



Študentská vedecká aktivita

**Inovácia produktu vo vybranom stredisku cestovného ruchu na
strednom Slovensku - Donovaly**

Lenka Babinová
Dominik Gramantík

Sekcia: Cestovný ruch

Konzultant: Raši Šimon, Ing., PhD.

Banská Bystrica
rok

Obsah

Úvod.....	3
1.Teoretické východiská inovácií produktu horských stredísk cestovného ruchu.....	4
1.1.Produkt cestovného ruchu a jeho inovácie.....	4
1.1.1.Produkt cestovného ruchu.....	4
1.1.2.Inovácie.....	5
1.1.3.Inovácie produktu, produktovej rady v horskom stredisku.....	6
1.2.Stredisko cestovného ruchu.....	6
1.2.1.Charakteristika strediska cestovného ruchu.....	6
1.2.2.Produkt strediska cestovného ruchu.....	7
1.2.3.Horské stredisko cestovného ruchu.....	7
1.3.Vybraný postup a metódy riešenia.....	8
2.Analýza inovácií produktu v horskom stredisku cestovného ruchu	
Donovaly.....	9
2.1.Všeobecná charakteristika.....	9
2.2.Primárna ponuka.....	9
2.3.Sekundárna ponuka	11
2.4.Bike park Donovaly.....	11
3.Návrhy a odporúčania inovácií produktu horského strediska	
Donovaly.....	13
3.1.SWOT Analýza.....	13
3.2.Návrhy a odporúčania inovácii produktu cestovného ruchu.....	14
Záver.....	17
Použitá literatúra.....	18

ÚVOD

Vybrané stredisko cestovného ruchu akým sú Donovaly sme si vybrali, pretože patrí medzi najväčšie a najlepšie vybavené horské strediská na Slovensku a tvorí podmienky aj pre zjazdovú cyklistiku v rámci letnej sezóny. Donovaly sú súčasťou národného parku NAPANT a aj z tohto dôvodu ponúka krásnu prírodu a podmienky pre letnú aj zimnú turistiku. Stredisko Donovaly ako jedno z mála na Slovensku ponúka širokú škálu aktivít aj v letnej sezóne, čím konkuruje na trhu. Ak však chce aj v budúcnosti splňať stále narastajúce požiadavky návštevníkov, je nevyhnutné inovovať existujúce produkty a služby, resp. vytvárať nové.

Cieľom našej práce je zhodnotiť existujúci produkt cestovného ruchu, bike park a navrhnúť jeho inováciu. Subjektom skúmania práce je inovácia produktu cestovného ruchu. Objektom skúmania je horské stredisko cestovného ruchu Donovaly. V práci by sme chceli ponúknuť návrhy a odporúčania na inováciu už existujúceho bike parku, tak aby stredisko dokázalo konkurovať iným strediskám v okolí, ktoré takisto ponúkajú možnosť zjazdovej cyklistiky v letnej sezóne.

Práca pozostáva z troch kapitol. V prvej, teoretickej, kapitole priblížime základné pojmy, s ktorými budeme v práci pracovať. Kapitola má slúžiť ako úvod pre ďalšie kapitoly. V druhej kapitole sa zameriame na analýzu existujúcej ponuky bike parku v stredisku Donovaly. Dané informácie vychádzajú z riadeného rozhovoru s marketingovým manažérom strediska Donovaly. Posledná, tretia, kapitola slúži na vyjadrenie našich návrhov a odporúčaní pre inováciu bike parku v stredisku.

1. Teoretické východiská inovácií produktu horských stredísk cestovného ruchu

1.1. Produkt cestovného ruchu a jeho inovácie

1.1.1. Produkt cestovného ruchu

Podľa P. Kotlera a F.A. Foxa je produkt čokoľvek, čo je možné ponúkať na trhu na získanie, na používanie alebo na spotrebu a čo môže uspokojiť potrebu alebo požiadavku. Patria sem fyzické predmety, služby, ľudia, miesta, organizácie a myšlienky. Iné pomenovanie produktu môže byť ponuka, balík hodnôt alebo zväzok výhod.

Z hľadiska návštevníka, ktorý stredisko cestovného ruchu chápe ako komplex vhodný alebo nevhodný na uspokojovanie svojich potrieb a požiadaviek, je produktom to, čo si po návšteve strediska cestovného ruchu môže odnieť do miesta svojho bydliska, t.j. splnenie túžob, zážitok a skúsenosť (Kiráľová, A. 2003, s.86).

M. Reime a C. Hawkins považujú produkt cestovného ruchu súborné spektrum skúseností zložené zo skúseností s ubytovaním, s prírodnými a inými zdrojmi, zábavou, dopravou, stravovaním, rekreáciou a inými atraktivitami.

Podľa M. Gúčika (2000, s.5) z definície cestovného ruchu vyplýva, že ide o súbor činností zameraných na uspokojovanie potrieb a očakávaní súvisiacich s cestovaním a pobytom mimo miesta trvalého bydliska a tak získania komplexného zážitku.

