



## • **VONKAJŠIE PROSTREDIE- SYSTÉMY CR**

### **EKONOMICKÉ PROSTREDIE**

#### 1) Ekonomický rast

-sa prejavuje v raste HDP a výdavkov na CR ; -rast HDP ovplyvňuje objem investícií a výdavky na CR; - pozitívny je vplyv takýchto činiteľov vtedy, ak výdavky na CR rastú rýchlejšie, ako HDP

#### 2) Nezamestnanosť

- sa spája s poklesom príjmov obyvateľov a aj výdavkov na menej nevyhnutné potreby

#### 3) Inflácia

-prejav narušenej ekonomickej rovnováhy; -prejavuje sa rastom cien, tovaru a služieb; -pokles kúpnej sily peňazí

#### 4) Stabilita meny

-ovplyvňuje ZCR; -občania za jednotku meny musia zaplatiť viac ; -naopak, devalvácia meny zlacňuje aktívny ZCR

#### 5) Úroková miera

- je cenou za poskytnutý úver; -výška úrokovej miery, môže pôsobiť stimulujuco na investovanie v CR

### **SOCIÁLNE PROSTREDIE**

-vyplýva zo sociálnej politiky štátu

-do politiky štátu patria:

1)Pracovné podmienky- spájajú sa s dĺžkou pracovnej doby, intenzitou práce, pracovným prostredím, úrovňou technickej vybavenosti, hygienou a bezpečnosťou pri práci

2)Mimopracovné podmienky- sú spájané s fondom voľného času a podmienkami na jeho účelne využívanie; dôležitá je zákonná platená dovolenka

3)Sociálne zabezpečenie- tej časti občanov, ktorí majú nepostačujúce alebo nemajú žiadne pracovné príjmy na zabezpečenie základných existenčných potrieb (nemocenské poisť., dôchodcovské zabezpeč., invalid. dôchodky, prídavky na deti...)

-CR ponúka produkty, ktoré umožňujú účasť aj sociálne slabším a zdravotne postihnutým, významne ovplyvňuje trend zdravia, vzdelanostnú a kultúrnu úroveň obyvateľstva.

### **POLITICKÉ PROSTREDIE**

CR je závislý od politiky štátu. Prejavuje sa to pri vytváraní štátnych orgánov CR, pri tvorbe právnych noriem upravujúcich CR, v rozvoji odborného školstva pre CR.

Vláda musí venovať pozornosť aj:

#### 1)Zrušenie vízovej povinnosti- zjednodušené cestovanie

1995- štáty EÚ sa podľa Shengenskej dohody zaviazali, že odstránia formality na hraniciach, nepristúpili (Veľká Británia, Írsko).

1995- Vstúpili do EÚ- Belgicko, Dánsko, Fínsko, Francúzsko, Grécko, Holandsko, Island, Švédsko, Lux., Nemecko, Nórsko, Portug., Rakúsko, Španielsko, Taliansko.

21. dec. 2007 vstúpili- SR, ČR, Estónsko, Litva, Lotyšsko, Maďarsko, Malta, Poľsko, Slovinsko.

2) Finančné zabezpečenie obyvateľstva- cestovaniu v rámci štátov EÚ má napomôcť zavedenie jednotnej meny- euro.

3) Najzávažnejšou podmienkou, ktorá ovplyvňuje CR je mier v štáte a vo svete. CR sa nedarí ani tam, kde sú občianske nepokoje alebo kde je ohrozená bezpečnosť turistov, ich zdravia a majetku.

4) Pre bezpečnosť turistov sú významné aj zdravotné podmienky v cieľových štátoch.

## **TECHNICKO- TECHNOLOGICKÉ PROSTREDIE**

- zahŕňa dopravnú infraštruktúru a ďalšiu technickú informačno- technologickú vybavenosť
- v posledných desaťročiach sa na SR: napr. začala budovať sieť autostrád (po dokončení by mala merať 605 km), zvýšila sa kapacita verejných dopravných prostriedkov, vzrástol stupeň automobilizácie obyvateľstva SR.
- SR má - 6 medzinárodných letísk: Bratislava, Piešťany, Sliač, Poprad- Tatry, Košice, Žilina- Dolný Hričov
- 5 regionálnych a miestnych letísk: Trenčín, Nitra, Prievidza, Lučenec, Svidník
- rozvoj dopravy má aj negatívny vplyv na CR a život. Prostredie (masovosť cestovania sa negatívne prejavuje v kvalite služieb..)
- dôležité sú informačné technológie, kt. umožňujú elektronické rezervovanie služieb cez centrálny systém a využívanie internetu, ako svetového distribučného kanála.

## **EKOLOGICKÉ PROSTREDIE**

- CR sa rozvíja tam, kde je čisté živ. ovzdušie a kde existujú prírodné, kult. a historické zdroje- narušenie rovnováhy krajiny vedie k likvidácii CR
- 1992- v rámci OSN sa konala medzinárodná konferencia o Zemi. Jej výsledkom bola stratégia trvalo udržateľného rozvoja- Agenda 21-umožní uspokojovať potreby nielen súčasnej, ale aj budúcej generácie.
- vo viacerých krajinách existuje napr. čiastočný alebo úplný zákaz vstupu motorovými vozidlami do národných parkov, alebo časovo obmedzené parkovanie áut v mestách.
- ekologický CR odstraňuje masovosť, predpokladá menšie skupiny turistov, chôdzu pešo alebo na bicykli
- toto všetko vyžaduje spoluprácu medzi orgánmi štátnej správy, územnej samosprávy a podnikateľskou sférou

## • **DRUHY CR**

- Vyjadrujú motiváciu účastníkov, tzn. účel pre kt. cestujú a pobývajú prechodne na cudzom mieste
- Väčšinou sa kombinujú, pričom jeden býva dominantný, napr. kúpeľný CR sa kombinuje s kultúrnym CR

### Druhy CR:

- 1) Rekreačný
- 2) Športový a dobrodružný
- 3) Kultúrny
- 4) Kúpeľný a zdravotný
- 5) Obchodný

## **REKREAČNÝ CR**

-predstavuje pasívny a aktívny odpočinok vo vhodnom prír. prostredí s cieľom obnovy fyzických a psychických síl (prechádzky, športové činnosti, poznávanie prírody a pamiatok)

-má podobu:

- 1) Individuálnej alebo rodinnej rekreácie (chata)
- 2) Organizovanou formou (rekreačné podniky, spolky)

-väčšinou sa realizuje ako:

- 1) Prímestská rekreácia- krátkodobá rekreácia, väčšinou cez víkendy v blízkosti bydliska, za účelom oddychu a relaxu
- 2) Dovolenkový rekreačný pobyt- dlhodobá rekreácia vo vzdialenom prostredí, často za hranicami krajiny.
- 3) Tematický CR- zvyčajne smeruje do zábavných parkov ( Dánsko, Francúzsko)

## **ŠPORTOVÝ A DOBRODRUŽNÝ CR**

-pobyt vo vhodnom prírodnom prostredí spojený s vykonávaním rozličných športových činností, kt. predpokladajú aj fyzické schopnosti

Turistika: pešia, vodná, horská, cykloturistika, kempovanie, karavaning

Ďalšie športové aktivity: plávanie, kúpanie, tenis, golf, volejbal, lyžovanie, sánkované...

-formou turistiky je i ekoturistika- spojená s putovaním prírodou, jej pozorovaním a poznávaním

-náročným druhom športu sa účastníci CR venujú pasívne, ako športový diváci

-Dobrodružný CR- zdolávanie vysokopoložených miest, cestovanie pod vodou, cestovanie do odľahlých končín sveta, žiť na ostrove ako Robinson, cestovať mimo planétu Zem, pestovať extrémne športy...

-začína sa rozvíjať Vesmírny CR- hotelová spoločnosť Hilton má záujem vybudovať na mesiaci hotelový komplex (umelé more a pláže)

## **KULTÚRNY CR**

-predstavuje rozličné spôsoby uspokojovania duchovných potrieb ľudí (vzdelávanie, poznávanie, poučenie, zábava, rozptýlenie)

-návštevy múzeí, galérií, kultúrnych pamiatok, archeologických nálezísk, organizovaných podujatí, náboženských podujatí...

