

**UNIVERZITA KONŠTANTÍNA FILOZOFA
FILOZOFICKÁ FAKULTA**

**PROPAGÁCIA CESTOVNÉHO RUCHU IZRAELA
NA SLOVESKU**

Diplomová práca

Študijný program: Kulturológia v špecializácii riadenie kultúry a turizmu
Školiace pracovisko: Katedra manažmentu kultúry a turizmu FF UKF v Nitre
Školiteľ: PhDr. Roman Zima

Nitra 2012

Bc. Soňa Sládková

Čestné vyhlásenie

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

V Nitre dňa 19. 4. 2012

.....
Bc. Soňa Sládková

Pod'akovanie

Ďakujem školiteľovi PhDr. Romanovi Zimovi za odbornú pomoc, rady a pripomienky pri zostavovaní diplomovej práce. Zároveň by som chcela poďakovať evanjelickej farárke v Turej Lúke Ivete Vojtkovej za cestovateľské informácie o krajine Izrael.

ABSTRAKT

SLÁDKOVÁ, Soňa. *Propagácia cestovného ruchu Izraela na Slovensku* : diplomová práca. Nitra: UKF v Nitre, 2012. 82 s.

Diplomová práca sa zaoberá účinnou a efektívnou propagáciou cestovného ruchu krajiny Izrael na Slovensku. Krajina Izrael má veľký potenciál v oblasti cestovného ruchu, ktorý v Slovenskej republike nie je dostatočne docenený. V úvodnej kapitole sú vymedzené pojmy z cestovného ruchu a marketingu. V ďalších kapitolách sa práca venuje predstaveniu Izraela z hľadiska základnej charakteristiky krajiny a z hľadiska najzaujímavejších miest cestovného ruchu. Analytická časť práce podáva pohľad na záujem respondentov o danú krajinu. Ďalej je v práci zhrnutá ponuka zájazdov slovenských cestovných kancelárií a agentúr do Izraela. Výsledok práce spočíva v návrhoch na účinnejšiu propagáciu Izraela na Slovensku, a vo vypracovaní zájazdu, ktorý by mal zaujať a prilákať väčšie množstvo slovenských turistov do nami propagovanej destinácie.

Kľúčové slová: cestovný ruch, krajina Izrael, propagácia cestovného ruchu, cestovná kancelária, účastník cestovného ruchu

ABSTRAKT

SLÁDKOVÁ, Soňa. *Die Propagation des Fremdenverkehrs des Israels in der Slowakei: Die Diplomarbeit.* Nitra: UKF in Nitra, 2012. 82 s.

Die Diplomarbeit beschäftigt sich mit dem Begriff einer wirksamen und effektiven Propagation des Fremdenverkehrs des Landes Israel in der Slowakei. Das Land Israel hat ein großes Potenzial im Bereich des Fremdenverkehrs, der in der Slowakei nicht genug gewertet wird. Das erste Kapitel definiert die Begriffe Fremdenverkehr und Marketing. Die anderen Kapitel stellen die Hauptcharakteristik und die interessantesten Plätze Israels vor. Der analytische Teil der Arbeit beleuchtet Meinungen und Interessen der Befragten für dieses Land. In den anderen Kapiteln befindet sich ein Angebot für die slowakischen Reisebüros und Reiseagenturen mit verschiedenen Reisefahrten nach Israel. Das Ziel der Arbeit ist es, neue Vorschläge für eine wirksamere Propagation Israels in der Slowakei zu erschaffen, um das Interesse an einer neuen Reisefahrt zu wecken sowie die Besucherzahl der slowakischen Touristen in diesem Land anzulocken und zu erhöhen.

Schlüsselwörter: der Fremdenverkehr, das Land Israel, die Propagation des Fremdenverkehrs, das Reisebüro, der Teilnehmer des Fremdenverkehrs

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 ZÁKLADNÁ CHARAKTERISTIKA POJMOV Z CESTOVNÉHO RUCHU A MARKETINGU Z VIACERÝCH HĽADÍSK.....	16
4.1 Cestovný ruch.....	16
4.1.1 Cestovný ruch ako svetový fenomén dnešnej doby.....	19
4.2 Ekonomické ukazovatele cestovného ruchu.....	20
4.3 Rozvoj cestovného ruchu.....	21
4.3.1 Kľúčové faktory rozvoja cestovného ruchu.....	21
4.4 Konkurencieschopnosť Izraela z hľadiska cestovného ruchu.....	23
4.5 Marketing a marketingová komunikácia.....	24
4.5.1 Marketingový mix.....	25
4.5.2 Marketingový komunikačný mix.....	27
5 VŠEOBECNÁ CHARAKTERISTIKA IZRAELA.....	29
5.1 Základné informácie.....	29
5.2 Podnebie a vodstvo.....	30
5.3 História.....	31
5.4 Náboženstvo.....	32
5.5 Praktické informácie.....	33
6 IZRAEL AKO POTENCIÁLNA CIEĽOVÁ DESTINÁCIA CESTOVNÉHO RUCHU.....	36
6.1 Jeruzalem a okolie.....	36
6.2 Mŕtve more a okolie.....	39
6.3 Pobrežie Stredozemného mora.....	40
6.4 Tel Aviv.....	41
6.5 Galilea a Golanské výšiny.....	43
6.6 Negevská oblasť a pobrežie Červeného mora.....	45
7 ANALÝZA PROSTREDIA CESTOVNÉHO RUCHU IZRAELA.....	48
7.1 Cestovný ruch Izraela.....	48
7.1.1 Celková účasť na cestovnom ruchu Izraela.....	48

7.1.2 Účasť slovenských turistov na cestovnom ruchu Izraela.....	50
7.2 Analýza ponúkaných zájazdov do Izraela slovenskými cestovnými kancelárkami...	52
7.3 Dotazníkový prieskum zameraný na zistenie dopytu po destinácii Izrael.....	57
7.1.3 Vyhodnotenie dotazníkového prieskumu.....	57
8 NÁVRHY PROPAGÁCIE A ZÁJAZDOV DO IZRAELA SO ZAMERANÍM NA SLOVENSKÝCH ÚČASTNÍKOV CESTOVNÉHO RUCHU.....	67
8.1 SWOT analýza cestovného ruchu Izraela.....	67
8.2 Druhy propagácie krajiny Izrael na slovenskom trhu cestovného ruchu.....	68
8.3 Návrhy jednotlivých trás a zájazdov po Izraeli v oblasti pobytového, kúpeľného a dobrodružného cestovného ruchu.....	70
8.4 Návrh a vypracovanie konkrétneho zájazdu v krajine Izrael.....	73
8.4.1 Kalkulácia zájazdu.....	76
ZÁVER.....	77
LITERATÚRA A PRAMENE.....	79
PRÍLOHY	

ÚVOD

Diplomová práca predstavuje krajinu Izrael z hľadiska propagácie cestovného ruchu tejto krajiny v Slovenskej republike. Cestovný ruch je v súčasnosti veľmi dôležitým odvetvím u nás i v zahraničí. Pomáha nám uspokojovať osobné potreby z hľadiska rekreácie, turistiky, kultúry a rehabilitácie. K takémuto uspokojovaniu dochádza vo voľnom čase, zväčša mimo miesta trvalého bydliska. Cestovný ruch zároveň patrí k významným ekonomickým, kultúrnym, zdravotným a sociálnym činiteľom. V súčasnosti je jedným z prierezových odvetví hospodárstva nielen u nás, ale aj vo svete.

Izrael (Svätá Zem) je nádherná zem plná dramatických, zvyčajne nesmierne malebných kontrastov, zem bohatej a veľmi dlhej histórie a nesmierne rušnej súčasnosti, politických a vojenských udalostí, ktoré pre veľkú časť svetovej verejnosti zakrývajú skutočnú podobu a život v tejto krajine. Je to miesto prelínania dejín, krásy, politiky a náboženstva. Krajina má bohatú minulosť, ktorú dokazujú stopy spred päťstotisíc rokov. Niektoré zo starovekých osídlení sú dokonca najstaršie na svete. V dávnych dobách tu kráčali mnohé z najvýznamnejších osobností našich spoločných dejín a zrodili sa tu tri veľmi významné svetové náboženstvá. Práve tieto tri svetové náboženstvá majú v Izraeli svoje korene a svoje spoločné náboženské pozadie. Práve v tejto krajine sa odohrali príbehy Starého Zákona, tu sa narodil pred dvoma tisíckami rokov Ježiš. Izrael je jediným židovským štátom na svete rovnako ako duchovnou križovatkou troch najväčších svetových náboženstiev. Obyvatelia tejto krajiny si prešli tragickým, zložitým a nepokojným vývojom v dejinách. Samotný štát Izrael ako ho poznáme dnes existuje iba päťdesiat rokov. V priebehu posledných rokov sa krajina veľmi zmodernizovala. Vyrástli tu mrakodrapy postavené vedľa starovekých palácov, široké cesty, výskumné ústavy, moderné letiská a iné. V súčasnej dobe je slovo Izrael pre mnohých ľudí z celého sveta spojené s témami, ako je násilie, náboženské spory a terorizmus. Pre viacero cudzincov sa stal synonymom neustávajúcich konfliktov, nekonečných politických jednaní bez jasného výsledku a pretrvávajúceho napätia ohrozujúceho nielen Blízky východ. Túto zem považujú Izraelčania, rovnako ako Palestínčania za svoj domov, nikto ich však ešte nepresvedčil o tom, aby tu žili všetci spolu v priateľsky a v mieri. Netreba však poukazovať iba na negatíva, ale hlavne na pozitíva, ktorých je naozaj dost'. Izrael je krajinou nesmierne lákavou, turisticky atraktívnou, nedoceneniteľnou pokladnicou historických pamiatok a rajom pre všetkých, ktorí sa aspoň trochu zaujímajú o korene nielen euroatlantickej civilizácie. Má čo ponúknuť milovníkom prírody, ktorých zaujmú

zasnežené vrcholy hôr, ale tiež nekonečné, pusté, skalnaté a kamenisté púšte, zelené údolia, množstvo riek, potokov a rybníkov, národné parky, krátery a horúce pramene. Veľkým lákadlom je najmä zmes kultúry a tradícií, teda náboženské púte a nádherné pamiatky, ktorých je tu naozaj nespočetné množstvo. V posledných rokoch sem však turisti prichádzajú taktiež kvôli osvedčeným kúpeľným a ozdravným centráram. Odpočinok ponúkajú nádherné tropické pláže, z ktorých si mnohé uchovávajú svoj nezmenený ráz.

Spropagovať cestovný ruch Izraela na Slovensku sme sa rozhodli preto, pretože táto krajina je veľmi zaujímavá a rozhodne má čo ponúknuť v oblasti cestovného ruchu. Ako sme už spomínali Izrael láka turistov z viacerých hľadísk, ako sú, pamiatky, náboženstvo, príroda, príjemná klíma počas celého roka, sú tu tiež zaujímavé letoviská, je to krajina vína, rozmanitých kultúr, a tiež tu existuje veľký potenciál na podnikanie. Myslím si tiež, že destináciu treba zmeniť na produkt, aby sa stala zaujímavejšou a začala sa predávať. V súčasnosti už viaceré slovenské cestovné kancelárie a agentúry zájazdy do Izraela ponúkajú, stále však nie je rozvinutá dostatočná informovanosť a propagácia tejto destinácie. Izrael, každoročne navštívi okolo pätnásťtisíc slovenských turistov, väčšinou sú to však individuálni turisti a pútnici navštevujúci posvätné miesta. Počet turistov zo Slovenska do Izraela však môže narásť, hlavne aktívnou spoluprácou s cestovnými kancelárkami a agentúrami, dostatočnou a kvalitnou informovanosťou a propagáciou, pretože potenciál destinácia Izrael určite má.

1 CIELE PRÁCE

Hlavným cieľom diplomovej práce je spropagovanie cestovného ruchu krajiny Izrael na Slovensku. Na základe informovanosti a propagácie by sme chceli diplomovou prácou docieľiť, aby sa táto krajina stala vyhľadávanou destináciou nielen pre individuálnych turistov, ale pre celé skupiny turistov. Diplomová práca pozostáva z ďalších cieľov.

V týchto cieľoch sa sústreďujeme na:

- základnú charakteristiku pojmov z oblasti cestovného ruchu a marketingu
- podrobné a prehľadné predstavenie a opísanie najvýznamnejších turistických cieľov Izraela v cestovnom ruchu z hľadiska prírodných krás, histórie, náboženstva, kultúrneho vyžitia a oddychu.
- vytvorenie priaznivého obrazu o Izraeli
- analýzu cestovného ruchu Izraela z hľadiska návštevnosti domácich a zahraničných turistov
- spracovanie dotazníkového prieskumu, ktorý sa zameriava na prieskum informovanosti a záujmu slovenských občanov o cestovnom ruchu Izraela
- zhrnutie a ukážku ponuky zájazdov slovenských cestovných kancelárií do Izraela
- vypracovanie SWOT analýzy, teda poukázanie na silné a slabé stránky, príležitosti a hrozby Izraela, a poukázanie na to prečo sa oplatí krajinu navštíviť
- zhrnutie a návrhy propagácie destinácie Izrael na slovenskom trhu cestovného ruchu
- návrh určitých zájazdov po Izraeli vhodných pre slovenskú klientelu, ktoré by mohli doplniť aktuálnu ponuku zájazdov ponúkaných cestovnými kanceláriami
- vypracovanie konkrétneho zájazdu po Izraeli pre slovenských klientov, ktorý bude vytvorený na základe výsledkov dotazníkového prieskumu.

Na základe všetkých zadaných cieľov by sme chceli dospieť k účinnému zviditeľneniu krajiny Izrael a jej cestovného ruchu na Slovensku, aby krajina Izrael zaujala potenciálnych zákazníkov, a aby sa v najbližších rokoch zaradila k vyhľadávaným destináciám cestovného ruchu na Slovensku.

2 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA

Vypracovaniu diplomovej práce predchádzalo niekoľko základných metód a krokov, základný postup spočíval v zvolení danej témy a zostavení základnej štruktúry práce. Následne sme začali so získavaním a študovaním potrebných materiálov, zdrojov, informácií a údajov potrebných pre zostavenie práce. K zostaveniu práce nám najviac pomohli knižné a internetové zdroje, ktoré boli dobrým základom informácii, a ktoré sme ďalej rozvíjali. Knižné zdroje o cestovnom ruchu boli získané z univerzitných knižníc v Bratislave a Nitre, rovnako tiež z Krajskej knižnice v Nitre. Ďalej sme pokračovali štúdiom domácich a zahraničných turistických sprievodcov, cestovateľských časopisov a letákov, na základe čoho sme začali zostavovať osnovu práce. Niektoré knižné zdroje týkajúce sa Izraela boli získané z knižnice, no viaceré boli zakúpené. Spomeniem napríklad turistického sprievodcu „Izrael“ od Samathy Wilsonovej alebo „Izrael a palestínske územia“ od autorky Amelie Thomas a kolektívu, ktoré výborne podávajú základnú charakteristiku a opis najzaujímavejších miest cestovného ruchu v Izraeli. Tento zdroj nám pomohol pri zostavovaní teoretickej časti práce. Rozšíreniu rozhľadu o krajine Izraeli pomohlo osobné stretnutie s evanjelickou farárkou v Turej Lúke, ktorá je dlhoročnou cestovateľkou po Izraeli. Oboznámila nás s mnohými zaujímavými faktami o Svätej zemi, o ktorých sa v knihách nedočítame. S ponukou cestovných kancelárií ponúkajúcich zájazdy do Izraela sme sa oboznámili po preštudovaní webových stránok a niektorých katalógov jednotlivých cestovných kancelárií. Zostaveniu práce pomohla komunikácia s pracovníčkou jednej menšej cestovnej kancelárie v Myjave. Na základe toho sme zhodnotili ponuku, propagáciu, záujem a kvalitu informácii o Izraeli z jednotlivých slovenských cestovných kancelárií. Jednou z metód pri zostavovaní práce bolo vypracovanie dotazníkového prieskumu pre jednotlivých respondentov, ktorý mal poslúžiť na zistenie potrebných informácii k práci. Ďalšou z metód bolo vypracovanie SWOT analýzy, ktorá analyzuje silné a slabé stránky, príležitosti a hrozby cestovného ruchu Izraela. Po dôkladnom preštudovaní a osvojení všetkých potrebných poznatkov sme získali komplexný obraz riešenej problematiky a zostavili sme konečný obsah práce, ktorá sa člení na teoretickú, analytickú a návrhovú časť.

Prvá kapitola podáva základnú charakteristiku pojmov z oblasti cestovného ruchu, marketingu a marketingovej komunikácie. Zaoberá sa teda cestovným ruchom vo všeobecnosti, jeho ekonomickými ukazovateľmi, rozvojom, konkurencieschopnosťou.

Definovaný je marketing, marketingová komunikácia, marketingový mix a marketingový komunikačný mix.

V druhej kapitole sú opísané všeobecné informácie o Izraeli, čo sa geografie, obyvateľstva, podnebia, vodstva, histórie, náboženstva a praktických informácií týka.

V tretej kapitole je podrobne a prehľadne opísaný, rozčlenený a predstavený cestovný ruch v jednotlivých miestach krajiny Izrael, ako napr. v Jeruzaleme, Tel Avive, vo vnútrozemí a na jednotlivých pobrežiach morí v Izraeli.

Štvrtou kapitolou začína analytická časť práce, v ktorej je podaná analýza návštevnosti Izraela z hľadiska cestovného ruchu v krajine. Analyzuje sa tu existujúca ponuka zájazdov do Izraela, ktorú majú jednotlivé cestovné kancelárie na Slovensku. Ďalej je tu vyhodnotený dotazníkový prieskum týkajúci sa informovanosti a dopytu slovenských účastníkov cestovného ruchu po krajine Izrael.

V piatej kapitole je vypracovaná SWOT analýza cestovného ruchu Izraela. Ďalej sú tu opísané druhy propagácie Izraela na Slovensku. V tejto kapitole sú podané návrhy na niektoré druhy do zájazdov Izraela, ktoré by mohli doplniť aktuálnu ponuku ponúkaných zájazdov cestovnými kancelárkami. Ďalej je tu vypracovaný a opísaný konkrétny zájazd do Izraela, ktorý bol navrhnutý na základe výsledkov dotazníkového prieskumu.

3 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ

Problematiku cestovného ruchu rozoberajú na Slovensku niekoľkí autori. V minulosti (1985) sa cestovným ruchom a jeho ekonomikou zaoberal Emil Kopšo, ktorý vo svojom diele rozoberal vývoj teórie cestovného ruchu, vznik a podmienky rozvoja cestovného ruchu, charakteristiku vývoja cestovného ruchu rovnako ako systematiku a ekonomiku cestovného ruchu. Marián Gúčik je dôležitým autorom viacerých diel o cestovnom ruchu. Jeho kniha „Základy cestovného ruchu“ z roku 2000 sa venuje danej problematike z rôznych hľadísk, podáva tu niekoľko definícií cestovného ruchu, rozoberá druhy a formy cestovného ruchu, primárnu a sekundárnu ponuku, produkt a rozvoj a cestovného ruchu. Viaceré pojmy týkajúce sa cestovného ruchu definuje tento autor spolu s kolektívom vo výkladovom slovníku cestovného ruchu z roku 2006. V roku 2009 sa Marián Gúčik a kolektív venujú teoretickým a metodologickým aspektom rozvoja cestovného ruchu v podmienkach globalizácie a internacionalizácie. Ďalšími slovenskými autormi, ktorí písali o cestovnom ruchu sú Ján Oriška, ktorý rieši problematiku manažmentu cestovných kancelárií. V roku 2008 sa autori J. Borovský, E. Smolková a I. Niňajová zaoberali trendmi a perspektívou v cestovnom ruchu, riešili základné pojmy z cestovného ruchu, konkurencieschopnosť, trendy a marketing z pohľadov cestovného ruchu. Autorka Ľudmila Novácka a kolektív v roku 2010 opisovali cestovný ruch z viacerých hľadísk, ďalej sa zaoberali problematikou techniky služieb, delegátom a sprievodcom cestovného ruchu. Danou problematikou sa v zahraničí, konkrétne v Českej republike zaoberala autorka Monika Palatková (2011), ktorá sa venuje faktorom rozvoja medzinárodného cestovného ruchu. Marketingom, marketingovou komunikáciou a marketingovým mixom sa na Slovensku zaoberajú už spomínaní autori Borovský, Smolková a Niňajová. Marketingom a marketingovou komunikáciou vo všeobecnosti i v cestovnom ruchu sa v Českej republike zaoberajú autorky Monika Palatková (2011), Kateřina Matušínská (2007). O modernom marketingu písal americký odborník na marketing Philip Kotler (2007). Problematikou krajiny Izrael sa zaoberá niekoľko diel. Na Slovensku sa tejto problematike venuje publikácia Jána Majerníka a Leopoldíny Scheidovej „Spoznávajme Svätú Zem“ z roku 2002. V tejto knihe je podrobné spracovanie histórie, geografie, štátneho usporiadania, všeobecných informácií týkajúcich sa Izraela, rovnako je tu podaný podrobný a presný opis všetkých miest a pamiatok Izraela z pohľadu

archeológov a biblistov. Ďalšími domácimi zdrojmi boli turistický sprievodca „ Izrael Svätá Zem“ od Jozefa Krajčího (1998) a dielo „ Blízky východ“ od Juraja Rácza (1982), ktoré ponúkajú spracovanie všeobecných informácií o krajine a zároveň je tu podrobne opísaná história a jednotlivé turistické ciele. Podrobné a prehľadné predstavenie najdôležitejších turistických cieľov v Izraeli a Palestíne , načrtnutie najzaujímavejších trás a všetky rady a odporúčania na cestovanie, ktoré by mali byť najzaujímavejšie pre potenciálnych záujemcov o danú destináciu rozpracováva turistický sprievodca „Izrael a palestínske územia“ od Amelie Thomas a kolektívu. Toto vydanie z roku 2010 je najnovšie z pomedzi všetkých čerpaných diel o Izraeli, je stopercentne overené a aktualizované. Ďalšie informácie sme čerpali od zahraničných autoriek sprievodcov po Izraeli, od Sue Bryant „ Israel“ z roku 2010 a Samathy Wilsonovej „ Izrael“ z roku 2009. Oba zdroje patria taktiež aktuálnym, dokonale opisujú a zhŕňajú využitie cestovného ruchu v Izraeli. Sú tu podrobne predstavené najnavštevovanejšie turistické miesta, praktické informácie, administratívne záležitosti, prehľad náboženských pamätihodností pre veriacich i ostatných turistov, kúpeľné pobyty, športové aktivity, výpravy do púští, výber najlepších ubytovacích a stravovacích zariadení. Sú tu tiež veľmi prehľadne spracované mapy.

Prostredníctvom domácich a zahraničných internetových portálov sme získali komplexný obraz o problematike z hľadiska ponuky, propagácie, charakteristiky a rozvoja cestovného ruchu Izraela doma a v zahraničí. Jednotlivé webové stránky slovenských cestovných kancelárií predávajúcich zájazdy do tejto destinácie ponúkajú pohľad na súčasnú ponuku jednotlivých zájazdov, ceny zájazdov, ubytovanie, stravovanie a konkrétne programy zájazdov. Webová stránka www.ekonomika.sme.sk z roku 2010, hovorí o turistickom potenciáli Izraela., treba len začať viac investovať do cestovného ruchu. Webová stránka cestovateľského magazínu Voyage píše jednotlivé zaujímavosti a informácie o Izraeli. Izraelské turistické portály www.toutristisrael.com a www.goisrael.com sú spracované na veľmi dobrej úrovni, predstavujú všetky hlavné atrakcie a atraktivity Izraela ako sú najdôležitejšie židovské, kresťanské a moslimské pamiatky, umenie, užitočné rady a tipy na cestovanie. Internetový portál Centrálného štatistického úradu v Izraeli zaznamenáva presné ročné štatistiky o počte jednotlivých turistov a návštevníkov v krajine, národnostné zloženie turistov, počet prenocovaní, návštevnosť jednotlivých hotelov a mnohých iných presných faktov izraelského turizmu sa týkajúcich

4 ZÁKLADNÁ CHARAKTERISTIKA POJMOV CESTOVNÉHO RUCHU A MARKETINGU Z VIACERÝCH HĽADÍSK

4.1 Cestovný ruch

Cestovný ruch každoročne zaznamenáva významný rast, je to určitý fenomén dnešnej doby. Je jedným z najrýchlejšie sa rozvíjajúcich odvetví svetovej ekonomiky. Z roka na rok pribúda čoraz viac návštevníkov cestovného ruchu za účelom oddychu, cestovania a spoznávania niečoho nového.

Cestovný ruch môžeme charakterizovať viacerými definíciami. Vo všeobecnosti pod týmto pojmom rozumieme súbor vzťahov a javov, ktoré vyplývajú z cestovania alebo pobytu osôb, kedy miesto pobytu nie je trvalým miestom bývania a zamestnania. Svetová organizácia cestovného ruchu (WTO) definuje cestovný ruch ako činnosť osoby, ktorá cestuje na prechodnú dobu do miesta mimo jej bežného životného prostredia, kedy hlavným účelom cesty je niečo iné ako zárobková činnosť v navštívenom mieste. Na Slovensku sa cestovný ruch chápe ako cestovanie a dočasný pobyt osôb mimo ich trvalého bydliska, vo voľnom čase za účelom uspokojovania určitých potrieb a získania komplexného zážitku (GÚČIK 2000:7).

Pre vznik cestovného ruchu boli splnené dva základné predpoklady t. j. sloboda pohybu a voľný čas. Za bezprostredné príčiny vzniku cestovného ruchu pokladáme potrebu obnoviť spojenie s prírodou, rast vzdelania a obnovovanie a nadväzovanie styku s ľuďmi (KOPŠO 1985:23).

Treba poznamenať, že cestovný ruch sa nerozvíja rovnomerne vo všetkých častiach sveta, ani v jednotlivých štátoch. Cestovný ruch tiež výrazne vplyva na vývoj zamestnanosti. Veľmi veľa štátov vo svete žije prevažne z cestovného ruchu, sú to väčšinou štáty, ktoré majú výborne rozvinutú primárnu (prírodný a kultúrno-historický potenciál) a sekundárnu ponuku (infraštruktúrna vybavenosť). Naopak sú miesta, ktoré majú dobré predpoklady na rozvoj cestovného ruchu, absentuje tam však vhodná propagácia. Medzi faktory ovplyvňujúce rozvoj cestovného ruchu v 21. storočí bezprostredne patria demografický vývoj, ekonomická a sociálna situácia a technické faktory.

