



Študentská vedecká aktivita

Uplatňovanie netradičných športovo – rekreačných aktivít v strediskách cestovného ruchu

Dominik Gramantík

Sekcia: Cestovný ruch

Konzultant: Prof. Ing. Peter Patúš, PhD.

Banská Bystrica
2013

Obsah

Úvod.....	3
1. Súčasný stav skúmanej problematiky doma a v zahraničí.....	4
1.1. Stredisko cestovného ruchu.....	4
1.2. Športovo - rekreačné aktivity a ich využitie v cestovnom ruchu.....	7
2. Horské stredisko Tignes vo Francúzsku.....	9
2.1. Všeobecná charakteristika strediska.....	9
2.2. Ponuka športovo – rekreačných aktivít.....	10
2.3. Marketing strediska Tignes.....	12
3. Navrhované riešenia pre slovenské horské stredisko.....	14
3.1. Zhodnotenie ponúkaných športovo – rekreačných aktivít strediska Ružomberok Malinô Brdo.....	14
3.2. Navrhované inovácie športovo - rekreačných aktivít strediska Ružomberok Malinô Brdo.....	15
3.3. Marketing strediska Ružomberok Malinô Brdo.....	16
Záver.....	17
Použitá literatúra.....	18
Prílohy.....	20

ÚVOD

Tému práce sme si zvolili na základe pracovnej skúsenosti vo francúzskom horskom stredisku Tignes, ktoré má v ponuke tradičné ale aj množstvo netradičných športovo – rekreačných aktivít. Okrem možnosti aktívnej účasti na športovo – rekreačných aktivitách, ponúka stredisko viaceré profesionálne exhibičné podujatia, na ktorých sa návštevníci strediska zúčastnili pasívne.

Mali sme možnosť tieto aktivity sledovať, niektoré aj osobne vyskúšať. Rozhovor s manažérom športovo - rekreačnej časti strediska nám objasnil niektoré naše otázky ohľadom marketingu strediska. Vysvetlil nám ciele marketingu a metódy, ktorými sa snažia tieto ciele dosiahnuť.

Na základe týchto skúseností sa pokúsime opísať reálne návrhy pre vybrané slovenské horské stredisko Ružomberok Malinô Brdo v oblasti ponuky športovo – rekreačných aktivít a marketingu, čím by sa odlíšilo od konkurencie na Slovensku.

1. Súčasný stav skúmanej problematiky doma a v zahraničí

V prvej časti našej práce definujeme pojem stredisko cestovného ruchu a opíšeme špecifické vlastnosti horského strediska cestovného ruchu. Ďalej je potrebné definovať pojem športovo – rekreačné aktivity a ich význam pre cestovný ruch.

1.1. Horské stredisko cestovného ruchu

Skupina autorov Horák, Jurčačko a Izáková (1985) uvádzajú, že základnou jednotkou vybavenosti rekreačného priestoru je stredisko cestovného ruchu. P. Mariot (1995, In: Raši, 2000) a Kaspar (1995) sa zhodujú na tom, že stredisko cestovného ruchu je kryštalizačným bodom činnosti cestovného ruchu. Stredisko sa vďaka svojej prítlačlivosti stáva cieľom a stredobodom cestovného ruchu, je teda rozhodujúce pre pobyt účastníka cestovného ruchu, ako aj pre jeho dopyt po službách (produktoch) cestovného ruchu.

Krátky slovník cestovného ruchu definuje stredisko cestovného ruchu 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 (Gúčik, 2004, s. 125). Svetová organizácia cestovného ruchu WTO (1993), s. 22) charakterizuje stredisko cestovného ruchu 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.

Kozak a Baloglu (2011) rozdeľujú základné črty spájané s atraktivnosťou strediska cestovného ruchu na dve hlavné časti. Primárnu časť tvorí klíma, ekológia, kultúra a pôvodná architektúra. Sekundárnym znakom strediska cestovného ruchu sú zariadenia určené najmä pre skupinových návštevníkov ako sú hotely, pohostinské zariadenia, dopravné služby a zábava. Bieger (1996) opisuje stredisko cestovného ruchu ako geografický priestor súvisiaci s určitým sídlom, ktorý si vybral hosť (alebo segment hostí) ako svoj cestovný cieľ. Stredisko obsahuje všetky zariadenia potrebné na pobyt, ako sú ubytovacie, stravovacie, zábavné a iné zariadenia. Ashworth a Voogd (In Palatkova, 2007) majú na geografické vymedzenie strediska cestovného ruchu odlišný názor. Uvádzajú, že cieľové miesto do značnej miery definuje sám návštevník tým,

ako vníma a vyberá si služby, čo môže byť niekedy v rozpore s geografickými hranicami daného regiónu.

Z Patúšovej (2007) analýzy prístupov ku skúmaniu strediska cestovného ruchu vyplýva, že v teórii existujú v zásade dva základné prístupy a tými sú geografický a ekonomický. Stredisko cestovného ruchu ako určité územie, ktoré má isté charakteristické vlastnosti a ktoré vďaka vybavenosti zariadeniami cestovného ruchu môže uspokojovať potreby návštevníkov. Tento prístup možno charakterizovať ako geografické chápanie strediska. Stredisko cestovného ruchu ako ekonomický systém, ktorého jednotlivé prvky vzájomne spolupracujú za účelom uspokojenia potrieb návštevníkov a dosahovania primeraného zisku, pričom vo svojej činnosti sú nútené reagovať aj na vplyvy vonkajšieho a vnútorného prostredia. V tomto prípade možno hovoriť o ekonomickom (systémovom) prístupe ku skúmaniu strediska.