Súborný produkt cestovného ruchu pozostáva z nasledujúcich komponentov:

- primárna ponuka strediska, ktorá ovplyvňuje motiváciu a determinuje výber strediska návštevníkov,
- sekundárna ponuka strediska, ktorá vytvára podmienky pre pobyt a umožňuje využiť primárnu ponuku strediska,
- prístupnosť strediska, ktorou rozumieme náklady, rýchlosť a pohodlie návštevníka pri dosiahnutí strediska,
- image strediska, ktorý silne ovplyvňuje výber strediska, ako aj image zariadení v rámci neho,
- primeraná cena, ktorá je pre návštevníka sumou nákladov vynaložených na cestu, ubytovanie, stravovanie a ostatné služby v stredisku a je ovplyvnená sezónou, výberom aktivít, kurzom meny, vzdialenosťou od strediska, spôsobom dopravy,

výberom strediska a zariadenia cestovného ruchu.

Z uvedených definícií je možné odvodiť základné vlastnosti, ktorými musí súborný produkt cestovného ruchu disponovať, a to užitočnosť, dosiahnuteľnosť a použiteľnosť (Királ'ová, A. 2003, s. 86-87).

1.1.2. Inovácie

Čimo, J. a Mariáš, M. (1999) uvádzajú, že pojem inovácia sa spája s menom J.A.Schumpetera. V 30. rokoch 20.storočia sa sústredil na analýzu podnikateľských podmienok, za ktorých má firma záujem alebo môže uskutočniť „nové kombinácie vývojových zmien“, ktoré označil pojmom inovácia. Inováciu chápal ako uplatnenie týchto zmien v praktickej činnosti firmy. Nové kombinácie vývojových zmien v jeho chápaní presahovali obnovenie výrobného procesu v uzavretom kruhu, obnovovanie na úrovni jednoduchej reprodukcie. Vychádzali z vývojových zmien vo výrobe a na trhu.

Schumpeter (1982) klasifikoval celkove päť typických zmien, ktorými sa prejavuje vývoj :

1. zavádzanie nových výrobkov, resp. pôvodných výrobkov s novými vlastnosťami ,
2. používanie novej výrobnéj techniky, výrobných procesov či nové obchodné zabezpečenie výroby,
3. otváranie nových trhov,
4. používanie nových surovín alebo polotovarov,
5. zmeny v organizácii výroby a jej zabezpečení.

Podľa Királ'ovej (2003, s.98) podnik cestovného ruchu môže inováciu uskutočniť prostredníctvom inovácie existujúcej produktovej rady, orientáciou na nové trhové segmenty, zlepšením komunikácie s návštevníkmi a intenzívnou propagáciou uspokojovania potrieb a požiadaviek prostredníctvom návštevy strediska, čím dochádza k predlžovaniu priemernej dĺžky pobytu, opakovaniu návštev, prípadne k zvýšeniu pobytu návštevníkov v rámci strediska cestovného ruchu. K ďalším spôsobom zaraďuje pravidelné oboznamovanie návštevníkov so všetkými variantmi využitia návštevy strediska v rámci vytvoreného imidžu a misie strediska, vyvolanie potreby, nájdenie nového segmentu rozšírením vybraného trhu (napr. vybudovanie kongresových kapacít, wellness centra ap.) alebo využitie existujúcej služby na uspokojenie nových či ďalších potrieb.

1.1.3. Inovácie produktu, produktovej rady v horskom stredisku

Tvorba produktu/ produktovej rady vychádza z výsledkov analýzy možností cieľového miesta, potrieb a požiadaviek segmentov trhu a finančnej náročnosti zavedenia nového produktu/ produktovej rady na trh. V tejto súvislosti združenie cestovného ruchu, či manažérska organizácia cieľového miesta, posudzuje ekonomickú náročnosť, sociálnu kompatibilitu, fyzickú atraktivitu, komplementaritu a predajnosť nového produktu/ produktovej rady v rámci produktového mixu.

Ak berieme do úvahy ekonomickú náročnosť zavedenia nového, resp. inovácie už existujúceho produktu, je dôležité si uvedomiť nutnosť finančných zdrojov na krytie nákladov a ich samotnú návratnosť. Nesmie sa zabudnúť sa prvky ako tvorba pracovných miest, vplyv na prírodné prostredie, konkurencia, trendy, potreby a požiadavky trhov či cieľový segment.

Podľa G. L. Urbana a J. R. Hausera sa proces tvorby produktu/ produktovej rady dá rozdeliť na štyri kroky:

Identifikácia možností, výber trhu, vznik idey, realizácia	Tvorba nového produktu/ produktovej rady, výskum trhu, koncepcia stratégie	Testovanie na trhu, tržné testy	Zavedenie na trh, plánovanie realizácie
--	--	---------------------------------	---

Zdroj: Urban, G.L., Hauser, J.R.: Designing and Marketing of New Products. New Jersey, Englewood Cliffs Prentice Hall 1980, str. 33.

Rozšírením produktovej rady rozumieme, ak napríklad združenie cestovného ruchu, či manažérska organizácia v cieľovom mieste, ktorá v rámci fungujúcej zimnej sezóny, rozširuje aj ponuku v letnom období. Zhustenie produktovej rady môže stredisko docieľiť dobudovaním takých aktivít, kedy bude využiteľosť cieľového miesta aj v mimosezónne.

1.2. Stredisko cestovného ruchu

1.2.1. Charakteristika strediska cestovného ruchu

Stredisko cestovného ruchu môžeme podľa Krátkeho slovníka cestovného ruchu charakterizovať ako sídelný útvar alebo súbor objektov a zariadení v rekreačnom priestore, dopravne dostupný, ktorý má k dispozícii potrebnú vybavenosť zariadeniami a umožňuje vykonávať rekreačné a kultúrne aktivity v jeho záujmovom území (Gúčík, M., 2004, s. 125).