Domáci a zahraničný cestovný ruch - domáci cestovný ruch sa realizuje pre domáceho účastníka cestovného ruchu na území vlastného štátu. V krajinách Európskej únie v rámci Shengenského priestoru účastník cestovného ruchu nepociťuje bariéru

štátnych hraníc, napriek tomu však prekračuje štátne hranice. To je dôvod, kvôli ktorému sa domáci cestovný ruch poníma vždy iba v rámci geografického priestoru jedného štátu. Zahraničný príjazdový cestovný ruch – aktívny sa realizuje pre zahraničných účastníkov cestovného ruchu na území nášho štátu. Predstavuje prínos pre štátnu ekonomiku, pretože za všetky služby platí zahraničný klient podnikateľským subjektom cestovného ruchu danej krajiny. Zahraničný výjazdový cestovný ruch - pasívny sa organizuje na vycestovanie našich občanov do iného štátu. Pre naše podnikateľské subjekty to znamená výdavky spojené s úhradou za služby, ktoré sú poskytované našim účastníkom cestovného ruchu v inom štáte (NOVÁČKA a kol. 2010: 11). Dĺžka pobytu mimo bežného životného prostredia je v domácom turizme do šiestich mesiacov, v medzinárodnom turizme je to do jedného roka (PALATKOVÁ 2011:11).

Cestujúci , návštevník a turista a v cestovnom ruchu - cestujúci v cestovnom ruchu je osoba na ceste medzi dvoma prípadne viacerými krajinami, alebo medzi dvoma prípadne viacerými miestami v rámci krajiny svojho trvalého pobytu. Návštevník je osoba cestujúca na iné miesto ako je jej bežné prostredie na dobu kratšiu ako dvanásť mesiacov, kedy hlavný účel cesty je zvyčajne iný ako výkon zárobkovej činnosti v navštívenom mieste. Či sa už jedná o návštevníka domáceho alebo zahraničného, ktorý zostane najmenej jednu noc v hromadnom alebo súkromnom ubytovaní v navštívenej krajine, takéhoto návštevníka považujeme za turistu. Turista je osoba, ktorá sa zúčastňuje na cestovnom ruchu určitej krajiny na dobu kratšiu ako jeden rok. Hlavný dôvodom cesty nesmie byť zárobková činnosť v navštívenom mieste. Cesty turistov, teda cesty s ubytovaním zaznamenané podľa mesiaca odchodu klasifikujeme ako cesty cestovného ruchu. Návštevník, ktorý neprenocuje v hromadnom alebo súkromnom type ubytovania v navštívenej krajine je označovaný ako jednodňový návštevník, alebo výletník. Hlavným dôvodom cesty by nemal byť výkon zárobkovej činnosti v navštívenom mieste (BOROVSKÝ – SMOLKOVÁ - NIŇAJOVÁ 2008:13).

Všetky tieto tri typy, teda cestujúceho, návštevníka a turistu v cestovnom ruchu označujeme súhrne ako účastníkov cestovného ruchu. Sú to osoby, alebo skupiny osôb, ktorí spotrebúvajú produkt cestovného ruchu.

Izrael je krajinou, ktorá priťahuje turistov každým rokom čoraz viac a viac. . Návštevníci Izraela sú rôznych vekových kategórií od detí cez mládež až po ľudí do veku osemdesiat rokov. Väčšinou sa turisti vypravujú do Izraela vo väčších skupinách a zotrvávajú v priemere sedem až osem dní. Výpravy turistov do tejto krajiny sú spojené so

spoznávaním Svätej Zeme, s putovaním po náboženských pamiatkach, a v neposlednom rade s relaxom a oddychom.

Cestovná kancelária a cestovná agentúra - cestovné kancelárie možno považovať za podniky cestovného ruchu. Ich činnosť značne ovplyvňuje a podmieňuje napĺňanie jednotlivých funkcií v cestovnom ruchu, pomáha uspokojovať potreby účastníkov predovšetkým organizovaného cestovného ruchu (ORIEŠKA a kol. 1992:8).

Pod pojmom cestovná kancelária rozumieme podnikateľský subjekt, ktorý slúži na organizovanie komplexných balíkov služieb pre zákazníka. Pre pomerne neznámeho zákazníka sú to štandardné zájazdy a pre adresného zákazníka sú to samostatné služby na objednávku alebo dynamické balíky. Cestovné kancelárie pripravujú, tvoria a organizujú zájazdy, teda z hľadiska predmetu činnosti pôsobia na úrovni veľkoobchodu. Cestovná kancelária je podnikateľ, ktorý na základe živnostenského oprávnenia organizuje, ponúka, predáva zájazdy a uzatvára zmluvu o zájazde. Cestovná kancelária spĺňa tri kľúčové funkcie, sú to kreatívno – produkčná, organizačná a sprostredkovateľská. Cestovná kancelária musí zabezpečovať celý komplex služieb v určitom rozsahu, v požadovanom čase a primeranej cene. Na základe obchodných vzťahov a spolupráce s jednotlivými dodávateľskými subjektmi môže tento cieľ dosiahnuť. V dnešnej dobe môžeme trh cestovného ruchu môžeme označovať ako trh ponuky. Pre zákazníkov je nesmierne dôležité zabezpečenie plynulých a cenovo priaznivých ubytovacích, stravovacích, prepravných a doplnkových služieb. Spolupráca s dodávateľskými podnikateľskými subjektmi sa realizuje na základe zmlúv o prenájme kapacít, ktoré prinášajú výhody obom stranám. (NOVÁČKA a kol. 2010:72 – 74).

Na prelome 20. a 21. storočia došlo k zmene v poslaní cestovných kancelárií. Nastal rast koncentrácie cestovných kancelárií, internacionalizácia ich činnosti, väčšie uplatňovanie informačných technológií v ich činnosti, objavili sa nové distribučné kanály, katalógy zájazdov na webových stránkach touroperátorov, na CD alebo DVD nosičoch, rozšírilo sa online rezervovanie služieb. Niekoľko rokov dozadu klienti cestovného ruchu mali záujem najmä o pamätihodnosti, zvyky a kultúru inú ako vlastnú. Zvláštnosť, nezvyčajnosť, neobyčajnosť a neznámosť sú tými, na ktoré sa upriamuje pozornosť v súčasnom cestovnom ruchu. Nastala orientácia návštevníkov na nemasový cestovný ruch. Cestovné kancelárie sa v dnešnej dobe usilujú o zmeny v štruktúre svojej ponuky, ktorá sa zameriava na nové cieľové destinácie a nové produkty, s ktorými sa snažia obstať v medzinárodnej konkurencii (GÚČIK a kol. 2009:38).

Cestovná agentúra je podnikateľ, ktorý na základe živnostenského oprávnenia predáva zájazdy jednej alebo viacerých cestovných kancelárií v ich mene, predáva kombinácie služieb na individuálnu objednávku (dynamické balíky), pripravuje a predáva jednotlivé služby na objednávku. Povinnosťou cestovnej agentúry je označiť prevádzkareň, propagačné a iné materiály určené pre objednávateľa slovami „cestovná agentúra“, ak toto označenie neobsahuje už jej obchodné meno (ZÁKON č. 281/2001 o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr a o zmene a doplnení Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov (§4).

Propagácia cestovného ruchu sa chápe ako cieľavedomá činnosť, ktorá slúži na vyvolanie a usmernenie potrieb ľudí uspokojovaných v cestovnom ruchu. Na propagáciu cestovného ruchu cieľovej destinácie (štát, región, stredisko cestovného ruchu) doma a v zahraničí slúži štátna propagácia. Na ovplyvňovanie predaja konkrétnych produktov doma a v zahraničí slúži komerčná propagácia. Za jej nositeľov sa považujú podniky cestovného ruchu propagujúce vlastné produkty. Pri tomto sa využívajú rôzne propagačné prostriedky a médiá (GÚČIK 2006:146).

4.1.1 Cestovný ruch ako svetový fenomén dnešnej doby

Cestovný ruch má významný dopad do ekonomickej oblasti, do sociokultúrneho prostredia a do fyzického prostredia. Význam cestovného ruchu, či už domáceho alebo medzinárodného sa chápe v troch rovinách. Prvá rovina je cestovný ruch ako fenomén svetovej ekonomiky. Od 19. storočia až po súčasnosť je vývoj cestovného ruchu neodmysliteľne spojený s vývojom svetovej ekonomiky. Druhá rovina hovorí o cestovnom ruchu ako o fenoméne svetovej spotreby. Zároveň tiež spotreba zahŕňa niekoľko rovín, sociologickú, psychologickú a sociokultúrnu. Spotreba v cestovnom ruchu znamená uspokojovanie potrieb ľudí pomocou účasti na cestovnom ruchu. Vďaka funkciám, ktoré spĺňa cestovný ruch v živote ľudí sa spotreba v cestovnom ruchu stáva významnou časťou spotreby. K takýmto funkciám patria reprodukcia pracovných síl, rozvoj osobnosti človeka, zdravotná funkcia, vedecko – informačná funkcia, postavenie cestovného ruchu vo voľnom čase, význam cestovného ruchu na tvorbu životného štýlu ľudí, zdravotný význam. Spotreba sa dá vyjadriť hmotne, čo je napríklad počet účastníkov zahraničného cestovného ruchu. Dá sa tiež vyjadriť nehmotne, čo sú napríklad celkové výdaje obyvateľstva na cestovný ruch a ich štruktúra. Tretia rovina chápe cestovný ruch ako fenomén vzájomného porozumenia medzi národmi. Cestovný ruch označujeme ako

prostriedok vzájomného porozumenia medzi návštevníkmi cieľového miesta a rezidentmi a ako prostriedok na udržanie dobrých vzťahov medzi národmi. Naopak treba tiež počítať s negatívnym pôsobením cestovného ruchu v sociokultúrnej oblasti spojeným s týmito faktormi: stretávanie odlišných kultúr, pozitívne a negatívne vplyvy, v reálnom prostredí sa môže cestovný ruch stať rozporuplnou témou vo vzťahu medzi návštevníkmi a domácimi obyvateľmi (PALATKOVÁ 2011:12 – 13).

4.2 Ekonomické ukazovatele cestovného ruchu

Z ekonomického hľadiska predstavuje cestovný ruch súhrn aktivít s cieľom predaja tovarov a služieb, ktoré sú ako výsledok ukázané v produkte cestovného ruchu. Doteraz sa v plnom rozsahu nepotvrdilo, že by cestovný ruch mohol byť jediným určujúcim činiteľom rozvoja ekonomiky určitého štátu. Cestovný ruch je krehký v rámci vplyvov z vonkajšieho prostredia, ktoré môžu zapríčiniť výkyvy v návštevnosti destinácie. Počet návštevníkov je iba jeden aspekt, ktorý poukazuje na úspešnosť alebo neúspešnosť destinácie prípadne regiónu cestovného ruchu. Pre kvalifikovaný pohľad na úroveň cestovného ruchu z hľadiska dopytu je nutné analyzovať tiež ďalší ukazovateľ hodnotového charakteru, ktorým sú príjmy z cestovného ruchu. Jednotlivé destinácie majú rôzne príjmy. Ich úroveň je podmienená počtom návštevníkov, ale zároveň tu tiež pôsobia ďalšie faktory ekonomického charakteru. Tým sa myslí cenová úroveň, výška ceny vzhľadom na kvalitu poskytovaných služieb, kurzové sadzby, kúpny fond miestneho obyvateľstva alebo kúpna sila zahraničných turistov a iné (NOVÁČKA a kol. 2010:46).

Najväčšie príjmy z cestovného ruchu vo svete má podľa štatistík z roku 2009 Európa, pričom najviac zisková je južná Európa a oblasti Stredozemného mora. Ako druhý kontinent vo svetovom meradle prosperujúci z cestovného ruchu je Ázia a Tichomorská oblasť. Potom nasleduje Amerika, ďalej Stredný východ, kde sa nachádza aj nami opisovaná krajina Izrael. Najmenej výnosným kontinentom v rámci cestovného ruchu je Afrika. Uvedené informácie sa spomínajú v rámci počtu zahraničných príjazdov a príjmov zo zahraničného cestovného ruchu (NOVÁČKA 2010:11).

4.3 Rozvoj cestovného ruchu

Cestovný ruch sa pokladá za odvetvie budúcnosti, často je označovaný ako najvýznamnejšie hospodárske odvetvie. Rozvoju cestovného ruchu sa vo veľkej miere venuje Svetová organizácia cestovného ruchu, ktorá sa zaoberá trendmi vývoja ponuky a dopytu cestovného ruchu v celosvetovom meradle. Ďalej sleduje vplyv týchto trendov na podnikanie v cestovnom ruchu a naznačuje možnosti politiky cestovného ruchu a s ňou súvisiacich stratégií (GÚČIK 2000:131).

Prienik technológie do všetkých aspektov života bude charakteristický pre obdobie do roku 2020, kedy bude ľuďom chýbať osobný kontakt s ostatnými ľuďmi, a preto sa môže cestovný ruch stať jedným z hlavných prostriedkov vytvárania osobných kontaktov. Predpokladá sa, že iba málo miest zostane skrytých pred turistami. V medzinárodnom (zahraničnom) cestovnom ruchu sa v roku 2020 celosvetovo odhaduje 1,561 miliardy medzinárodných príjazdov, čo predstavuje veľmi vysoký nárast. Príjmy z medzinárodného cestovného ruchu, okrem príjmov z medzinárodnej dopravy, by mali dosiahnuť dva bilióny amerických dolárov. Tempo rastu medzinárodných príjazdov by malo v spomínanom období dosahovať 4,1 % ročne, ale aj napriek tomu bude podiel obyvateľov zeme, ktorí sa medzinárodného cestovného ruchu zúčastnia, stále veľmi nízky (iba 3,5 %). Dôležitý je tiež význam domáceho cestovného ruchu, ktorý znamená prínos pre národné ekonomiky štátov. Najväčší nárast domáceho cestovného ruchu sa môže očakávať v krajinách juhovýchodnej a južnej Ázie, Latinskej Ameriky, Afriky a na Strednom východe (PALATKOVÁ 2011:205).

4.3.1 Kľúčové faktory rozvoja cestovného ruchu

Hlavné faktory, ktoré doteraz ovplyvnili a naďalej budú ovplyvňovať rozvoj cestovného ruchu vo svete sú:

➤ Ekonomika – životná úroveň obyvateľstva a rast fondu voľného času sa prejavili na zvýšenej účasti na cestovnom ruchu. V budúcnosti preto možno očakávať pripojenie obyvateľov niektorých rozvojových krajín. Vyhliadky v oblasti vývoja ekonomiky sa považujú za priaznivé.

- Technológia – pre zmeny ponuky, dopytu a distribučných ciest bude dôležitá podpora informačných a komunikačných technológií. Okrem toho sa v náraste cestovného ruchu prejaví i vývoj dopravných technológií.
- Zjednodušenie formalít a bariér – predpokladaná je liberalizácia exportu dopravných služieb, zjednodušenie národných kontrol, vytváranie a rozširovanie Schengenského priestoru.
- Bezpečnosť – dôležitý je faktor bezpečnosti, znižovanie rizík a efektívna ochrana miest kde sú turisti ubytovaní.
- Demografia – rast cestovného ruchu v smere juh – sever a nárast miery segmentu cestovania za príbuznými a známymi.
- Globalizácia – trh cestovného ruchu bude kontrolovaný globálnymi sieťami vďaka obrovským investíciám do elektronických databáz a marketingu.
- Lokalizácia – znamená určitý protiklad globalizácie, predovšetkým v rozvojových krajinách. Väčšie sa požiadavky sa budú klásť na formu a rozsah rozvoja turizmu a marketing. Zároveň však treba v turizme vidieť príležitosť pre rozvoj jedinečných zážitkov prepojených s tradičnými kultúrnymi a prírodnými zdrojmi.
- Sociokultúrne povedomie a povedomie o fyzickom prostredí - je nutné predpokladať zvýšené povedomie o udržateľnosti a potrebe riešenia problémov.
- Pracovné a životné podmienky – rastúca urbanizácia a zmena pravidiel v zamestnaní bude viesť k väčšej početnosti účasti na cestovnom ruchu, ale s kratšou dĺžkou pobytu. Vzhľadom k väčšiemu tlaku na čas a rastúcemu stresu sa stanú viacej vyhľadávanými exotické destinácie a zážitkové pobyty.
- Premena ekonomiky služieb na ekonomiku zážitkov – osobná angažovanosť klientov a poskytnutie jedinečného zážitku budú viesť k potrebe rozlišovať tvorbu produktov v cestovnom ruchu a marketingu tak ako zo strany destinácií, rovnako aj zo strany touroperátorov.
- Marketing – čoraz viac rastúci a rôznorodý súbor prání, záujmov a chutí môže spôsobiť väčšiu rozmanitosť a a nutnosť prispôsobovania marketingových stratégií a marketingového mixu zákazníkom (PALATKOVÁ 2011:205 – 206).

Ak sa uvedené faktory skombinujú, tým sa budú formovať rôzne požiadavky turistov, rovnako ako aj rôznorodá ponuka.

4.4 Konkurencieschopnosť krajiny z hľadiska cestovného ruchu

Cestovný ruch sa vo väčšine prípadov spája s celou krajinou, teda s jej imidžom a produktmi poskytovanými cestujúcim, ktoré sú tejto krajine vlastné, čiže história, príroda, kultúra a turistické zaujímavosti. Len málokedy sa cestovný ruch zameriava na menší región. Čoraz viac rastie počet účastníkov cestovného ruchu, s tým je spojený aj rast počtu krajín, ktoré chcú prosperovať z tohto odvetvia v rámci svojej ekonomiky. Každá krajina alebo región sa vyznačuje odlišnými faktormi konkurencieschopnosti, ktoré sú charakteristické pre rôzne okruhy zákazníkov. Tieto faktory zodpovedajú rozličným potrebám a očakávaniam zákazníkov. Spoločných faktorov konkurencieschopnosti, ktoré by všetky krajiny mali splňať bez ohľadu na zákaznícke segmenty existuje niekoľko:

- je to predovšetkým bezpečnosť návštevníkov,
- dôležitá je dostupnosť, najmä dopravná a časová,
- otvorenosť pre cezhraničný pohyb, teda víza a colné pravidlá,
- schopnosť sa dorozumieť určitým jazykom,
- existencia marketingovej komunikácie, ktorá presne a vecne informuje o ponúkaných produktoch cestovného ruchu, ako napríklad vytváranie pozitívneho imidžu krajiny ako turistického cieľa.

K týmto faktorom konkurencieschopnosti krajiny súvisiacimi s cestovným ruchom zaraďujeme aj všeobecné znaky, ako politická situácia, podnikateľské prostredie a iné. Môžeme povedať, že imidž krajiny je jedným z kľúčových faktorov, ktoré motivujú potenciálnych návštevníkov navštíviť určitú krajinu. Podstatné sú fyzikálne danosti krajiny ako príroda, geografická poloha a klíma. Tieto danosti môžu výrazne ovplyvniť potenciálnych zákazníkov pri rozhodovaní. Existujú tiež špecifické kritériá konkurencieschopnosti cestovného ruchu týkajúce sa menších regiónov, alebo konkrétnych destinácií. Medzi takéto zaraďujeme:

- kvalitu mikroprostredia, teda jeho kultúra a úroveň,
- ubytovanie a stravovanie – úroveň a ceny,
- služby pre návštevníkov, ktorých rozsah závisí od ceny a potrieb,
- produkty, ktoré uspokojujú ciele návštevníkov a ich očakávania,
- dôležitá je komunikácia s tými, s ktorými návštevník prichádza do styku (BOROVSKÝ- SMOLKOVÁ- NIŇAJOVÁ 2008:35 – 36).

Konkurencieschopnosť krajiny z pohľadu cestovného ruchu je veľmi široký pojem, pretože takmer každá krajina má v rámci cestovného ruchu svojim zákazníkom čo ponúknuť. Pre každého cestujúceho je v cestovnom ruchu zaujímavé niečo iné. Konkurencieschopnosť Izraela oproti iným destináciám cestovného ruchu môžeme vidieť napríklad vo veľmi bohatej ponuke náboženských pamiatok, ktoré sú jedinečné a špecifické.

4.5 Marketing a marketingová komunikácia

Pod pojmom marketing sa chápe spoločenský a manažérsky proces prostredníctvom ktorého sú uspokojované potreby a prania jednotlivcov a skupín v procese výroby a zmeny produktov a hodnôt (KOTLER 2007:41).

Marketingová komunikácia je nástrojom marketingu, zameriava sa na vyvolanie a usmernenie potrieb, ktoré sa uspokojujú pri uskutočnení kúpy určitého produktu. Je to proces poskytovania informácií o určitom produkte výrobcu, smerom k zákazníkovi. Na jednej strane znamená komunikácia v marketingovej filozofii oboznámenie potenciálneho zákazníka i určitom tovare alebo službe, vyzdvihnutie ich úžitkovej hodnoty, kvality, prospešnosti a použitia. Na strane druhej je dôležité počúvať a vhodne reagovať na požiadavky a podnety spotrebiteľa. Predvídať, ako zákazníci zareagujú na ponuku a ako príjmu nové informácie je veľmi ťažké. Na reakcie zákazníka pôsobí viacero faktorov, ako napríklad vlastnosti produktu, alebo momentálna situácia v akej sa zákazník nachádza. Informácie prijíma potenciálny zákazník v troch fázach. *Poznávacia fáza*, kedy sa zákazník oboznamuje s informáciami o produkte, prípadne sa oboznamuje o značke, ktorá je spojená s daným produktom. *Emocionálna fáza*, znamená pocitové postoje a reakcie, ktoré v zákazníkovi produkt vyvoláva, toto je dôležitým činiteľom pri rozhodovaní. *Fáza konania*, ide o správanie zákazníka práve vtedy keď sa zákazník rozhodne či daný produkt kúpiť alebo nekúpiť. Cieľom takejto marketingovej aktivity je ovplyvnenie postoja kupujúcich k danému produktu. Veľmi dôležité je mať premyslené koho chceme osloviť a akú by to malo vyvolať odozvu, je treba aby cieľové publikum danú správu pochopilo a aby vznikla spätná väzba. Cieľ komunikácie je definovaný ovplyvnením správania spotrebiteľa na základe presvedčania, informovania a presvedčania, čím je treba zvýšiť objem predaja určitého výrobku (KENDER 2005: <<http://www.sjf.tuke.sk/transferinovacii/pages/archiv/transfer/8-2005/pdf/78-79.pdf>>).

Do marketingovej komunikácie zaraďujeme všetky formy a typy komunikácie, ktoré používa na ovplyvnenie poznatkov, postojov a chovania zákazníkov vo vzťahu k produktom, ktoré predáva. Marketingová komunikácia sa dá chápať z dvoch rozdielnych pohľadov. Z prvého pohľadu ako plánovaná a neplánovaná komunikácia s už existujúcimi a potenciálnymi zákazníkmi. Z druhého pohľadu sa chápe ako stotožnenie s marketingovým komunikačným mixom (MATUŠÍNSKÁ 2007:11).

4.5.1 Marketingový mix

Marketingový mix označuje kombináciu všetkých kontrolovateľných faktorov, ktoré by mali uspokojiť potreby zákazníkov. Pôvod marketingového mixu pochádza zo 60. rokov, navrhol ho profesor Jerom McCarthy, je tvorený štyrmi základnými zložkami tzv. „4P“ – produkt (product), cena (price), propagácia (promotion) a distribúcia (place). Pre odvetvie cestovného ruchu bol základný marketingový mix rozšírený o *politiku* (z hľadiska legislatívnych opatrení v zdrojových krajinách i v destinácií), *verejnú mienku* (súvisí to s politikou značky a imagom destinácie), *tvorbu balíkov* (tvorba produktu ako kombinácia jednotlivých služieb), *programovanie, ľudia* (sú rezidentmi v cieľovej krajine, rovnako ako dôležitým celkom pri poskytovaní služieb), *partnerstvo* (súčasť marketingového riadenia destinácie), *fyzické charakteristiky* (balenie, webové stránky na internete, faktúry, jedlo v reštaurácií, izba v hoteli), *proces* (určité prirodzené očakávania zákazníka na uspokojenie jeho potrieb). Zložky marketingového mixu sa navzájom ovplyvňujú. Za nový marketingový mix sa v súčasnosti považuje tzv. „4C“ – hodnota/riešenie pre zákazníka (customer value/solution), teda produkt; náklady pre zákazníka (cost to the customer), teda cena; komunikácia (communication), teda propagácia; pohodlie pre zákazníka (convenience), teda distribúcia (PALATKOVÁ 2011:48).

Ďalej sa budeme zaoberať marketingovým mixom z hľadiska cestovného ruchu.

Produkt tvorí jadro marketingu cestovného ruchu. Úžitkovú hodnotu, ktorú zákazníci potrebujú a vyžadujú a im poskytuje práve produkt. Produkt je všetko to, čo sa ponúka na trhu do pozornosti, na získanie používania alebo spotrebu a je to schopné uspokojiť potreby a želania. Produkty sú na trhu úspešnejšie, čím viac zodpovedajú čím viac zodpovedajú želaniam klientov. Produktom sa nechápe iba základný produkt, ale aj všetky iné okolnosti, ktoré sprevádzajú kúpu. Všetky zložky produktu tvoria rozšírený produkt, ktorý zákazník kupuje. Fázy životného cyklu produktu sú zavádzanie, rast odbytu, zrelosť a útlm. Produkt sa uvádza na trh s tým, že si podnik želá, aby sa produkt stal úspešným

a čo najdlhšie sa predával. Na jednej strane produkt cestovného ruchu uspokojuje čiastkové potreby zákazníkov, ktoré nesúvisia priamo s cestovným ruchom, ale spĺňajú základné potreby cestujúcich, čiže ubytovanie, stravovanie alebo doprava. Na strane druhej je produktom destinácia a jej celkový dojem na zákazníka.

Cena – základom úspešného marketingu ktoréhokoľvek produktu je cenová politika. Ceny by mali byť stanovené tak, aby prinášali poskytovateľovi primeraný zisk a aby zákazníci ich boli ochotní platiť. Cena je zároveň aj určitým stupňom kvality.