Definovaniu pojmu stredisko cestovného ruchu sa venovalo mnoho autorov na Slovensku aj v zahraničí. Po zovšeobecnení ich definícií, môžeme tvrdiť, že stredisko cestovného ruchu predstavuje tieto charakteristické črty:

- je miestom prechodného pobytu,
- je charakteristické určitými atraktivitami cestovného ruchu, primárnou ponukou,
- vybavenosť strediska infraštruktúrou potrebnou pre účasť na cestovnom ruchu, sekundárna ponuka,
- existuje súlad medzi primárnou a sekundárnou ponukou daného územia,
- existencia jednotnej organizačnej štruktúry a riadenia,
- na trhu cestovného ruchu vystupuje ako samostatná jednotka s vlastnou marketingovou stratégiou.

V nasledujúcej časti práce opíšeme osobitosti horského strediska cestovného ruchu. Reed (1990) tvrdí, že podnikanie na horách má dlhú tradíciu. V posledných rokoch bol zaznamenaný zvýšený miestny ako aj celonárodný záujem podnikateľských, štátnych, profesijných ako aj neziskových skupín o horské strediská. Európske pohoria sú cieľové miesta turistov v letnej aj zimnej sezóne, ale majú len niekoľko málo návštevníkov na jar a jeseň. Návštevníci prichádzajúci v lete sú úplne odlišní od tých, ktorí prichádzajú v zime a vyberajú si horské strediská pre ich krásne scenérie a vhodnosť pre prechádzky alebo pešiu turistiku. Rovnaké ubytovanie je použité pre obe sezóny, letnú aj zimnú. Lanovky ostávajú otvorené pre návštevníkov aby mohli dopraviť návštevníkov na vrchol hôr. (Rodgers, 2001, s. 91)

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, 2001, s.235) . Kušcer (2011) definuje horské stredisko ako geografická, ekonomická a sociálna jednotka, ktorá združuje podniky, organizácie, činnosti, územia a infraštruktúru vytvorenú pre uspokojovanie špecifických potrieb horských turistov.

Patúšov (2004) názor na horské stredisko cestovného ruchu je, že musí spĺňať všeobecné požiadavky kladené na strediská cestovného ruchu a zároveň sa odlišovať v istých charakteristikách, ktoré mu dávajú prívlastok horské. Pre horské strediská sú najvýznamnejšie 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. Na Slovensku pokladáme za horské strediská tie, ktorých vybavenosť zariadeniami cestovného ruchu sa nachádza minimálne v nadmorskej výške 500 m.n.m. V alpských štátoch toto kritérium môže byť 800 až 1000 m. n. m.

V strediskách turistiky a zimných športov prevláda pohybová zložka nad pobytovou. Doménou tohto typu sú zimné športy, silným faktorom je aj turistika s miernou prevahou letnej. Sekundárnou funkčnou zložkou je rekreačný pobyt a osobité druhy športov, viazané na špeciálne prírodné podmienky (horolezectvo ap.) V strediskách turistiky a zimných športov sa výrazne prejavuje dominantný prvok prírodných podmienok (svahy), ktorý vytvára priaznivé podmienky najmä pre zimné využitie. O stredisku turistiky a zimných športov budeme hovoriť vtedy, ak je lokalizované nadmorskej výške 700 m n m. a vyššie (Gúčik, Pěč, 2011, s. 47).

Nemetz a Eager (2005/2006, s. 56) opisujú služby horského strediska ako komplexné. Tvoria doplnok k prevádzke osobných horských dopravných zariadení, stredisko zabezpečuje parkovanie, reštaurácie, bary, dennú starostlivosť, lyžiarske školy, lyžiarsku hliadku, požičovne a servis, úprava zjazdoviek, predaj príslušenstva a doplnkov. Každá zo služieb musí byť poskytovaná s ohľadom na kapacitu, kvalitu a komfort. Dopyt po špecifických službách nezáleží len od sezóny, ale rozširuje sa

denne. Táto skutočnosť si vyžaduje veľkú mieru flexibility manažmentu strediska. Z Analýzy cestovného ruchu Slovenskej agentúry pre cestovný ruch môžeme tvrdiť, že lyžiarske strediská na Slovensku uskutočnili veľký krok vpred v zlepšovaní svojich služieb. Dokázali sa rýchlo prispôbiť želaniam zákazníkov s vyššími očakávaniami a investovali do modernizácií /umelé zasnežovanie, lanovky, doplnkové služby/. V súčasnosti majú lyžiarske strediská s prepojenosťou na aquaparky a termálne kúpaliská najlepšiu perspektívu na pritiaženie návštevníkov.

1.2. Športovo - rekreačné aktivity a ich využitie v cestovnom ruchu

Snaha využiť voľný čas na aktívny odpočinok motivuje k účasti na rekreačnom a športovom/dobrodružnom cestovnom ruchu. Tieto druhy cestovného ruchu sú spojené s istým stupňom fyzickej záťaže vo voľnej prírode ako protipól k prevažne sedavému zamestnaniu v uzatvorených priestoroch (Gúčík, 2004). Pravidelné športovo rekreačné aktivity zdokonaľujú v človeku vlastnosti, ktoré sa prejavujú ako zvýšený stupeň aktivity jednotlivca s vysokou a stálou psychickou pohotovosťou na činnosť v zložitých podmienkach (Palovičová, 2013).