Podľa svetovej organizácie cestovného ruchu (WTO, 1993, s. 22) je možné stredisko cestovného ruchu charakterizovať ako miesto, ktoré si návštevník zvolil na svoj pobyt,

s atraktivitami a s tým spojenými zariadeniami služieb cestovného ruchu, ktoré na trhu ponúkajú producenti služieb.

Podľa D. Buhalise je pre cieľové miesto cestovného ruchu, ktorým môže byť aj horské stredisko, charakteristických šesť komponentov, nazývaných tiež „šesť A“, a to :

- Attractions – primárna ponuka cestovného ruchu, ktorá množstvom, kvalitou a atraktivitou vyvoláva návštevnosť (prírodný, kultúrno-historický potenciál)
- Accessibility a ancillary services – všeobecná infraštruktúra, ktorá umožňuje prístup do cieľového miesta, pohyb za atraktivitami cieľového miesta, patria sem aj služby využívané predovšetkým miestnym obyvateľstvom (telekomunikačné, zdravotnícke, bankové, poštové, ..)
- Amenities- supraštruktúra a infraštruktúra cestovného ruchu, ktoré umožňujú pobyt v cieľovom mieste a využitie atraktivít (ubytovanie, stravovanie, ..)
- Available packages- pripravené produktové balíčky
- Activities- rozmanité aktivity.

1.2.2. Produkt strediska cestovného ruchu

Z hľadiska strediska cestovného ruchu môže produkt tvoriť súhrn všetkých služieb, tovarov a voľných statkov spotrebúvaných a požadovaných turistami. Pre produkt strediska cestovného ruchu je tak isto charakteristické, že turista spotrebúva súbor služieb a tovarov, ktoré sa vzájomne podmieňujú a vystupujú ako komplementárne. V širšom zmysle súčasťou produktu strediska cestovného ruchu je aj dopravná dostupnosť, upravenosť strediska, vzťah pracovníkov, miestneho obyvateľstva k návštevníkom, pohostinnosť, imidž a značka strediska ap. Tieto súčasti ovplyvňujú dopyt po produkte strediska na trhu cestovného ruchu (Raši, Š., 2000, s.13).

1.2.3. Horské stredisko cestovného ruchu

Najvýznamnejšie sú pre horské strediská geomorfologické, klimatické a biogénne faktory. Hydrologické pomery nemajú v horských strediskách významnejšiu úlohu. Z geomorfologických činiteľov je pre horské stredisko dôležitá najmä členitosť terénu, ktorá vytvára vhodné podmienky pre pešiu turistiku, horolezectvo, skialpinizmus, lyžovanie,

snowboarding a ďalšie športovo- rekreačné aktivity. Klimatické podmienky umožňujú využívanie geomorfologických podmienok na vykonávanie rôznych športovo-rekreačných aktivít. V zimnom období sú to najmä teplotné pomery (možnosť technického zasnežovania, čas trvania snehovej pokrývky) a množstvo snehových zrážok. Biogénne prvky sa významnou mierou podieľajú na atraktivite a estetickom vnímaní strediska, za určitých okolností môžu ovplyvniť aj vznik klimatických kúpeľov v stredisku. Významné sú aj z hľadiska istých druhov cestovného ruchu a športovo-rekreačných aktivít. Na Slovensku pokladáme za horské strediská tie, ktorých vybavenosť zariadeniami cestovného ruchu sa nachádza minimálne 26 v nadmorskej výške 500 m n. m. V Alpských štátoch toho kritérium môže byť 800 až 1 000 m. n. m (Patúš, P. 2004, s.11-12).

Existuje niekoľko špecifických problémov, ktoré spôsobujú odlišné prírodné podmienky horských stredísk oproti ostatným strediskám. V prvom rade je to výrazný vplyv sezónnosti v horských strediskách, prejavujúci sa v návštevnosti, vybavenosti a ekonomike strediska. Sezónnosť sa považuje za jednu z najvýznamnejších vlastností cestovného ruchu a zároveň faktor, ktorý je len ťažké ovplyvňovať (Butler, R., 2001, s.235) .

1.3.Vybraný postup a metódy riešenia

Východiskovým materiálom pre spracovanie študentskej vedeckej aktivity sú primárne a sekundárne zdroje údajov. Na základe zberu, triedenia a štúdiom informácií získaných zo sekundárnych zdrojov spracujeme prvú teoretickú kapitolu práce a formulujeme cieľ. V druhej kapitole stručne charakterizujeme horské stredisko Donovaly a vymedzíme jeho primárnu a sekundárnu ponuku. V tretej časti zanalyzujeme inováciu produktu bike parku v horskom stredisku, dôkladne ju popíšeme a zhodnotíme prostredníctvom SWOT analýzy ako aj návrhmi a odporúčaniami inovácii produktu cestovného ruchu. Informácie získame prostredníctvom primárneho prieskumu na základne riadených rozhovorov s marketingovým manažérom strediska Park Snow Donovaly a tiež pracovníkmi infocentra.