-Vlastivedná turistika- poznávací charakter (školské výlety)

Nábožensky (religiózne) CR:

- Pútnicky - Lurdy, Fatima, Vatikán, Rím
- Židia- Izrael, Mekka, Medina
- Budhisti- Sri Lanka
- Hinduisti- Ganga

-vzdelanie- súčasť kult. CR; účastníci sa oboznamujú s históriou, kultúrou, sociálnou a ekonomickou situáciou navštíveného štátu alebo cieľového miesta.

- populárne je aj študovanie v zahraničí na univerzitách, letné univerzitné kurzy, odborné stáže a pod...
- kult. CR zvyšuje spoločenskú, kultúrnu a odbornú úroveň ľudí

## KÚPEĽNÝ A ZDRAVOTNÝ CR

**Kúpeľný CR**- (spa tourism) liečenie chorôb; predstavuje zdravotno- preventívne a liečebné činnosti pod odborným dohľadom

Podmienkou rozvoja kúp. CR je:

1. Existencia prírodného liečivého zdroja (liečivé vody, plyny, klíma, emanácie, peloidy)
2. Vhodné prírodné prostredie (rozsiahle sady, parky, kyslíkové ekologicky čisté prostredie)
3. Spoločenský a kultúrny život (koncerty, festivaly, kultúrne podujatia)

-kúpeľná liečba na báze prírodných liečivých zdrojov sa kombinuje s medikamentóznou liečbou, diétnym stravovaním a psychofyzikálnou rehabilitáciou. Kúpeľnou liečbou sa sleduje prevencia proti chorobám, zlepšenie zdravotného stavu a tým aj znižovanie práceneschopnosti.

Kúpeľné miesta v SR:

1. Medzinárodný význam: Bardejovské kúpele, Dudince, Piešťany, Trenčianske Teplice, Sliač, Vysoké Tatry (Štrbské Pleso, Nový Smokovec, Dolný Smokovec, Tatranská Polianka, Štrba, Lučivná)
2. Celoštátny význam: Bojnice, Brusno, Číž, Kováčová, Ľubochňa, Lúčky, Rajecké Teplice, Nimnica, Sklené Teplice, Smrdáky, Štós, Turčianske Teplice, Vyšné Ružbachy
3. Miestny význam: Patince, Čalovo, Liptovský Ján...

-kúpele poskytujú špeciálne programy, napr.: antistresové pobyty, relaxačné a rekondičné pobyty, wellness pobyty

Postup pre získanie pobytov:

- Návšteva lekára
- Vypísanie žiadosti+ diagnóza
- Návrh na kúpeľnú liečbu- zdravotná poisťovňa (posudzujú návrh)
- Rozhodnutie poisťovne- poistenec je písomne informovaný

**Zdravotný CR**- (health tourism) predchádzanie chorôb; nie je typický len pre kúpeľné miesta, ide o starostlivosť o zdravie, fyzickú regeneráciu a psychickú pohodu. Príčinou rozvoja zdravotného CR je najmä životné prostredie, životný štýl a vysoké tempo života. Podnikatelia v CR ponúkajú produkty pre zdravie spojené s odbornou starostlivosťou a rehabilitáciou (wellness, fitness, beauty). Základným prvkom ponuky sú športovo- rekreačné aktivity a programy s cieľom zvýšenia pohybovej aktivity, podnetov pre duševnú aktivitu, zdravá strava...

## OBCHODNÝ CR (business travel)

-uskutočňuje sa v pracovnom čase  
 -zahŕňa obchodné cesty a rokovania, pracovné cesty, nadväzovanie obchodných kontaktov, školenia manažmentov a prezentácie nových produktov vrátane stimulačných ciest, kongresové podujatia, výstavy, veľtrhy.

Má 3 podoby:

1. Kongresový CR (conventions)
2. Stimulačný CR (incentívny)
3. Diplomatický CR

### 1. Kongresový CR

-patrí k najefektívnejším druhom CR; kongresové podujatia prinášajú nadpriemerné príjmy; účastníci kongres. CR sú vzdelaní ľudia zo stredných a vyšších vrstiev;  
 -spája sa s cestovaním a pobytom v kongresovom mieste a zameriava sa na výmenu vedeckých a odborných poznatkov a skúseností; účastníci si uspokojujú nielen individuálne ale aj spoločenské potreby  
 -základom kongresového podujatia je odborný program  
 -súčasťou sú aj sprievodné programy: pred a pokongresové programy spojené s využitím voľného času

-podľa počtu účastníkov:

- a) Do 50 účastníkov: semináre, školenia, kolokvá, okrúhle stoly, rôzne menšie zasadnutia
- b) Od 50-300 účastníkov: konferencie, sympóziá
- c) Nad 300 účastníkov: kongresy, zjazdy

-uskutočňujú sa vo veľkých kongresových centrách- kongresových hoteloch- kongresové sály  
 -seminárne hotely- náhradné priestory  
 -potrebuje pre svoju realizáciu rokovacie miestnosti s materiálno- technickou základňou ( zvuková, vizuálna, svetelná technika, klimatizácia, tlmočnicke zariadenia..)

-najvýznamnejšie kongresové krajiny: USA, Francúzsko, VB, Nemecko, Španielsko, Taliansko, Belgicko, Austrália, Kanada, Holandsko

-najvýznamnejšie kongresové miesta: Paríž, Londýn, Brusel, Viedeň, Singapur, Ženeva, Berlín, Kodaň, Sydney

-najvýznamnejšie kongr. centrá na Slovensku: BA, Vysoké Tatry, Piešťany, TN, BB.

Kongresový CR plní tieto funkcie:

- a) Vedecko- informačná- významné poznatky a skúsenosti, aktuálne informácie, nadväzovanie obchodných kontaktov, rozširovanie vedeckej a odbornej spolupráce
- b) Kultúrno- poznávacia- poznávanie miesta, regiónu, krajiny, kultúry, histórie
- c) Ekonomická- prináša nadpriemerné príjmy
- d) Je faktorom regionálneho rozvoja- zvýšenie pracovných príležitostí v regióne ( tlmočníctvo, animátori, prekladateľstvo, sprievodcovia), tvorí aj image regiónu

### 2. Stimulačný CR

-označuje cestovanie s cieľom podporovať zamestnancov, kt. sa pričínili o úspechy a dosiahli vysoké pracovné výkony  
 -možno ho získať na základe internej súťaže; ak pracovník dosiahne požadovaný výkon, odmenia ho stimulačným pobytom  
 -dopyt po stimulač. CR nemá masový charakter, väčšinou je v podobe odbornej exkurzie u firemných al. obchodných partnerov(nové skúsenosti).  
 -spojenie rekreácie a poznávania s prac. problematikou.

### 3. Diplomatický CR

-cestovanie a pobyt mimo miesta trvalého bydliska v prac. čase v súvislosti s výkonom funkcií diplomatických služieb.

## • **VÝSTAVY A VEĽTRHY CR**

-sú považované za nástroj podpory predaja, ale aj za prácu s verejnosťou.

Medzi podujatia obchodného CR patria:

1. Veľtrhy- časovo ohraničené, opakujú sa, určené hlavne odborným návštevníkom (medzinár. char.)
2. Výstavy- časovo ohraničené, určené bežným návštevníkom, firmy vystavujú a predávajú produkty
3. Kontraktačno- predajná výstava- nadväzovanie obchodných kontaktov a predaj produktov
4. Workshop- je to kontraktačno-predajné podujatie, samostatne alebo v rámci veľtrhu; laická verejnosť nemá prístup
5. Kongresové výstavy

Členenie veľtržných podujatí:

1. Regionálne
2. Nadregionálne
3. Medzinárodné výstavy a veľtrhy (podiel zahraničných vystavovateľov min. 10% )

Subjekty: organizátori, vystavovatelia, verejnosť ( odborná, laická)

### **VÝSTAVY A VEĽTRHY CR V SR**

-ITF Slovakiatour- Incheba BA, 22.- 25. Január; najväčší slovenský veľtrh; každý rok je vyhlásená partnerská krajina; vyhlásenie súťaží; súbežne prebiehajú aj medzinárodné výstavy; Danubias Gastro-medzinárodná výstava gastronómie, strojov a technológií, obalových materiálov a baliacej techniky.