Športovo - rekreačné služby sú služby na aktívny odpočinok vo voľnom čase, ktoré návštevníkom poskytujú športovo rekreačné zariadenia. Napriek tomu, že sa tieto služby označujú za doplnkové, pre väčšinu návštevníkov sú hlavným motívom účasti na cestovnom ruchu (Gúčík, 2004). Torkildsen (In: Horner, Swarbrooke, 1994) definuje rekreáciu ako činnosť a zážitky obvykle vykonávané a získavané v rámci voľného času a obvykle dobrovoľne zvolené pre vlastné uspokojenie, potešenie alebo tvorivé obohatenie. Môže byť tiež chápané ako proces aktívnej spoluúčasti. Fyzická rekreácia je tesne spojená so športom.

Športový cestovný ruch je spojený s pobytom vo vhodnom prírodnom prostredí a s vykonávaním rozličných športových aktivít, ktoré predpokladajú fyzické schopnosti jeho návštevníka. Rozšírené sú športové aktivity v lete aj v zime. Pôsobia nielen na fyzickú zdatnosť a odolnosť organizmu človeka, ale pestujú a rozvíjajú aj jeho morálne a vôľové vlastnosti. Technicky náročným druhom športu sa návštevníci venujú prevažne pasívne ako športoví diváci. Môže ísť o rôzne športové súťaže, preteky i športové hromadné podujatia. Rekreačný cestovný ruch je zameraný na rekreačné aktivity spojené s obnovou fyzických a duševných síl človeka vo vhodnom prírodnom prostredí. K základným aktivitám patria nielen prechádzky, ale aj menej

náročná športová činnosť, poznávanie prírody a pamiatok chatárenie a chalupárenie. Pobyt v priaznivom prírodnom prostredí má vplyv na organizmus a duševnú pohodu človeka. Nadobúda stále väčší význam najmä v súvislosti so zhoršujúcim sa životným prostredím v mieste trvalého bydliska (Orieška, 2011).

Technickú základňu pre aktívne formy oddychu tvoria športovo - rekreačné zariadenia, ktoré poskytujú športovo - rekreačné služby ako ekvivalent pre uspokojovanie primárnych (cieľových) potrieb návštevníkov v cestovnom ruchu. Športovo – rekreačné zariadenia ako súčasť ubytovacích zariadení a vybavenosti cieľových miest umožňujú predlžovať sezónu a prispievať k efektívnosti ubytovacích, pohostinských a ďalších zariadení cestovného ruchu. Športovo-rekreačné zariadenia majú dvojaký charakter. Jedna skupina má univerzálny charakter a poskytuje služby nezávisle od prírodných predpokladov, napr. ihriská pre loptové hry, kryté bazény, zariadenia pre sálové športy, fitnesscentrá. Zariadenia poskytujúce tieto služby sa budujú ako súčasť hotelov a vybavenosti cieľových miest. (Gúčík, 2004)

Pre cestovný ruch je významná druhá skupina športovo-rekreačných zariadení, ktorých služby závisia od prírodných podmienok. Majú zvyčajne sezónny charakter, napr. kúpanie na prírodných vodných tokoch a plochách, turistické chodníky a cesty, lanovky, vleky, lyžiarske zjazdové a bežecké trate ap. Táto skupina služieb je cieľom účasti na cestovnom ruchu a má v súbore športovo - rekreačných služieb rozhodujúce postavenie. Služby je možné ponúkať jednotlivo alebo ako súčasť súboru služieb (pobytu). Športovo rekreačné služby je nevyhnutné prispôbovať meniacemu sa dopytu a sezónnosti, a pri poskytovaní prihliadať na ich efektívnosť (Gúčík, 2010). Niektoré rekreačné aktivity je možné prevádzkovať doma alebo v blízkom okolí domova, napríklad tanec alebo kondičné cvičenie. Iné vyžadujú, aby ich účastníci cestovali na značné vzdialené miesta, kde sa nachádzajú zariadenia alebo prírodne podmienky, potrebné k prevádzkovaniu aktivít, napríklad skaly, vodné plochy. Mnoho zariadení a aktivít je propagovaných ako vlastníckmi alebo prevádzkovateľmi, tak aj ďalšími organizáciami. Rekreácia a šport sa v stále väčšej miere stávajú súčasťou širšej oblasti produktov cestovného ruchu a ubytovacích služieb (Horner, S., Swarbrooke, J. 2003).

Rozdiel medzi klasickými športovými aktivitami a netradičnými je veľmi malý. V podstate ide len o to, že tie klasické sú všeobecné známe a tie netradičné sú momentálne nové. Sú to buď úplne iné činnosti, alebo tie klasické, v novej úprave, s novými pravidlami. Netradičným športom a pohybovým aktivitám sa vo väčšine

prípadoch venuje menšia skupina ľudí a často sú spojené so zvláštnymi športovými pomôckami, náčiním a náradím.

2. Horské stredisko Tignes vo Francúzsku

V tejto časti charakterizujeme horské stredisko Tignes vo Francúzsku, jeho lokalizáciu a ponuku netradičných športovo – rekreačných aktivít. Opíšeme marketingové aktivity strediska, propagáciu produktu a komunikáciu so zákazníkom.

2.1. Všeobecná charakteristika strediska

Francúzska republika (République française) je demokratický štát, nachádza sa v západnej Európe s hlavným mestom Paríž. Je členskou krajinou Severoatlantickej aliancie NATO a je jedným zo spoluzakladajúcich štátov Európskej únie. Francúzsko je rozdelené na 26 regiónov, z toho 4 regióny sú zámorské. Regióny sú ďalej rozdelené na departementy.