Propagáciu chápeme ako efektívnu komunikáciu medzi poskytovateľom určitého produktu a cieľovým zákazníkom. Hlavným cieľ propagácie spočíva v informovanosti a presvedčení potenciálnych klientov o výhodách určitého produktu a ich motivácii ku kúpe daného produktu. Na propagáciu sa využívajú jednotlivé nástroje marketingovej komunikácie. Medzi takéto nástroje patrí reklama v televízii, rozhlase, novinách, časopisoch, katalógoch, na verejných informačných plochách. Katalógy, ktoré podávajú podrobný opis produktu. Public relations, tvorba a udržiavanie dobrých vzťahov s verejnosťou. Vydávajú sa rôzne publikácie a odborné články a zároveň sa organizujú tlačové konferencie, prednášky a semináre. V cestovnom ruchu sa to realizuje tak, že sa pozývajú novinári zo zahraničia, aby im poskytovatelia služieb mohli sprostredkovať zážitok v cieľovom mieste, o ktorom novinári napíšu v zahraničnej tlači. Podpora predaja, kde zaraďujeme rôzne kupóny, zľavy, alebo niečo viac čo zákazníci nečakajú (fľaša sektu na hotelovej izbe). Osobný predaj, znamená predaj produktu potenciálnemu zákazníkovi „tvárou v tvár“ s cieľom uskutočniť predaj. Direct mailing spočíva v telemarketingu a zasielaní propagačných materiálov existujúcim klientom, aby si znova zakúpili produkt. Reklama v mieste predaja tvorená vitrínami alebo výstavnými stojanmi. Sponzoring je finančná podpora určitej udalosti, činnosti, organizácie, produktu nezainteresovanou organizáciou prípadne darcom. Jedným z nástrojov je tiež účasť na výstavách a veľtrhoch.

Distribúcia je rozhodujúci činiteľ marketingu, dôležité je, aby bol produkt pre zákazníka dostupný, keď sa mu už produkt páči a je zaň ochotný aj zaplatiť. Vo všeobecnosti môžeme povedať, že distribúcia je najúčinnější cesta a najúčinnější spôsob ako dať vytvorený produkt do obehu a ako ho na trhu uplatniť. Je potrebné, aby sa vybudovala čo najlepšia distribučná cesta zložená zo sprostredkovateľov predaja, a ktorá by viedla na cieľovom trhu k zákazníkovi (BOROVSKÝ- SMOLKOVÁ- NIŇAJOVÁ 2008:106 – 111).

4.5.2 Marketingový komunikačný mix

Všetky prvky marketingového komunikačného mixu majú svoje charakteristické vlastnosti, výhody a nevýhody. Komunikácia je určitým prvkom marketingového mixu, konkrétne propagácie. Typický marketingový komunikačný mix je zložený z piatich základných komunikačných prvkov. Medzi takéto patria reklama, podpora predaja, osobný predaj, vzťah s verejnosťou a priamy marketing (MATUŠÍNSKÁ 2007:11).

Reklama je mediálnym komunikačným prostriedkom podniku s verejnosťou. Jej cieľ je definovaný dosiahnutím obchodného úspechu priamym ovplyvňovaním zákazníckeho správania. Reklama má niekoľko úloh.. V prvom rade je to privedenie určitého produktu do povedomia zákazníkov, pričom tento produkt by mal byť odlišný od ostatných produktov. Je potrebné, aby sa rozšírili informácie zákazníka o určitom produkte alebo službe. Ďalšou úlohou je presvedčenie zákazníka, aby si daný produkt kúpil. Pozornosť by sa mala zamerať na vhodný výber médiá, stanovenie cieľov reklamy a rozpočet (ROSTÁŠOVÁ 2006: <<http://www.podnikajte.sk/Data/881/Userfiles/Prilohy/marketingova%20komunikacia.pdf>>).

Podpora predaja je určená na to, aby povzbudila potenciálneho zákazníka k vyskúšaniu určitého produktu alebo služby (zvýšením počtu užívateľov alebo väčším používaním), pričom mu je dočasne ponúkaná nejaká odmena alebo výhoda. Cieľ je definovaný lepším vyhovením potenciálnych prianí zákazníkov a vytvorením priaznivejších podmienok spolupráce s nejakou firmou. Na rozdiel od reklamy, ktorá udáva dôvody, prečo si nejaký produkt alebo službu kúpiť, podpora predaja udáva dôvody, prečo si ich treba kúpiť práve teraz. Úlohou je stimulovať verných zákazníkov prostredníctvom určitých programov, zahŕňa propagačné materiály, informačné letáky. Podpora predaja sa zameriava na zákazníkov, ktorým ponúka vzorky, kupóny, záruky a ponuky bezplatného odberu. Ďalej sa zameriava na sprostredkovateľov, pre ktorých má určité produkty zadarmo, rôzne sŕaže, zľavy a odmeny. Zameraná je tiež zamestnancov prvého kontaktu, ktorým dáva bonusy, odmeny pre najlepších predavačov (ROSTÁŠOVÁ 2006: <<http://www.podnikajte.sk/Data/881/UserFiles/prilohy/marketingova%20komunikacia.pdf>>).

Osobný predaj znamená proces ovplyvňovania potenciálneho zákazníka prostredníctvom osobného kontaktu, tento kontakt sa uskutočňuje s jedným alebo viacerými zákazníkmi „tvárou v tvár“. Osobný predaj je oveľa účinnejší ako reklama a ostatné nástroje marketingovej komunikácie pri presvedčaní a ovplyvňovaní

o výhodách ponuky. Na druhej strane je viac nákladnejší. Hlavnými úlohami sú poznanie potreby a prania zákazníka, návrh na ideálne riešenie a prezentácia podniku. Osobný predaj je pre budovanie imidžu firmy významným činiteľom. Jeho výhodami sú vzťahy, vplyv a interaktivity. Medzi nevýhody patria vyššie náklady a kontrola (MATUŠÍNSKÁ 2007: 94).

Vzťahy s verejnosťou (Public relations) týmto sa chápe vedomá, plánovaná a neustála snaha získať a udržať vzájomné porozumenie medzi podnikom a verejnosťou. Úlohami sú trvalé usilovanie s cieľom získania a udržania si dobrej povesti podniku na verejnosti, budovať a udržiavať si imidž, podporovať komunikačné aktivity, zaoberať sa aktuálnymi problémami a otázkami, ovplyvňovať konkrétne skupiny zákazníkov, uvádzanie nových tovarov a služieb na trh. Stretávame sa tu s viacerými nástrojmi styku s verejnosťou. Medzi také patria rôzne publikácie, brožúry, články, plagáty, tlačové konferencie, semináre a prednášky, rozvíjanie vzťahov s investormi zamerané na získanie ich podpory, prezentácie, prednášky, sponzorstvo charitatívnych programov (ROSTÁŠOVÁ2006:<<http://www.podnikajte.sk/Data/881/UserFiles/prilohy/marketingova%20komunikacia.pdf>>).

Priamy marketing, ktorý sa zaoberá priamou komunikáciou prostredníctvom listov, e-mailom, oslovaním potenciálnych a stálych zákazníkov telefonicky. Cieľom je dosiahnutie následnej odozvy a usilovať sa v dlhodobom zmysle o vybudovanie vzťahu so zákazníkmi. Priamy marketing umožňuje manažérom priamo komunikovať so zákazníkmi (KOTLER 2007:928).

Medzi nástroje priameho marketingu zaraďujeme reklamu tlačenú a rozhlasovú s možnosťou priamej reakcie, televízna s priamou odpoveďou, teletext, telemarketing, priamy e-mail, katalógy, nové interaktívne médiá ako internet, webové stránky, mobilné telefóny, e-mail (MATUŠÍNSKÁ 2007:117).

Komunikačný mix z hľadiska určitého cieľového miesta/destinácie predstavuje akékoľvek nástroje, spôsoby a prostriedky, ktorými cieľové miesto/destinácia podáva informácie vo vnútri alebo navonok. Komunikačný mix cieľového miesta/destinácie slúži na prenos informácií rôznym cieľovým skupinám s cieľom ovplyvniť ich názory, vnímanie a postoje k danému cieľovému miestu/destinácií. K cieľovým skupinám patria návštevníci cieľového miesta/destinácie, obchodníci, rezidenti v cieľovom mieste/destinácií, médiá, inštitúcie verejného sektoru, firmy mimo sektoru cestovného ruchu, konkurenčné destinácie (PALATKOVÁ 2011:60 – 61).

5 VŠEOBECNÁ CHARAKTERISTIKA IZRAELA

5.1 Základné informácie

Izrael je krajinou nachádzajúcou sa na západnom okraji Blízkeho východu (Stredného východu), čo znamená v oblasti krajín Arabského polostrova a okolitých štátov. Tvar územia tohto štátu pripomína úzky pobrežný pás, čo naznačuje aj dĺžka približne 470 km od severu na juh a šírka 135 km v najširšom bode. Jeho prirodzenú hranicu na západe tvorí Stredozemné more, na severe susedí s Libanomom a Sýriou, na východe má spoločnú hranicu Jordánskom, na východe tiež hraničí s riekou Jordán a Mŕtvym morom, na juhozápade s Egyptom a jeho úzky výbežok na juhu obmýva Červené more. Jedinečnosť Izraela je daná tým, že ponúka tri odlišné a výrazne protikladné zemepisné oblasti. Na západe sa nachádzajú úrodné pobrežné planiny a moderné mestá ako sú Tel Aviv a Haifa, tento región je zároveň najhustejšie osídlený. Sever a východ Izraela je pokrytý lesmi, údoliami, horami a veľkými riekami. Týmto je charakteristická oblasť Galilei, Golanských výšin a rieka Jordán. Najvyšší bod Izraela tvorí hora Hermon vysoká 2224 m. n. m. Púšte v Izraeli tvoria viac ako polovicu súčasného územia, tiahnu sa pozdĺž brehu Mŕtveho mora až k mestu Eilat na juhu, ktorý je dôležitým svetovým námorným prístavom. Juh Izraela je tvorený púšťami, rozprestiera sa tu skalnatá Negevská púšť a Judská púšť. Juh krajiny je iba veľmi riedko osídlený a je tu komplikované dopravné spojenie. Na území Izraela sa v súčasnosti nachádza viac ako 65 národných parkov a 150 prírodných rezervácií. Národné parky tu nezahŕňajú iba prírodné plochy, ale tiež akékoľvek chránené územia. Zarádujeme sem hrady, pevnosti, kostoly, synagógy, jaskyne, rieky a vodopády (WILSONOVÁ 2009:9 – 10).

Oficiálny názov krajiny je Medinat Jisrael (Štát Izrael). Štátnym zriadením je republika. Hlavným mestom je Jeruzalem, ktorý má okolo 760 000 obyvateľov. 6 oblastí a 13 okresov tvorí administratívne členenie. Rozloha štátu je 20 770 km². Počet obyvateľov je približne 7 800 000. Dĺžka hraníc je 1017 km. Menovým prostriedkom je nový izraelský šekel. Časové pásmo je Slovensko + 1 hodina (PAULÍK 2006:8).

Obyvateľstvo Izraela tvoria väčšinou prisťahovalci. Od roku 1948 kedy štát v dnešnej podobe vznikol sa počet obyvateľov zvýšil na osemnásobok. Národnostné zloženie tvoria vo veľkom zastúpení Židia až 80%, Arabi 19% a ostatné národnosti okolo 1%. Väčšina obyvateľov vyznáva židovské náboženstvo, druhú náboženskú skupinu tvoria moslimovia, a v neposlednom rade sú tu tiež kresťania. Izrael je spojený s masovým

prist'ahovalectvom, štát sa o každého prist'ahovalca niekoľko rokov stará. Keďže je Izrael štátom židovským, podľa práva má každý Žid na svete právo na azyl, okrem zločincov a kriminálnikov (Izrael 2011: <<http://izrael.orbion.cz/stat/pruvodce/obyvatelstvo-2145/>>).

Hovorí sa tu viacerými jazykmi, úradnými jazykmi sú angličtina a hebrejčina. Rozmanitosť populácie sa odzrkadľuje tým koľko jazykov môžeme počuť na izraelských uliciach, okrem úradných jazykov sú to nemčina, arabčina, francúzština, španielčina ruština. Týmito jazykmi hovoria prist'ahovalci, ktorí v súčasnosti tvoria pätinu populácie Izraelčanov (BRYANT 2010: 21).

5.2 Podnebie a vodstvo

Stredozemné more ovplyvňuje izraelskú klímu, preto väčšinu územia tvorí stredomorské a subtropické podnebie. Charakteristické sú tropické, suché letá a miernejšie, vlhšie zimy. V lete teploty dosahujú v priemere 24 – 30° C, v zimnom období sa teploty pohybujú od 6 – 14° C. Teploty vyskakujú na maximum pri pobreží Stredozemného mora a v priekopových prepadlinách (RÁCZ 1983:203).

Aj napriek tomu, že je Izrael veľmi malá krajina, má rozmanité podnebie. Najvhodnejším ročným obdobím na strávenie dovolenky na pobreží je leto, kedy teploty v prímorských oblastiach na juhu vystupujú až k štyridsiatke, ako napríklad v Eilate. V oblasti Stredozemného mora nie sú až také extrémne horúčavy, teplota sa zvyčajne pohybuje do 35° C. Na spoznávanie pamiatok a krás Izraela je vhodná návšteva na jar alebo na jeseň, kedy sú teploty príjemné a nie tropické. Veľké rozdiely v teplotách sa prejavujú cez deň a v noci. V zime veľa turistov do Izraela väčšinou necestuje, na väčšine územia sa vyskytuje dážď alebo je pod mrakom.

Územia Izraela možno klimaticky vymedziť na oblasť tropickú na juhu krajiny, oblasť subtropickú od Genezaretského jazera po oblasť Eilatu a oblasť s miernym podnebím, ktorá je charakteristická pre zvyšok krajiny, najmä sever a okolie hlavného mesta Jeruzalem (MAJERNÍK – SCHEIDOVÁ 2002:28).

Z hľadiska vodstva Izrael obmývajú tri moria: Stredozemné more na západe, Červené more na juhu a Mŕtve more na juhovýchode. Tvorí bohatstvo krajiny z hľadiska dopravy, rybolovu, ťažby minerálov a cestovného ruchu. Najznámejším jazerom je veľké Genezaretské jazero, ktoré sa niekedy nazýva aj morom. Jeho hladina sa nachádza dvestodvanásť metrov pod úrovňou Stredozemného mora. Toto jazero je spolu s riekou

Jordán najväčším zdrojom pitnej vody v Izraeli. Ďalším jazerom je jazero Hula, ktoré prakticky zaniklo. Pôvodne sa nachádzalo na sever od Genezaretského jazera. Najvýznamnejšou izraelskou riekou je rieka Jordán, ktorej dĺžka je tristošesťdesiat/tristotridsať kilometrov. Ďalšie známe rieky sú Harod, Kišon, Hadera, Zyrkon. Najväčšia oáza sa nachádza pri Jerichu (MAJERNÍK – SCHEIDOVÁ 2002:31).

5.3 História

Izrael sa nachádza na mieste, ktoré bolo odpradávnou križovatkou obchodných ciest a oblasťou písania svetových dejín. Bolo to tak preto, lebo sa tu nachádzali úrodné nížiny a bolo tu dobré spojenie s vtedajšími hlavnými centrami. Tieto územia sa často stávali cieľom záujmov susedných štátov, čo bolo negatívom (SOPOUCH 1995:16).

Najstarší obyvatelia tu žili približne od roku 600 000 p. n. l., prebývali v jaskyniach na severe Izraela na hore Karmel. Jericho, ktoré patrí k najstarším mestám sveta sa obývalo približne od roku 7000 p. n. l. Od roku 3200 p. n. l. sa začalo obývať archeológmi objavené mesto Be'er Sheva. Obyvateľstvo sa usádzalo v malých osadách, pestovalo rozličné plody, staralo sa o zvieratá a vyrábalo prvé nástroje (BRYANT 2010:11)

V 18. storočí p. n. l. sa praotec Abrahám usadil v zaslúbennej zemi. Abrahámov syn Izák mal syna Jákoba. Práve príčinou Jákoba sa Izrael nazýva Izraelom. Na počiatku dnešného židovského národa stálo dvanásť Jakobových synov. Izraelčania začali krajine vládnuť po dobytí týchto území približne v roku 1250 p. n. l. Nasledovné obdobie sa nazýva obdobím kráľov, kedy sa spoločnosť rodovo usporiadala a nevládol tu žiaden panovník. V období rokov 1010 – 970 p. n. l. vládol kráľ Dávid, po ňom nastúpil jeho syn Šalamún (970 – 931 p. n. l.). Jeruzalem bol založený kráľom Dávid, vďaka nemu sa stal hlavným mestom kráľovstva. V roku 586 p. n. l. sa skončilo samostatné obdobie kráľovstva, odvtedy bol židovský národ vždy pod vplyvom alebo nadvládou inej ríše. Najskôr to bol Babylon, potom Perzia, Grécko, Rím, Byzancia, moslimovia, Turci a Briti. Rok 70 n. l. je významným medzníkom židovských dejín, v tomto roku sa odohrala významná udalosť, Jeruzalemský chrám dobyli Rimania. Najväčšie povstanie Židov proti nechceným vládcam vypuklo v roku 66 n. l. Tento konflikt sa nazýva židovská vojna, odohrali sa v nej mnohé krvavé boje. Skončila sa takmer úplným zničením židovskej kultúry, od tohto momentu sa Židia rozptýlili na všetky svetové strany (PAULÍK 2006.14 – 15).

V období rokov 306 – 337 n. l. bolo kresťanstvo uznané za plnoprávne náboženstvo cisárom Konštantínom. Jeruzalem bol dobytý kalifom Omarom v roku 638 n. l. Od roku 1095 n. l sa začalo obdobie križiackych ťažení, s tým bolo spojené prenasledovanie Židov v Európe. 1099 n. l. bol Jeruzalem ovládnutý kresťanským vojskom. Obyvateľstvo Jeruzalemu bolo vyhubené týmto vojskom. Jeruzalem padol v roku 1244 n. l.. Obdobie križiackych povstaní sa skončilo v roku 1291 n. l. (ALEXANDER 1997:20).

Židia sa snažili vrátiť späť do Izraela, konkrétne na vrch Sion, ktorý symbolizuje Jeruzalem a zároveň Izrael. Na konci 19. storočia do vtedajšej Palestíny začali prichádzať rôzne skupiny Židov. Nastala židovská prevaha nad nejednotným arabským obyvateľstvom, 14. mája tak oficiálne vzniká štát Izrael. Hneď po vzniku Izraela vypukla palestínska vojna 1948 – 1949. Bojovali v nej okolité arabské krajiny s príslušníkmi novovzniknutého židovského štátu. Izrael zvíťazil. V roku 1956 nastal ďalší konflikt medzi Židmi a Arabmi – Suezská vojna. V roku 1967 pokračovali boje keď vypukla Šesťdňová vojna. Izrael vzišiel z tejto vojny víťazne a získal viaceré územia ako Staré mesto v Jeruzaleme, Gazu, Sinaj a Golanské výšiny. V roku 1979 bol Sinaj vrátený Egyptu výmenou, že Egypt ako prvý z arabských štátov uznal existenciu Izraela. Od roku 1987 dochádzalo k povstaniam medzi Palestínou a Izraelom. V roku 2000 chceli Arabi Izraelčanov opäť vyhnáť z krajiny, podarilo sa im to v pásme Gazy, kde v roku 2005 došlo k vystaňovaniu tamojších židovských osád (PAULÍK 2006: 16 – 17).

Z politických dôvodov sa v roku 2006 odohrala Libanonská vojna. Trvala iba niekoľko týždňov, bol uzavretý mier, obe strany boli vyhlásené za víťazov (ČEJKA 2007:259). Od roku 2006 sa situácia v Izraeli viac menej ustálila, čo naznačuje aj fakt, že sem viac začali prichádzať návštevníci cestovného ruchu.

5.4 Náboženstvo

Izrael je krajinou troch náboženstiev, na jednom mieste sa tu stretávajú judaizmus, islam a kresťanstvo, tieto náboženstvá sú v Izraeli kľúčové. Menšie zastúpenie majú drúzovia, Samaritáni, Arméni, východné ortodoxné náboženstvo a báhaizmus, tieto menšie náboženstvá majú zastúpenie.

Judaizmus (76,4%) je z uvedených troch náboženstiev najstaršie, v Izraeli je toto náboženstvo väčšinové, označuje sa aj ako štátne. V sobotu a vo významné židovské sviatky sa nepracuje. Najvyššou náboženskou autoritou je hlavný rabín, ktorý stojí na čele

Najvyššej rabínskej rady (zboru), ktorá rozhoduje o interpretácii židovských zákonov. Posvätnou knihou judaizmu je Tóra (5 Mojžišových kníh), spolu s knihou prorokov tvorí Tanach. K ďalším posvätným knihám patrí Talmud a zbierka zákonov Mišna. Najvýznamnejšou a najznámejšou dominantou judaizmu je svetoznámy Múr nárekov. (MAJERNÍK – SCHEIDOVÁ 2002:37).

Islam (16%) druhé najväčšie náboženstvo na svete založené Mohamedom z Mekky. Základnou knihou islamu je korán, jediným bohom je Alah. Islam vyžaduje jednotlivé podriadenia, teda poslušnosť voči Bohu, moslimovia by mali byť oddaní jeho zámerom a vôli. Zároveň by mal každý jeden moslim spĺňať 5 základných bodov tejto viery: božské poslanie Mohameda a viera v jedinečnosť Boha, päť krát za deň sa modliť, pričom hlava by mala byť otočená smerom k Mekke, postiť sa v mesiaci ramadán od úsvitu do súmraku, poskytovať almužnu chudobným, raz za život sa vydať na púť do Mekky. Najvýznamnejšie moslimské pamiatky v Izraeli sú Mešita Al – Aksa a Skalný dóm (WILSONOVÁ 2009:49).

Najväčšie svetové náboženstvo **kresťanstvo** (2,1%) sa v Izraeli delí na rímsko – katolíkov, gréckokatolíkov, gréckych ortodoxných, sýrskych ortodoxných, arménskych ortodoxných. Všetci kresťania uznávajú Ježiša Krista ako spasiteľa, ktorého zoslal na svet Boh. Kresťania sú v tomto židovskom štáte rovnoprávny, Jeruzalem je hlavným mestom kresťanov, zároveň sú tu umiestnené tri patriarcháty. Ďalšími strediskami kresťanstva v Izraeli sú Nazaret, Betlehem a Galilea. Chrám Božieho hrobu je najvýznamnejšou kresťanskou pamiatkou v Izraeli (SOPOUCH 1995:13).

5.5 Praktické informácie

Do Izraela možno cestovať tromi spôsobmi, lietadlom na hlavné letisko Ben Gurion v Tel Avive, loďou z Grécka, prípadne autobusom alebo autom po súši. Niektorí cestovatelia sem prichádzajú autobusom z Egypta a zdržia sa v priemere jeden deň. Občania Slovenskej republiky víza do Izraela nepotrebujú, od roku 1997 má Slovensko bezvízový styk s Izraelom, turisti sa môžu zdržať maximálne tri mesiace. Potrebný je cestovný pas platný aspoň ďalších 6 mesiacov. Na letiskách a hraničných priechodoch treba počítať s prísnu kontrolou a dôkladnou prehliadkou batožín. Môže sa stať, že ak majú turisti vo svojom pase izraelskú pečiatku, nemusia ich pustiť do niektorých moslimských krajín. Čo sa bezpečnosti týka, v minulosti sa krajina stretávala s teroristickými útokmi,

hlavne na preľudnených miestach. V súčasnosti je však situácia v krajine pomerne bezpečná a nie je sa čoho obávať. Plusom je, že izraelská polícia je veľmi dobre vycvičená, podobne ako armáda. Neodporúča sa však vstupovať do oblasti pásma Gazy a na západný breh Jordánu. Pre vstupom do krajiny netreba žiadne očkovanie. Lekárska starostlivosť je na veľmi vysokej úrovni, služby zdravotníctva sú tu pomerne drahé a nie sú bezplatné. Pred cestovaním do Izraela si preto treba zabezpečiť zdravotné poistenie do zahraničia.

Väčšina turistov prichádza s cestovnými kanceláriami a ubytovanie majú už vopred zaistené. Keď sa niekto rozhodne pre individuálny príjazd, s nájdením ubytovania určite nebude mať žiaden problém. Luxusné hotely si udržujú výbornú úroveň, ale tiež hotely strednej triedy sú veľmi pohodlné. Treba podotknúť, že Izrael patrí k drahším štátom. Vo väčších mestách sa možno ubytovať v lacnejších ubytovniach, a v niektorých oblastiach je možnosť prespať v kempoch. Izrael je krajinou, ktorá podľa zákona nezakazuje spať hocikde. Naskytuje sa tu možnosť prespať vonku, čo nie je vôbec nebezpečné, keďže hady a škorpióny sa vyskytujú len na púšťach a kriminalita v Izraeli je veľmi nízka. V oblasti stravovania sa tu naskytujú klasické reštaurácie, ktoré však majú drahšie ceny. Turisti ubytovaní v hoteloch majú väčšinou aspoň z časti zabezpečenú stravu. Ďalšou možnosťou je stravovanie sa v rôznych stánkoch s občerstvením (niektoré majú aj posedenie), kde sa ponúka kebab alebo falafel (kapustové fašírky podávané v pite). V turistických strediskách sa vyskytujú tiež rôzne pizzerie a reštaurácie McDonald's. Nočné podniky a bary sa nachádzajú v strediskách cestovného ruchu, takmer vôbec nie sú na miestach určených pre veriacich (PAULÍK 2006:27 – 30).

Jednou z charakteristických čít dnešného Izraela je veľmi bohatá a pestrá kultúrna scéna, je tu množstvo maliarov, sochárov, fotografov a ďalších umelcov, ktorí sa špecializujú na exotické druhy umenia ako kaligrafia, tkanie alebo vyfukovanie skla. Nájdeme tu viacero múzeí, medzi najznámejšie patria Izraelské múzeum v Jeruzaleme a Telavivské múzeum. Mimoriadny význam má izraelská filharmónia a Jeruzalemský symfonický orchester. Na izraelskej divadelnej scéne pôsobí Národné divadlo Habima v Tel Avive, patrí k úplne prvým hebrejským scénam. Izraelská kinematografia je veľmi rozvinutá, viac ako by sa na prvý pohľad mohlo zdať. Dôkazom toho je Jeruzalemský filmový archív, v ktorom sa nachádzajú dôležité študijné materiály. Spielbergov filmový archív je najväčším svetovým centrom židovskej a izraelskej kinematografie (WILSONOVÁ 2009:52 – 54).

Izraelčania sú veľmi aktívny ľudia, čo sa športu týka. Naskytujú sa tu mnohé možnosti športovania od klasických športov až po extrémne. Sú tu vhodné miesta na

turistiku - najmä v Galilei, horskú cyklistiku, rafting na rieke Jordán, jazdu na koni, potápanie v Červenom mori, jazdu na kajaku a veslovanie na pobreží v Stredozemného mora. Každé štyri roky sa tu organizujú Makabejské hry, ktoré sa považujú za Židovskú olympiádu.