Pomocou pri formulovaní návrhov a odporúčaní pre stredisko cestovného ruchu môže byť využitie SWOT analýzy, a to hlavne preto, že prostredníctvom nej je možné odhaliť silné a slabé stránky produktov, v našom prípade zhodnotenie bike parku. Tieto hodnotenia môžeme porovnávať s vyhodnoteniami konkurenčných produktov iných bike parkov ostatných stredísk cestovného ruchu.

Zostavenie danej analýzy nám umožní zistiť, či je možné existujúce produkty udržať alebo rozšíriť, aké konkrétne zmeny je možné uskutočniť na trhu, čo je potrebné modifikovať

na existujúcich produktoch, aby sme prilákali čo najväčšie množstvo návštevníkov alebo aj ako kompletne inovovať ponuku. Daná SWOT analýza nám slúži ako základ pre nové návrhy a odporúčania pre bike park strediska Donovaly.

2. Analýza inovácií produktu v horskom stredisku cestovného ruchu Donovaly

2.1. Všeobecná charakteristika

Prvá písomná zmienka o obci Donovaly, v ktorej sa nachádza horské stredisko pochádza z roku 1702. Obec patrí do okresu Banská Bystrica v Banskobystrickom kraji. V obci žije len 220 obyvateľov v nadmorskej výške okolo 960 m. n. m. Donovaly ležia v sedle medzi pohoriami Starohorské vrchy a Veľká Fatra. Časť obce zasahuje do Národného parku Nízke Tatry. Tvorená je zo šiestich pôvodných osád Donovaly, Bully, Polianka, Mistríky, Mišúty, Hanesy a Sliačany. Horské stredisko Park snow Donovaly je najvýznamnejšie stredisko cestovného ruchu v regióne Starohorská Dolina s medzinárodným významom. Leží na cestnej trase medzinárodného významu s označením E-77

Zimnú sezónu môžeme považovať za významnejšiu z hľadiska návštevnosti vďaka kvalitne vybudovanej infraštruktúre potrebnej pre rozvoj zimných športov ako sú osobné horské dopravné zariadenia a zasnežovanie a službám, ktoré sú potrebné pre zabezpečenie technickej podpory. Samozrejmosťou sú viaceré ubytovacie zariadenia pre pobytový cestovný ruch rôznych kategórií a tried a viaceré stravovacie zariadenia. Stredisko ponúka okolo 8000 lôžok, 2000 stoličiek a 750 parkovacích miest. V stredisku nájdeme aj širokú ponuku doplnkových služieb ktoré rozširujú a skvalitňujú ponuku služieb strediska a odlišujú ho od konkurencie. Za príklad môžeme považovať projekt Ice Camp, ktorý je na Slovensku jedinečný a jeho obdobu môžeme nájsť až v zahraničí. Pre Donovaly sú charakteristické psie záprahy, ktoré majú v tomto stredisku dlhoročnú tradíciu. Lákadlom návštevníkov sú aj mnohé ďalšie športové ale aj kultúrne podujatia. V stredisku sa pravidelne odohrávajú prezentácie a reklamné podujatia výrobcov so záujmom prezentovať svoje produkty.

2.2. Primárna ponuka

Stredisko Donovaly označujeme prívlastkom horské stredisko vďaka primárnej ponuke, ktorá je tvorená prevažne prírodným potenciálom. Význam však majú aj kultúrno-

spoločenské podujatia. Stredisko sa nachádza v Západnej časti Nízkych Tatier a zasahuje aj do ďalšieho národného parku Veľká Fatra. Geomorfologické pomery predurčujú toto stredisko na rozvoj najmä zimných športov, cykloturistiky a pešej turistiky. V zimnej sezóne je v prevádzke 11 km upravovaných lyžiarskych tratí rozdelených na 17 zjazdoviek. Pre predĺženie sezóny sú niektoré lyžiarske zjazdovky umelo zasnežované. Stredisko sa snaží zabezpečiť plynulú a pohodlnú dopravu na začiatok zjazdoviek. V časti Nová Hoľa je to kombinovaná 6 sedačková lanovka s 8 miestnou kabínkou TELEMIX s prepravnou kapacitou 2570 ľudí z hodinu. V časti Záhradište je s prepravnou kapacitou 2400 osôb za hodinu najvýkonnejšie prepravné zariadenie Buly Expres. Okrem dvoch lanoviek je stredisko vybavené štrnástimi vlekmi. Celková prepravná kapacita strediska je 14 100 osôb za hodinu. Oblúbené sú aj trate pre bežecké lyžovanie. Vyznačené sú tri okruhy so začiatkom na Donovaloch. Rozlišujú sa podľa dĺžky, náročnosti a výškového profilu.

Silnou stránkou strediska je park pre vyznávačov freestyle lyžovania a snowboardovania. Názov nesie Riders park a je v starostlivosti odborníkov, ktorý ho pripravujú pre verejnosť a pre preteky. Pre rok 2011 sa park stal strediskom prípravy slovenskej reprezentácie v snowboardingu a akrobatickom lyžovaní. Pre deti je k dispozícii rozšírený park, ktorý sa svojou veľkosťou považuje za druhý najväčší v Európe. Ponúka pomôcky pre najmenších lyžiarskych začiatčníkov, sprievodný program, maskotov a skúsených inštruktorov.