Jedným z regiónov v alpskej oblasti je región Rhône-Alpes s hlavným mestom Lyon. Región je rozdelený na osem departementov. Stredisko Tignes patrí do departementu Savoie. Leží v údolí Tarentaise, v ktorom sa nachádza viacero ostatných horských stredísk ako je Meribel, Courchevel, Les Arcs, La Plagne a oblasť Espace Killy, ktorá je tvorená strediskami Val-d'Isère a Tignes. V tejto oblasti sa nachádza aj francúzsky národný park Vanoise. Stredisko je dopravne dobre dostupné z väčších miest ako je Lyon, Geneva a Chambéry. V roku 1992 sa v stredisku uskutočnili freestyle disciplíny Zimných Olympijských hier Albertville 1992.

Obec Tignes sa skladá z piatich častí Val Claret, Tignes le Lac, Le Lavachet, Tignes Les Boisses and Tignes-les-Brévières. Najnižšia časť obce sa nachádza v nadmorskej výške 1440 m. n. m. a siaha do výšky 3747 m. n. m. Ďalším Grande Motte. Aj vďaka Ďalšiemu je stredisko významným strediskom zimných športov, čo umocňuje spojenie lyžiarskych svahov so strediskom Val-d'Isère, čím tvoria známu a obľúbenú oblasť Espace Killy. V stredisku Tignes sa nachádza 64 značených zjazdoviek (10 čiernych, 18 červených, 35 modrých, 1 zelená), ktoré spolu tvoria sieť zjazdoviek dlhú 150 km a 20 km pre priaznivcov bežeckého lyžovania. Celá oblasť

Espace Killy (Príloha 1), ponúka až 89 zjazdoviek v dĺžke okolo 300 km a 44 km pre bežecké lyžovanie. Stredisko je rozdelené do štyroch častí: Le secteur de Tovière, des Brévières, du Palet, de Grande Motte s ľadovcom a prevádzkou lyžovania aj v letných mesiacoch.

Vývoz lyžiarov zabezpečuje spoločnosť STGM (Société du Téléphérique de la Grande Motte). Je to externý dodávateľ služby, ktorý vlastní osobné horské dopravné zariadenia a stará sa o ich prevádzku a servis. V stredisku je k dispozícii spolu 36 osobných dopravných zariadení. Jedna kabínová lanovka Téléphériques de la Grande Motte, ktorá premáva na ľadovec Grande Motte do výšky 3456 m. n. m. Jedna podzemná pozemná lanová dráha kyvadlového systému Funiculaire Du Perce-Neige, dve kabínkové lanovky Telecabine des Boisses Ligne a Télécabine Aéroski de Tovière. Zvyšok osobných horských dopravných zariadení tvorí 21 sedačkových lanoviek a 11 vlekov. Samozrejmosťou vybavenosti strediska sú ubytovacie a stravovacie zariadenia. Najrozšírenejšou kategóriou ubytovania sú hotely a apartmánové domy. Ubytovacia kapacita strediska je približne 30 000 lôžok. Pre parkovanie automobilov je vybudovaných viacero poschodových podzemných garáží.

2.2. Ponuka športovo – rekreačných aktivít

Ponuka strediska a jej športovo – rekreačné aktivity sú pre letnú a zimnú sezónu skoro úplne odlišné. V zimnej sezóne je stredisko navštevované najmä pre výborné možnosti lyžovania a snowboardingu. Samozrejmosťou sú kvalitne upravované lyžiarske zjazdovky v dĺžke 150 km. Pre bežeckých lyžiarov je pripravených okolo 20 km značených a upravovaných trás. Pre vyznávačov freeridingu je tu množstvo neupravovaných svahov a freeride zón. K dispozícii sú samozrejme lyžiarske školy, servis lyží, obchody s lyžiarskym vybavením. K netradičným športovo – rekreačným aktivitám v zimnej sezóne považujeme najmä pasívnu účasť na organizovaných podujatiach. Veľkým lákadlom do strediska sú organizované podujatia pre profesionálov. Sú to Európske X Games, tzv. Olympiáda extrémnych športov, ktoré sa odohrávajú práve v tomto stredisku od roku 2010, kedy boli prvý krát usporiadané mimo USA. Toto obrovské podujatie sa konalo v Tignes aj tento rok od 20. do 22. marca 2013 a prilákalo do strediska okolo 75 000 návštevníkov, ktorí sledovali rôzne disciplíny na lyžiach a snowboardoch a zabávali sa vďaka sponzorom podujatia X

Games a ich sprievodným akciám. Ďalším lákavým podujatím je exhibičná jazda Guerlaina Chicherita, profesionálneho rally jazdca z Paríža. V zimnej sezóne 2011/2012 pripravil trať strediskom, ktorá obsahovala jazdu po schodoch, viacero skokov a iné zaujímavé prekážky. V roku 2013 predviedol v stredisku Tignes salto s jeho špeciálne upraveným autom Mini Countryman (Príloha 2).