Slovenské veľvyslanectvo v Izraeli

Veľvyslanectvo Slovenskej republiky v Tel Avive

Jabotinsky 37, P.O.Box 6459 Tel Aviv, Izrael

Tel.: 0097235449 119, 00972/3/5449 656

Fax: 0097235449 144

Email: emb.telaviv@mzv.sk

Úradné hodiny: pondelok – piatok – 8.00 – 16.00 hod.

Diplomatická služba v prípade núdze: 00972/544556642

Dôležité telefónne čísla

Polícia 100

Prvá pomoc 101

Hasičský zbor 102

6 IZRAEL AKO POTENCIÁLNA CIEĽOVÁ DESTINÁCIA CESTOVNÉHO RUCHU

6.1 Jeruzalem a okolie

Hlavné mesto - Jeruzalem tvorí srdce celého Izraela, má veľmi dobré spojenie so všetkými časťami krajiny. Toto mesto je už dávnych dôb veľmi výnimočné, obdivované, jedinečné a neopakovateľné. Je to centrum dávnej civilizácie, o ktoré sa zaujímajú milióny ľudí na zemi. Jeruzalem je cieľom pútnikov a turistov po celom svete a zároveň pýchou jeho súčasných obyvateľov. Výnimočnosť spočíva v tom, že toto mesto je jediné na svete, kde sa stretávajú tri významné monoteistické náboženstvá sveta: judaizmus, islam a kresťanstvo.

V preklade znamená Jeruzalem sídlo alebo miesto pokoja, podľa Arabov je to Sväté mesto. Centrum mesta tvorí tzv. Staré Mesto, ktoré je rozdelené na štyri základné štvrte: Židovská štvrť na juhu, Moslimská štvrť na severe, Kresťanská štvrť na severozápade a Arménska štvrť na juhozápade. Do Starého mesta sa vstupuje niekoľkými bránami: najväčšia je Damašská brána, Herodesova brána, Štefánska brána, Zlatá brána, Hnojná brána, Sionská brána, Jaffská brána a Nová brána (KRAJČI 1998:101 – 102).

Jedným z najnavštevovanejších miest v Jeruzaleme a zároveň aj v Izraeli je najvýznamnejšia židovská svätyňa (posvätná pamiatka židovského náboženstva) Múr nárekov, nazývaný tiež Západný múr. Tento múr vznikol pred 2000 rokmi, najskôr to bola iba nosná stena podopierajúca časť Chrámovej hory. Pútnickým miestom sa Múr nárekov stal v časoch Osmanskej nadvlády, kedy sem Židia chodili oplakávať svoj prastarý údel – z tohto pochádza názov Múr nárekov. Dnes slúži k modlitbám iba úzky priestor, vo zvyšnej časti sa nachádzajú novopostavené domy. Priestor pred Múrom nárekov slúži ako veľká synagóga nachádzajúca sa pod šírou oblohou, delí sa to na dva koridory, menšia južná časť je vyhradená pre ženy a väčšia a rušnejšia severná časť je vyhradená pre mužov. Najrušnejšie tu býva keď sa začína šabat, Múr nárekov je taktiež obľúbeným miestom konania obradu Bar micva. Múr nárekov je tvorený mohutnými kvádrami. Do medzier medzi kvádrami sa vkladajú Židia papieriky s prosbami, ktoré majú väčšiu nádej na vypočutie. Táto židovská svätyňa je prístupná 24 hodín denne 365 dní v roku všetkým bez rozdielu vyznania. Jeruzalem je taktiež svätým miestom i pre moslimov. Toto dokazuje ďalšie zaujímavé miesto Jeruzalemu - Chrámová hora, ktorá je veľmi významná pre moslimov a pozornosť priťahuje už 1000 rokov. Práve na tomto mieste postavil kráľ

Šalamún prvý chrám, druhý chrám bol vybudovaný počas vlády Herodesa Veľkého. Na Chrámovej hore sa nachádzajú dve najvýznamnejšie miesta islamského náboženstva – Mešita Al – Aksá a Skalný dóm (chrám), pričom Skalný dóm je po Mekke a Medine tretím najposvätejším miestom moslimov. V kresťanskej štvrti sa nachádza najposvätejšie miesto kresťanov – Chrám Božieho hrobu, ktorý odzrkadľuje posledné hodiny Ježišovho života. Tento chrám sa nachádza na mieste považovanom za biblickú Kalváriu, alebo Golgotu, kde mal byť Ježiš ukrižovaný, zomrieť a vstať z mŕtvych. Tu sa tiež končí Via Dolorosa, krížová cesta pripomínajúca utrpenie Krista pri jeho ceste na miesto ukrižovania. V tejto štvrti sa ďalej nachádzajú Kristov kostol, Kostol sv. Alexandra, Etiópsky kláštor, Kostol sv. Jána Krstiteľa. V moslimskej štvrti je k videniu Kostol sv. Anny, Oblúk Ecce homo, lemujúci trasu krížovej cesty, Kláštor Sijonských sestier, Mamlúcka architektúra – pozoruhodný príklad zlatého veku islamskej architektúry. Židovská štvrť ukrýva Cardo – zrekonštruovaná hlavná trieda rímskeho a neskôr byzantského Jeruzalemu, Široký múr, Vežu Izraelitov, Spálený dom. Arménsky dvor – obytná štvrť Arménov, Katedrála sv. Jakuba a Kaplnka sv. Marka stoja za pozornosť v Arménskej štvrti (THOMAS a kol. 2010:101 – 116).

V okolí starého Jeruzalemu sa nachádzajú zaujímavé miesta ako Hora Sion, na ktorej vraj Ježiš povečeral s učeníkmi, a hovorí sa, že tu bol pochovaný kráľ Dávid. Sion tvorí symbolom židovskej národnej identity, zároveň je to pre celý Jeruzalem miesto, na ktoré sa upriamovali nádeje všetkých Židov v celej ich histórii. Hrobka kráľa Dávida tvorí miesto posledného odpočinku významného izraelského kráľa, pre Židov je to miesto mimoriadne významné. Nad Dávidovou hrobkou sa nachádza miesto, kde sa odohrala posledná večera Pána. Olivová hora ponúka nádherné pohľady na Jeruzalem, nachádza sa tu Chrám Nanebovstúpenia, považovaný za miesto, z ktorého Ježiš Kristus vystúpil na nebesia. Neďaleko odtiaľto sa nachádza Kostol Všetkých národov, Kostol sv. Kataríny, Getsemanská záhrada – olivová záhrada, kde bol Ježiš údajne zatknutý, keď tu trávil poslednú noc so svojimi učeníkmi. Ďalej tu nájdeme Dávidovo mesto, kde sa nachádza najstaršia dochovaná časť Jeruzalemu staršia viac ako 2000 rokov. V Novom meste sa nachádza pešia zóna na ulici Ben Yehuda, ktorá je centrom modernej zábavy, kultúry a života mesta. Táto časť sa výrazne odlišuje od Starého mesta, kde sa skoro všetko zaoberá náboženstvom. Zion Square tvorí centrum moderného diania v hlavnom meste. Zaujme tu tiež Múzeum Izraela a Múzeum holokaustu, kde sa nachádza pamätník holokaustu Yad Vashem, venovaný šiestim miliónom Židom, ktorí boli zavraždení nacistami. Verejnosti prístupná je budova izraelského parlamentu Knesset. Ústredným

a najväčším trhom v meste je Mahane Yehuda Market. Najznámejším parkom je Park Liberty Bell Garden neďaleko Starého mesta (PAULÍK 2006: 51 – 58).

Mesto Jeruzalem a jeho múry sú zapísané na zozname svetového kultúrneho dedičstva UNESCO. Možno s istotou tvrdiť, že Jeruzalem a jeho pamiatky patria k najnavštevovanejším a najvyhl'adávanejším miestam v Izraeli. Veľká väčšina turistov, ktorí do Izraela cestujú, si návštevu Jeruzalemu nenechajú ujst'.

Betlehem - toto mesto, s ktorým sa spájajú všetky tri monoteistické náboženstvá sa nachádza približne 10 kilometrov južne od Jeruzalemu. Podľa judaizmu je Betlehem miestom narodenia kráľa Dávida. Pre kresťanov je to miesto narodenia Ježiša Krista, ktoré patrí k najviac navštevovaným svätým miestam od obdobia raného kresťanstva. Pre moslimov je to rodisko proroka Ježiša. V Betleheme sa nachádza Bazilika Narodenia Ježiša Krista, postavená v roku 330 rímskym cisárom Konštantínom Veľkým. V podzemnej časti baziliky sa nachádza celý systém jaskýň. Najväčšou jaskyňou je Jaskyňa Narodenia Ježiša Krista. Za pozornosť stojí Námestie Jasličiek a Chrám svätej Kataríny Alexandrijskej. Približne 2 kilometre južne od mesta sa nachádza Pole pastierov, kde sa podľa Biblie zjavil pastierom anjel Pána, aby im oznámil zrodenie Spasiteľa. Dnes tu stojí mestečko Beit Sahour. Pri severnom okraji mesta sa nachádza hrobka Pramatky Ráchel (MAJERNÍK – SCHEIDOVÁ 2002: 379 – 394).

Jericho a okolie - Jericho nachádzajúce sa na sever od Mŕtveho je jedným z najstarších a najdlhšie osídlených miest na svete, a zároveň najnižšie položeným miestom na svete – 260 metrov pod úrovňou morskej hladiny. V lete sa toto mesto vyľudňuje a v zime sem prichádzajú obyvatelia Západného brehu pred dažďom a občasným snehom. Turistov láka výstup na horu Pokušenia, kde podľa tradície Ježiš odolával pokušeniu, fabrika, kde sa vyrábajú výrobky z výt'ažkov Mŕtveho mora a ďalej pokračujú k Mŕtvemu moru. Kláštor Karantel je miestom, kde diabol pokúšal Ježiša a vyzval ho, aby po 40 dňoch pôstu premenil kamene z okolia na chlieb. K prírodným krásam patrí kaňon Wadí Kelt medzi Jeruzalemom a Jerichom, nachádza sa tu vodopád, divočina, pozostatky akvaduktu z rímskych čias a kláštor sv. Juraja (THOMAS a kol. 2010:317 – 318).

Hebron - je považovaný za skrytú perlu Západného brehu. Od ostatných palestínskych miest sa Hebron líši židovskou enklávou priamo v centre. Mesto je rozdelené na územie pod samosprávou Palestínčanov (80%) a územie pod izraelskou vojenskou správou (20%). Často tu dochádza k násilným stretom medzi Židmi a Palestínčanmi. Aj napriek týmto stretom je Hebron je vedúcim a rozrastajúcim sa centrom palestínskej komunity. Nie je súčasťou hlavných turistických trás, jeho návšteva sa preto vrelo

odporúča. Hlavným objektom záujmu návštevníkov Hebronu sú hrobky patriarchov a jaskyňa Makpela s Abrahámovou mešitou (THOMAS a kol. 2010:320 – 321).

6.2 Mŕtve more a okolie

Mŕtveho more, po hebrejsky Jam HaMelah (More soli), je v skutočnosti jazerom, leží približne 400 metrov pod hladinou Stredozemného mora, predstavuje preto najnižší bod na zemskom povrchu vôbec. Dĺžka Mŕtveho mora je 65 km a šírka 18 km. Je tu desaťkrát slanšia voda ako v oceánoch. Mŕtve more je zásobované vodou z rieky Jordán. Nachádza sa v teplej a suchej oblasti uprostred púští, kde je veľmi veľké odparovanie vody, že všetka voda z rieky vyschne, a preto hladina pomaly klesá, približne o 1 meter za rok. Práve toto odparovanie spôsobuje slanosť. Kúpanie v Mŕtvom mori priťahuje veľké množstvo turistov prichádzajúcich sem kvôli liečivým účinkom minerálov obsiahnutých v mori. Teploty v oblasti dosahujú v lete 50 °C. Napriek tomu sa tu dá dobre opaľovať, keďže oblasť leží nízko preniká sem iba malé množstvo slnečných lúčov. Na tomto pomerne malom území sa dajú navštíviť ďalšie zaujímavé a prítiažlivé miesta Masada, Kumrán, Ein Gedi, Ein Bokek, Sodoma, Jericho. V blízkosti Mŕtveho mora tiež nachádza Judská púšť (PAULÍK 2006:67).

Masada - staroveká pevnosť Masada je vyhľadávanou turistickou lokalitou. Pre dnešných Izraelčanov symbolizuje toto miesto vlastenectvo a hrdinstvo židovského ľudu. Zvyšky pevnosti sa nachádzajú na skalnom útese, ktorý sa vypína 400 metrov neďaleko západného brehu Mŕtveho mora, na východnom okraji Judskej púšte. Každoročne sem prichádzajú skladať prísahu izraelskí vojaci. Túto pevnosť dal vybudovať v 1. storočí p. n. l. kráľ Herodes Veľký. Od roku 2001 je pevnosť Masada zapísaná do zoznamu svetového kultúrneho dedičstva UNESCO (WILSONOVÁ 2009:374 – 375).

Kumrán - archeologické nálezisko Kumrán sa rozlieha na vyvýšenom mieste na severozápadnom okraji Mŕtveho mora. V súčasnosti je toto miesto známe objavom mimoriadne cenných biblických textov tzv. zvitkov od Mŕtveho mora uložených v Izraelskom múzeu v Jeruzaleme. Tieto zvitky pochádzajú z čias od 3. storočia p. n. l. do roku 68 n. l. Boli nájdené beduínskym pastierom v roku 1947, po tom nasledovali desaťročia archeologického výskumu, ktorého sa zúčastnili rôzni historici s cieľom odhaliť totožnosť a čas vzniku týchto fragmentov. Pritom narazili na komplex stavieb

nachádzajúcich sa na puste terase medzi jaskyňami a Mŕtvym morom (WILSONOVÁ 2009:374).

Ein Gedi - prameň kozorožca (Ein Gedi) patrí k najatraktívnejším oázam v Izraeli, rozkladá sa na ploche viac ako 4 km. Je to svieža zelená oblasť, kde sa nachádzajú sladkovodné pramene, vodopády a menšie jazerá s tropickou vegetáciou. Obklopená je púštnou krajinou a nachádza sa na najnižšom mieste na svete. Archeológovia sa domnievajú, že táto oblasť bola prvýkrát osídlená v období chalkolitu 3000 p. n. l. Súčasťou Ein Gedi je kamenistá pláž pri Mŕtvom mori, botanická záhrada Ein Gedi a kúpele Ein Gedi, kde je možné zabaliť sa do Čierneho bahna. Toto miesto je vhodné na turistiku. (THOMAS a kol. 2010:331).

Ein Bokek - toto miesto je turistickým areálom drahých luxusných hotelov nachádzajúcich sa na púšti. Nachádza sa tu niekoľko nákupných centier a množstvo obchodov s gýčovými suvenírmi. Návštevníci sem prichádzajú na dlhodobé liečebné pobyty. Ein Bokek je centrom zdravotnej turistiky Mŕtveho mora, je tu množstvo kliník a solárií s vysokým obsahom minerálov vo vode a 330 dní slnečného svitu, ktoré slúžia na liečbu artritídy a dýchacích problémov (THOMAS a kol. 2010:337 – 338).

Sodoma - táto oblasť sa považuje za miesto kde stáli biblické mestá Sodoma a Gomora, ktoré boli zničené ohňom a sírou, čo bolo Božím trestom za rozmarnosť obyvateľov týchto miest. Zaujímavá je hora Sodóm, ktorá pôsobí ako strašidelné pohorie a z 98% je tvorená soľou. V klimatických podmienkach sa soľ rozpúšťa a mizne, no v suchom podnebí Mŕtveho mora tieto slané hory pretrvávajú. Množstvo dier do nich vyhlodáva dažďová voda, ktorá sa zachytáva na povrchu, tieto diery po vysušení vytvárajú bludisko jaskýň. Najväčšia z nich sa nazýva „Pani Lotová“ (THOMAS a kol. 2010: 341 – 342).

6.3 Pobrežie Stredozemného mora

Pobrežie Stredozemného mora nachádzajúce sa na západe Izraela láka turistov predovšetkým svojimi nádhernými priehľadnými pieskovými plážami. Ostatní sem prichádzajú, aby spoznali minulosť Blízkeho východu a jeho obyvateľov, naskytujú sa tu archeologické náleziská a zmes jednotlivých kultúr. V dávnej minulosti tu vyrástlo niekoľko miest a prístavov, centrum rekreácie a oddychu Nahárijja. Najznámejšie mestá sú Akko, Haifa v blízkosti pohoria Karmel a Caesarea.

Akko - toto mesto reprezentuje búrlivú históriu krajiny pravdepodobne ako žiadne iné mesto v Izraeli. V minulosti sa tu zdržovali Rimania, Otomania, Križiaci, Briti, dnes je to domov Židov, Kresťanov a Arabov. Staré mesto Akka bolo pridané na zoznam svetového kultúrneho dedičstva UNESCO v roku 2001, je to jeden z najstarších prístavov sveta, a zároveň je domovom časti Bahájského svetového centra (ďalšia časť sa nachádza v Haife), taktiež na zozname UNESCO. Za posledných desať rokov sa v Starom meste uskutočnila modernizácia a rekonštrukcia s cieľom vybudovať stredisko pre návštevníkov skladajúce sa z niekoľkých budov a stavieb v Starom meste. Turisticky príťažlivá je Al-Jazzarova mešita v osmanskom štýle z roku 1781, Múzeum väzňov v podzemí, Templársky tunel objavený v roku 1994 a Podzemné križiacke mesto s rytierskymi sálami 8 metrov pod úrovňou ulice (Akko 2012: <<http://www.touristisrael.com/akko-acre-israel/1123/>>).

Haifa - tretie najväčšie mesto a priemyselné centrum Izraela postavené na najvyššej hore v oblasti na hore Karmel. Výhodná poloha na pobreží Stredozemného mora robí z Haify jedno z najkrajších miest sveta. Väčšinu obyvateľstva tvoria Židia, nájdu sa tu však aj Arabi. Najzaujímavejšími miestami sú Báhaistické záhrady tvorené 19 terasami, Báhajská svätyňa, Karmelitánsky kláštor z roku 1828 zasvätený svätému Eliášovi, v ktorom sa nachádza Eliášova jaskyňa posvätná pre všetky tri monoteistické náboženstvá. Haifa je mestom najatraktívnejších múzeí na svete ako napr. Múzeum lodí, Múzeum železníc, Múzeum dejín chleba, Archeologické múzeum (KRAJČI 1998:59).

Caesarea - toto pobrežné mesto na severe Izraela je mestom minulosti a prítomnosti, čo dokazujú nádherné luxusné domy vedľa starovekých románskych zrúcanín z 2. storočia p. n. l. Archeologický park v Caesarei je jedným z najviac pútavých izraelských parkov. Popri zrúcaninách sa tu nachádzajú moderné kaviarne, reštaurácie, romantické zákutia a piesočné pláže. Za obhliadnutie stoja Rímsky amfiteáter, Križiacke mesto, Rímsky a Byzantský akvadukt, Herodesov hypodróom a kúpele (Caesarea 2011: <http://www.goisrael.com/Tourism_Eng/Tourist%20Information/Discover%20Israel/Cities/Pages/Caesarea%20%28keysarya%29.aspx>).

6.4 Tel Aviv

Toto mesto nachádzajúce sa na západe krajiny, severozápadne od Jeruzalemu je v porovnaní s hlavným mestom akoby úplne odlišným mestom. Akoby tieto dve dôležité

mestá Izraela delilo tisíc svetelných rokov. Zatiaľ čo v Jeruzaleme sa všetko sústreďuje okolo náboženstva v Tel Avive sa nenájdu skoro žiadne posvätné pamiatky. Atmosféra je tu uvoľnená a svieža, platí tu menej zákazov. Tel Aviv je miestom, kde turisti prichádzajú tráviť klasickú pobytovú dovolenku, oddychovať na pláži, baviť sa a spoznávať mesto. Veľa Európanov sem prichádza v zime tráviť slnečný víkend, na základe výhodných ponúk aerolínií.

Najväčšie mesto Izraela Tel Aviv reprezentuje modernú stránku židovského štátu, je to moderné komerčné a kultúrne centrum. Zároveň je to letovisko na pobreží Stredozemného mora s množstvom piesočnatých pláží lemovaných kaviarňami, barmi a obchodmi. Populárne sú nočné kluby, ktoré patria medzi najvyhľadávanejšie na Blízkom východe. Ďalej od pobrežia sa nájdu bulváry plné paliem, ktoré sú ohraničené elegantnými budovami postavenými v architektonickom štýle Bauhaus (budovy postavené v tridsiatych a štyridsiatich rokoch 20. storočia väčšinou emigrantmi z Európy, prevažne z Nemecka, ktoré je kolískou tohto štýlu, jednoduchosť a funkčnosť štýlu architekti harmonizovali a zlučovali s umením a modernými technológiami). Toto všetko sa začalo vytvárať od roku 1909, kedy Židovský národný fond kúpil časť zeme, obklopenej piesočnými dunami, nachádzajúcej sa severne od starobylého arabského prístavu Jaffa. Potom sa tu začala výstavba nového mesta Tel Aviv tzv. „Jarný pahorok“. V roku 2003 bol Tel Aviv vďaka bohatému dedičstvu Bauhausu označený za Biele mesto Stredomoria a zapísaný do zoznamu svetového kultúrneho a prírodného dedičstva UNESCO. Pozoruhodných miest v tomto meste je viacero. Patrí k nim Múzeum židovského ľudu, ktoré bolo otvorené v roku 1978. Nestretáme sa tu s historickými predmetmi, ale s interaktívnymi obrazovkami a krátkymi filmami, ktoré nám umožňujú porozumieť jednotlivým stránkam rozptýlenia židovského národa po svete a vplyv židovského umenia na iné kultúry. Múzeum Erec Izrael, ktoré približuje geopolitickú históriu a kultúru Izraela. Telavivské múzeum umenia reprezentujúce moderné umenie. Telavivský Starý prístav (Nahal), ktorý sa rozrástol v roku 1936 tam, kde sa rieka Jordán vlieva do Stredozemného mora. Vybudovaný bol preto, aby sa zmenšila závislosť židovského obyvateľstva na arabskom prístave Jaffa. V 60. rokoch na čas prestal pracovať, neskôr bol však opäť zaradený do prevádzky. Dnes je tu rušné miesto plné barov, reštaurácií, obchodov a nočných klubov. Pobrežná promenáda je pláž s bielym pieskom rozkladajúca sa v centre Tel Aviv, za ňou sa nachádza veľa moderných hotelov a obytných domov v štýle ako v Miami. Hlavná mestská obchodná ulica – Dizengoffova ulica je významným lákadlom pre návštevníkov Tel Avivu.

Rabínovo námestie – veľké obdĺžnikové námestie pomenované podľa zavraždeného izraelského premiéra Jicchaka Rabina v roku 1995 (ARTIDO-GERALD 2010: 168 – 171).

Jaffa - v blízkosti Tel Avivu, presnejšie na juh od neho sa nachádza bývalý hlavný a najjužnejší prístav Stredozemného mora - Jaffa. V súčasnosti sa v tomto malebnom prevažne arabskom mestečku žiadna väčšia premávka nekoná, stále je však zaujímavou lokalitou pre turistov, a to hlavne Stará Jaffa. Pre turistov zaujímavých sa o časť histórie bude Jaffa pravým miestom na návštevu. Je jedným z najstarších miest na svete ponorených do biblických príbehov a mytológie. Na druhej strane toto mesto ponúka dobrý nočný život s množstvom barov a nočných klubov otvorených do skorých ranných hodín (BRYANT 2010:63).

Približne 35 km od Tel Avivu sa nachádza sa nachádza **Netanya** – jedno z najvyhľadávanejších letovísk Izraela. Nachádzajú sa tu nádherné piesočné pláže s dĺžkou približne 11 km, ktoré sú považované za najlepšie piesočné pláže v Izraeli. Ďalej zaujmú výťahy, ktoré zvezú turistov priamo na pláž, nekonečné promenády, divoké útesy, unikátne prírodné rezervácie a zelené parky. Je to rezort, ktorý ponúka mnoho zábavy, je tu množstvo kaviarní, reštaurácií, nákupných centier, trhov, divadiel a galérií. Prevažná väčšina hotelov je v štýle 70. rokov (Netanya 2008: <<http://www.gonetanya.com/netanya.aspx>>).

6.5 Galilea a Golanské výšiny

Galilea v sebe spája duchovné bohatstvo, významné dejiny a očarujúcu krajinu. Patrí k veľmi vyhľadávaným izraelským miestam, vo veľkom počte sem prichádzajú domáci Izraelčania ako aj zahraniční turisti. Milovníkov histórie a náboženstva zaujmú miesta na ktorých žil Ježiš, kde vykonával niektoré zo svojich zázrakov. Najzaujímavejšie sú staroveké synagógy, dochované mozaiky, kostoly, archeologické lokality z rímskych, islamských, osmanských a križiackych období. Veľkým ťahačom sú vykopávky starovekých miest Cipóri a Bejt Še'an. Táto oblasť má nádhernú prírodu, je vhodná na turistiku, vodné športy alebo jazdu na koni. Dá sa kempovať na brehoch Galilejského jazera, alebo sa možno ubytovať v kibucoch. Galilea je rozdelená na dolnú a hornú Galileu. Dolná Galilea zahŕňa Nazaret, Bejt Še'an, Tiberias a Galilejské jazero. Do Hornej Galiley spadá Safed (THOMAS a kol. 2010:244).

Nazaret je najväčším arabským mestom v Izraeli rozkladajúcim sa na svahoch, vrchoch a v okolí niekoľkých kopcov spoločne tvoriacich posledný úsek Galilejského pohoria. Nazaret už takmer po dobu 2000 rokov láka mnoho pútnikov z celého sveta, pretože je známy ako miesto, kde svoje detstvo strávil Ježiš Kristus. V Starom meste Nazaretu nájdeme množstvo historických a náboženských pamiatok. Medzi najzaujímavejšie patria Bazilika Zvestovania, ktorá je najväčším kostolom na Blízkom východe a jedným z najposvätejších kresťanských miest, Kostol sv. Jozefa, Gréckokatolícka synagóga, Kostol sv. Gabriela (WILSONOVÁ 2009:256 – 260).