-Expotour Slovakia Žilina- veľtrh CR , koná sa v marci, ponuka je zameraná na regióny krajín V4 ( SR, ČR, Poľsko, Maďarsko)

-Dovolenka- Relax- Voľný čas- Bratislava- v Inchebe, Marec- Apríl; zameraná na služby CR a voľný čas

-Dovolenka na Vidieku- regióny SR, v Nitre (agrokomplex), August

-Slovenská Zima, hotel- v BB, September

-Regiontour Košice- Január, Východné Slovensko- ponuka služieb

-Gastro Nitra- Marec, zamerané na hotely a gastronómiu

### **VÝSTAVY A VEĽTRHY CR V EURÓPE**

-Go a Regiontour Brno- Január, medzinárodný veľtrh priemyslu CR a regiónov CR, najväčší veľtrh v Strednej Európe

- G+ H Brno- Marec, medzinárodný veľtrh gastronómie a hotelierstva

-Holiday World Praha- najväčší veľtrh CR v Českej rep., Február, vždy je zvolená aj partnerská krajina

-Gastrofest České Budějovice- medzinár. gastronomický festival, Marec

-Ferien- Messe- Viedeň- Január, výstavne centrum Práter; najväčší rak. Veľtrh CR, viac ako 401 vystavovateľov, 50 krajín

-Herbst Senior Messe- Viedeň, November, kúpeľníctvo, wellnes, ponuka pre seniorov

-ITB Berlín- najstaršia a najväčšia svetová turistická burza, Marec

-CTM Stutgard- Január, medzinár. výstava karavaningu, motorizmu , turistiky

-MITT Moskva- Marec

-World Travel Market- Londýn- Anglicko, November, Najväčší svetový veľtrh

## • **FORMY CR**

-umožňujú bližšie určiť podstatu CR z hľadiska potrieb a cieľov návštevníkov

-členenie podľa hľadísk:

1. Z geografického
2. Podľa počtu účastníkov
3. P. veku účastníkov
4. P. dĺžky účasti
5. P. prevažujúceho miesta
6. P. ročného obdobia
7. P. spôsobu organizovania
8. P. použitého dopravného prostriedku
9. Z hľadiska dynamiky
10. Zo sociálneho hľadiska

### 1. Formy CR podľa geografického hľadiska

Rozlišujeme:

- a) Domáci CR- cestovanie a pobyt domácich obyvateľov vo vlastnej krajine
- b) Zahraničný CR- spojený s cestovaním a pobytom obyvateľov určitého štátu v zahraničí  
-rozlišujeme:  
aktívny zahraničný CR (incoming tourism)- príchody a pobyty cudzincov na území určitého štátu  
pasívny CR (outgoing t.)- výjazdový CR  
tranzitný CR- prechod cez nejakú krajinu
- c) Medzinárodný CR- tvorí aktívny a pasívny CR vo svete

V praxi:

-vnútorný CR- domáci CR + aktívny zahraničný CR

-národný CR- domáci CR+ pasívny zahraničný CR

-regionálny CR- zahŕňa CR regiónov a štátov

### 2. Formy CR podľa počtu účastníkov

Rozlišujeme:

- a) Individuálny CR- realizovaný jednou osobou, alebo v rámci rodiny, priateľov
- b) Kolektívny CR- vycestovanie celých skupín účastníkov CR (ekurzcie)
- c) Masový CR- cestovanie veľkého počtu účastníkov CR (veľké športové podujatia)
- d) Ekologický CR- (ekoturistika)-znamená zodpovedné cestovanie, cieľom je chrániť prírodné prostredie a udržať blahobyt miestneho obyvateľstva; účastníci sú ľudia so špeciálnym záujmom o ochranu ŽP; realizujú sa v prírodne hodnotných oblastiach; ide zväčša o putovanie prírodou, pešia alebo horská turistika, cykloturistika, vodná turistika; uskutočňuje sa v ekohotelloch (zelené hotely, bio hotely)-spolupráca hostí s využitím prírody, zdravá strava a aktivity, kt. nepoškodzujú ŽP.

### 3. Formy CR podľa veku účastníkov

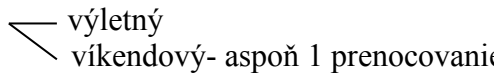
Rozlišujeme:

- a) Mládežnícky CR- cestovanie mladých ľudí vo veku 15- 25 rokov; mládež uprednostňuje kolektívne podujatia, hlučnejšiu zábavu, kultúrne a turistické súťaženie, výmenné pobyty, jazykové kurzy, medzinár. tábory...;CK im vychádzajú v ústrety, pretože sú budúci dospelí zákazníci;  
Zľavy napr.:  
FMTO- federácia medzinárodných mládežníckych organizácií  
ISTC- medzinárodná študentská konfederácia na SR  
-ponúka produkty pre mládež CKM 2000 Travel, kt. vystavuje medzinár. identifikačné preukazy (zľavy pri cestovaní, v múzeách, galériách, v lyžiarskych strediskách, v obchodoch, produkty CK)-  
Karta mládeže Euro 26, GO 26, preukaz študenta ISIC

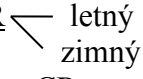
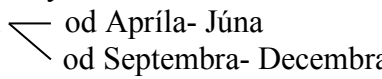


- b) Seniorsky CR- cestovanie seniorov od 55 rokov; táto forma je veľmi rozvinutá v ekonomicky vyspelých štátoch , kde sú dôchodcovia veľmi dobre finančne zabezpečený a majú dostatok voľného času  
 -seniori majú svoje potreby a ciele, sú menej pohyblivý, vyžadujú osobitnú ponuku, jedlá..  
 -preferujú poznávacie zájazdy, kúpeľné a zdravotné pobyty, lodné zájazdy, dlhodobé pobyty, návštevy rodiny a priateľov...  
 -CK sa venujú aj vytváraniu ponuky pre telesne postihnutých; je to technicky, finančne a organizačne náročné
- c) Rodinný CR

#### 4. Formy CR podľa účasti

- a) Krátkodobý CR:  výletný  
 víkendový- aspoň 1 prenocovanie
- b) Dlhodobý CR:- dovolenka- pobyt účastníkov CR z 1 a viac prenocovaním

#### 5. Formy CR podľa ročného obdobia

- a) Sezónny CR  letný  
 zimný
- b) Mimosezónny CR  od Apríla- Júna  
 od Septembra- Decembra
- c) Celoročný CR- prevláda hlavne v mestách, kultúrnych centrách a kúpeľných miestach

#### 6. Formy CR podľa prevažujúceho miesta pobytu

- a) Mestský CR- forma návštevy a pobytu návštevníkov v meste, cieľom je zážitok  
 -môže byť motivovaný: pracovne( školenia), turisticky.  
 -z hľadiska dĺžky : výletný, pobytový.  
 - pre mestá je dôležité prezentovať kultúrne statky, organizované udalosti a primerane ich ekonomicky zhodnotiť; okrem toho musia venovať pozornosť dopravnej dostupnosti, strav. a ubyt. službám, značeniu, budovaniu parkovísk..  
 -súčasťou produktu mestá sú aj služby turistickej inf. kancelárie, kult.- inf. cetra; mali by byť v prevádzke aj počas víkendov, vo večerných hodinách.  
 -mestský CR je finančne a fyzicky pomerne náročný
- b) Prímestský CR- realizuje sa v prímestských strediskách, napr. vodné plochy, lesy ( BA- Zlaté Piesky, Devínska Kobyla)
- c) Horský a vysokohorský CR- rekreačné pobyty v horách a vo vysokohorskom prostredí
- d) Prímorský CR- rekreačné pobyty pri mori (hlavne krajiny v Stredomorí)
- e) Vidiecky CR- súbor činností, spojených s cestovaním a pobytom ľudí vo vidieckom prostredí  
 -ubytovanie vo vidieckych domoch na farmách rodinných penziónov  
 -hlavným motívom je zlepšenie kvality ŽP  
 -súčasťou je aj Agroturistika- uspokojovanie potrieb návštevníkov v agropodnikaní v poľnohosp. podniku alebo na farme – s tým sú spojené: jazda na koni, jazda na záprahu, ľudové slávnosti, remeslá, zvyky, agroturistické pochúťky...kosenie a sušenie sena, zber ovocia, výroba masla, syra...  
 -súčasťou agroturistiky je i Ekoagroturistika- rozvíja sa na ekologicky- hosp. farmách, nepoužíva žiadne chemické hnojivá  
 -produkty EKO poľnohosp. sa príliš kontrolujú, ak spĺňajú medzinárodné štandardy, môžu používať ochrannú známku BIO.