V letnej sezóne je ponuka športovo – rekreačných aktivít oveľa širšia. Ako hlavné aktivity, ktorá majú prilákať do strediska najviac návštevníkov považujeme Bike Park a letné lyžovanie na ľadovci Grande Motte. Stredisko Tignes prvý krát prevádzkovalo Bike Park v roku 2005. Každým rokom sa otvárajú nové trate, čím sa rozširuje ponuka tratí. V roku 2012 vzniklo vytvorením novej trate spojenie medzi Bike Parkmi stredísk Tignes a Val-d'Isère, čím vznikol obrovský park s celkovou dĺžkou tratí až 150 km (100 km Tignes, 50 km Val-d'Isère) rozdelených na 20 tratí podľa obtiažnosti od najľahších po najťažšie. Park ďalej ponúka 7 enduro okruhov. 3 miesta pre umytie bicyklov zdarma. 11 obchodov pre servis, požičanie bicyklov a príslušenstva, poprípade inštruktora pre vysvetlenie základov jazdy na bicykli a asistenciu na tratiach. Bike park ďalej zahŕňa L'Air Bag VTT skok, čo je skok s dopadom do obrovského nafukovacieho vankúša pre učenie trikov. Bike Land pre učenie základov jazdy cez prekážky a drevené moduly nielen pre mladých cyklistov. O všetky tieto služby Bike Parku sa v sezóne 2012 staralo 10 členov tímu Bike Patrol. Ich ďalšou náplnou práce bola asistencia pri zásahu záchranárov v prípade úrazu. Sponzorom Bike Parku bol v tejto sezóne nemecký výrobca bicyklov Canyon, ktorý mal v stredisku vlastný stánok v ktorom ponúkal svoje bicykle pre bezplatné vyskúšanie. Pre zabezpečenie prevádzky Bike Parku na strane strediska Tignes sú v prevádzke 2 osobné horské dopravné zariadenia. Prvým je kabínková lanovka Télécabine Aéroski de Tovière a druhým sedačková lanovka TSD6 de Palafour. Náklady na prevádzku týchto dvoch OHDZ pre letnú sezónu sa pohybujú okolo sumy 70 000 €. V sezóne 2012 využilo služby Bike Parku Tignes - Val-d'Isère okolo 108 000 cyklistov (80 000 Tignes, 28 000 Val-d'Isère).

Lyžovanie na ľadovci v letnej sezóne ponúka 20 km zjazdových tratí, 1 okruh pre cross-country lyžovanie a Snowpark s medzinárodným významom vo výške 3456 m.n. m. Prevádzka v letnej sezóne 2012 bola ukončená 20. augusta pre neudržateľné podmienky vhodné na lyžovanie.

V centre strediska je situovaná oblasť s názvom Acroland. Jej širokú ponuku netradičných športovo – rekreačných aktivít je možné najst' aj v kombinácii s vodou.

V stredu sa nachádza horské jazero s názvom Lac de Tignes. K dispozícii je Water Ball, Stand-up Paddle na surfe, Kayak, Catamaran, Canoe, Pedal boat. Na brehu jazera je postavená konštrukcia, z ktorej sa skáče na kraj obrovského nafúknutého vankúša, zatiaľ čo na druhej strane už sedí ďalší odvážlivec, ktorý je katapultovaný do vzduchu a dopadá do vody. Táto disciplína s názvom Blob Jump bola novinkou pre rok 2012. Vedľa sa nachádza obrovská šmýkala s názvom Hot Jumping, ktorá končí skokom s pristáním vo vode. Vedľa Hot Jumpingu sa nachádza Water Jump, kde je možné absolvovať skoky do vody s lyžami alebo na bicykli. Zvyšok Acrolandu tvoria trampolíny, rozľahlý Skatepark a Crazy Airbag, čo je skok z výšky do veľkého vankúša.

K ostatným aktivitám patrí škola horolezectva, let helikoptérou, jazda na koni, paintball, streľba z luku a vzduchovky, autíčka na diaľkové ovládanie, tenis, futbalové a rugby ihrisko, ihrisko pre plážové športy, stolný tenis, basketbal, volejbal. Tignes Adventure Trail je trasa so 60 umelo vytvorenými modulmi a prekážkami. Samozrejmosťou je Hiking v okolí. Mimo stredu je možné absolvovať rafting a kayak rafting, poprípade Via Ferrata vo Val-d'Isère.

Pre pasívnu účasť návštevníkov boli aj v letnej sezóne do stredu pozvaní profesionálni športovci pre rôzne exhibície. 8. augusta 2012 sa konala exhibícia v akrobatickom skoku do vody (Príloha 3). Skokani skákali z vrtuľníka vo výške 25 metrov nad hladinou, pričom predvádzali saltá v sólo alebo paralelných zoskokoch. Ďalším významným podujatím bola Freestyle Motocross show organizovaná 15. augusta 2012 troch jazdcov Chris Birch, Maikel Melero a Petr Pilat z Českej republiky.

V letnej aj zimnej sezóne je v prevádzke wellness zariadenie Le Lagon, ktoré ponúka posilňovňu, spinning, plavecký bazén, tobogán, vírivky, sauny a všetky procedúry potrebné pre zregenerovanie organizmu po náročných športových aktivitách v stredu.

2.3. Marketing stredu Tignes

Marketingový mix je kombinácia marketingových nástrojov, ktorými marketingoví manažéri zabezpečujú spokojnosť zákazníkov a ciele organizácie. Takzvaná ponuka z pohľadu zákazníka obsahuje 4P: produkt, cena, reklama/distribúcia a miesto. Pri otázke položenej manažérovi zodpovednému za športové aktivity a rekreáciu v Tignes

na marketing strediska sme dostali odpoveď: agresívny marketing. Zameraný na mladých ľudí s cieľom ihneď zaujať, byť odlišný a ľahko zapamätateľný pre potenciálnych návštevníkov. Produkt strediska a netradičné športovo – rekreačné aktivity sme opísali v predchádzajúcej podkapitole. Netradičná je ale aj cena niektorých služieb v Tignes. V snahe prilákať čo najväčšie množstvo návštevníkov do strediska je už tretím rokom Bike Park otvorený úplne bezplatne, bez akejkoľvek podmienky. Návštevník zaplatí zálohu 5 € za skipass, ktoré sa mu pri vrátení skipassu vrátia a môže využívať všetky trate strediska Tignes aj Val-d'Isère počas celej sezóny na piatich osobných horských dopravných zariadeniach. Tá istá podmienka platí aj pre peších turistov, ktorí chcú začať svoje túry na horných staniach lanoviek.