Tiberias - mesto Tiberias, známe tiež ako Tiberiada, je obchodným, kultúrnym a spoločenským centrom východnej Galilei, niektorými ľuďmi označované ako hlavné mesto oblasti. Je pomenované podľa druhého rímskeho cisára Tiberia. Má výhodnú polohu na západnom brehu Galilejského jazera. V posledných rokoch sa z neho stáva elegantné a moderné regionálne stredisko s plážami lákajúcimi náročných zahraničných klientov. V súčasnosti sa tu výrazne zlepšili ubytovacie a stravovacie služby oproti minulým rokom. O pútnické výpravy tu nikdy nebola núdza, dnes sa však turisti vďaka novšiemu a krajšiemu prostrediu a pekným plážam zdržujú dlhšie. Veľké množstvo zábavných podnikov a barov láka v čase letných prázdnin izraelskú mládež, atmosféra je tu teda pomerne rušná. Zaujímavý je protiklad pútnikov a zabávajúcej sa mládeže, ktorí spolu v celku vychádzajú dobre. Toto mesto pútnikov a piva profituje zo svojej dvojakej popularity. Pozoruhodnými miestami sú Hroby, ktorými sú pokryté okolité kopce, sú to hroby mocných a bohatých ľudí, ktorí spoluurčovali osud židovského národa v priebehu 2. a 3. storočia n. l. Ďalej Križiacky hrad z 12. storočia n. l., Františkánsky kláštor sv. Petra, Kúpeľné centrum Tiberias Hot Springs – vyhlásené a vyhľadávané termálne kúpele. Z pláží je najlepšia Gai Beach, kde sa nachádza tiež aquacentrum Gai beach Water Park (WILSONOVÁ 2009:267 – 276).

Galilejské jazero (Kineretské more) - brehy Galilejského jazera sú tým čo turistov najviac láka do tejto oblasti. Nachádza sa tu množstvo malých kostolov lemujúcich jeho okraj a pripomínajúcich významné udalosti z počiatku nášho letopočtu. Dlhé roky sem prichádza množstvo kresťanských pútnikov s cieľom, aby si prešliadli časť Svätej zeme. Veľa turistov sa tu zdržuje hlavne v lete. Zaujímavými miestami sú Múzeum Galiley, Tabgha a kostol Nasýtenia piatich tisícov – Ježiš tu predviedol svoj zázrak, kedy z piatich bochníkov chleba dokázal nasýtiť početné zástupy ľudí, Hora Blahoslávania, Národný park Chorazin. Najväčším miestnym lákadlom pre rodiny a teenagerov sú početné

pláže ako napr. pláž Tamar, pláž Dugit – hneď vedľa aquaparku Luna Gal, pláž Ein Gev (WILSONOVÁ 2009:276 – 282).

Safed - toto posvätné židovské mesto je dávno opustenou križiackou pevnosťou s poukazujúcou na dlhú históriu tejto časti krajiny, významnú úlohu zohrala pri vytváraní identity moderného Izraela. Safed nazývaný tiež „Tajomné mesto“ sa rozkladá na svahoch hôr v Hornej Galilei. Safedské Staré mesto ukrýva starodávne synagógy, moderné kaviarne, reštaurácie a galérie. Je považovaný za jedno zo štyroch posvätných centier judaizmu popri Jeruzaleme, Tiberias a Hebrone. Toto mesto je vyhľadávanou turistickou destináciou. Z početných synagóg zaujme najmä Synagóga Jozefa Kara, Synagóga Josefa Banaana alebo Abuhavova synagóga. Múzeum Bejt Hameiri podáva pohľad na tradičnú výrobu ovčieho syra. Ďalej zaujme Umelecká kolónia – spleť úzkych uličiek lemovaných starobylými kamennými domami, Starý cintorín alebo Križiacky hrad (WILSONOVÁ 2009:292 – 302).

Golanské výšiny - tieto výšiny tvoria jednu z najzaujímavejších oblastí Izraela. Oblasť je z väčšej časti náhornou plošinou v nadmorskej výške 1000 metrov. Jej rozloha je 1150 km², zasahuje do juhozápadnej Sýrie a južnej časti Libanonu. Golanským výšinám dominuje pohorie Hermon (2814 m), známe ako lyžiarske stredisko. Neprehliadnuteľná je zachovalá stredoveká pevnosť Ka alat Namrud. Pohorie Hemron a jeho okolie sú vhodné na pešie výlety, známa prechádzka je v údolí potoka Nahal Gubta. Zaujmu tiež sopečné lávové prepahliny ako napr. Jobat el Kabira, alebo Birkat Ram, vodopád Deborah Waterfall. Centrálna časť Golanských výšin je rajom pre trekking. Návštevníci sa vydávajú do okolia najznámejších prameňov a riek – Nahal Zavitan, Nahal Yahudia, Nahal Meshushim. Prírodná rezervácia Yahudiya Forest Nature Reserve ponúka horskú prírodu, strmé údolia a krásne výhľady. Rieka Jordán je vhodná na raftovanie (PAULÍK 2006: 79-81).

6.6 Negevská oblasť a pobrežie Červeného mora

Tam kde sa končí Mŕtve more začína Negevská púšť. Negev sa nezdá byť príliš významnou oblasťou, prechádza sa ním prakticky iba pri cestách do najjužnejšieho cípu Izraela do Eilat. Táto oblasť zaberá takmer tretinu plochy celého Izraela. Teda siaha od úplného juhu takmer až k Jeruzalemu. Jediným najväčším mestom je Beer Sheva. Táto kamenistá a piesočnatá oblasť ukrýva však svoje krásy, nie je úplne mŕtva, život tu

predstavujú nebezpečné hady a škorpióny, niekde sa vyskytujú osady Beduínov. Cez púšť vedú dve cesty, jedna je pri jordánskych hraniciach a druhá vedie cez Beer Shevu. Územie Negevu zahŕňa tri veľké kaňony. Najväčším a najlepšie prístupným je Maktesh Ramon. Ostatné dva sú Maktesh HaQatan a Maktesh HaGadol tzv. Veľký a Malý kaňon. V Negevskej oblasti sa tiež nachádza púštne mesto Arad ležiace na hlavnej ceste spájajúcej Beer Shevu s Mŕtvym morom. V tomto meste sa dá zohnať lacné ubytovanie a jedlo. Funguje tu centrum pre návštevníkov s ukázkami miestnych archeologických nálezov a známa je jazdecká škola (PAULÍK 2006: 139 a 142).

Hlavné mesto Negevskej oblasti a zároveň štvrté najväčšie mesto Izraela, Beer Sheva je veľká, živá, priemyselná kolónia prevažne židovská, zároveň sa tu nachádza aj veľká populácia Beduínov. Zaujímavá je beduínska tržnica s rôznymi tovarmi, Abraháмова studňa, Negevské múzeum a Národný park Tel BeerSheeva. Na juhu od Beer Shevy sa nachádza Avdat, staroveká kolónia národu Nabatejcov (obchodníci obývajúci púšť od týchto miest až po Arabský polostrov. Púštne mesto Mitzpe Ramon 20km južne od Aradu leží na okraji kaňonu Maktesh Ramon. Naskytajú sa tu krásne výhľady do diaľky a množstvo turistických trás. Riedko osídlená púšť Arava tiahnuca sa od Mŕtveho k Červenému moru ukrýva Národný park Timna s najstarším dolom na ťažbu medi na svete, Prírodnú rezerváciu Jotvata Hai-Bar zriadenú na ochranu a chov divých zvierat a ohrozených druhov (BRYANT 2010:90 - 92).

Eilat - turisti, ktorí prichádzajú do Izraela za vidinou oddychu, rekreácie, mora, slnka a ničnerobenia určite smerujú do Eilat. Mesto s 20 000 obyvateľmi ponúka napriek malej rozlohe veľa luxusných hotelov lemujúcich prístav plný jacht a lodí so skleneným dnom. Veľmi rýchlo sa premenil na turistické stredisko miestami dosť preľudnené. Patrí medzi najteplejšie miesta v Izraeli a Červené more má osviežujúcu teplotu po celý rok. Turistov lákajú tiež púštne hory a kaňony. V Eilate sa nachádza aj koralový útes. Ďalšími zaujímavosťami sú Podvodné pozorovanie morského parku, Útes delfínov, Prírodná rezervácia Coral Beach – najlepšia pláž v Eilate, ďalšie pekné pláže sú North beach, Village Beach. Za pozornosť určite stojí biblický Disneyland King's City – zábavný park Blízkeho východu a Ice Space – čo je okolo 150 ton ľadu premenených na rôzne sochárske diela, sú tu ľadové medvede, tučniaky, a k dispozícii je tiež ľadový bar a ľadová jaskyňa s teplotami -7 °C. Populárne sú jazdy loďou, šnorchovanie, vodné lyžovanie, parasailing a púštne túry (THOMAS a kol. 2010: 365 – 369).

Sinaj a Petra - mnohí turisti návštevu Izraela spájajú tiež s cestovaním do okolitých štátov na jednodňové výlety. Dokonca i viaceré slovenské cestovné kancelárie

ponúkajú zájazd Jordánsko – Izrael – Egypt. Návštevníci sa vydávajú z Izraela na výlety najmä do Jordánska (Petra) alebo Egypta (Sinaj).

Návšteva Jordánska je zaujímavým spretrením cestovania po Izraeli. Je úplne bežné cestovať odtiaľto na 1-2 - dňové výlety do Petry, keďže obe krajiny majú medzi sebou pomerne dobré vzťahy. Víza sa kupujú na hraniciach. Do mesta sa vstupuje skalným kaňonom Siq, ktorý vedie k monumentálnej stavbe Pokladnica. Dominantou mesta je rímsky amfiteáter pre 7000 ľudí, zaujme tiež najväčší ľudmi vytvorený monument v Petre Kláštor - Ad – deir (PAULÍK 2006: 147 – 149).

Po podpísaní mierovej zmluvy medzi Izraelom a Egyptom púšť po ktorej putoval Mojžiš sa opäť stala súčasťou Egypta. Dnes môžu turisti cestovať do Sinaja sami alebo využiť ponuku cestovných kancelárií. Turisti egyptské víza nepotrebujú, stačí špeciálne povolenie vydané egyptským konzulátom v Eilate. Najčastejšie sa návštevníci vydávajú na horu Sinaj, alebo do kláštora sv. Kataríny. Mnohí sem cestujú za lacnou rekreáciou na brehu Červeného mora, kde sa ponúka veľa rekreačných komplexov za značne nižšie ceny ako v Izraeli (PAULÍK 2006:159).

7 ANALÝZA PROSTREDIA CESTOVNÉHO RUCHU IZRAELA

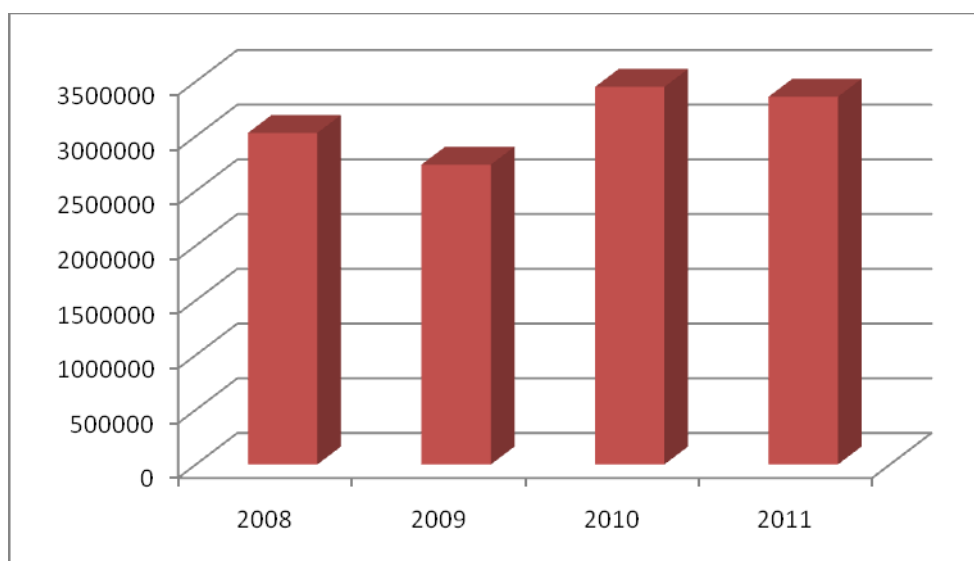
7.1 Cestovný ruch Izraela

Cestovný ruch tejto malej krajiny nachádzajúcej sa na Blízkom východe je lákavý najmä pamiatkami z histórie a posvätnými miestami, je to tiež to pravé miesto na trávenie klasickej letnej dovolenky, ako aj individuálne cestovanie naprieč krajinou. Najviac navštevovaných turistických cieľov v Izraeli je viacero. V prvom rade je to hlavné mesto Jeruzalem ukrývajúce mnoho skvostov a pokladov, ktorými sú Múr nárekov, Skalný dóm, Chrám Božieho hrobu, Olivová hora, Via Dolorosa, Sion, Getsemanská záhrada, Staré mesto a Damašská brána. Za pozornosť určite tiež stojí Západný breh - Jericho, Betlehem, Nazaret, pobrežie Mŕtveho, Stredozemného a Červeného mora, Golanské výšiny a najväčšie mesto štátu Tel Aviv. Cestovný ruch je veľmi dôležitým zdrojom ekonomiky pre štát. Počas uplynulých niekoľko rokov sa cestovný ruch v krajine výrazne zlepšil, konkrétnejšie od roku 2006, kedy sa skončila Libanonská vojna a viaceré nepokoje sužujúce krajinu. Cestovný ruch bol teda v minulosti ohrozovaný bezpečnostnými problémami, situácia sa však v priebehu rokov ustálila. Začalo sem cestovať podstatne viac turistov ako v predošlých rokoch. Toto zlepšenie zodpovedá väčšiemu nárastu ponuky zájazdov do tejto krajiny. Veľký počet turistov tvorí domáce obyvateľstvo, ktoré cestuje naprieč krajinou. Výrazný podiel na cestovnom ruchu Izraela majú tiež zahraniční turisti.

7.1.1 Celková účasť na cestovnom ruchu Izraela

Webová stránka centrálného štatistického úradu v Izraeli udáva celkový počet všetkých turistov v Izraeli od roku 1998 až po súčasnosť. V rokoch 1998 – 2000 sa počet turistov v Izraeli pohyboval okolo 2 – 2,5 milióna turistov za rok. Situácia sa zmenila keď nastali v krajine nepokoje, čiže v rokoch 2001 – 2006 počet turistov v Izraeli výrazne klesol, ročne navštívilo Izrael v priemere 1 – 1,8 milióna turistov. Najkrízovejším z hľadiska turizmu bol pre Izrael rok 2002, čo možno pripísať teroristickým útokom z 11.9. 2001 v Spojených štátoch amerických. Od roka 2007 začal počet turistov výrazne stúpať, pričom už v roku 2008 Izrael navštívilo 3,03 milióna turistov. Rok 2009 znamenal pre cestovný ruch Izraela 2,74 milióna turistov, teda mierny pokles oproti predošlému roku, čo mohlo byť spôsobené svetovou ekonomickou krízou, ktorá vypukla v roku 2008.

Graf 1 Počet turistov v Izraeli v rokoch 2008 – 2011



Zdroj: spracované podľa Centrálného štatistického úradu Izraela. In *Central Bureau of statistics* [online]. 2012. [cit. 2012-04-04]. Dostupné na internete: <http://www.cbs.gov.il/www/yarhon/e1_e.htm>

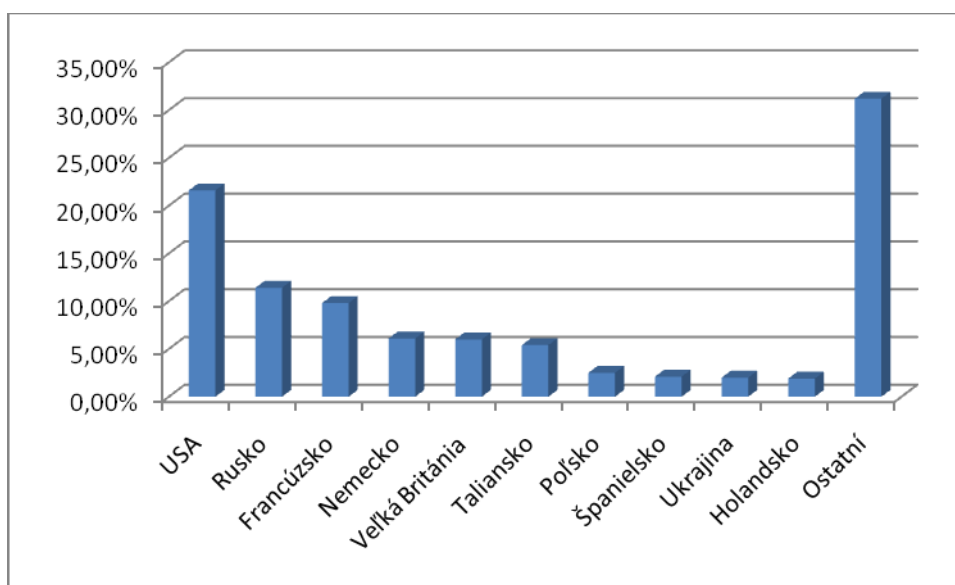
Štatistiky z roku 2010 naznačujú, že Izrael prilákal v tejto sezóne 3,45 milióna turistov, čo znamenalo 26 - percentný nárast oproti predošlému roku. Tieto štatistiky teda naznačovali priaznivé vyhliadky pre nasledujúcu sezónu podľa izraelského ministra pre cestovný ruch, ktorý tvrdil, že posvätné miesta a nádherné stredozemské pláže len tak ľahko neprestanú lákať turistov. Zahraniční turisti prispeli do národného hospodárstva čiastkou viac ako štyri miliardy dolárov, čo bolo o miliardu dolárov viac ako v minulom roku. V roku 2010 navštívilo 40 percent z celkového počtu turistov v Izraeli posvätné miesta, zatiaľ čo 15 percent z celkového počtu návštevníkov strávilo v krajine klasickú prímorskú dovolenku. Najnavštevovanejším miestom sa stal v spomínanom roku Múr nárekov s 80 percentami, Židovská štvrť v Jeruzaleme so 73 percentami, Chrám Božieho hrobu získal 61 – percentnú návštevnosť, Via Dolorosa 60 percent a Olivová hora 55 percent. Cestovným ruchom sa v krajine Izrael zaoberá vláda a Izraelské ministerstvo pre cestovný ruch (Voyage magazin 2011: <<http://www.voyagemagazin.sk/2011/06/izrael-turizmus-dosahuje-vrcholy-vdaka-politickej-burke-v-arabskych-krajinach/>>).

Ako už bolo spomínané, všetky štatistiky týkajúce sa cestovného ruchu uvádza Centrálny štatistický úrad Izraela. Štatistiky z oblasti cestovného ruchu v Izraeli z roka 2011 v čase písania diplomovej práce neboli ešte vo veľkej miere spracované. Centrálny štatistický úrad v Izraeli udával celkový počet návštevníkov cestového ruchu zo sezóny

2011 číslom 3,36 milióna turistov, čo znamenalo iba mierny pokles oproti roku 2010. Tento mierny pokles môžeme vysvetliť znížením počtu turistov v Egypte kvôli nepokojom v krajine, keďže práve z Egypta každoročne prichádzali do Izraela turisti na jednodňové výlety.

Najviac zahraničných turistov, ktorí prichádzajú do Izraela sem cestujú najmä zo Spojených štátov amerických, a to až 21,6%. Tento fakt môže nasvedčovať tomu, že v Spojených štátoch amerických žije veľmi veľa Židov, a preto cestujú do Svätej Zeme, ktorá je jediným židovským štátom na svete. Izrael je tiež obľúbenou destináciou pre Rusov, u ktorých návštevnosť Izraela tvorí 11,4%. Ďalej sú to Francúzi 9,8%, Nemci 6,1% Briti 6%, Taliani 5,4%, Poliaci 2,5%, Španieli 2,1%, Ukrajinci 2%, Holanďania 1,9 %. Tento konkrétny percentuálny podiel jednotlivých krajín je za rok 2010. V čase písania diplomovej údaje za rok 2011 neboli ešte spracované.

Graf 2 Počet turistov v Izraeli z hľadiska jednotlivých krajín



Zdroj: spracované podľa Centrálného štatistického úradu Izraela. In *Central Bureau of statistics* [online]. 2012. [cit. 2012-04-04]. Dostupné na internete: <http://www.cbs.gov.il/shnaton62/st23_05.pdf>

7.1.2 Účasť slovenských turistov na cestovnom ruchu Izraela

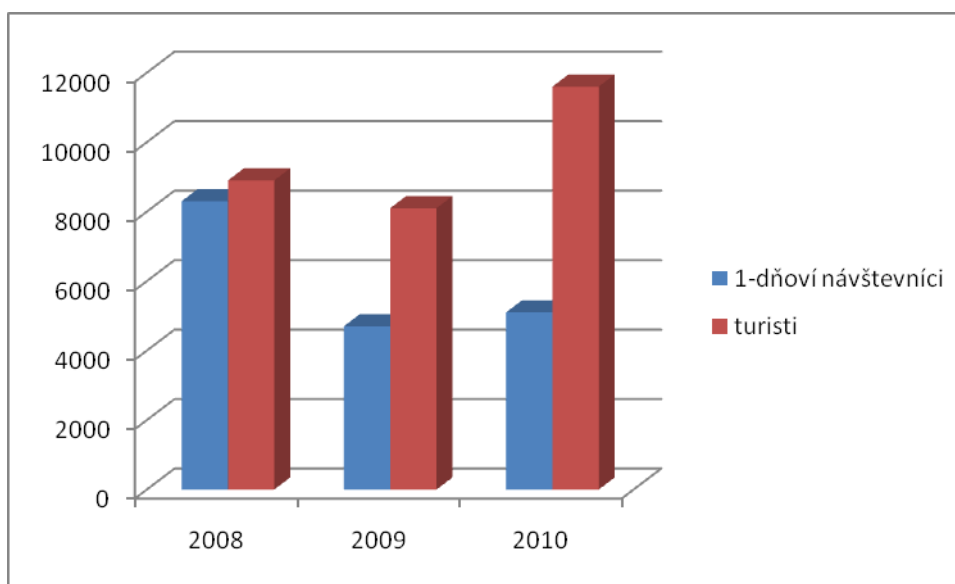
Taktiež obyvatelia Slovenska sa už presvedčili o tom, že Izrael je zaujímavou destináciou, do ktorej sa oplatí cestovať a spoznať tu množstvo zaujímavých turistických

cieľov. Turistický potenciál tento malý štát, je však treba začať investovať viac do cestovného ruchu.

Izraelské ministerstvo pre cestovný ruch uvádza, že na jedného Slováka, ktorý zavíta do Izraela, príde do Slovenskej republiky viac ako dvadsať Izraelčanov. Izraelské ministerstvo cestovného ruchu ďalej tvrdí, že nadišiel čas investovať na Slovensku. Počet turistov zo Slovenska, ktorý ročne navštívia Izrael je v priemere pätnásťtisíc. Sú to zväčša pútnici, ktorí navštevujú posvätné miesta. V budúcnosti sa očakáva oveľa vyššia návštevnosť zo strany slovenských turistov, preto treba aktívne začať spolupracovať s touroperátormi. Každoročne sa na medzinárodnom veľtrhu cestovného ruchu ITF Slovakiatour zúčastňuje aj Izrael, i keď len v malom zastúpení. Prostredníctvom niekoľkých prezentácií Izraela na Slovensku, vznikla snaha predstaviť celkový turistický potenciál krajiny a pritiahnúť tak pozornosť slovenských cestovných kancelárií. Mnohé cestovné kancelárie na Slovensku prenikli na izraelský trh, pre väčšinu je to však stále nový trh. Cieľové miesto treba zmeniť na produkt, teda určitý profit pre cestovnú kanceláriu. Účinnejšia propagácia Izraela na Slovensku by nastala ak by boli klasické zájazdy obohatené a špeciálny produkt v prospech Izraela. K väčšej informovanosti o nami spomínanej destinácii by mohli prispieť brožúry v slovenskom jazyku, ktoré by mali byť k dispozícii pre cestovné kancelárie (SME denník 2010: <<http://ekonomika.sme.sk/c/5206954/izrael-nastal-cas-investovat-na-slovensku.html#ixzz1672x7t9q>>).

Slovenskí turisti v Izraeli tvoria ročne približne 0,4% z celkového počtu turistov. V roku 2008 navštívilo Izrael celkovo 17,2 tisíc obyvateľov zo Slovenska, pričom 8,3 tisíc tvorili 1-dňoví návštevníci a 8,9 tisíc tvorili turisti. V roku 2009 pricestovalo do Izraela celkovo 12,8 tisíc cestujúcich zo Slovenska, bol to teda celkom výrazný pokles oproti predošlému roku, čo môže opäť vysvetľovať začiatok ekonomickej krízy vo svete z roku 2008. 1- dňoví návštevníci predstavovali 4,7 príchodov, a turisti 8,1 tisíc. V roku 2010 došlo k opätovnému nárastu, pricestovalo sem celkovo 16,7 tisíc cestujúcich zo Slovenska, pričom 5,1 tisíc tvorili 1-dňoví návštevníci a 11,6 tisíce tvorili turisti. Z uvedených údajov nám vyplýva, že ešte v roku 2008 bol pomer návštevníkov a turistov v celku vyrovnaný. V rokoch 2009 a 2010 počet turistov začal výraznejšie prevyšovať počet návštevníkov v Izraeli. V čase písania diplomovej práce údaje o počte slovenských turistov v Izraeli za rok 2011 neboli k dispozícii.

Graf 3 Počet slovenských turistov a návštevníkov v Izraeli



Zdroj: spracované podľa Centrálného štatistického úradu Izraela. In *Central Bureau of statistics* [online]. 2012. [cit. 2012-04-04]. Dostupné na internete: <http://www.cbs.gov.il/shnaton62/st23_05.pdf>

7.2 Analýza ponúkaných zájazdov do Izraela slovenskými cestovnými kancelárkami

V dnešnej dobe už viaceré cestovné kancelárie a agentúry na Slovensku ponúkajú zájazdy do Izraela. V práci sa sústreďujeme iba na analýzu ponúkaných zájazdov do Izraela cestovnými kancelárkami, nie cestovnými agentúrami. Slovenskými cestovnými kancelárkami ponúkajúcimi zájazdy do Izraela sú: CK Awertour, CK Awertravel, CK Bubo, CK Esotravel, CK Firotour, CK Kartagotours, CK Paxtour, CK Paxtravel, CK Satur, CK Seneca tours, CK Tipttravel, CK VV tours. Ponúkané zájazdy do Izraela sú väčšinou pútnické a poznávacie, v menšej miere oproti týmto sú to pobytové, pobytovo – poznávacie alebo kúpeľné zájazdy. CK Satur má už v ponuke i lodný zájazd do Stredomoria, kde je Izrael jednou zo zastávok. Mnohé zo spomínaných zájazdov sú kombinované taktiež so zájazdmi do okolitých štátov, najčastejšie je to Egypt a Jordánsko. Takéto zájazdy do Izraela organizované slovenskými cestovnými kancelárkami trvajú v priemere od 7 do 12 dní. Ceny zájazdov sa približne pohybujú od 600€ do 1400€.