#### 7. Formy CR podľa spôsobu organizácie

- a) Individuálny CR- okolo 80 % účastníkov CR; prednosťou je sebarealizácia pri tvorbe programu a zohľadňovanie individuálnych potrieb a záľub

- b) Organizovaný CR- produkt špecializ. podnikov CR; zájazdy a pobyty, kt. majú stanovené pevné body programu a rozhodovanie jednotlivcov je obmedzené

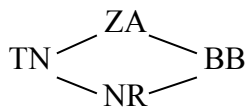
### 8. Formy CR podľa použitého dopravného prostriedku

- Železničný CR
- Lodný CR
- Letecký CR
- Cestný CR

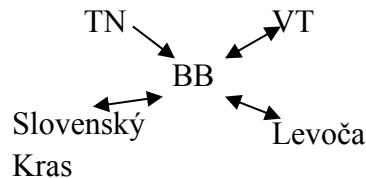
### 9. Formy CR z hľadiska dynamiky

- Statický (pobytový)- prímorské strediská, mesto...
- Dynamický (putovný, zájazdový)- okruhový, hviezdicový

Okruhový



Hviezdicový



### 10. Formy CR podľa sociologického hľadiska

- Návštevy príbuzných a priateľov
- Sociálny CR- účasť sociálne slabších vrstiev na CR
  - vznikol v 20. st. po 1. sv. vojne, v období keď sa začalo hovoriť o práve na odpočinok, voľný čas a platenú dovolenku
  - po 2. sv. vojne vznikali rozličný organizátori sociálneho CR- podporné pokladnice, svojpomocné organizácie, odbory, sociálny fond, nadácie

## • **TRH CR**

-priestor, v ktorom si jednotlivé ekonomické subjekty vymieňajú výsledky svojej činnosti

Rozlišujú sa:

- 1) Trh výrobných faktorov (práce..)
- 2) Trh peňazí
- 3) Trh tovaru a služieb

### **TRHOVÝ MECHANIZMUS**

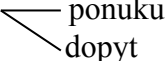
-tvorí systém viacerých prvkov, kt. existujú na trhu, ide o subjekty trhu, trhovú konkurenciu, ponuku, dopyt a trhovú cenu- tieto prvky sa navzájom ovplyvňujú, čoho dôsledkom je istý poriadok

### **OSOBITOSTI TRHU CR**

-pre trh CR sú typické všetky znaky trhu tovaru a služieb, má však aj osobitosti:

- a) Časť služieb a tovaru- ponúkajú špecializovaní producenti výlučne účasť CR
- b) Časť tovaru a služieb- uspokojuje potreby všetkých spotrebiteľov čiže nielen návštevníkov

-cieľom trhu je uspokojovať potreby a želania účastníkov CR a cieľom každého zariadenia CR je dosahovať zisk

-trh má 2 zložky: 

-môžu nastať 3 vzťahy:

- a) Ponuka > dopyt- dochádza k nízkemu využívaniu kapacít podnikov CR, klesá cena
- b) Dopyt > ponuka- rastú ceny podnikov CR, zavádzajú sa administratívne obmedzenia
- c) Dopyt=ponuka- trhovú rovnováhu

### **DOPYT PO CR**

-nositeľom dopytu po CR je subjekt ( návštevník), kt. chce uspokojiť svoje špecifické potreby spojené s cestovaním a pobytom mimo miesta trvalého bydliska, zvyčajne vo voľnom čase za účelom získania komplexného zážitku.

-ovplyvňuje ho množstvo činiteľov:

- 1) Biologické a psychologické
- 2) Ekonomické
- 3) Demografické
- 4) Sociálno- kultúrne
- 5) Ekologické
- 6) Politické a administratívne

#### **1. Biologické a psychologické činitele**

Biologické- potreba je subjektívne pociťovaný nedostatok niečoho , čo je pre život daného jednotlivca nevyhnutné.

-účastník CR uspokojuje: primárne (cieľové) potreby, sekundárne sprostred. Potreby

Psychologické- sú tie, kt. vychádzajú zo záľub, záujmov a pohnútok

## 2. Ekonomické činitele

-vyplývajú zo stupňa rozvoja hospodárstva

-patria k nim: HDP, príjmy obyvateľstva, ceny tovarov a služieb, úspory a ich stabilita, nezamestnanosť, inflácia, vlastníctvo predmetov dlhodobej spotreby

## 3. Demografické činitele

-týkajú sa pohlavia a veku obyvateľstva, štruktúry domácností; účasť na CR ovplyvňuje počet detí; rozdiel medzi účasťou mužov a žien

## 4. Sociálno- kultúrne činitele

-voľný čas a vzdelanie (kultúrne záujmy)

## 5. Ekologické činitele

-patrí k nim kvalita ŽP; ŽP tvorí- obytné prostredie, pracovné prostredie, rekreačné prostredie

## 6. Politické a administratívne činitele

-CR sa môže rozvíjať iba v mierových podmienkach

-medzi admin. činitele patria: pasové, vízové, colné a devízové podniky

-zdravotnícke predpisy

## PONUKA CR

-skladá sa zo súborov prvkov, kt. v rôznej kombinácii tvoria ekon. statky CR (služby, tovar, voľné statky)  
-spotreba ekon. statkov CR ovplyvňuje konečný efekt CR

Nositeľom ponuky (objektom) CR je:

- Cieľové miesto (stredisko, región)- so svojim prírodným a kultúrno- hist. potenciálom, ktorý je predmetom cestovania a záujmov návštevníkov
- Podniky CR- produkujú služby ako predmet spotreby návštevníkov
- Inštitúcie CR- svojou ponukou utvárajú rámec na realizáciu ponuky na trhu CR

Znaky ponuky CR:

- Rôznorodosť a komplexnosť ponuky
- Viazanosť ponuky na rozsiahle investície
- Nízka pružnosť ponuky
- Vysoký stupeň pohotovosti a poskytnutie služieb

Z časového hľadiska môže ísť o ponuku:

- Stálu
- Sezónnu

## PRIMÁRNA PONUKA CR

-spájanie s prírodným a kultúrno- hist. potenciálom krajiny; tento potenciál má funkčnú a časovú využiteľnosť v CR z hľadiska motivácie návštevníkov.