Pre komunikáciu strediska so zákazníkom a informovanie o novinkách a dianí v stredisku využíva manažment rôzne brožúry. Tie sú vydávané v rôznych intervaloch. Zvyčajne na zimnú, alebo letnú sezónu s mapou strediska a základnými informáciami. Sprievodcovia strediskom danou sezónou. Ďalej sú to mesačné a najaktuálnejšie týždenné brožúry. Ich dizajn je často krát doplnenými športovcami a modelkami v neobyčajných situáciách a vyzývavom oblečení, plavkách a niekedy aj bez oblečenia (Príloha 4). Tieto prvky dizajnu sa nachádzajú aj na internetovej stránke strediska a na stenách priestorov strediska. Zvyčajne sú spojené s logom alebo sloganom strediska. Cieľ tohto dizajnu je jednoduchý, šokovať a zapamätať. Logo strediska sa časom mení, ale podstata ostáva rovnaká. Najväčšia zmena nastala len v zmene písma v logu. Slogan strediska používaný v minulosti znel „*365 jours de ski par ans*“, čo v preklade znamená „*365 dní lyžovania v roku*“, čo pre zmenšovanie ľadovca momentálne nie je možné. Aktuálny slogan strediska znie: „*Are you Tignes?*“. Ide o stotožnenie osloveného so strediskom. Ďalšou značkou strediska je „*Tignaddict*“, ktorá pri preklade evokuje určitú závislosť od strediska a jeho kultúry. Stredisko ďalej ponúka množstvo reklamných predmetov, oblečenia, samolepiek iých propagačných predmetov s logom Tignes. Využitie internetu je v dnešnej dobe samozrejmosťou. Okrem prepracovanej stránky strediska, kde sa záujemca dozvie všetky potrebné informácie v ôsmich jazykových mutáciách, stredisko komunikuje pomocou sociálnych sietí Facebook aj Twiter. Informácie sú aktualizované niekoľko krát denne a stredisko získava spätnú väzbu od návštevníkov. Videá sú zverejňované na vlastnom kanály strediska na stránke Youtube. Stredisko vlastní aj aplikáciu pre mobil a v okolí je možné naladiť rozhlasovú stanicu Tignes.

3. Navrhované riešenia pre slovenské horské stredisko

V poslednej časti práce opíšeme ponuku športovo – rekreačných aktivít vybraného horského strediska na Slovensku a navrhujeme možné riešenia pre zošírenie tejto ponuky, čím by stredisko mohlo získať na atraktivite.

3.1. Zhodnotenie ponúkaných športovo – rekreačných aktivít strediska Ružomberok Malinô Brdo

Pre potreby našej práce sme si vybrali horské stredisko Ružomberok Malinô Brdo Ski & Bike. Stredisko leží v dolnom Liptove na úpätí pohoria Veľká Fatra. Vstupnou bránou do strediska je mestská časť Hrabovo, vzdialená od centra mesta iba 1 km. Z Hrabova na Malinô Brdo premáva moderná 1770 m dlhá 8-miestna kabínová lanovka, ktorá za hodinu prepraví 1500 osôb. Priamo v centre strediska sa nachádza 4-sedačková lanovka, 2 lyžiarske vleky a 4 vleky pre začiatočníkov a deti. V stredisku je k dispozícii 12 km zjazdových tratí, najdlhšia z nich meria až 3 900 m. Okolie Malina Brda ponúka výborné možnosti pre bežecké lyžovanie, turistiku a skialpinizmus

V snahe zvýšiť návštevnosť strediska v letnej sezóne, zameriame sa práve na športovo – rekreačné aktivity určené v letnej sezóne. Najvýznamnejšou aktivitou, ktorú stredisko ponúka je Bike Park, známy aj v zahraničí, najmä v Českej republike a Poľsku. Otvorený je od roku 2009 s celkovo dĺžkou 10 km rozdelenou do 8 zjazdových tratí. V sezóne 2012 bol v Bike Parku usporiadaný 0. ročník Bikefestivalu s pretekmi v rôznych disciplínach, viacerými sprievodnými podujatiami a kultúrnym programom. Podujatie trvalo 3 dni a prilákalo do strediska zvýšený počet návštevníkov. V okolí strediska je vyznačených 12 atraktívnych cyklotrás, opäť označených podľa obtiažností. Na najjednoduchšej trati je možné vyskúšať jazdu na horskej kolobežke. Pre služby Bike Parku premáva 8-miestna kabínková lanovka z časti Hrabovo do časti Malinô Brdo. Stredisko ďalej ponúka lanový park „Tarzánia“ s troma cestami rozdelenými podľa obtiažnosti, z toho jednou cestou určenou pre deti.

Výhodou strediska je, že v časti Hrabovo, pri údolnej stanici kabínkovej lanovky sa nachádza Hrabovská priehrada. Vodná plocha ponúka ďalšie možnosti rozšírenia

ponuky športovo – rekreačných aktivít. V sezóne 2012 bolo možné vyskúšať aktivity s názvom Aquazorbing, Aquaskipper a požičovňu člnov.