Tabuľka 1 Zoznam slovenských cestovných kancelárii ponúkajúcich zájazdy do Izraela

Názov CK	Produkt a druh zájazdu	Zdroj
CK AWERTOUR	<p><u>pútnické zájazdy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrael – Petra (Jordánsko) ▪ Izrael ▪ Izrael – Sinaj ▪ Izrael – Veľkonočná púť ▪ Izrael – Egypt – Jordánsko ▪ Izrael- Za zdravím k Mŕtvemu moru ▪ Izrael – Kvetná nedeľa 	http://awertour.sk/
CK AWERTRAVEL	<p><u>pútnické zájazdy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Svätá Zem- Egypt – Hora Sinaj (s pobytom pri Červenom mori) ▪ Svätá Zem ▪ Izrael a Mŕtve more za zdravím poznáním a oddychom 	http://www.awertravel.sk/_new/index.php?idkateg=2
CK BUBO	<p><u>poznávacie zájazdy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrael, Palestína (Komfort) ▪ Z Damašku do Jeruzalema (Komfort) ▪ Jordánsko – Palestína - Izrael (Komfort) 	http://www.bubo.sk/poznavacie-zajazdy/izrael/
CK ESOTRAVEL	<p><u>pobytové zájazdy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrael- Mŕtve more, Ein Bokek Neve Zohar <p><u>poznávacie zájazdy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mŕtve more a metropola Izraela ▪ Veľký okruh po Izraeli 	http://www.exotika.sk/dovolena/izrael/zajezdy/
CK FIROTOUR	<p><u>poznávacie zájazdy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grandtour Izraelom ▪ Jeruzalem – letecké víkendy ▪ Stránky z Biblie 	http://www.fidotour.sk/vysledky-vyhľadavania.html?search=Izrael&tour

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klasický okruh po Svätej Zemi 	
CK KARTAGO TOURS	<u>poznávacie zájazdy</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Taba- Jordánsko- Izrael 	http://www.kartago.sk/zajazdy.jsp?fulltext_search=Izrael
CK PAXTOUR	<u>poznávacie a pútnické zájazdy</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrael – Svätá Zem ▪ Izrael + Sinaj ▪ Izrael a Mŕtve more ▪ Izrael ▪ Izrael – Egypt – Jordánsko ▪ Izrael a Petra ▪ Izrael a Jordánsko <u>kúpeľné pobyty</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrael–za zdravím k Mŕtvemu moru ▪ Izrael, Ein Bokek <u>pobytové zájazdy</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Taba – Jordánsko – Izrael ▪ Izrael, Neve Zohar ▪ Izrael, Ein Bokek <u>pobytovo-poznávacie zájazdy</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrael s pobytom pri mori v Tabe <u>poznávacie, exotické zájazdy</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrael, Palestína ▪ Mŕtve more a metropola Izraela ▪ Jordánsko, Palestína, Izrael ▪ Veľký okruh po Izraeli ▪ Z Damašku do Jeruzalemu 	http://www.paxtour.sk/Vyhľadavanie/?Skip=10&id_Stat=77
CK PAXTRAVEL	<u>poznávacie zájazdy</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrael- Svätá Zem 	http://www.paxtravel.sk/pobytove-zajazdy

CK SATUR	<p><u>poznávacie zájazdy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Okruh Egypt-Izrael (Tváre Izraela) ▪ Egypt- Jordánsko- Izrael (Blízky východ) <p><u>lodné zájazdy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Výletná loď Costa Pacifica (Grécko, Taliansko, Egypt, Turecko, Izrael) ▪ Výletná loď Costa Mediterranea (Grécko, Taliansko, Egypt, Turecko Izrael) 	<p>http://www.satur.sk/vyhľadavanie?fulltext=Izrael&krajina=izrael</p>
CK SENECA TOURS	<p><u>pútnické zájazdy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrael a Petra ▪ Izrael ▪ Izrael a Sinaj ▪ Izrael a Mŕtve more <p><u>poznávacie zájazdy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ To najlepšie z Izraela <p><u>pobytovo - poznávacie zájazdy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrael s pobytom pri mori v Tabe ▪ Izrael s pobytom pri mori V Netanyi ▪ Izrael s pobytom pri mori v Eilate 	<p>http://seneca.sk/katalog2012/SENECA-Izrael2012.pdf</p>
CK TIP TRAVEL	<p><u>pútnické zájazdy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrael a Petra 	<p>http://tiptravel.sk/zajazdy/putnicke/</p>
CK VV TOUR	<p><u>poznávacie a pútnické zájazdy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrael – Svätá Zem ▪ Izrael + Sinaj 	<p>http://www.vvtour.sk/Vyhľadavanie/?id_Stat=77</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrael a Mŕtve more ▪ Izrael ▪ Izrael – Egypt – Jordánsko ▪ Izrael a Petra ▪ Izrael a Jordánsko <p><u>kúpeľné pobyty</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrael–za zdravím k Mŕtvemu moru ▪ Izrael, Ein Bokek <p><u>pobytové zájazdy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Taba – Jordánsko – Izrael ▪ Izrael, Neve Zohar ▪ Izrael, Ein Bokek <p><u>pobytovo-poznávacie zájazdy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrael s pobytom pri mori v Tabe <p><u>poznávacie, exotické zájazdy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrael, Palestína ▪ Mŕtve more a metropola Izraela ▪ Jordánsko, Palestína, Izrael ▪ Veľký okruh po Izraeli ▪ Z Damašku do Jeruzalemu 	
--	---	--

Zdroj: vlastné spracovanie (2012)

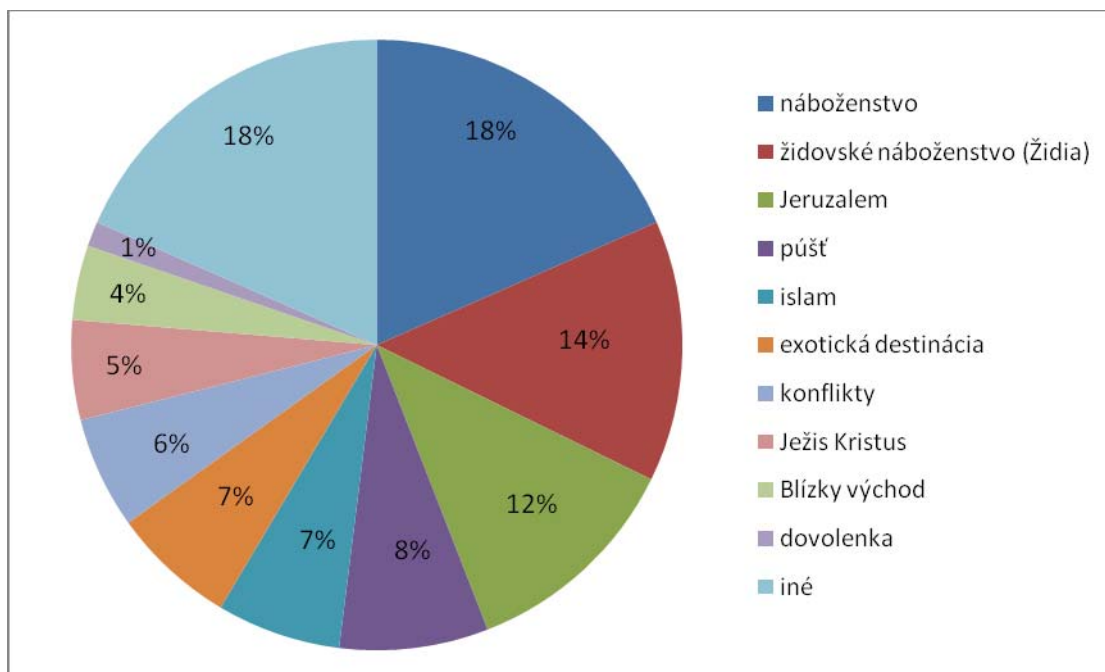
7.3 Dotazníkový prieskum zameraný na zistenie dopytu po destinácii Izrael

Na zistenie záujmu o krajinu Izrael ako potenciálne cieľové miesto v cestovnom ruchu a informácie o propagácii tejto krajiny na Slovensku z pohľadu slovenských účastníkov cestovného ruchu bol použitý dotazník. Prieskumu sa celkovo zúčastnilo 152 respondentov. Z celkového počtu 152 respondentov bolo 98 ženského pohlavia vo veku od 24 do 65 rokov, 54 respondentov bolo mužského pohlavia vo veku od 26 do 65 rokov. Dotazníkový prieskum pozostával z 13 otázok. Na 2 otázky bolo možné odpovedať otvorenou odpoveďou, ostatné otázky boli formulované prostredníctvom zvolenia konkrétnej možnosti, v niektorých otázkach bola na výber jedna možnosť, v iných viacero možností. Dotazníkový prieskum bol anonymný a jeho výsledky boli výlučne použité iba na účely diplomovej práce. V prílohách práce je zobrazený náhľad dotazníka.

7.3.1 Vyhodnotenie dotazníkového prieskumu

Prvá otázka dotazníka zisťovala, čo si predstavujú oslovení respondenti pod pojmom Izrael. Odpovede boli veľmi rôznorodé. Z celkového počtu 152 respondentov si 28 (18%) z nich spája Izrael s náboženstvom, 21(14%) respondentov si pod týmto pojmom predstavuje Židov a s nimi spojené židovské náboženstvo. 18 (12%) respondentov si predstaví Jeruzalem, 12 (8%) púšte, 10 (7%) islam. Rovnako 10 (7%) respondentov si tiež pri myšlienke na Izrael vybaví exotickú destináciu. 9 (6%) respondenti majú Izrael zafixovaný ako krajinu konfliktov. 8 (5%) z opýtaných respondentov si spája túto krajinu s Ježišom Kristom, 6 (4%) s Blízkym východom a dvaja (1%) s trávením dovolenky. Ostatných 28 (18%) respondentov odpovedalo rôzne, podľa niektorých z nich je Izrael iba rozvojovou krajinou, alebo štátom v Ázii. Pre iných je to zasa moderná, zelená krajina s bohatou kultúrou a množstvom tradícií, ktorá má čo ponúknuť. Tí, ktorí Izrael navštívili, odpovedali, že si ho spájajú s nádhernými spomienkami a opisujú ho ako krajinu, ktorá v každom človeku zanechá pocit aký v žiadnej inej krajine mať nebude. Z uvedených odpovedí teda vyplýva, že väčšina opýtaných respondentov si Izrael spája s náboženstvom.

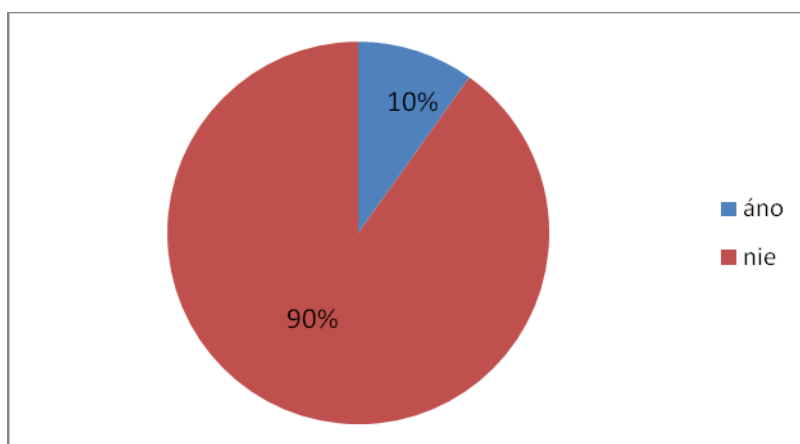
Graf 4 Prvé čo napadne respondentov pod pojmom Izrael



Zdroj: vlastné spracovanie (2012)

Druhá otázka bola zameraná na zistenie toho, či už daní respondenti niekedy navštívili Izrael. Zo 152 respondentov 15 z nich na túto otázku odpovedalo kladne, teda 10% z celkového počtu respondentov Izrael navštívilo. 137 (90%) z opýtaných respondentov Izrael nenavštívilo. Z tohto zistenia sa môžeme nazdávať, že Izrael je z pohľadu slovenských účastníkov cestovného ruchu destináciou ešte nie veľmi objavenou a obľúbenou.

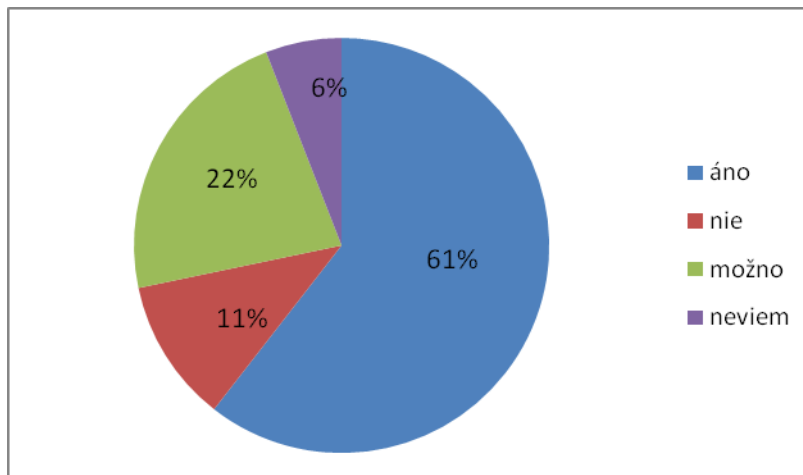
Graf 5 Návštevnosť Izraela z pohľadu opýtaných respondentov



Zdroj: vlastné spracovanie (2012)

Tretia otázka mala zistiť, koľkí z opýtaných respondentov by mali záujem navštíviť Izrael. Až 92 respondentov (61%) by malo záujem cestovať do Svätej zeme. 17 respondentov (11%) nemá záujem o návštevu Izraela. 34 (22%) z opýtaných odpovedalo na túto otázku možno. 9 respondentov (6%) si neboli istí, respektíve nevedeli, či by Izrael navštívili alebo nie.

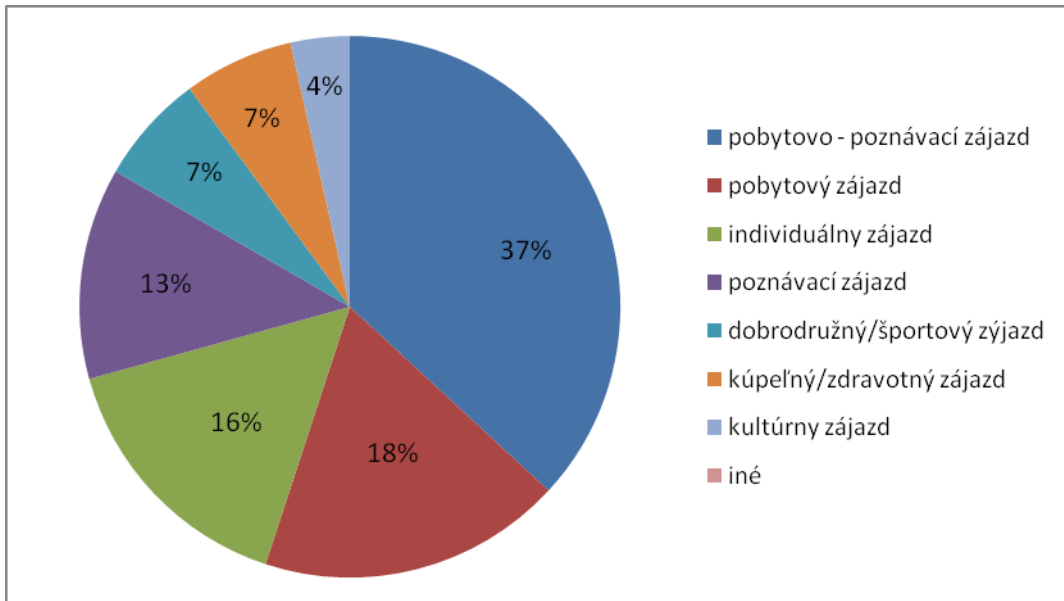
Graf 6 Záujem o návštevu Izraela



Zdroj: vlastné spracovanie (2012)

V štvrtej otázke, ktorá zisťovala, aký druh zájazdu by oslovení respondenti uprednostnili, bolo na výber viacero možností, čiže niektorí z respondentov zvolili jednu až sedem z možností. Z celkového počtu respondentov by 73 (37%) z nich volilo kombináciu pobytovo - poznávacieho zájazdu, 36 (18%) z nich by malo záujem o klasický pobytový/rekreačný zájazd, 31 (16%) respondentov by si zvolilo individuálny zájazd podľa vlastných kritérií, 25 (13%) respondentov by uprednostnilo poznávací zájazd. Menej z opýtaných by malo záujem o dobrodružný/ športový zájazd, konkrétne 13 (7%) respondentov, rovnako 13 (7%) odpovedí sa týkalo kúpeľného/zdravotného zájazdu a 7 (4%) kultúrneho zájazdu. Na výber bola tiež možnosť iné, nikto z opýtaných však túto možnosť nezvolil.

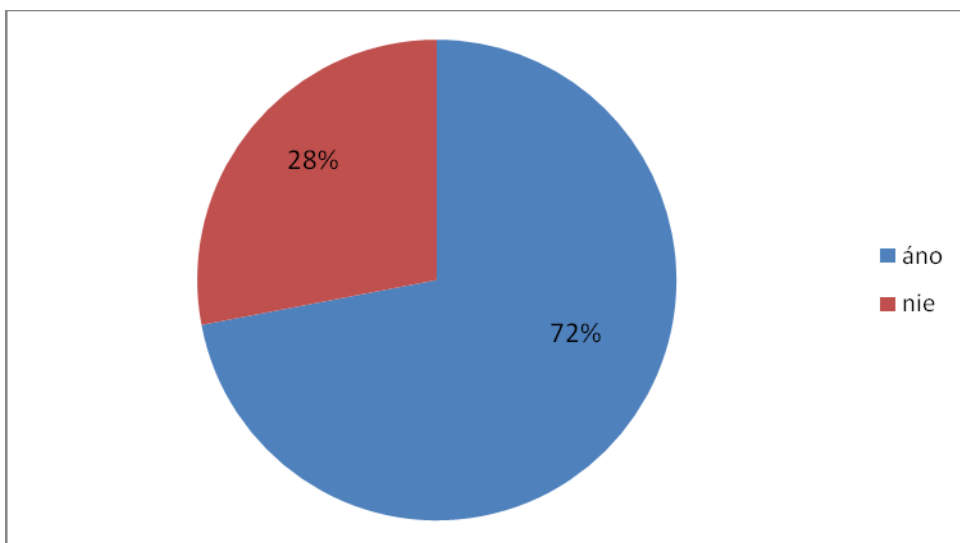
Graf 7 Druhy uprednostňovaných zájazdov



Zdroj: vlastné spracovanie (2012)

V piatej otázke mali oslovení respondenti odpovedať na to, či si myslia, že krajina Izrael má bohatú ponuku z hľadiska cestovného ruchu. Nadpolovičná väčšina, teda celkovo 108 (72%) z oslovených respondentov, si myslí, že krajina Izrael má čo ponúknuť v oblasti cestovného ruchu. 44 (28%) opýtaných si nemyslí, že Izrael je z hľadiska cestovného ruchu lákavý.

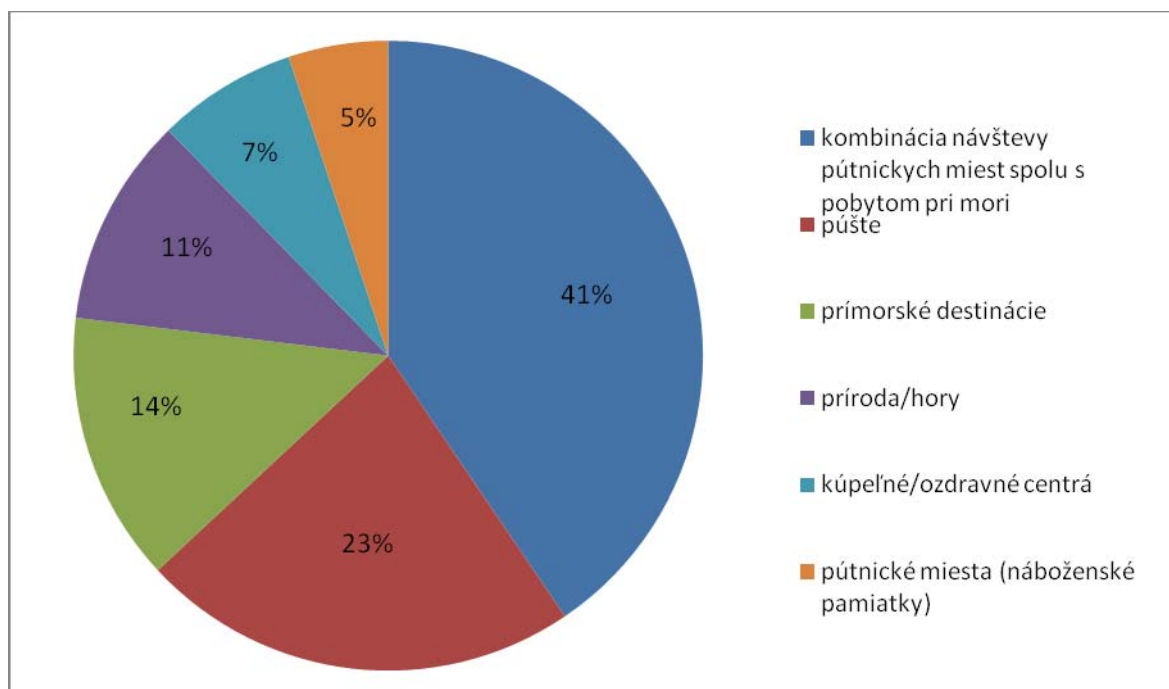
Graf 8 Názor respondentov o lákavosti ponuky Izraela v cestovnom ruchu



Zdroj: vlastné spracovanie (2012)

Úlohou šiestej otázky bolo zistiť, o čo by mali daní respondenti najväčší záujem v Izraeli navštíviť. Respondenti mohli opäť zvoliť jednu, alebo viacero možností. Väčšina účastníkov prieskumu t. j. 79 by v Izraeli volila kombináciu návštevy pútnických miest (náboženských pamiatok) spolu s pobytom pri mori. Druhým najväčším lákadlom z pohľadu oslovených respondentov boli izraelské púšte, celkovo 44 z nich by ich rado navštívilo. 27 účastníkov dotazníka by malo záujem o prímorské destinácie v Izraeli, teda trávenie klasickej pobytovej dovolenky v tejto krajine. 21 z opýtaných by sa chcelo pozrieť do izraelskej prírody a hôr. 14 respondentov by uprednostnilo kúpeľné/ozdravné centrá. Najmenej z opýtaných t. j. 10 by malo záujem čisto len o pútnické miesta.

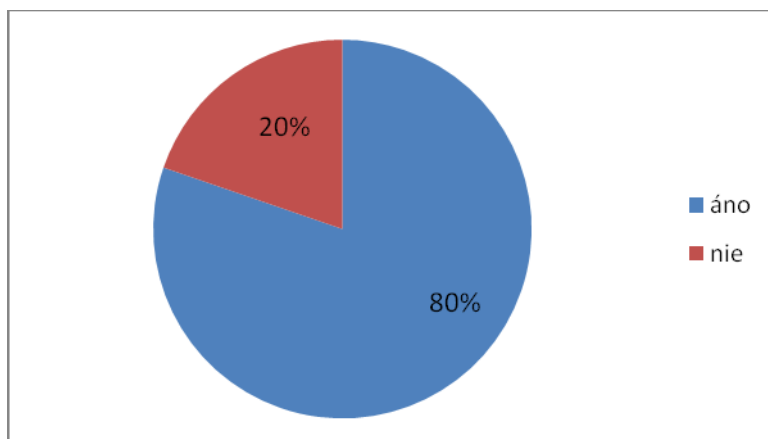
Graf 9 Miesta v Izraeli, ktoré by mali respondenti záujem navštíviť



Zdroj: vlastné spracovanie (2012)

V siedmej otázke mali respondenti vyjadriť, či myslia, že cestovný ruch Izraela je na Slovensku je dobre a dostatočne spropagovaný. Veľká väčšina opýtaných t. j. 122 (80%) odpovedala na túto otázku záporne, čiže si nemyslia, že propagácia cestovného ruchu Izraela na Slovensku je dostatočná. 30 respondentov (20%) odpovedalo na danú otázku kladne, čiže podľa nich je propagácia Izraela na Slovensku postačujúca.

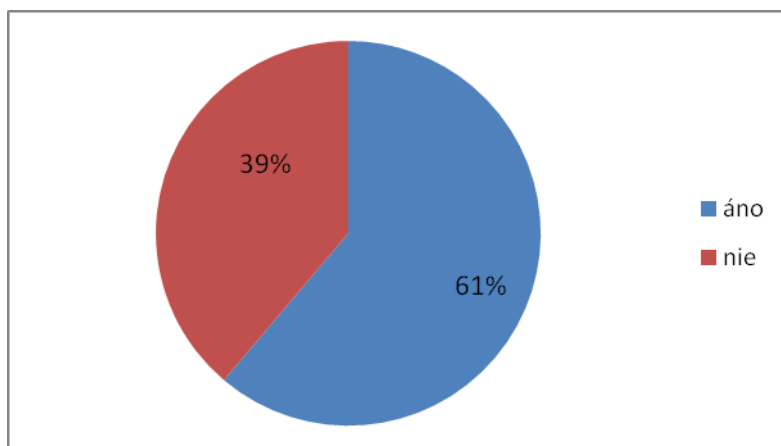
Graf 10 Názor respondentov na propagáciu Izraela na Slovensku



Zdroj: vlastné spracovanie (2012)

Otázka č. 8 zisťovala, či respondenti prieskumu vedeli, že v súčasnej dobe už viaceré slovenské cestovné kancelárie a agentúry ponúkajú zájazdy do Izraela. Prieskum ukázal, že 93 (61%) respondentov o tom vie, alebo respektíve tento fakt aspoň tuší. 59 (39%) účastníkov dotazníka nevie resp. netuší, že zájazdy do Izraela v súčasnosti už ponúkajú zájazdy do Izraela viaceré cestovné kancelárie a agentúry na Slovensku.