Do primárnej ponuky zaraďujeme aj organizované podujatia. Charakteristickým podujatím pre Donovaly sú preteky psích záprahov. Tieto preteky majú v stredisku dlhoročnú tradíciu. Už v roku 1992 sa tu konali Majstrovstvá sveta. Počas niekoľkých rokov si preteky získali mnoho fanúšikov, ktorých počet sa zvýšil na niekoľko tisíc počas pretekov. Konali sa tu aj iné preteky psích záprahov európskeho významu. K ostatným športovým podujatiam môžeme priradiť množstvo lyžiarskych a snowboardových pretekov rôznych kategórií a významu. 18.2. 2012 sa v Riders parku odohrali najväčšie Slovenské preteky vo freestyle snowboardingu Sony Ericsson Snowboard Fest 2012, ktoré sa doteraz konali v stredisku Drienica. Ďalším podujatím je séria pretekov Monster energy snowboard Tour. Pripravované je podujatie Európskeho poháru v Slopestyle. Kultúrne podujatie na Donovaľoch má názov Donovalyfest, kde je možné si vypočuť známe slovenské kapely.

Pre letnú sezónu je významná značená sieť turistických chodníkov. Donovaly sú východiskom ale aj cieľovým miestom turistov. Samozrejmosťou je možnosť vybrať si z viacerých turistických trás podľa náročnosti. Pre vyznávačov cykloturistiky sú pripravené viaceré okruhy a cyklotrasy v Starohorských vrchoch. Sezóna 2011 bol významná pre cykloturistiku v tomto regióne, kedy boli obnovené staré a vyznačené nové cyklotrasy.

Cyklotrasy sú vhodné pre začiatočníkov ako aj pre náročnejších jazdcov na cestných a horských bicykloch. Po dokončení vyznačenia plánovaných trás by mala byť celková dĺžka cyklotrás až 230 kilometrov. Momentálne sa nachádza na Donovaloch 6 cyklistických okruhov.

2.3.Sekundárna ponuka

Sekundárnu ponuku tvoria prevažne ubytovacie a stravovacie zariadenia. Ubytovacie služby ponúka viacero zariadení. Návštevník má možnosť si vybrať z viacerých kategórií a tried ubytovacieho zariadenia. K najznámejším hotelom patria Šport Hotel****, Hotel Galileo**** a Resience Hotel****. Ich spoločnou výhodou je malá vzdialenosť od centrálneho parkoviska. Bežnou vybavenosťou sú wellness zariadenia a konferenčné miestnosti. K ďalším zariadeniam patria penzióny, chatky, apartmány a iné. Pohostinské služby poskytujú zariadenia rôznej kategórie. Návštevník strediska sa môže občerstviť priamo na svahu v bare a fastfoodových zariadeniach. Viacero reštaurácií sa nachádza v ubytovacích zariadeniach. Výhodnú polohu má obľúbená Koliba Goral na centrálnom parkovisku. Celkovú infraštruktúru strediska dopĺňa miestna informačná kancelária Info Donovaly, kde je možné sa informovať o aktuálnom dianí v stredisku, zakúpiť si suveníry a získať rôzne praktické informácie. V letných mesiacoch je možné využiť voľný čas v adrenalínovom parku Fun Aréna jazdou na boboch v bobovej dráhe, vyskúšať si svoje sily na lezeckej stene, v lanovom centre a na trampolínach. Vďaka lanovke TELEMIX je možné sa aj v letných mesiacoch vyviezť na Novú Hoľu. V našej práci sa budeme ďalej venovať novozníknutému Bike parku, ktorý bol otvorený v letnej sezóne v roku 2011, práve v časti Nová Hoľa. Na základe skúseností z iných bike parkov slovenských horských stredísk navrhujeme v tretej kapitole rôzne odporúčania.

2.4.Bike park Donovaly

Už v minulosti sa konali na Donovaloch preteky Slovenského pohára v zjazde na horských bicykloch. Pre tieto preteky bolo vystavované jednorázové povolenie od správcov NAPANT-u. Povolenie pre celoročnú sezónu dostalo stredisko až v lete v roku 2011. Aj v roku 2011 sa tu konali preteky CTM Moravsko slovenského DH cupu začiatkom júla, po ktorých ostal Bike park v prevádzke. V nasledujúcej sezóne je plánovaná prevádzka od mája do októbra. Pre prevádzku Bike parku a jazdenie na zjazdových bicykloch je nevyhnutná

doprava na začiatok zjazdovej trate ako to je v prípade zjazdového lyžovania. Pre dopravu slúži lanovka TELEMIX, ktorá je v letnej sezóne v prevádzke v hodinových intervaloch od 09.00 ráno. V prípade väčšieho počtu návštevníkov je možné tieto intervaly skrátiť.

Zjazdovka Nová Hoľa je strmá, čo sa odzrkadlilo aj na vlastnostiach zjazdovej trate. Je náročná, určená pre skúsenejších jazdcov, čo môže byť na jednej strane výhodou a na druhej nevýhodou. Štart sa nachádza pod vrcholovou stanicou lanovky TELEMIX v nadmorskej výške 1340 m.n.m. Dĺžka trate je 2100 metrov a je rozdelená na viacero úsekov. Prvá časť je tvorená upraveným lúčnym povrchom. V lesných častiach sa nachádzajú technické úseky s množstvom kameňov a koreňov. Počas celej trate nechýbajú skoky s možnosťou bezpečného objazdu, strmé pasáže, klopené zákruty a podobné prekážky. Cieľ je pri údolenej stanici lanovky TELEMIX. Jazdec zjazdom prekoná 420 výškových metrov. Na Donovaloch sa momentálne nachádza jedna zjazdová trať. Minulý rok bola v pláne výstavba druhej trate, čo sa nepodarilo. S rozširovaním bikeparku by sa malo pokračovať v lete 2012.