3.2. Navrhované inovácie športovo - rekreačných aktivít strediska Ružomberok Malinô Brdo.

Bike Park v stredisku Ružomberok – Malinô Brdo patrí k najväčším na Slovensku. Stav tratí je pravidelne upravovaný. Podľa vzoru strediska Tignes navrhujeme rozšíriť služby Bike Parku o 2 služby. Prvou je Pumptrack (Príloha 5). Vo svete ale už aj na Slovensku obľúbená cyklistická disciplína, na ktorú stačí malá plocha a jednoduchý bicykel. Pumptrack tvorí malý okruh s viacerými vlnami a malými skokmi. Jazdec využíva vlny na posun vpred a zrýchľovanie, pričom nepedáluje. Ide o fyzicky náročnú disciplínu, v ktorej musí jazdec vedieť využiť vlnu a fyzikálne zákony tak aby ho každý prechod cez vlnu zrýchľil. Na túto disciplínu sa používajú jednoduché bicykle bez bŕzd aj reťaze.

Ďalšie rozšírenie služieb Bike Parku je navrhované pre najmenších (Príloha 6), po vzore strediska Tignes, kde bol detský Bike Park veľmi obľúbený. Príprava tejto atrakcie nie je náročná na priestor. Opäť stačí malá spevnená plocha, na ktorú sa umiestnia drevené moduly (lavičky, vlny). Výhodou je, že sa dajú jednoducho premiestňovať, čiže profil trate sa môže meniť. Ďalšou výhodou je aj praktické skladovanie.

Po niekoľkých rokoch sa opäť začali prenajímať člny na Hrabovskej priehrade. Túto ponuku by sme rozšírili o Stand Up Paddle na surfe. Jednoduchá zábava na surfe pomocou pádla. Na surfe je možnosť sedieť, alebo pre šikovnejších je aj možnosť stát'. Surf je oproti člnu menej stabilný, čím si vyžaduje viacej zručností. Ponuku člnov by sme rozšírili o kajak.

Ako doplnok k lanovému parku Tarzánia navrhujeme ponúknuť lukostreľbu a streľbu zo vzduchovky. Sú to jednoduché športy, menej náročné na materiálne vybavenie, ktoré spestria ponuku strediska. Určitú časť strediska by sme vyhradili loptovým hrám. Navrhujeme vybudovať stenu s futbalovou bránou a basketbalovým košom. Pre priaznivcov basketbalu existuje jednoduchá alternatíva v podobe „streetballu“, pre ktorú stačí minimálny počet hráčov a jeden basketbalový kôš. Príjemným strávením voľného času je aj stolný tenis. V tejto časti strediska by sme umiestnili jeden stôl vhodný pre použitie v otvorených priestranstvách. Ďalšia

navrhovaná aktivita je trampolína, ktorá je už ale finančne náročnejšia. K trendom patrí aj „longboarding“. Vychádza z klasického skateboardu a snaží sa priblížiť k surfu. Longboard nie je finančne náročný a ponúka spestrenie ponuky športových aktivít. Ako doplnok k už existujúcemu Aquazorbingu navrhujeme sprevádzkovať klasický Zorbing.

3.3. Marketing strediska Ružomberok Malinô Brdo

Produkt strediska a návrhy na rozšírenie produktu sme navrhli v predchádzajúcich kapitolách. V tejto kapitole sa budeme venovať komunikácii so zákazníkom a cene produktu.

Informácie o stredisku je možné nájsť na oficiálnej internetovej stránke strediska. Stránka je jednoduchá, ponúka potrebné informácie. Aktuálne informácie ponúka aj facebookový profil strediska. Vlastnú internetovú stránku má aj Bike Park, takisto aj profil na stránke Facebook. Prístup informácii je dostačujúci, no dizajn stránky podľa nášho názoru a v porovnaní so strediskom Tignes veľmi jednoduchý a nevýrazný. Ďalším informačným kanálom môže byť aplikácia do smartfónov s aktuálnymi informáciami, ktorá stredisku zatiaľ chýba.

Veľký vplyv na návštevnosť strediska má cenová politika. Zvyčajne je cena upravovaná pri otvaraní sezóny, kedy sa poskytuje určitá zľava. Náš názor je poskytnúť zľavy inokedy. Keďže na Slovensku je počet Bike Parkov nízky, zvlášť takej kvality ako je Bike Parku v Ružomberku, nie je potrebné znižovať cenu pri prvom otvorení v sezóne. Veľa cyklistov práve čaká na prvé možnosti jazdenia a cena nie je faktor, ktorý ich odradí. Z vlastnej skúsenosti vieme, že je to skôr čakacia doba na lanovku, ktorá sa znížením ceny predlžuje. Preto by sme navrhli znižovať cenu vývozu napríklad v zlom počasí alebo v čase, keď sa konajú organizované podujatia v iných slovenských strediskách a väčšina cyklistov je sústredená práve tam.

Široká ponuka aktivít pre využitie voľného je pre potenciálneho návštevníka lákavá. Pri rozhodovaní o návšteve strediska je táto ponuka rozhodujúca v kombinácii s cenovou politikou. Preto niektoré služby navrhujeme poskytovať bezplatne, napríklad stolný tenis, loptové hry (basketbalový kôš, futbal).