Graf 11 Znalosť respondentov o ponuke zájazdov do Izraela prostredníctvom slovenských CK a CA

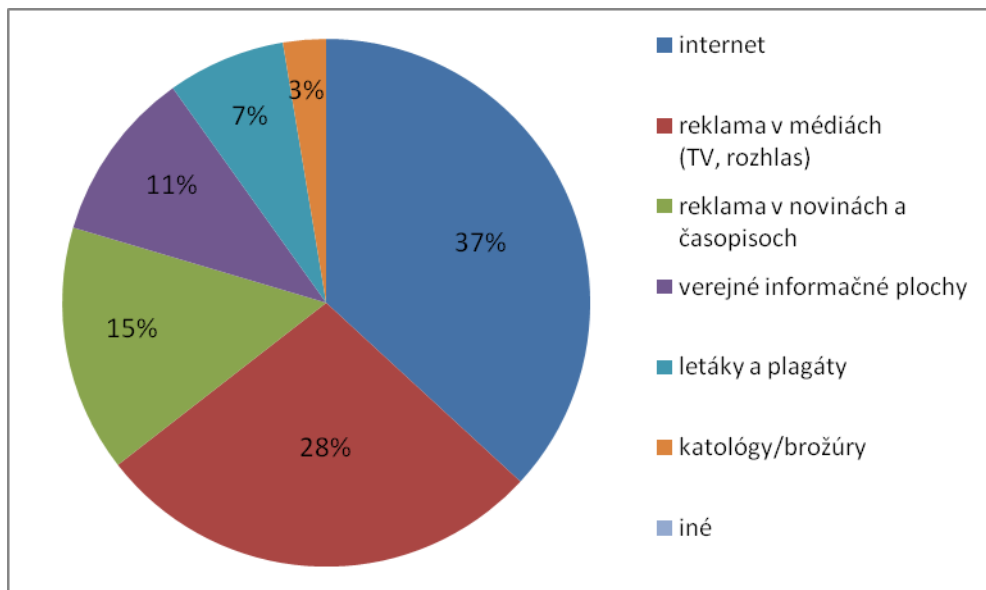


Zdroj: vlastné spracovanie (2012)

Deviata otázka bola zameraná zistenie, aká forma propagácie určitej destinácie by respondentov dotazníkového prieskumu zaujala. Najviac preferovanou propagáciou určitej destinácie je internet, túto možnosť zvolilo 56 (37%) respondentov. Propagáciu určitej destinácie prostredníctvom reklamy v novinách a časopisoch by uvítalo 42 (28%)

opýtaných. Reklama v televízii a rozhlase by zaujala 23 (15%) respondentov, reklama na verejných informačných plochách (tabule, billboardy) 16 (11%) respondentov, katalógy a brožúry by uprednostnili 11(7%) z opýtaných. Propagáciou, ktorá by najmenej oslovila daných respondentov bola propagácia prostredníctvom katalógov a brožúr, túto možnosť by volili iba 4 (3%) respondenti. Respondenti mali na výber tiež napísať iné druhy propagácie, ktoré by ich zaujali, nikto z nich však túto možnosť neuviedol.

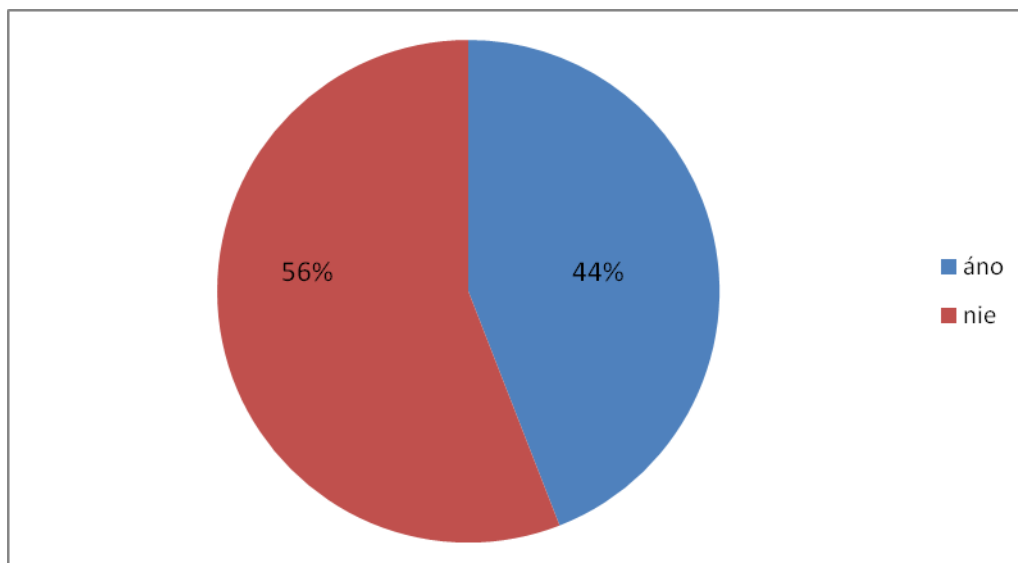
Graf 12 Forma propagácie určitej destinácie



Zdroj: vlastné spracovanie (2012)

Cieľom otázky č. 10 bolo zistiť, čo si myslia oslovení respondenti o konkurencieschopnosti Izraela v cestovnom ruchu v porovnaní s inými klasickými destináciami v cestovnom ruchu. 85 (56%) zo všetkých zúčastnených na dotazníku, si nemyslí, že konkurencieschopnosť Izraela je silná oproti obľúbeným destináciám cestovného ruchu, ako je z pohľadu slovenských účastníkov cestovného ruchu napr. Chorvátsko, Turecko, Grécko alebo Egypt. Zvyšných 67 (44%) respondentov si myslí, že konkurencieschopnosť Izraela oproti ostatným klasickým destináciám cestovného ruchu je silná.

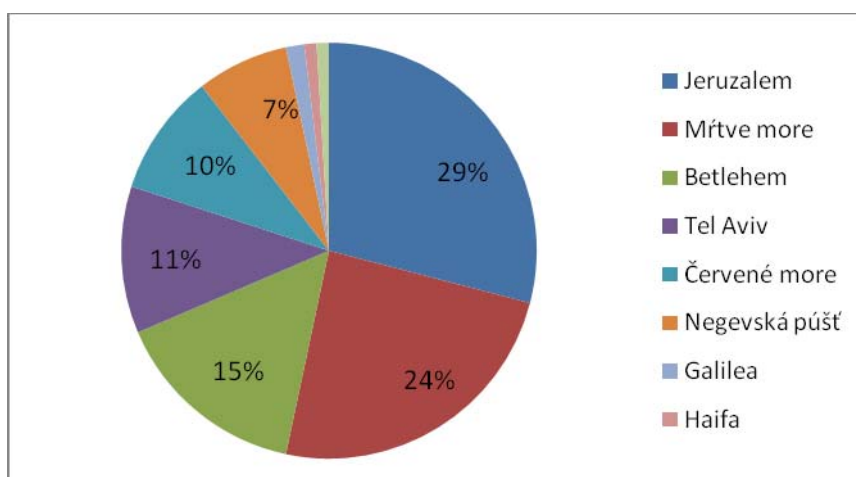
Graf 13 Konkurencieschopnosť Izraela v porovnaní s inými destináciami CR



Zdroj: vlastné spracovanie (2012)

V jedenástej otázke mali respondenti zvoliť pamiatky a miesta, ktoré podľa nich najviac priťahujú turistov v cestovnom ruchu Izraela. Účastníci dotazníka mohli opäť zvoliť viac ako jednu odpoveď. Väčšina respondentov, konkrétne 61 (29%) z nich považuje za najlákavejšie miesto v cestovnom ruchu Izraela hlavné mesto Jeruzalem a jeho pútnické miesta (Múr nárekov, Skalný dóm, Olivová hora, Chrámová hora, Via Dolorosa, Chrám božieho hrobu). Druhé najlákavejšie miesto v Izraeli je podľa 51 (24%) respondentov Mŕtve more. 32 (15%) respondentov zvolilo za najpútavejšie miesto Betlehem, 24 (11%) z opýtaných sa nazdáva, že je to najväčšie mesto krajiny Tel Aviv, 20 (10%) zvolilo pobrežie Červeného mora. Podľa 15 (7%) respondentov najviac priťahuje turistov v oblasti cestovného ruchu Negevská púšť. Za najmenej zaujímavé pre turistov v Izraeli sú podľa 3(1%) z oslovených respondentov Galilea, podľa 2 (1%) z nich je to Haifa a rovnako podľa 2 (1%) z opýtaných je to Masada. Podľa výsledkov dotazníka sa môžeme nazdávať, že Galilea, Haifa a Masada sú z pohľadu respondentov považované za najmenej zaujímavé v oblasti cestovného ruchu preto, lebo respondenti pravdepodobne predtým nepočuli o týchto miestach. Naopak, môžeme sa taktiež nazdávať, že Jeruzalem je z pohľadu respondentov najzaujímavejším miestom v Izraeli vďaka tomu, že je to hlavné mesto krajiny, a taktiež vo viacerých súvislostiach je spomínané v rámci Izraela.

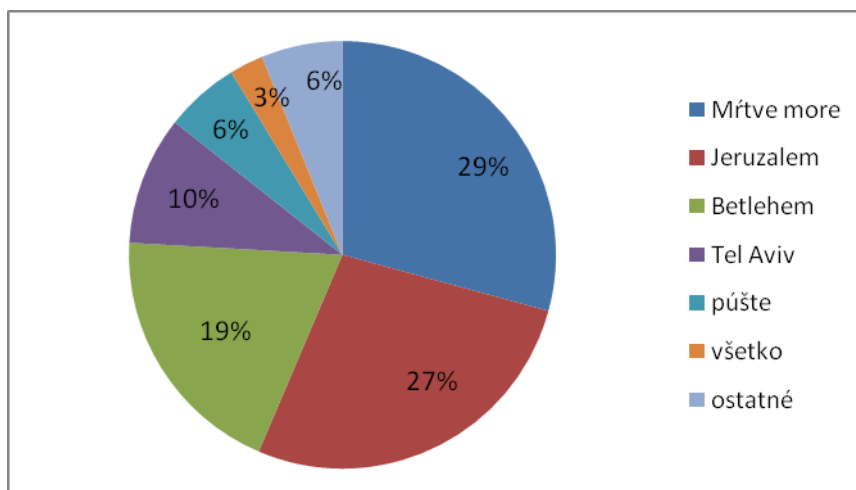
Graf 14 Turisticky najviac lákavé miesta a pamiatky v Izraeli



Zdroj: vlastné spracovanie (2012)

Dvanásta bola zameraná na zistenie toho, aké miesta a pamiatky by respondenti dotazníka v Izraeli najradšej navštívili. Táto otázka bola otvorená, neboli na výber žiadne možnosti, niektorí z respondentov napísali viacero miest, ktoré by radi v Izraeli navštívili. Najväčší záujem by daní respondenti mali o Mŕtve more, teda konkrétne 57 (29%) z nich, o niečo menej odpovedí získal Jeruzalem t. j. 53 (27%). 38 (19%) z opýtaných by sa rado pozrelo do Betlehema. 19 (10%) respondentov by navštívilo Tel Aviv, 11 (6%) by zaujali púšte. Piatí oslovení (3%) by najradšej v Izraeli navštívili všetko. Ostatní respondenti, ktorých bolo konkrétne 12 (6%) odpovedali rôzne. Títo by najradšej navštívili pobrežie Červeného mora, Eilat, kde by sa radi potápali, miesta kde sa pohyboval Ježiš, miesta kde sa odohrali biblické udalosti, prírodu a pláže.

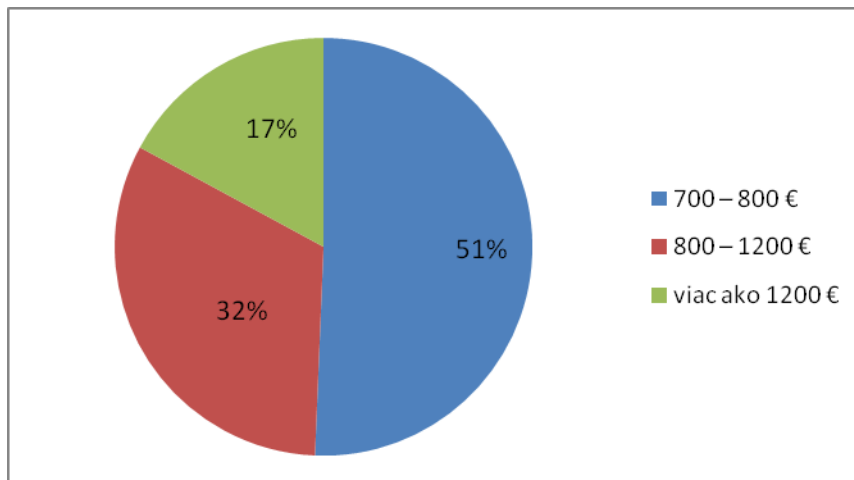
Graf 15 Miesta v Izraeli, ktoré by respondenti najradšej navštívili



Zdroj: vlastné spracovanie (2012)

Posledná trinásť otázka zistovala, akú sumu by boli účastníci dotazníkového prieskumu ochotní zaplatiť za zájazd do Izraela. 77 respondentov dotazníka by bolo ochotných zaplatiť za zájazd do Izraela sumu 700 – 800 €. 49 respondentov by bolo ochotných dať za zájazd do Izraela sumu 800 – 1200 €. Najmenej respondentov, konkrétne 26 by zaplatilo sa zájazd do Izraela viac ako 1200 €.

Graf 16 Suma, ktorú by daní respondenti boli ochotní minúť za zájazd do Izraela



Zdroj: vlastné spracovanie (2012)

8 NÁVRHY PROPAGÁCIE A ZÁJAZDOV DO IZRAELA SO ZAMERANÍM NA SLOVENSKÝCH ÚČASTNÍKOV CR

8.1 SWOT analýza cestovného ruchu Izraela

SWOT analýza je jednoduchá a užitočná metóda na zhrnutie a analýzu silných a slabých stránok určitého podniku na trhu (v našom prípade destinácie na trhu cestovného ruchu), rovnako ako na zhrnutie a analýzu jeho príležitostí a hrozieb. Ďalej sa budeme zaoberať SWOT analýzou cestovného ruchu Izraela.

Silné stránky

- výborný kultúrny, historický a prírodný potenciál krajiny
- dobre rozvinuté podmienky na viaceré druhy cestovného ruchu
- dobrá dopravná dostupnosť
- krajina troch hlavných monoteistických náboženstiev sveta
- kultúrno-historické pamiatky celosvetového významu zapísané na zozname svetového kultúrneho dedičstva UNESCO
- výnimočné náboženské pamiatky a pútnické miesta celosvetového významu
- krajina s pobrežiami troch morí
- Mŕtve more – jediné more na svete v ktorom sa nedá utopiť
- príjemné teploty po celý rok
- veľká podpora cestovného ruchu krajiny zo strany vlády a štátu
- výborne spracované izraelské webové stránky o cestovnom ruchu

Slabé stránky

- slabá propagácia Izraela na slovenskom trhu cestovného ruchu
- krajina zafixovaná v povedomí ľudí výlučne ako pútnické miesto
- vysoké ceny za ponúkané služby v oblastiach cestovného ruchu
- hroziace vojenské konflikty a terorizmus
- neustále napätie medzi Izraelčanmi a Palestínčanmi

Príležitosti

- rozvíjanie pobytového a kúpeľného cestovného ruchu
- prezentovanie štátu na výstavách a veľtrhoch cestovného ruchu
- spolupráca v cestovnom ruchu s okolitými štátmi (Jordánsko, Egypt)
- zmiernenie napätia medzi Izraelčanmi a Palestínčanmi
- zlepšovanie politickej situácie v krajine
- zvýšenie protiteroristických opatrení

Ohrozenia

- prehlbujúce sa vojenské napätie medzi Izraelom Iránom
- úbytok turistov z Egypta, čo má dopad na cestovný ruch v Izraeli
- vojenské pásmo Gazy
- nedostatočná informovanosť o Izraeli z pohľadu potenciálnych turistov
- negatívna predstava niektorých ľudí, že Izrael je krajinou násilia a bombových útokov

8.2 Druhy propagácie krajiny Izrael na slovenskom trhu cestovného ruchu

Propagáciou cestovného ruchu Izraela na Slovensku sa predovšetkým zaoberajú slovenské cestovné kancelárie a agentúry spomínané v predošlej kapitole. Propagácia tejto destinácie cestovného ruchu na Slovensku nedosahuje až takú vysokú úroveň v porovnaní s propagáciou iných, u slovenských účastníkov cestovného ruchu obľúbených destinácií cestovného ruchu ako napr. Turecko, Grécko, Bulharsko, Taliansko, Chorvátsko, Egypt a iné. Mnohí účastníci cestovného ruchu na Slovensku majú veľmi málo alebo vôbec žiadne informácie o cestovnom ruchu Izraela a o samotnej krajine ako takej. Informácie o Svätej Zemi u slovenských turistov sú spojené väčšinou iba s pútnickým alebo poznávacím cestovným ruchom, pričom v súčasnosti už má táto krajina výborne rozvinutý pobytový cestovný ruch a je to zaujímavá exotická destinácia.

Najčastejšou propagáciou tejto destinácie na Slovensku je internet, kde sa potenciálny záujemcovia o zájazd do Izraela dozvedajú všetky potrebné informácie o krajine, o podmienkach vycestovania, o možnostiach ubytovania a stravovania, o zábave, zvykoch a tradíciách a v neposlednom rade o súčasnej situácii v štáte. Ďalej sú to webové stránky jednotlivých cestovných kancelárií o zájazdoch do Izraela, kde je názov a druh zájazdu, presný popis a program zájazdu. Dôležitou formou propagácie Izraela na slovenskom trhu cestovného ruchu je katalóg, kde je produkt podrobne a prehľadne opísaný a predstavený. Katalógy je možné si stiahnuť na webových stránkach jednotlivých cestovných kancelárií v elektronickej podobe, nie však všetky ponúkajú túto možnosť. V menšej miere sa na Slovensku uplatňuje propagácia Izraela prostredníctvom letákov a plagátov, ktoré by mohli zaujať potenciálnych záujemcov. Opäť iba niektoré cestovné kancelárie využívajú takúto propagáciu, medzi takéto patrí napr. CK Satur alebo CK Seneca tours. V niektorých prípadoch sa využíva tiež propagácia destinácie a to konkrétne napr. . Izraela zaslaním ponuky zájazdu na e-mail vybraným klientom cestovnej kancelárie. Takáto propagácia sa často stretáva s úspechom u potenciálnych klientov. V menšom rozsahu sa uplatňuje reklama (propagácia) Izraela v novinách a časopisoch napr. v mesačníku o dovolenkách, turizme a životnom štýle - Cestovateľ alebo v cestovateľskom magazíne Voyage. Čo sa týka reklamy v televízii a v rozhlase (rádiu) takáto forma propagácie CR Izraela na Slovensku neexistuje, rovnako ako reklama na verejných informačných plochách ako sú napr. tabule alebo billboardy. Absencia takýchto druhov reklamy (propagácie) Izraela na verejnosti môže byť spôsobená tým, že na takýto typ reklamy nemajú cestovné kancelárie dostatočné finančné prostriedky. Medzi druhy propagácie CR Izraela už nie v rámci cestovných kancelárií môžeme tiež zaradiť výstavy a veľtrhy cestovného ruchu, ktoré sa každoročne pravidelne usporadúvajú. Najdôležitejším veľtrhom cestovného ruchu na Slovensku je ITF Slovakiatour v Bratislave, tento rok sa konal už v poradí 18. ročník. Na tomto veľtrhu sa v posledných rokoch objavuje i krajina Izrael, ktorá predstavuje svoj potenciál v cestovnom ruchu širokej verejnosti i cestovným kanceláriám s cieľom prilákať slovenských turistov. Ďalším veľtrhom cestovného ruchu, na ktorom sa koná propagácia CR Izraela je Veľtrh cestovného ruchu Holiday World v Prahe. Toto podujatie sa síce koná v Českej republike, zúčastňuje sa ho však tiež určitý počet slovenských obyvateľov, ktorých tu môže osloviť destinácia Izrael, ktorá je tu každý rok propagovaná. Za určitý druh propagácie CR Izraela na Slovensku môžeme tiež rátať turistických sprievodcov v knižných podobách, ktorí sú na predaj v jednotlivých slovenských obchodoch s knihami. Takýto sprievodcovia na cesty Izraelom výborne

spracúvajú všetky potrebné informácie o cestovnom ruchu krajiny, väčšinou sú písaní zahraničnými autormi v preklade do českého alebo slovenského jazyka.

Z uvedeného nám vyplýva, že propagácia CR Izraela na Slovensku je v určitej miere rozvinutá, nie je jej však venovaná dostatočná pozornosť. Cestovné kancelárie uplatňujú viaceré druhy propagácie tejto destinácie. Dôležitou a podstatnou formou propagácie Izraela by mohla byť reklama v televízii, konkrétne napríklad v cestovateľskej relácii do všetkých končín sveta na TA3. Ďalej by sa mohla reklama rozšíriť do rozhlasu (rádií), napríklad do cestovateľských relácií v slovenskom rozhlase. Účinnou a efektívnou by bola určite reklama na verejných informačných plochách ako sú tabule a billboardy, najčastejšie napríklad na miestach kde je veľká koncentrácia ľudí (veľkomestá, diaľnice, autobusové a železničné stanice). Tieto druhy propagácie majú veľkú šancu upútať mnohých potenciálnych cestovateľov. Môžeme teda konštatovať, že takáto forma reklamy má väčšiu šancu zaujať širšie povedomie ľudí v relatívne kratšej dobe v porovnaní s inými druhmi propagácie. Väčšinou sú to financie, ktoré sú jedinou prekážkou nezverejnenia takéhoto účinného druhu reklamy destinácie.

Nasledujúca podkapitola sa bude venovať návrhom určitých zájazdov po Izraeli, ktoré by mohli zaujať potenciálnych záujemcov o cestovný ruch Izraela. Budú navrhnuté na základe výsledkov nami realizovaného dotazníkového prieskumu. Venovať sa budeme tiež vypracovaniu konkrétneho zájazdu po Izraeli s cieľom zaujať slovenskú klientelu cestovným ruchom nami propagovanej destinácie.

8.3 Návrh jednotlivých trás a zájazdov po Izraeli v oblasti pobytového, kúpeľného a dobrodružného cestovného ruchu

Keďže pútnický a poznávací cestovný ruch je v Izraeli v dostatočnej miere rozvinutý, a taktiež ponuka slovenských cestovných kancelárií sa predovšetkým zameriava na tieto druhy cestovného ruchu, je potrebné navrhnuť a rozšíriť ponuku o iné druhy a typy zájazdov po tejto destinácii cestovného ruchu. Takýmito typmi zájazdov by boli pobytové a kúpeľné zájazdy, ďalej by to boli zájazdy spojené s turistikou, keďže Izrael ponúka bohaté možnosti v oblasti turistiky. V neposlednom rade by to boli tiež výpravy a výlety do púští, o ktoré bol záujem medzi oslovenými respondentmi realizovaného dotazníkového prieskumu.

Čo sa pobytových zájazdov (klasických dovoleníek) týka, najvhodnejšími miestami pre tento typ zájazdov sú pobyty pri moriach, ktoré sa v Izraeli nachádzajú (Stredozemné, Červené a Mŕtve more), a rovnako tiež Galilejské jazero je zaujímavým miestom na trávenie pobytovej dovolenky v Izraeli.

Najlákavejšie miesta na trávenie prímorskej dovolenky na pobreží Stredozemného mora sú Tel Aviv, ktorý ponúka množstvo mestských pláží, barov, reštaurácií, obchodov, vyhľadávaných nočných klubov, tiež možnosti športového vyžitia a veľa iného. Výnimočné je toto mesto v tom, že na jednej strane sa tu nachádza viacero plážových rezortov s piesočnatými plážami a na druhej strane je to rušné komerčné centrum s mrakodrapmi pozdĺž. Túto oblasť môžeme porovnávať s obľúbenými európskymi prímorskými strediskami. U slovenských klientov cestovného ruchu táto oblasť nie je doposiaľ dostatočne preskúmaná a objavená. Pobytová dovolenka v Tel Avive je zaujímavá pre rôzne vekové kategórie.

Na sever od Tel Avivu sa nachádzajú ďalšie vhodné miesta na trávenie pobytu, takými to sú Netanya, ktorá je veľmi vyhľadávanou lokalitou pre svoje dlhé piesočnaté pláže, ďalej je to Caesarea so známymi prístavmi a archeologickým parkom, kde sa dá večerať priamo na morskom brehu, nákupnými centrami, plážami a zaujímavými miestami na potápanie. Z Caesarei sa dá ľahko dostať do ďalších pobrežných miest ako je najväčší prístav Izraela Haifa, ktorá zároveň predstavuje modernú stránku Izraela a značnú pozornosť tu priťahuje aj lanová dráha. Pre Haifu sú typické mnohé rušné i tiché pláže, prístavy a hotely na pobreží, a všetko čo je s morom spojené. Haifa je vhodnejšia skôr pre mladšie ročníky, keďže je tu množstvo rušných plážových barov z ktorých sa ozýva hlasná hudba po celý deň. Ďalším na pobyt vhodným pobrežným mestom je Akko, ktoré je na rozdiel od rušnej Haify pôsobí príjemným a kludným dojmom.

Niektoré slovenské cestovné kancelárie už objavili jedinečnosť oblasti Mŕtveho mora a jeho okolia. Mŕtve more je lákavým miestom z hľadiska pobytového i kúpeľného turizmu. Mŕtve more je jednou z hlavných atrakcií cestovného ruchu v Izraeli a je o ňom známe, že má blahodárne a liečivé účinky. Každého nadchne nadnášanie sa na hladine Mŕtveho mora, pretože toto je zážitok, ktorý sa nikde inde na zemi nedá zažiť. Vhodnými miestami na pobyt pri mori sú lokalita Ein Gedi, ktorá je lákavá svojimi kúpeľmi a rovnako aj plážami. Ein Gedi je zároveň i prírodnou rezerváciou, čiže zaujme aj z hľadiska turistiky, je tu veľa turistických trás a krásne výhľady na pobrežie. Ďalej je to lokalita Ein Bokek, kde sa nachádzajú kúpele a je tu možnosť dopriať si bahenný zábal

alebo sírnatý kúpeľ. Pobrežie Mŕtveho mora najviac zaujme turistov všetkých vekových kategórií, najviac však tých, ktorí vyhľadávajú ozdravné pobyty.

Červené more a jeho pobrežie je taktiež vyhľadávanou lokalitou čo sa pobytového cestovného ruchu v Izraeli týka. Výhodné je tiež prepojenie cestovného ruchu so susednými štátmi. Najznámejším miestom vhodným na pobyt a odpočinok je prímorské letovisko Eilat, ktoré láka svojou neviazanou zábavou, večernou hlučnou a divokou atmosférou, luxusnými hotelmi, plážami vhodnými na plávanie, potápanie a vodné športy, dlhými slnečnými dňami a letnými teplotami po celý rok. Čo sa ponúkaných služieb týka tie sú tu na veľmi vysokej úrovni.