-Zahŕňa:

- Prírodné podmienky- geomorfologické pomery, klimatické p.(podnebie), hydrologické p.(povrch), biografické p. (fauna)

2. Antropogénne (umelo vytvorené) podmienky- kultúrno- historické pam.(hrady, zámky), sakrálne p.(kostoly), archeologické náleziská, technické pamiatky, kult.-osvetové pzariadenia, diela parkovej architektúry, pamätníky, ľudová kultúra, objekty ľudovej kult....
3. Organizované podujatia- cieľové miesto môže byť:
  - stredisko CR(mestské strediská, kúpeľné a rekreačné stred., rekreačné obce)
  - subregión CR( napr. Spišský subregión)
  - regióny CR

## **SEKUNDÁRNA PONUKA CR**

-podniky a inštitúcie CR so svojimi službami, vytvára ekonomickú činnosť

-tvorí ju:

1. Supraštruktúra CR- ubytovacie, stravovacie zariadenia
2. Infraštruktúra CR- CK, CA (turistické informačné kancelárie; kongresové sály a centrá; herne a kasína; zmenárne; hraničné prechody; colnice a colné pobočky)
3. Inštitúcie CR- orgány štátnej správy a samosprávy; zväzky a asociácie; združenia CR
4. Všeobecná infraštruktúra CR:
  - miestna infr.- obchodné domy, predajne, holičstvo, kaderníctvo, fotokino, očná optika
  - dopravná infr.- taxi služba, autoopravovne, autoservisy, odťahová služba, čerpace stanice, parkoviská, odpočívadla
  - zdravotnícka infr.- nemocnice, polikliniky, lekárne
  - polícia a záchranná služba
  - ostatná infr.- pošta, banka, poisťovňa
  - športovo- rekreačné zariadenia a aktivity- štadióny, ihriská, bazén, sauna

## • **SLUŽBY V CR**

### **PODSTATA SLUŽIEB A ICH OSOBITOSTI V CR**

Návštevník- subjekt CR, získava komplexný zážitok vyplývajúci z účasti na CR, uspokojuje svoje potreby spojené s cestovaním, pobytom mimo miesta svojho trvalého miesta

Potreby uspokojované v CR:

a) Primárne (cieľové, motivačné)- sú spojené s cieľom cestovania a pobytu v cieľovom mieste

b) Sekundárne (sprostredkujúce, realizačné)- umožňujú uspokojenie cieľových potrieb

### **PROCES POSKYTOVANIA SLUŽIEB**

1. Fáza- Pripravenosť na poskytnutie služby- týka sa producenta služby a zahŕňa jeho vôľu, schopnosť a ochotu poskytovať službu

2. Fáza- Proces poskytovania služby- predpokladá začlenenie vonkajšieho faktora do tohto procesu

3. Fáza- Výsledok poskytnutia služby- vzniká ako súčinnosť producenta služby a zákazníka ako jej spotrebiteľa- želaný efekt: a) pre zákazníka- tzv. úžitkový efekt

b) pre producenta- tzv. hodnotný efekt

### **ZNAKY SLUŽIEB V CR**

1) Všeobecné znaky:

-nemateriálnosť

-začlenenie vonkajších faktorov do procesu poskytovania služieb

-zosúladenie poskytovania služby s jej spotrebou

-pomínavosť služieb

2) Špeciálne znaky:

-časová a miestna viazanosť služieb na primárnu ponuku

-komplexnosť a komplementarita

-mnohoúrovňový charakter služieb a nevyhnutnosť ich sprostredkovať

-dynamika a sezónnosť po službách CR

-nevyhnutnosť informácií o službách a ich kvalite

### **KLASIFIKÁCIA SLUŽIEB V CR**

1) Služby CR- uspokojujú potreby návštevníkov a produkujú ich podniky CR

2) Ostatné služby- produkujú ich podniky s viac účelovým charakterom a uspokojujú aj potreby miestneho obyvateľstva

## • **DOPRAVNÉ SLUŽBY**

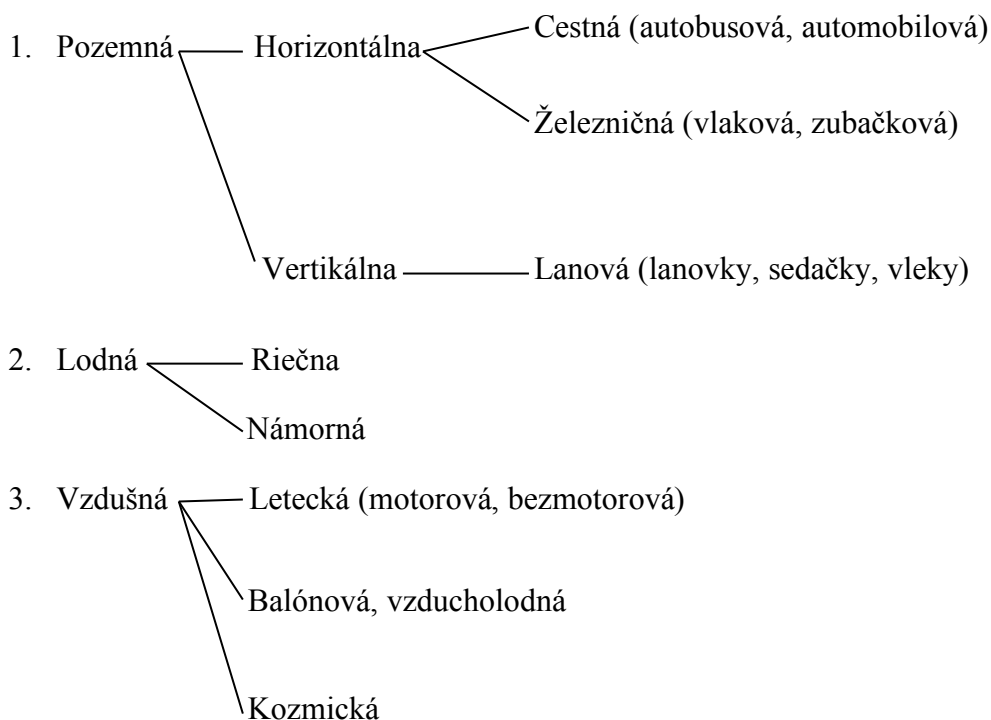
### **OSOBNÁ DOPRAVA**

-jedna z podmienok vzniku a rozvoja CR; rozvoj dopravy bol základnou príčinou cestovania a CR; vzťah CR a dopravy je vzájomný; doprava zabezpečuje cestovanie do cieľového mesta a z neho, aj pohyb v cieľovom mieste; ak doprava uspokojuje potreby návštevníkov- rekreačná doprava

CR kladie na dopravu a dopravnú techniku požiadavky:

- Na kapacitu a frekvenciu prepravy- schopnosť dopravy zabezpečiť prepravu do cieľového miesta a späť v objeme a čase zodpovedajúcom dopytu
  - Na smer prepravy- prispôbiť dopravné trasy a hustotu dopravnej siete do miest, ktoré sú atraktívne z hľadiska CR a po ktorej je dopyt
  - Na rýchlosť prepravy- prepraviť návštevníkov v čo najkratšom čase, aby voľný čas mohli venovať rekreácii, aktivitám, odpočinku
  - Na bezpečnosť a pohodlie- vytvoriť v dopravných prostriedkoch podmienky a využitie času- stravovanie
  - Na ceny prepravy, ktoré významne ovplyvňujú voľbu dopravného prostriedku- prispôbiť ich tak, aby pružne reagovali na usporiadanie organiz. podujatí v CR
- v CR je významná verejná doprava (cestná, železničná, vodná) a individuálna (osobné dopravné pr.)

Členenie os. dopravy



### **ŽELEZNIČNÁ DOPRAVA**

-národná, medzinárodná, pravidelná (riadi sa cestovným poriadkom), nepravidelná (charterová; neriadi sa CP, ale je podriadená požiadavkám objednávateľa- napr. CK)

-železničná doprava sa organizuje podľa grafickú vlakovej dopravy, určuje druh a počet vlakov, čas odchodov a príchodov, rýchlosť a pobyt v staniách.

- Železničnú dopravu na SR zabezpečuje podnik Železničná spoločnosť, a. s.

Technická základňa železničnej dopravy:

1. Dopravné cesty- železničné trate; v súčasnosti je na SR 3657 km tratí, 41 % elektrifikovaných a 28% dvojkolajových
2. Dopravné prostriedky-
  - a) Trakčné dopravné prostriedky sú elektrické a dieselové lokomotívy, parné trakcie sú už len príležitostnou turistickou atrakciou
  - b) Vozňový park tvoria vozne 1. a 2. triedy, kabínové, lôžkové a ležadlové vozne, reštauračné a bufetové vozne. Lôžkové vozne sa zaraďujú do 1. a 2. triedy, v 1. triede sú max. dve lôžka, v 2. triede najviac tri, lehátkové vozne sa zaraďujú do 2. triedy a majú päť lehátok.