Pre aktivity spojené s Bike parkom je pre sezónu 2012 prijatý nový zamestnanec. Jeho náplňou bude usmerňovať činnosti a rozvoj Bike parku. Momentálne stredisko hľadá partnera pre podporu a rozvoj Bike parku.

V lete 2011 sa stredisko zapojilo do série pretekov CTM Moravsko Slovenského DH Cupu. V sezóne 2012 je okrem tohto závodu naplánovaný aj pretek Slovenského pohára v zjazde na horských bicykloch.

Cieľovou skupinou na ktorú sa Bike park zameriava sú zjazdoví cyklisti. Či už sú to rekreační jazdci, ktorí sa tomuto športu venujú pre zábavu a rozptýlenie alebo sú to športovci, ktorí sa pravidelne zúčastňujú na pretekoch doma aj v zahraničí. Na Slovensku pôsobia niekoľko tímov, združujúcich týchto pretekárov. Donovaly majú možnosť stať sa miestom pre tréningy a sústredenie celých tímov.

3. Návrhy a odporúčania inovácií produktu horského strediska Donovaly

3.1.SWOT Analýza

V analytickej časti našej práce by sme chceli zhodnotiť zjazdovú trať nachádzajúcu sa v stredisku Donovaly, v časti Nová Hoľa. Na zhodnotenie využijeme SWOT analýzu, v ktorej vyhodnotíme silné a slabé stránky trate a tiež jej budúce príležitosti ako inovovať daný produkt cestovného ruchu, resp. aj problémy, ktoré môžu hroziť.

SWOT	
STRENGTHS (silné stránky)	WEAKNESSES (slabé stránky)
- Náročnosť a kvalita trate - Technické parametre trate (nadmorská výška, prevýšenie, dĺžka trate) - Moderná a komfortná lanovka - Dopravná dostupnosť trate (Donovaly ako „dopravná tepna“)	- Náročnosť trate môže byť nevhodná pre menej skúsených jazdcov - Počet parkovacích miest pri vyššej návštevnosti - Len jedna trať na výber, žiadna možnosť výberu trate - Neexistujúce doplnkové služby pre cyklistov na Novej Holi - Prevádzka lanovky v obmedzených intervaloch - Nedostatočná propagácia trate a možností pre cyklistov
OPPORTUNITIES (príležitosti)	THREATS (ohrozenia)
- Výstavba nových tratí - Narastajúci trend zjazdovej cyklistiky - Rozvoj doplnkových služieb pre cyklistov - Organizácia pretekov a podujatí - Propagácia Bikeparku - Vytvorenie organizačnej zložky v stredisku - Prilákanie sponzorov - Vytvorenie balíka služieb	- Konkurencia (Ružomberok, Hriňová) - Možné obmedzenia pri tvorení inovácií trate (ochranári, zákon,..) - Nenávratnosť investícií

Z hľadiska silných stránok je daná trať kvalitne postavená a určená aj náročným cyklistom. Trať sa nachádza v pomerne vhodnej nadmorskej výške pre zjazdové bicyklovanie. Začiatok trate je blízko pri cieľovej stanici sedačkovej lanovky, ktorá je umiestnená v nadmorskej výške 1361 m. n. m. Lanovka je nielen pohodlná pri presune do cieľovej stanice, no tiež bezpečná z hľadiska vývozu bicykla, ktorý sa jednoducho zavesí na bočnú stranu sedačky a pevne tam drží. Dĺžka trate a jej prevýšenie sú taktiež lákadlom pre vyhľadávateľov zjazdovej cyklistiky. Vzhľadom na polohu strediska Donovaly, je trať dostupná z oboch hlavných ťahov a to smerom z Ružomberka ako aj z Banskej Bystrice. Týmto je Bike Park zaujímavý aj pre pasantov.

Slabou stránkou môže byť z technického hľadiska aj už spomínaná náročnosť trate, ktorá môže byť pre menej skúsených a menej zdatných cyklistov skôr nevýhodou. V čase konania sa pretekov, je parkovisko na Novej holi nedostačujúce. Pri zjazdovej cyklistike by sme mali myslieť aj na to, že cyklista potrebuje pri aute priestor na vyloženie bicyklov a podobne. Ďalšou, a snáď najväčšou nevýhodou je fakt, že Bike Park poskytuje len jednu zjazdovú trať a nedáva tým možnosť výberu náročnosti, či vybavenia trate, ako v iných konkurenčných Bike Parkoch. Doplnkové služby pre cyklistov poskytuje len športový obchod s požičovňou Dami Sport na Záhradišti. Okrem technickej podpory na Novej Holi neexistuje ani žiadna organizačná základňa, či poskytovateľ informácií práve pre jazdcov. Sedačková lanovka je v letnej sezóne spúšťaná len každú hodinu, resp. každú polhodinu pri väčšej návštevnosti, čo robí samotný zjazd organizovaným a neflexibilným. Poslednou spomenutou slabou stránkou je slabá propagácia Bike Parku. Existujú informácie na stránke strediska ako aj rôzne propagačné tlačené materiály, no zakaždým je v nich Bike Park spomenutý len ako jedna z možností využitia voľného času. Bike Park je určený užšej skupine návštevníkov a informácie o Bike Parku by mohli byť podávané samostatne.