Galilejské jazero rozkladajúce sa na severe Izraela by tiež mohlo zaujať slovenskú klientelu v oblasti pobytového cestovného ruchu, pretože je tu možnosť tráviť dovolenku na plážach. Ak by niekoho prestalo baviť iba ničnerobenie je tu možnosť vyskúšať si vodné športy ako surfovanie, vodné lyžovanie, jazdu na skútroch alebo preskúmať niektoré z lákavých turistických trás, ktoré táto oblasť ponúka. V okolí Galilejského jazera je tiež vybudovaných viacero cyklistických trás. Takéto zájazdy by boli vhodné pre rodiny s deťmi, alebo pre tých, ktorí si chcú vychutnávať relax a pokoj.

Zájazdy spojené s kúpeľným cestovným ruchom sa dajú realizovať ako v oblasti Mŕtveho mora napr. vo vyššie spomínanom stredisku Ein Gedi, rovnako i na severe Izraela v okolí Tiberiady, kde sa nachádzajú známe kúpele s termálnymi prameňmi a sú tu zriadené bohaté kúpeľné komplexy.

Ďalšími zájazdmi, ktoré do určitej miery absentujú v ponuke slovenských cestovných kancelárií, sú zájazdy spojené s prírodou a turistikou, na ktorú sú v Izraeli výborné podmienky. Najlepšie podmienky na turistiku sú v oblasti Golanských výšin, kde sa nachádza i najvyšší vrch celej krajiny hora Hermon, kde sa dá i lyžovať. Výborné pešie trasy určené pre náročnejších turistov sa nachádzajú v prírodnej rezervácii Jahúdíja. Navštíviť sa oplatí tiež prírodnú rezerváciu Banjás s množstvom vodopádov. Milovníci prírody by ocenili kaňon Wádí Quelt s potokmi a vodopádmi. Turistikou ďalej lákajú miesta v spomínanom okolí Ein Gedi, rovnako ako miesta blízko strediska Eilat, kde sa nachádzajú vodopády a i rôzne izraelské národné turistické trasy.

Určitým lákadlom pre účastníkov cestovného ruchu v Slovenskej republike sú izraelské púšte. Konkrétne je to Judská púšť nachádzajúca sa v blízkosti Mŕtveho mora a Negevská púšť zaberajúca takmer celý juh krajiny. Návštevníkov určite zlákajú tri negevské kaňony. Púšte je vhodné navštíviť v rámci fakultatívnych jednodňových výletov. V prípade viacerých dní možno navštíviť a spoznávať známe púštne mestá Beer Sheva

a Arad prípadne Micpe Ramon, kde sa uskutočňujú výpravy do púšte na terénnych automobiloch a miesto je vhodné tiež na turistiku.

Všetky tieto predstavené návrhy by mohli byť určite zaujímavými a lákavými pre slovenských klientov v oblasti cestovného ruchu Izraela. Na základe vyššie uvedeného vyplýva, že krajina má určite veľký potenciál nielen v oblasti pútnického a poznávacieho cestovného ruchu, ale i v oblasti pobytového, kúpeľného a dobrodružného cestovného ruchu.

8.4 Návrh a vypracovanie konkrétneho zájazdu po Izraeli

Vyhodnotenie výsledkov nami realizovaného dotazníkového prieskumu založeného na výskum dopytu oslovených respondentov po krajine Izrael nám ukázalo, že respondenti by mali najväčší záujem navštíviť Izrael v kombinácii poznávacieho a pobytového zájazdu. Zájazd je preto zostavený tak, aby ponúkal nový produkt, ktorý sa má odlišovať od doterajšej ponuky zájazdov slovenských cestovných kancelárií ponúkajúcich destináciu Izrael. Tento vytvorený produkt by mohol byť ponúknutý konkrétnym cestovným kanceláriám na rozšírenie ich ponuky zájazdov do Izraela s cieľom zaujať slovenskú cestovateľskú klientelu danej cestovnej kancelárie. Zájazd je realizovaný pre všetky vekové kategórie s cieľom oddychu a relaxu a zároveň spoznávania tých najzaujímavejších miest a pamiatok krajiny. Navrhovaný zájazd ponúka jedinečnú možnosť spoznať a navštíviť, západ, sever, stred a juh krajiny, teda pomerne veľkú časť nami propagovanej krajiny. Termín zájazdu bol navrhnutý v máji, teda ešte pred začatím letnej turistickej sezóny, ktorá trvá od júna do konca septembra. V mesiacoch letnej sezóny sa všetky ceny služieb zdvojnásobujú a niektoré miesta bývajú veľmi preplnené, aby sa tomuto predišlo zvolili sme teda májový termín. Turistom je počas celého zájazdu k dispozícii slovensky hovoriaci sprievodca.

Názov zájazdu: Objavte čaro Izraela

Druh zájazdu: pobytovo – poznávací zájazd

Počet účastníkov: 32

Termín: 14.5. 2012 – 23.5. 2012

Počet dní: 10 dní

Doprava: na letisko vo Viedni je doprava zabezpečená transferom z Bratislavy, letecká doprava z Viedne(Rakúsko) do Tel Avivu(Izrael) a späť, pri preprave po Izraeli je účastníkom zájazdu k dispozícii klimatizovaný autobus

Dátum a čas odletu: 14.5. 2012 20:30 - odlet z letiska Schwechat vo Viedni na letisko Ben Gurion v Tel Avive

Dátum a čas priletu: 23.5 2012 18:40 odlet z letiska Ben Gurion v Tel Avive na letisko Schwechat vo Viedni

Ubytovanie: 9x zabezpečené v dvojhviezdičkových a trojhviezdičkových hoteloch v jednotlivých navštívených mestách a miestach, v dvojlôžkových až štvorlôžkových izbách s vlastnou sprchou a WC, klimatizáciou, televíziou a telefónom.

Stravovanie: zabezpečená je 9x polpenzia v jednotlivých hoteloch, čiže raňajky a večera, prípadne individuálne stravovanie v dňoch presunov po krajine.

Program zájazdu

1.deň: Pondelok 14.5. 2012:

Presun transferom z Bratislavy na letisko vo Viedni. Odlet z Viedne vo večerných hodinách, prilet do Tel Avivu v nočných hodinách, presun transferom z telavivského letiska Ben Gurion do Hotela Ami** v Tel Avive, ubytovanie v hoteli a nocľah.

2. deň: Utorok 15.5 2012:

Po raňajkách nasleduje prehliadka najväčšieho mesta Izraela - Tel Avivu, konkrétne Bieleho mesta (budov postavených v architektonickom štýle Bauhaus), ktoré je zapísané na zozname UNESCO. Potom nasleduje prehliadka Múzea židovského ľudu. Popoludní sa účastníci zájazdu presúvajú transferom do okolitého starovekého prístavu Jaffa, kde si prehliadnu záhrady HaPisga, amfiteáter s výhľadmi na Tel Aviv a nakoniec tunajšie trhovisko. Tí ktorí by mali záujem sa tu môžu okúpať v Stredozemnom mori. Následne sa turisti opäť presúvajú do Tel Avivu. Po večeri môžu účastníci zájazdu využiť voľný čas na nákupy alebo jedinečnú nočnú atmosféru mesta. Nocľah v Tel Avive.

3. deň: Streda 16.5. 2012:

Raňajky a následný presun autobusom z Tel Avivu do 58 km vzdialenej Caesarei. V Caesarei sa pokračuje návštevou archeologického parku a prehliadkou zrúcanín Herodesovho prístavu. Čas v rámci krátkeho rozchodu možno využiť na kúpanie sa v mori,

obed alebo zakúpenie občerstvenia či suvenírov. Po rozchode sa pokračuje presunom do polhodiny vzdialeného najväčšieho prístavu Izraela – do Haify. Tuná si návštevníci prehliadnu Báhaistickú svätyňu s báhaistickými záhradami a Karmelitánský kláštor, na ktorý sa vyvezú lanovkou. Večera a nocľah v Hoteli Haddád** v Haife.

4. deň: Štvrtok 17.5. 2012:

Po raňajkách sa účastníci zájazdu presúvajú z Haify do 40 km vzdialeného Nazaretu, o ktorom sa hovorí, že v ňom svoje detstvo strávil Ježiš Kristus. Odtiaľto sa výprava presúva autokarom do hlavného mesta Izraela – do Jeruzalemu. Cesta trvá približne 1,45 hodiny. V Jeruzaleme nasleduje spoznávanie a prehliadka kultúrno-historických pamiatok a dôležitých pútnických miest. V tento deň si turisti prehliadnu časť mesta, konkrétne Olivovú horu a Getsemanskú záhradu. Večera a nocľah v Hoteli Habira** v Jeruzaleme.

5.deň: Piatok 18.5.2012:

Po raňajkách v hoteli sa pokračuje prehliadkou zvyšných častí Jeruzalemu. Návšteva Chrámovej hory a jej najvýznamnejšej židovskej pamiatky – Múru nárekov, islamskej pamiatky – Skalný dóm, kresťanskej pamiatky – Chrám Božieho hrobu. Ďalej nasleduje prehliadka Starého Jeruzalemu, konkrétne Hory Sion. Potom nasleduje krížová cesta – Via Dolorosa a pamätník holokaustu Yad Vashem. Večera a nocľah v Hoteli Habira Jeruzaleme.

6. deň: Sobota 19.5.2012:

Raňajky v hoteli v Jeruzaleme, potom sa celá výprava v skorých ranných hodinách presúva transferom z Jeruzalemu do blízkeho Betlehemu – Ježišovho rodiska. V Betleheme sa uskutoční prehliadka mesta, návšteva Baziliky Narodenia Ježiša Krista, Jaskyne Narodenia Ježiša Krista a návšteva Poľa pastierov. Nasleduje krátky rozchod na občerstvenie. Po rozchode sa skupina turistov presúva autokarom z Betlehemu na úplný juh krajiny do Eilatu. Táto cesta trvá približne 4 hodiny. Do Eilatu sa ide naprieč Negevskou púšťou. Jedinou zastávkou je približne v polovici cesty národný park Ejn Avdat. Potom sa už celá skupina presúva priamo na pobrežie Červeného mora do Eilatu. Po dlhom a náročnom dni nasleduje ubytovanie sa v Hoteli RIO***, večera a nocľah v hoteli v Eilate.

7. -9. deň: Nedeľa – Utorok 20.5. 2012 – 22.5. 2012:

V týchto dňoch už účastníkov zájazdu čaká iba oddych a relax pri mori, ničnerobenie, prípadne vyskúšanie si niektorých z ponúkaných vodných športov, prechádzky, nakupovanie a nočný život. Program si účastníci zájazdu volia sami, môžu

tiež využiť ponuky rôznych fakultatívnych výletov napr. do susedného Egypta (Sinaj, Taba), do Jordánska (Petra), výlety loďou po Červenom mori alebo výlety do Negevskej púšte. Tiež môžu navštíviť mnohé z eilatských lákadiel ako napr. morské observatórium, Útes delfínov, biblický Disneyland alebo Ice Space. Počas týchto dní v Eilate je zabezpečené ubytovanie v Hoteli Rio*** v Eilate a polpenzia v tomto hoteli.

10. deň: Streda 23.5. 2012:

Po posledných raňajkách čaká účastníkov tohto zájazdu približne 4-hodinová cesta transferom z Eilatu späť do Tel Avivu na letisko Ben Gurion. Z Tel Avivu sa potom celá výprava presúva letecky do Viedne. Odlet z Izraela je o 15:45 miestneho času a predpokladaný prílet do Viedne je o 18:40 miestneho času. Vo Viedni bude na celú výpravu čakať transfer, ktorým sa presunú do Bratislavy. V čase, kedy celá skupina turistov dorazí do Bratislavy sa zájazd ukončí.

Celkový počet prejdených kilometrov v Izraeli: cca. 970 km

Trasa zájazdu po krajine Izrael: Tel Aviv – Jaffa – Tel Aviv - Caesarea – Haifa – Nazaret – Jeruzalem – Betlehem – Avdat – Eilat – Tel Aviv

8.4.1 Kalkulácia navrhovaného zájazdu

Celková cena zájazdu na jednu dospelú osobu vychádza 1150€ (10 dní). V cene je zarátaná doprava: transfer z Bratislavy na letisko vo Viedni 20€, letenka z Viedne do Tel Avivu a späť 300€ vrátane všetkých poplatkov, klimatizovaný transfer na prepravu po Izraeli 220€. Ďalej cena zahŕňa ubytovanie v dvoj- a trojhviezdičkových hoteloch s polpenziou v cene 455€. Po celý čas je k dispozícii slovenský sprievodca, ktorého cena je 105€/os. Vstupy na rôzne miesta a pamiatky sa pohybujú v cene 23€. Cena tiež zahŕňa poistenie, za ktoré sa platí 2,40€ na deň, čiže za celú dobu cestovania (10 dní) poistenie vychádza 24€. Cena nezahŕňa bezpečnostné poplatky a obslužné, v prípade záujmu sa tieto služby zabezpečia.

ZÁVER

V diplomovej práci sme sa venovali propagácii cestovného ruchu Izraela na Slovensku. Propagácia je tu podaná v rámci základného opisu krajiny, najzaujímavejších miest a pamiatok cestovného ruchu krajiny, ďalej v rámci návrhu na zefektívnenie propagácie krajiny na slovenskom trhu cestovného ruchu a v rámci návrhov na nové druhy zájazdov. Izrael je štátom bohatej a významnej histórie a kultúry, náboženstva a rôznych udalostí. Zároveň sa tu nachádza množstvo významných svetových pamiatok a miest lákajúcich turistov z celého sveta. Táto krajina má veľmi bohatý potenciál v oblasti cestovného ruchu, ktorý na Slovensku nie je vo veľkej miere spropagovaný. Práca má priblížiť cestovný ruch Izraela a celkovo krajinu Izrael ako zaujímavé a vhodné miesto, ktoré by mohlo zaujať slovenských účastníkov cestovného ruchu v rámci ich rozhodovania o krajine, ktorú by chceli navštíviť.

Úvodná časť práce vysvetľuje všeobecnú charakteristiku v rámci pojmov z cestovného ruchu, marketingu a marketingového mixu. Tieto pojmy bolo dôležité charakterizovať, keďže celá práca zaoberá cestovným ruchom danej krajiny. Na základe priblíženia nami propagovanej krajiny je v práci opísaná základná charakteristika Izraela z niekoľkých pohľadov, geografia, história, náboženstvo a praktické informácie o krajine pre cestujúcich. Dôležitou časťou práce je priblíženie najzaujímavejších miest a pamiatok krajiny v jednotlivých oblastiach celej krajiny, teda existujúci cestovný ruch. Začína sa charakteristikou stredu krajiny - hlavného mesta Jeruzalem a jeho okolia, ku ktorému patrí Betlehem a Hebron. Ďalej sa opisuje jedinečná atraktivita cestovného ruchu v Izraeli- Mŕtve more a jeho okolité miesta a strediská cestovného ruchu. Pozornosť v rámci práce sa zameriava i na pobrežie Stredozemného mora a najdôležitejšie mestá a prístavy pobrežia – Caesarea, Haifa a Akko. Potom je tu opisované najväčšie mesto krajiny Tel Aviv a neďaleko vzdialené miesta ako Jaffa alebo stredisko rekreácie Netanya. Sever krajiny predstavuje oblasť Galilea a Golanské výšiny – vhodné na turistiku. V rámci cestovného ruchu na juhu krajiny sme sa v práci venovali opisu Negevskej oblasti, kde sa nachádza Negevská púšť a jej okolité menšie mestá, tiež sme charakterizovali stredisko Eilat významné v rámci pobytovej dovolenky. Okrajovo sa práca venuje opisu cestovného ruchu susedných krajín Egypta a Jordánska.

V analytickej časti práce sme sa zamerali na zhrnutie a analýzu návštevnosti Izraela z hľadiska cestovného ruchu v priebehu niekoľkých posledných rokov. Ďalej je v tejto

časti práce roanalyzovaný a zhodnotený výskum realizovaný pomocou dotazníkov, ktorým sme zistili aký je dopyt a záujem o cestovný ruch v Izraeli medzi slovenskými respondentmi. Celkovo sa tohto výskumu zúčastnilo 132 respondentov a ich odpovede boli rôznorodé, zistili sme, že väčšina by mala záujem o návštevu a spoznanie krajiny. Po dotazníkovom prieskume nasledovalo zhrnutie ponuky zájazdov do Izraela, ktoré realizujú slovenské cestovné kancelárie.

Vo výstupnej, teda návrhovej časti diplomovej práce sme vypracovali SWOT analýzu cestovného ruchu Izraela. Opísali sme druhy doterajšej propagácie tejto destinácie na slovenskom trhu cestovného ruchu a podali sme tu niekoľko návrhov na nové spôsoby propagácie Izraela na Slovensku. Keďže zájazdy do Izraela sú väčšinou ponúkané v rámci pútnického cestovného ruchu, podávame tu návrhy na rozšírenie ponuky zájazdov v rámci pobytového, kúpeľného a dobrodružného cestovného ruchu. Navrhujeme rozšíriť ponuku zájazdov na pobrežia morí, ktoré sa v Izraeli nachádzajú, do púští a horských miest vhodných na turistiku. V závere návrhovej časti sme vypracovali konkrétny zájazd po Izraeli – pobytovo – poznávací zájazd, ktorý by mohol zaujať potenciálnych slovenských cestovateľov. K celej propagácii Izraela ako zaujímavej destinácie cestovného ruchu a k propagácii navrhnutého zájazdu prikladáme i propagačný materiál v prílohách práce.

Cieľom celej diplomovej práce bolo prispieť k lepšiemu zviditeľneniu Izraela a jeho cestovného ruchu na Slovensku. Snažili sme sa priniesť kvalitné a aktuálne informácie o krajine, ktoré by mali krajinu priviesť k pozitívnemu imidžu na Slovensku medzi potenciálnymi záujemcami o túto krajinu, ktorý možno doteraz mali pochybnosti situácii v krajine vzhľadom na predošlé udalosti spojené s násilím a terorizmom. Celkovým cieľom práce je teda vzbudenie väčšieho záujmu o cestovný ruch tejto propagovanej krajiny na základe nami vytvorených návrhov.

LITERATÚRA A PRAMENE

ARDITO, F. – GERALD, E. *Jeruzalém a Svatá země: společník cestovatele*. 4. vyd. Praha: Ikar, 2010. 336 s. ISBN 978-80-249-1430-5.

ALEXANDER, M. *Izrael*. Cestovní průvodce. Praha: Geomedia, 1997. 96 s. ISBN 3-493-62740-8.

BOROVSKÝ, J. – SMOLKOVÁ, E. – NIŇAJOVÁ, I. *Cestovný ruch : trendy a perspektívy*. Bratislava: IURA EDITION s. r. o., 2008. 275 s. ISBN 978-80-8078-215-3.

BRYANT, S. *Israel: travel guide*. London: New Holland, 2010. 128 s. ISBN 978-1-84773-655-0.

ČEJKA, M. *Izrael a Palestina: minulost, současnost a směřování blízkovýchodního konfliktu*. Brno: Společnost pro odbornou literaturu, 2008. 321 s. ISBN 978-80-87029-16-9.

GÚČIK, M. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB v Banskej Bystrici, Občianske združenie Ekonómia, 2000. 152 s. ISBN 80-8055-355-6.

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

GÚČIK M. a kol. *Teoretické a metodologické aspekty rozvoja cestovného ruchu v podmienkach globalizácie a internacionalizácie*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB v Banskej Bystrici, 2009. 72 s. ISBN 978-80-80837-47-1.

KOPŠO, E. a kol. *Ekonomika cestovného ruchu*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1985. 413 s. ISBN 67-188-85.

KOTLER, P. *Moderní marketing*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing a. s., 2007. 1048 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

KRAJČI, J. *Izrael Svätá Zem*. Bratislava: Inka, 1998. 126 s. ISBN 80-967567-6-1.

MAJERNÍK, J. – SCHEIDOVÁ, L. *Spoznávajme Svätú Zem: pohľadom archeológov a biblistov*. Bratislava: Rímskokatolícky farský úrad, 2002. 776 s. ISBN 80-968861-9-3.

MATUŠÍNSKÁ, K. *Marketingová komunikace*. Karviná: Obchodně podnikatelská fakulta Slezské univerzity v Opavě, 2007. 238 s. ISBN 978-80-7248-445-4.

NOVÁČKA, Ľ. *Cestovný ruch a Európska únia*. Bratislava: Sprint dva, 2010. 150 s. ISBN 978-80-89393-26-8.

NOVÁČKA, Ľ. a kol. *Cestovný ruch, technika služieb, delegát a sprievodca*. Bratislava: Ekonóm, 2010. 471 s. ISBN 978-80-225-2982-2.

- ORIEŠKA, J. a kol. *Manažment cestovných kancelárií*. Bratislava: Rektorát Ekonomickej univerzity v Bratislave, 1992. 109 s. ISBN 80-225-0422-X.
- PALATKOVÁ, M. *Marketingový manažment destináci: strategický a taktický marketing destinace turismu: systém marketingového řízení destinace a jeho financování: řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. Praha: Grada Publishing a.s., 2011. 208 s. ISBN 978-80-247-3749-2.
- PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice: význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích: evropská integrace a mezinárodní turismu*. Praha: Grada Publishing a.s., 2011. 221s. ISBN 978-80-247-3750-8.
- PAULÍK, I. *Izrael: průvodce na cesty*. Praha: freytag & berndt, 2006. 167 s. ISBN 80-7316-202-4.
- RÁCZ, J. *Blízky východ*. Bratislava: Obzor, 1982. 660 s. ISBN 65-051-82.
- SOPOUCH, J. *Izrael- Svatá Země: turistický průvodce*. Olomouc: Epava, 1995. 240 s. ISBN 80-901471-9-4.
- THOMAS, A. a kol. *Izrael a palestinská území*. Praha: Svojtka & Co., s.r.o., 2010. 460 s. ISBN 978-80-256-0432-8.
- WILSONOVÁ, S. *Izrael: turistický průvodce*. Brno: Jota, 2009. 414 s. ISBN 978-80-7217-660-1.

Akko [online]. 2012. [cit. 2012-04-01]. Dostupné na internete: <<http://www.touristisrael.com/akko-acre-israel/1123/>>

Awertour: cestovní kancelária [online]. 2012. [cit. 2012-04-08]. Dostupné na internete: <<http://awertour.sk/>>

Awertravel: cestovní kancelária [online]. 2012. [cit. 2012-04-08]. Dostupné na internete: <http://www.awertravel.sk/_new/index.php?idkateg=2>

Bubo: cestovní kancelária [online]. 2012. [cit. 2012-04-08]. Dostupné na internete: <<http://www.bubo.sk/poznavacie-zajazdy/izrael/>>

Caesarea [online]. 2011. [cit. 2012-04-01]. Dostupné na internete: <http://www.goisrael.com/Tourism_Eng/Tourist%20Information/Discover%20Israel/Cities/Pages/Caesarea%20%28keysarya%29.aspx>

Centrálny štatistický úrad Izrael. In *Central Bureau of statistics* [online]. 2012. [cit. 2012-04-04]. Dostupné na internete: <http://www.cbs.gov.il/www/yarhon/e1_e.htm>

Centrálny štatistický úrad Izrael. In *Central Bureau of statistics* [online]. 2012. [cit. 2012-04-04]. Dostupné na internete: <http://www.cbs.gov.il/shnaton62/st23_05.pdf>

Esotravel: cestovná kancelária [online]. 2012. [cit. 2012-04-08]. Dostupné na internete: <<http://www.exotika.sk/dovolena/izrael/zajezdy/>>

Firotour: cestovná kancelária [online]. 2012. [cit. 2012-04-08]. Dostupné na internete: <<http://www.firotour.sk/vysledky-vyhľadavania.html?search=Izrael&tour>>

Izrael [online]. 2011. [cit. 2012-03-20]. Dostupné na internete: <<http://izrael.orbion.cz/stat/pruvodce/obyvatelstvo-2145/>>

Kartago tours: cestovná kancelária [online]. 2012. [cit. 2012-04-08]. Dostupné na internete: <http://www.kartago.sk/zajazdy.jsp?fulltext_search=Izrael>

KENDER, Š. *Marketingová komunikácia a a komunikačný mix* [online]. 2005. [cit. 2012-03-23]. Dostupné na internete: <<http://www.sjf.tuke.sk/transferinovacii/pages/archiv/transfer/8-2005/pdf/78-79.pdf>>

Netanya [online]. 2008. [cit. 2012-04-01]. Dostupné na internete: <<http://www.gonetanya.com/netanya.aspx>>

Paxtour: cestovná kancelária [online]. 2012. [cit. 2012-04-08]. Dostupné na internete: <http://www.paxtour.sk/Vyhľadavanie/?Skip=10&id_Stat=77>

Paxtravel: : cestovná kancelária [online]. 2012. [cit. 2012-04-08]. Dostupné na internete: <<http://www.paxtravel.sk/pobytove-zajazdy>>

ROSTÁŠOVÁ, M. *Nástroje marketingovej komunikácie* [online]. 2006. [cit. 2012-03-23]. Dostupné na internete: <<http://www.podnikajte.sk/Data/881/Userfiles/Prilohy/marketingova%20komunikacia.pdf>>

Satur: cestovná kancelária [online]. 2012. [cit. 2012-04-08]. Dostupné na internete: <<http://www.satur.sk/vyhľadavanie?fulltext=Izrael&krajina=izrael>>

Seneca tours: cestovná kancelária [online]. 2012. [cit. 2012-04-08]. Dostupné na internete: <<http://seneca.sk/katalog2012/SENECA-Izrael2012.pdf>>

SME denník. In *Izrael: Nastal čas investovať na Slovensku* [online]. 2010. [cit. 2012-04-03]. Dostupné na internete: <<http://ekonomika.sme.sk/c/5206954/izrael-nastal-cas-investovat-na-slovensku.html#ixzz1672x7t9q>>

Tip travel: cestovná kancelária [online]. 2012. [cit. 2012-04-08]. Dostupné na internete: <<http://tiptravel.sk/zajazdy/putnicke/>>

Voyage magazín. In *Izrael: turizmus dosahuje vrcholy vďaka politickej búrke v arabských krajinách* [online]. 2011. [cit. 2012-04-04]. Dostupné na internete:

<<http://www.voyagemagazin.sk/2011/06/izrael-turizmus-dosahuje-vrcholy-vdaka-politickej-burke-v-arabskych-krajinach/>>

VV tour: cestovná kancelária [online]. 2012. [cit. 2012-04-08]. Dostupné na internete:

<http://www.vvtour.sk/Vyhľadavanie/?id_Stat=77>