Druhy dopravných prostriedkov:

- osobný vlak
  - rýchlik
  - expresné vlaky- menší počet zastávok ako rýchliky, môže ísť o Inter City (vlak vyššej kvality s osobným príplatkom, premávajú po vnútorných trasách BA- ZA- KE, BA-ZV- BB), alebo Euro City (premávajú po hlavných žel. tratiach Európy- napr. BA- Praha)
3. Dopravné terminály- železničné stanice poskytujú informácie o spojoch, predaj dopravných cien, úschovu batožiny, stravovacie služby a občerstvenie, čakárne, kultúrne služby, služby osobnej hygieny.

Počas prepravy do vzdialených cieľov sa v rýchlikoch poskytujú služby prenocovania a občerstvenia v lôžkových vozňoch, služby stravovania a občerstvenia v reštauračných vozňoch a bufetových vozňoch, preprava batožiny a bicyklov v batožinovom vozni, áut v autovlakoch.

**CESTNÁ DOPRAVA**

-patrí k najstarším druhom dopravy, po železničnej doprave je druhým najdôležitejším odvetvím; môže byť pravidelná a nepravidelná, verejná a individuálna.

Technickú základňu cestnej dopravy tvoria:

1. Pozemné komunikácie- diaľnice majú najväčšiu kvalitu, vybrané cesty sú zaradené do medzinárodnej cestnej siete; cesty sa rozdeľujú do tried I. triedy- celoštátny význam a medzinárodný význam (1-99) a II. triedy- okresný význam (100-999) a triedy miestny význam a spájajú obce so sieťou ciest vyšších tried, vybrané cesty sú zaradené do medzinárodnej cestnej siete (E).
2. Dopravné prostriedky- autobusy (autokary)- kategórie s 1-4 hviezdikami, podľa klasifikačného systému Medzinárodnej únie cestnej dopravy (IRU); rotely (autobusy s ubytovaním); osobné automobily; osobné automobily s osobitným príviesom (karavan); obytné automobily (autokaravány)
3. Dopravné terminály- autobusové stanice poskytujú služby cestujúcim ( poskytovanie informácií, predaj lístkov, stravovanie, čakárne..)

-na SR je 17 743 km ciest z toho 302 km diaľnic (po dobudovaní 659 km); pri cestách sa budujú obslužné zariadenia ( čerpacie stanice, autocampy, odpočívadlá, motoresty, motely); služby verejnej hromadnej dopravy poskytujú podniky SAD a súkromný dopravcovia (TURANCAR);

-služby poskytované v cestnej doprave sú ovplyvnené charakterom verejnej dopravy: pravidelná, ktorú využívajú najmä individuálni cestujúci; nepravidelná sa zabezpečuje na základe medzi dopravcom a napr. CK, prepravuje účastníkov zájazdu, výletov...



## LETECKÁ DOPRAVA

-najnovší druh dopravy, začal sa rozvíjať v 30 rokoch 20. st.

Výhody: rýchlosť, bezpečnosť, komfort, dostupnosť, najkratšie spojenie, nezávislé od terénu

Nevýhody: závislý od počasia, vysoké náklady, vysoká cena leteniek

### Členenie leteckej dopravy:

-pravidelná, nepravidelná, vnútroštátna, medzinárodná, osobná, nákladná

### Technická základňa:

#### 1. Dopravné prostriedky:

Lietadla osobnej dopravy sa delia:

- aerotaxi (3-10 ľudí)
- malé lietadla (10-30 ľudí)
- stredné (30-100 ľudí)
- veľké ( 200-250 ľudí)
- aerobusy (250- ... ľudí)

Podľa štandardu poskytovania služieb:

- 1. Trieda ( First class)
  - trieda pre obchodných cestujúcich (business class)
  - ekonomická trieda ( economy class)
2. Pozemné zariadenia- terminály- letiská s tech. zariadením na pristávanie a vzlet lietadiel, riadenie leteckej prevádzky, ošetrovanie a údržba lietadiel, -súčasťou letiska sú aj priestory na vybavovanie cestujúcich a nákladov pred odletom a po prilete
3. Dopravné cesty- letecké linky

Služby prepravcom: poskytovanie informácií o leteckom spojení, letové poriadky, rezervácie, vystavujú dopravné ceniny, počas prepravy poskytujú palubné služby, stravovanie, občerstvenie, kultúrne využitie

### Preprava sa zabezpečuje:

- Pravidelná preprava- dopravcovia poskytujú rôzne zľavy rôznym kategóriám (deti), CK (IT-tarifi), mimosezónne zľavy
- Nepravidelná preprava- charterová- na objednávku ; podiel dopravy rastie najmä v hlavnej sezóne, patria sem aj vyhlídkové lety

### Letecké aliancie:- združujú viac leteckých spoločností

- Star Alliance (Lufthansa, Air New Zeland, Austrian Airlines)
- Sky Team Alliance ( Air France, Al Italia, České Aerolínie)
- One World (British Airways)

Cieľom aliancie je zjednodušenie a zlacnenie služieb, zníženie cien leteniek, spoločné marketingové programy, spoločné služby na letiskách, preprava na spoločných linkách.

-nízko nákladové letecké spoločnosti ( Sky Europe Airlines)- zabezpečujú regionálnu prepravu na 1,5-2 h letu; majú zvyčajne 1 typ hospodárskeho lietadla; lietajú medzi jednotlivými cieľmi bez prestupovania, často na lacnejšie, vedľajšie letiská; nemajú žiadne kancelárie v mestách a minimalizujú predaj leteniek cez CK za províziu; uprednostňujú telefonický a internetový predaj; v lietadle neposkytujú žiadne palubné služby

### Letecké spoločnosti:

ČA- České Aerolínie, Austrian Airlines (Rakúsko), Malev ( Maďarsko), LOT (Poľsko), Lufthansa (Nemecko), Al Italia (Taliano), Iberia ( Španielsko), Air France ( Francúzsko), British Airways, Olympic Airways (Grécko), Aeroflot (Rusko), SAS (Škandinávia), Finnair ( Fínsko), KLN ( Holandsko), Quantas (Austrália)

## VODNÁ DOPRAVA

-je jedným z najstarších dopravných odvetví, často sa kombinuje

- z hľadiska CR je veľmi atraktívna, cestujúcim zabezpečuje pohodlie, romantiku a neopakovateľné zážitky  
Výhody: veľká kapacita dopravných prostriedkov; najmenej rušivo zasahuje do ŽP; je energeticky 4 x menej náročná ako cestná doprava

Nevýhody: malá rýchlosť nepravidelnosť počas roka; obmedzená splavnosť tokov

Členenie vodnej dopravy:

- a) Vnútrozemská (po riekach, jazerách, vodných nádržiach)
- b) Námorná (moria, oceány)-pravidelná a nepravidelná; osobná a nákladná

Technická základňa:

1. Vodné cesty (jazerá, splavné rieky)
2. Dopravné prostriedky:

Podľa veľkosti:

- a) Malé do 100 (plavba po plážach- kabotáž, plavba po riekach, jazerách)
  - b) Stredné do 700
  - c) Veľké nad 700
- Zabezpečujú rekreačnú plavbu po moriach, oceánoch, prepravou osôb a dopravných prostriedkov medzi prímorskými štátmi - trajekty

3. Dopravné terminály (prístavy)- miesta, kde sa prechádza zo suchozemskej dopravy na vodnú a naopak poskytujú lodiam technické a zásobovacie služby a cestujúcim rozličné služby( predaj lístkov, úschova batožiny, stravovanie)

Druhy prístavov: riečny, morský, marina

-pre pobyt na lodi sú dôležité- kajuty; rozdeľujeme ich do tried: luxusná, 1. Trieda, turistická

- počet lôžok v kabíne je zvyčajne 2-4

-z hľadiska CR je zaujímavé prenajímanie jacht alebo houseboatingov a plavby v luxusných námorných lodiach

- Slovensko má prístup k 2 moriam (Čierne, Severné), napriek tomu lodnú dopravu využíva len na 172 km Dunaja, jazerách a vodných nádržiach na rekreačnú vodnú plavbu.