ZÁVER

Cieľom práce bolo opísať kľúčové pojmy pre našu prácu, stredisko cestovného ruchu a športovo – rekreačné aktivity, na teoretickej úrovni. V druhej časti sme mohli aj na základe osobných skúsenosti charakterizovať horské stredisko Tignes vo Francúzsku, jeho ponuku športovo – rekreačných. Jean Louis Monjo, manažér úseku športovo – rekreačných aktivít strediska Tignes nám poskytol niektoré informácie o marketingu strediska.

V snahe získať potenciálneho návštevníka by malo stredisko cestovného ruchu svoje produkty inovovať a snažiť sa odlíšiť od konkurencie. Vytvoriť netradičnú ponuku a upevniť komunikáciu so zákazníkom.

Pre aplikáciu poznatkov zo strediska Tignes sme si vybrali slovenské horské stredisko Ružomberok – Malinô Brdo. Snažili sme sa rozšíriť ponuku strediska o nové produkty, čím by stredisko získalo na atraktivite a odlíšilo by sa od konkurencie na Slovensku. Brali sme do úvahy rozdiely a možnosti strediska Tignes a slovenského strediska, kde je dopyt po službách rozdielny.

Použitá literatúra

1. GÚČIK, M. 2010. Cestovný ruch, úvod do štúdia. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism, 2010. ISBN 978-80-89090-80-8.
2. GÚČIK, M. 2004. Krátky slovník cestovného ruchu. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2004. ISBN 80-88945-73.
3. GÚČIK, M. a kol. 2006. Manažment cestovného ruchu. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2006. ISBN 80-88945-84-4.
4. HORÁK, V., JURČAČKO, J., IZÁKOVÁ, E. 1985. *Typológia stredísk cestovného ruchu a rekreácie*. Bratislava, ERPO, 1985, ISBN 978-80-8078-327-3
5. KASPAR, C. 1995. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta univerzity Mateja Bela, 1995. 142 s. ISBN 80-901166-5-5.
6. KOZAK, M., BALOGLU, S. 2011. *Managing and Marketing Tourist Destinations*. New York : Taylor and Francis Group, 2011, 239 s. ISBN 978-0-415-99171-1
7. KUŠČER, K. 2011. Determining Factors of Mountain Destination Innovativeness. In *TTRA 2011 European chapter conference: Creativity and innovation in tourism, Archamps* [online]. Ljubljana : University of Ljubljana, 2011 [cit. 2013-3-17], s. 2. Dostupné na internete:
http://www.ttra-europeconference-2011.com/documents/kuscer_kir.pdf
8. NEMETZ, P., EAGER, W. 2005/2006, The 49° North Mountain Resort. In *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*. Washington, roč. 7/8, s. 48-74.
9. ORIEŠKA, J. 2011. Služby v cestovnom ruchu. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2011. ISBN 978-80-89090-93-8
10. PALATKOVA, M. 2007. *Destinační management avytváření produktů v cestovním ruchu*. Místní, národní a mezinárodní marketing destinace. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007.
11. PATÚŠ, P. 2007. Manažment stredísk cestovného ruchu na Slovensku. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč.40, 2007, č. 2, ISSN 0139-8660, s. 67-78.

12. RAŠI, Š. 2000. *Predpoklady a aktivity manažmentu strediska cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta univerzity Mateja Bela, 2000. 109. ISBN 80-8055-451- X.
13. REED, C., 1990. Rocky Mountain Rendezvous. In *Colorado Business Magazine*, Littleton, 1990, ISSN 0898636, s. 34.
14. RODGERS, J. 2001. *Travel and Tourism: Advanced*. Oxford : Heinemann Educational Publishers, 2001, 212 s. ISBN 0 435 45592 3
15. Oficiálna stránka strediska Tignes. (online). 2013. Dostupné na internete: <http://www.tignes.net/>
16. Oficiálna stránka strediska Ružomberok – Malinô Brdo. (online). 2013. Dostupné na internete: <http://www.skipark.sk/>
17. Oficiálna stránka Bike Parku Malino Brdo. (online). 2013. Dostupné na internete: <http://bikepark.skipark.sk/>

Prílohy

Príloha 1

Mapa Espace Killy

Príloha 2

Guerlain Chicherit exhibícia

Príloha 3

Exhibícia skokov do vody

Príloha 4

Dizajn propagačných materiálov strediska

Príloha 5

Pumptrack

Príloha 6

Detský Bike Park

Príloha 1



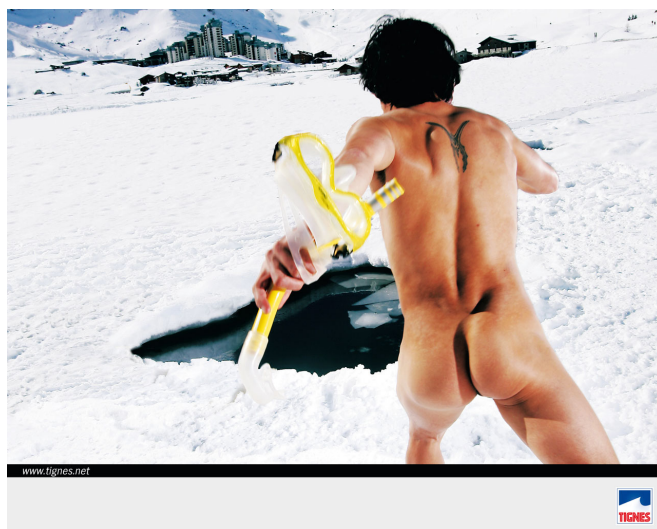
Príloha 2



Príloha 3



Príloha 4



Príloha 5



Príloha 6

