačujúce, ale chýba mi
tu..... _____
- som nespokojný..... _____
..... _____

5. Ako ste spokojní s ostatnými službami a trávením voľno-časových aktivít v Habovke a okolí?

- som veľmi spokojný _____
- som priemerne spokojný _____
- je to postačujúce, ale chýba mi
tu..... _____
- som nespokojný..... _____
..... _____

6. Vráťte sa sem ešte na dovolenku?

- áno _____
- nie _____

7. Odporučíte dovolenku v Habovke svojim známym /rodine?

- áno _____
- nie _____