-prístavy na Dunaji pre riečno- námorné lode- BA , Komárno

-pravidelná lodná doprava- z BA a Viedne do Budapešte, v BA sa organizujú a vyhliadkové plavby, rekreačné, charterové

## • **INFORMAČNÉ SLUŽBY**

Informácia- činnosť zameraná na šírenie objektívnych poznatkov o objektoch CR a služieb, ktoré umiestňujú a napomáhajú rozhodovaniu návštevníka

1. V mieste bydliska- komerčné zdroje (propagácia, rozhlas, výstava), na mediálnych nosičoch (CD, DVD), osobné alebo sprostredkované skúsenosti, cestovateľské časopisy, turistický sprievodcovia, sprievodcovia po hoteloch a reštauráciách
2. Informácie počas cestovania- návštevníci využívajú informácie z informačných tabúľ pri cestných trasách- upozorňujú na cieľové miesto (existuje 21 medzinárodných jednotných symbolov- piktogramov pri cestách)
3. V cieľovom mieste- turista získava ďalšie informácie, ktoré sa týkajú objektov CR a služieb; inf. môže získať z turistických inf. kancelárií (poskytujú komplexné inf. o atraktivitách a službách v meste a regióne, sprostredkovanie ubytovania, dopravy, organizujú zájazdy a výlety do okolia, zmenáreň, suveníry, beadekre..); na SR bolo v roku 2003 združených 47 TIK, boli v AICES ( asociácia informačných centier v SR)

## • **STRAVOVACIE SLUŽBY**

-sú jednou zo základných podmienok rozvoja CR

-uspokojujú potreby výživy, prispievajú k zotaveniu, vytvárajú väčší fond voľného času využiteľný na uspokojovanie potrieb, kt. sú cieľom účasti na CR

Technická základňa:

Pohostinské zariadenia- súčasť ubytovacích zariadení

Samotné zariadenia- poskytujú služby návštevníkom:

- a) Počas cestovania- poskytujú služby základného a doplnkového stravovania dopravným prostriedkom alebo pri cestných trasách; v dopravných prostriedkoch je stravovanie viazané na špeciálne priestory
- b) V cieľových miestach- sú rozhodujúce služby základného a doplnkového stravovania, spoločenské a základné služby

Pohostinské zariadenia môžu byť: stabilné(stacionárne), pohyblivé (ambulantné)

Z hľadiska využívania: sezónne, celoročné

Pohostinské zariadenia podľa charakteru delíme:

- a) Služby základného stravovania- reštaurácia, motorest, jedáleň so samoobsluhou
- b) Služby doplnkového stravovania- denný bar, aperitív bar, gril bar, pizzéria; bistro, bufet; hostinec
- c) Spoločenské a zábavné zariadenia- kaviareň, espresso, libresso cukráreň; vináreň, pivnica, piváreň
- d) Nočný bar- bariete, disco club, biliard club

## • **KULTÚRNO- SPOLOČENSKÉ SLUŽBY**

-sú spojené so spoznávaním, zábavou, spoločenskou komunikáciou a preto sú súčasťou aj iných druhov CR

Technická základňa:

- a) Kultúrno- historické objekty (hrady, zámky)
- b) Kultúrno- osvetové zariadenia (divadlá, koncertné sály, jaskyne)
- c) Spoločenské a zábavné zariadenia (kaviareň, nočný bar.... )
- d) Organizované podujatia (výročia miest, výstavy ...)

## • **ŠPORTOVO- REKREAČNÉ SLUŽBY**

Majú dvojaký charakter:

1. Univerzálny- možno ich poskytovať nezávisle od prírodných predpokladov (ihriská, kryté bazény)
2. Sezónny- existencia je podmienená prír. podmienkami (kúpanie na prírodných vodných tokoch)

Technická základňa:

-športovo rekreačné zariadenia+ (šatne, úschova batožiny, zariadenie os. hygieny....)

Služby športovo- rekreačné delíme:

1. Interiérové (haly, herňa pre deti, kolkáreň...)
2. Letné ( tenis, plážové zariadenia, kúpaliská...)
3. Zimné (lyžiarske strediská, lanovka, klziská...)

## • **SPROSTREDKOVATELSKÉ SLUŽBY**

-špecifickým znakom služieb CR je mnohodborovosť na strane ponuky a viazanosť na cieľové miesto  
-dopyt vzniká v mieste trvalého bydliska, kt. je vzdialené od ponuky; existuje tu nevyhnutnosť spojenia dopytu s ponukou, z toho dôvodu je potrebné zabezpečiť sprostredkovateľské služby

Vykonávajú ich :

- a) CK (touroperátori)- organizátori, sprostredkovatelia služieb jednotlivých producentov, kombinujú ich do súboru služieb a tvoria zájazdy, pobyty, kt. ponúkajú v katalógoch
- b) CA (sprostredkovatelia)- okrem predaja produktu touroperátora sa špecializujú na sprostredkovanie jednotlivých druhov služieb

Zájazd

-organizované cestovanie skupiny osôb, podľa stanoveného programu po určenej trase za určitým cieľom  
-rozlišujeme: štandardný, forfaitový

Služby CK sú:

- a) Sprostredkované- rezervovanie miest v dopravných prostriedkoch, predaj dopravných cenín, rezervovanie ubytovania a stravovania, sprostredkovanie a predaj vstupeniek na rôzne podujatia, zmenárenské služby, poisťovacie služby, obstarávanie víz....
- b) Vlastné služby- informačné a poradenské, organizovanie pobytov a zájazdov, sprievodcovské služby a animácie, organizovanie výletov, organizovanie kongresových podujatí...

## • **SPRIEVODCOVSKÉ SLUŽBY**

-osobné služby spojené so sprevádzaním skupín alebo jednotlivých návštevníkov  
-ich obsah je daný dohodnutým programom, štandardom služieb a spojený je s poskytovaním informácií

Sprievodca

-je kvalifikovaný pre sprievodcovskú službu, ak získa oprávnenie na vykonávanie sprievodcovskej činnosti  
-oprávnenie vydávajú z poverenia ministerstva hosp. SR poverené organizácie; záujemca zvyčajne absolvuje kvalifikačný kurz a kvalifikačné skúšky z odborných predmetov a svetového jazyka; absolvent získa preukaz sprievodcu, osvedčenie sprievodcu a menovku sprievodcu

Katégorie sprievodcov CR:

1. Sprievodca CR- sprevádza návštevníkov a podáva výklad o kultúrnom a prírodnom dedičstve cieľového miesta. V praxi sa špecializuje napr. :technický sprievodca.
2. Miestny vlastivedný sprievodca- vykonáva činnosť na území mesta, požiadavky na ich prípravu individuálne upravujú mestské zastupiteľstvá. Ich služby poskytujú zvyčajne KIC, TIC.
3. Horský sprievodca- sprevádza návštevníkov po horách po turistických označených chodníkoch a cestách.
4. Horský vodca- sprevádza návštevníkov v horách po neoznačených trasách.
5. Sprievodca po kultúrnych- historických pamiatkach- uplatňuje sa po prehliadkach exteriérov a interiérov. Veľký dôraz sa kladie na odbornosť výkladu a jazykovú vybavenosť.
6. Sprievodca po jaskyniach
7. Delegát

## • ANIMAČNÉ SLUŽBY

-sú to služby voľného času; znamenajú oživenie, rozveselenie, zabavenie sa

-plní 3 základné funkcie: rehabilitačná f., duševno-hygienická f., f. rozvoja osobnosti → význam plní dlhodobý CR

-pre zameranie animačných aktivít je dôležitá motivácia

-často sa animácia chápe aj ako alternatíva pre prípad nepriaznivého počasia

Rozlišujeme:

1. Klubový CR- maximálne využitie voľného času (CK HYDROTOUR- klub Markíza, vo svete klub Mediteran , Robinson, klub Roulette
2. Animačná starostlivosť o hostí- poskytujú to CK alebo hotely; doplnenie dovolenkového oddychu; u nás je rozšírenejší ako klubový CR