Príležitosti a ohrozenia spomenieme v nasledujúcej časti „Návrhy a odporúčania inovácií produktu cestovného ruchu“.

3.2. Návrhy a odporúčania inovácií produktu cestovného ruchu

V posledných rokoch je viditeľný zvýšený záujem o horskú cyklistiku. Myslíme si, že je to spôsobené najmä technickým pokrokom a novými technológiami, ktoré umožňujú vyrábať bicykle odolnejšie a zároveň cenovo dostupnejšie. Viacero horských stredísk si uvedomuje možnosť poskytnúť svoje služby zjazdovým cyklistom a tak lepšie využiť osobné horské dopravné zariadenia aj v lete. Dovolíme si tvrdiť, že niektoré menšie a nižšie položené

strediská využívajú tieto zariadenia častejšie v letnej sezóne, práve vďaka cyklistom. Pre správu Bike parku by mala byť vyčlenená kompetentná osoba, ktorá sa cyklistike venuje a pozná základné potreby a nároky cyklistov. Pre propagáciu Bike parku by sme navrhli komunikáciu cez webové stránky, ktoré sa venujú tomuto športu na Slovensku. Keďže na Slovensku nemá tento šport vybudovanú širokú základňu, pozornosť je smerovaná práve na tento malý počet stránok a reklama na nich osloví veľkú časť cieľovej skupiny.

Praxou je aj spolupráca výrobcu bicyklov alebo slovenského distribútora a Bike parku, kedy sa podľa dohody môže rozvinúť spoločná spolupráca. Bike park môže získať okrem finančných prostriedkov aj bicykle použiteľné pre testovanie alebo požičanie. Výrobca má okrem reklamy v stredisku možnosť osloviť potenciálneho zákazníka, ktorý práve skúša jeho bicykel.

Stredisko je známe službami v zimnej sezóne. V letnej sezóne môžeme zaznamenať podstatne nižší počet návštevníkov vďaka ubytovacej štatistike. Mnohí návštevníci sú evidovaní ako pasanti. Jednou z možností zvýšenia počtu návštevníkov môže byť zlepšenie služieb pre zjazdových cyklistov v Bike parku Donovaly.

Momentálne sa nachádza v stredisku len jedna oficiálna zjazdová trať. V kvalitnejších bike parkoch je samozrejmosťou možnosť výberu z viacerých typov tratí a niekedy aj viacero náročností jednotlivých typov tratí. S vyšším počtom alternatív sa zvyšuje pravdepodobnosť návratu návštevníka do strediska. Zjazdová trať vybudovaná na Donovaloch je radená k obtiažnejším tratiam, ktoré sú prístupné na Slovensku. Obtiažnosť jednej trate odrádza potenciálnych záujemcov so slabšími skúsenosťami využiť služby Bike parku. Nie každý sa odhodlá na náročnejšiu trať a privítal by možnosť pre začiatočníkov.

Pre jazdcov a návštevníkov je potrebné zabezpečiť aj technické zázemie. V prípade nepriaznivého počasia kedy je na trati blato je vhodné bicykel po jazde umyť prúdom vody. Šetrí sa tak bicykel a zabezpečí väčšia čistota lanovky. Pri väčšej návštevnosti by malo byť k dispozícii viacero možností. Zvyčajne sa používa vodný tlakový čistič alebo prívod vody záhradnou hadicou.

V prípade malých technických problémov, ktoré sa bežne stávajú pri tomto športe by bolo vhodné poskytnúť návštevníkom základné náradie pri údolnej stanici lanovky Telemix, kde je. Nemala by chýbať súprava imbusových kľúčov, náradie na opravu defektu, viacero druhov šrobovákov a nástrčkových kľúčov. Náradie by sme navrhovali poskytovať bezplatne.

K štandardnej ponuke bike parkov patrí požičovňa bicyklov a ochrannej výstroje. Na Donovaloch túto službu zabezpečuje Dami's sport. Nevýhodou je vzdialenosť požičovne od údolnej stanice, čo môže viesť k strate záujemcu o požičanie zjazdového bicykla. Vhodné by

bolo premiestniť túto službu bližšie k údolnej stanici lanovky Telemix, alebo zriadiť túto službu v Park snow Donovaly pri údolnej stanici alebo v tesnej blízkosti. V prípade technického problému na požičanom bicykli by zákazník nemusel prekonávať väčšiu vzdialenosť, ktorá je tvorená momentálnou situáciou.

Pre zviditeľnenie Bike parku by sme navrhli organizovať podujatia a zapájať stredisko do seriálov pretekov organizovaných na Slovensku. V roku 2012 sa na Donovaloch budú konať preteky Slovenského pohára v zjazde na horských bicykloch a Moravsko-Slovenský DH cup 2012. Viacero stredísk si organizuje vlastnú sériu pretekov pre zvýšenie počtu návštevníkov. V priebehu sezóny by stredisko mohlo zorganizovať sériu troch pretekov rôznych kategórií s vyhlásením víťazov s najvyšším získaným počtom bodov pri poslednom preteku série. Podobné série pretekov sú organizované v strediskách Jasná Nízke Tatry a Ružomberok Malinô Brdo.

V kombinácii s cykloturistickými trasami by sme navrhovali vytvoriť balík zahŕňajúci prenocovanie. Mnoho zjazdových cyklistov sa venuje aj disciplíne cross country, pre ktorú sú na Donovaloch vytvorené viaceré okruhy. Balík by bol zostavený na využití cyklotrás v jeden deň a možnosťou jazdenia v bikeparku druhý deň, samozrejme podľa rozhodnutia návštevníka. Balík by poskytoval zvýhodnené ubytovanie. Poskytovaný by bol počas víkendov alebo sviatkov, kedy je v prevádzke lanovka na Novú hoľu. Zvýhodnené by boli aj služby v požičovni bicyklov a obchode s cyklistickými potrebami Dami's sport. Problémom by mohol byť záujem poskytovateľov služieb podieľať sa na takomto balíku.

Záver

Cieľom práce bolo zhodnotiť súčasný stav strediska a navrhnúť inovácie produktu novovytvoreného Bike parku v časti nová Hoľa.

V našej práci sme opísali základnú charakteristiku horského strediska Donovaly. Jeho primárnu a sekundárnu ponuku. Z dôvodu narastajúceho počtu záujemcov o zjazdovú cyklistiku môžeme sledovať zvyšovanie počtu stredísk ponúkajúcich služby pre túto cieľovú skupinu. Do tejto skupiny sa minulý rok zaradilo aj stredisko Donovaly otvorením Bike parku v časti Nová Hoľa. Sklon zjazdovky predurčuje túto trať skúsenejším zjazdárom. Pre rozšírenie cieľovej skupiny by bolo vhodné vybudovať trať s menšou obtiažnosťou.

Na základe našich osobných skúseností z konkurenčných bike parkov sme navrhli zlepšenia pre Bike park Donovaly, ktoré môžu byť rozhodujúce pri výbere cyklistu o návšteve tohto alebo konkurenčného strediska. Nie len vlastnosti samotnej trate tvoria stredisko kvalitným. Pre zjazdových cyklistov sú to aj rôzne doplnkové služby, ktoré im pomáhajú udržať ich bicykel v dobrom technickom stave počas celého dňa. Dôležitá je aj atmosféra v stredisku, komunikácia strediska s cyklistami, prezentovanie na dostupných internetových stránkach a organizovanie pretekov v stredisku, popřípade sprievodných podujatí. Veľký vplyv na zákazníka má aj správanie personálu strediska.

Zjazdová cyklistika je na Slovensku pomerne mladý, ale rozrastajúci sa šport, ktorý už má vytvorenú dobrú základňu v počte cyklistov a dobrej cenovej dostupnosti zjazdových bicyklov a doplnkov. Stále sa však jedná o úzky segment trhu, ktorý je aj vďaka účasti zahraničných zjazdárov neprehliadnuteľný.

Použitá literatúra

1. BUHALIS, D. 2000: Marketing the Competitive Destination of the Future. In: Tourism Management: Research Policies Practice, 1/2000, str. 98.
2. BUTLER, R. W. 2001. Seasonality in tourism: Issues and Implications. In seasonality In tourism. Elsevier science, 2001. ISBN 0-08-043674-9.
3. ČIMO, J., MARIAŠ, M. 1998. Inovácie vo firemnej stratégii. Bratislava : Sprint, 1998. ISBN 80-88848-29-6.
4. ČIMO, J., MARIAŠ, M. 1999. Inovačná stratégia firmy. Bratislava : Ekonóm, 1999. ISBN 80- 225-1099-8.
5. GÚČIK, M. 2000. Základy cestovného ruchu. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2000. ISBN 80-8055-355-6.
6. GÚČIK, M. 2004. Krátky slovník cestovného ruchu. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2004. ISBN 80-88945-73.
7. GÚČIK, M. a kol. 2006. Manažment cestovného ruchu. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2006. ISBN 80-88945-84-4.
8. KIRÁLOVÁ, A. 2003. Marketing destinace cestovního ruchu. Praha : Ekopress, 2003. ISBN 80-86119-56-4.
9. KIRÁLOVÁ, A. 2002. Marketing hotelových služieb. Praha : Ekopress, 2002. ISBN 80-86119-44-0.
10. PATÚŠ, P. 2004. Osobitosti manažmentu horských stredísk cestovného ruchu na Slovensku. In Ekonomická revue cestovného ruchu, roč. 37, 2004, č. 1, ISSN 0139-8660, s. 11-21.
11. PATÚŠ, P. 2004. Problémy manažmentu strediska cestovného ruchu. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2004. ISBN 80-8055-946-5.
12. RAŠI, Š. 2000. Predpoklady a aktivity manažmentu strediska cestovného ruchu. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2000. ISBN 80-8055-451-X.
13. REIME, M., HAWKINS, C.: Tourism Development: A Model for Growth. In: Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly 20/1979, str. 68.
14. URBAN, G.L., HAUSER, J.R.: Designing and Marketing of Nwe Products. New Jersey, Englewood Cliffs Prentice Hall 1980, str. 33.
15. Oficiálna stránka strediska Donovaly. (online). 2012. Dostupné na internete: <http://www.parksnow.sk/donovaly/>