Organizačné zabezpečenie animácie:

- a) Personálne zabezpečenie- kvalifikovaný animátori (školenie, cudzie jazyky);
  - základné požiadavky na animátorov (dobrý zdravotný stav, pedagogické vzdelanie, vek min. 18 rokov, minimálne SŠ vzdelanie, prax)
  - práca animátora obsahuje: plánovanie aktivít, organizovanie a príprava, realizácia
- b) Technické zabezpečenie- vhodné priestory (bazén, ihrisko..), pomôcky, materiálové pomôcky pre tvorivú činnosť

## • UBYTOVACIE SLUŽBY

Komerčné ubytovacie zariadenie

- poskytujú prechodné ubytovanie a služby s tým spojené za úhradu.
- Produkujú a realizujú na predaj svoj produkt: ubytovacie, stravovacie a doplnkové služby.
- Ubytovanie a vo veľkom rozsahu aj stravovanie sú realizované priamo v ubytovacom zariadení.
- Doplnkové služby sú komplementárne a sú spojené s poskytovaním ubytovacích a stravovacích služieb. Vo veľkých hoteloch sa stávajú dokonca určujúcou službou ( kongresová sála )
- Doplnkové služby zabezpečuje UZ :
  - a) Priamo vo svojich zariadeniach
  - b) Priamo od dodávateľských subjektov, ktoré tieto služby realizujú v priestoroch UZ v rámci ekonomického prenájmu
  - c) Sprostredkovaním nákupu od iných dodávateľských subjektov a predaj konečným zákazníkom

Technická základňa:

1. ubytovacie zariadenia: ziskové (komerčné), neziskové ( podnikové rekreačné zariadenia)
2. ubytovanie v súkromí: chata, rekreačná chalupa, izba
3. ubytovacie prostriedky: stany, autoprívesy

Ubytovacie zariadenia delíme:

- a) hotelový typ: hotel, garni hotel, horský hotel, motel, hotel, penzión  
-s kapacitou viac ako 10 izieb; poskytujú komplexný produkt
- b) parahotelový typ: turistická ubytovňa, chatová osada, camping, ubytovanie v súkromí  
-nesplňajú kritérium 10 izieb a neposkytujú komplexný produkt

-okrem ubytovania poskytujú aj stravovacie služby a ďalšie služby  
-doplnkové služby zabezpečuje UZ: priamo vo svojich zariadeniach; v spolupráci s dodávateľskými subjektmi; sprostredkovaním nákupu od iných dodávateľských subjektov  
-počas cestovania poskytujú: lôžkové a ležadlové vozne, rotely, výletné lode

Ubyt. zar. sa členia: celoročné, sezónne

KATEGORIZÁCIA UZ:

1. Hotel- najzložitejšie UZ; má viac ako 10 izieb;  
-pri zaraďovaní do tried sa prihliada na architektonické stvárnenie stavby, riešenie interiérov, plošné štandardy ubyt. priestorov, na poskytujúce služby a na zariadenie na voľný čas hostí  
-lokalizácia hotela ovplyvňuje klasifikáciu hotelov na : mestské a rekreačné  
-poskytujú aj stravovacie, spoločenské a zábavné služby, tzv. fakultatívne znaky ( týkajú sa budovy a jej vybavenosti dodatočných služieb)  
-hotel môže mať dependance- vedľajšia budova vzdialená menej ako 300 m, v kt. sa poskytuje iba ubytovanie
2. Garni hotel- krátkodobé prechodné pobyty, okrem ubyt. služieb poskytuje minimálne stravovacie služby (raňajky)
3. Horský hotel- pre náročné športovo- rekreačné pobyty; umiestnený vo vysokohorskom teréne; bez priameho spojenia na cestnú sieť
4. Motel- buduje sa pri cestných trasách; ubytovanie motoristov
5. Hotel- ubytovanie na trvale ukotvenej lodi; ubytovanie v 1-2 lôžkových kajutách
6. Penzión- minimálne 5 izieb a najviac 4 lôžkami v izbe
7. Turistická ubytovňa- s väčším počtom lôžok v izbách, majú spoločné hygienické zariadenie
8. Chatová osada- prechodné ubytovanie hostí, objekty typu chata, zrub, bungalov s 2-4 lôžkami
9. Camping- táborisko
10. Ubytovanie v súkromí- izba, celý objekt, apartmány

Požiadavky na klasifikáciu hotelov:

-nie menej ako 10 izieb  
-presní normy pre sanitárne dni a hygienické zariadenia ako pre hostí, tak i pre personál  
-účinná hygienická a upratovacia služba  
-všetok stavebný materiál, nábytok, bielizeň- musia byť v najvyššej kvalite vo vzťahu ku kategórií  
-hotelový personál musí byť kvalifikovaný, podľa požiadaviek národného turistického úradu  
-musí vyhovovať technickým požiadavkám  
-musí spĺňať minimálne formy pohodlia v závislosti ku kategórií  
-musia mať i zdravotnú službu

Hotely:

Podľa dĺžky prevádzky: celoročné, sezónne, prázdninové

Podľa umiestnenia: mestské, kúpeľné, letiskové, horské, prímorské, motely, hotely, rotely

Podľa určenia: kongresové, mládežnícke, biznis hotely, rekreačné, športové, apartmánové

Podľa veľkosti: malé, stredné, veľké

Vyhláška MH SR č. 277/2008 v kt. sa upravuje kateg. UZ a klasifikačné znaky na ich zaraďovanie do tried.

I. názvoslovie:

Ubytovacie zariadenie- budova, alebo priestor, kde sa verejnosti za úhradu poskytuje prechodné ubytovanie a služby.

Sezónne UZ- ubyt. služby najviac 9 mesiacov v roku

Kategória- druh ubytovacích zariadení

Trieda- minimálne požiadavky na vybavenie, úroveň a rozsah služieb spojených s ubytovaním; 1-5\*

Pohostinské odbytové stredisko- samostatná organizačná časť UZ, zabezpečuje stravovanie, občerstvenie, prípadne spoločenskú a zábavnú činnosť

Fakultatívne znaky- ďalšie služby poskytované ubytovaným hosťom podľa individuálneho výberu prevádzkovateľa, v závislosti od charakteru UZ; každá trieda má stanovený min. počet bodov, kt. musí spĺňať na zaradenie do kategórie a triedy

## II. Spoločenské ustanovenia

UZ sa delia podľa druhu na kategórie a podľa vybavenia, úrovne a rozsahu poskytovaných služieb na triedy.

### Kategória - Trieda

Hotel 1-5\*

Gárni hotel 1-3\*

Horský hotel 1-3\*

Motel 1-4\*

Botel 1-3\*

Penzión 1-3\*

Turistická ubytovňa 1-2\*

Chatová osada 1-3\*

Camping 1-4\*

Ubytovanie v súkromí: izba, objekt prázdninový dom 1-3\*

Trenčín: Grand hotel 3\*, Hotel Adria 3\*, Hotel Brezina 2\*, Hotel Magnus 4\*, Hotel Tatra 4\*

### Atraktívne hotely a UZ

1. UZ umiestnené v objektoch kultúrneho, historického alebo pamiatkového významu (zámok..)
2. Netradičné typy UZ:
  - a) Iglu- Švédsko
  - b) Väzenie- hotel v hl. m. Štokholme
  - c) Jaskynný hotel- južné Španielsko
  - d) Soľný hotel- južná Amerika
  - e) Kozmický hotel- izby pre 3 ľudí
  - f) Hotel umelý svet- južná Afrika- umelo vytvorená džungľa- Johannesburg
  - g) Hotel pod morom- Dubaj- hĺbka 20 m
  - h) Hotel nad jazerom- Neuchatelské jazero vo Švajčiarsku
3. Hotely- architektonické skvosty- Las Vegas, spojené arabské emiráty
4. Hotely s tematickým programom

## • **PODNIKY A INŠTITÚCIE CR**

### PODNIK CR- TYPOLÓGIA

1. Podniky CR- sekundárna ponuka; -organizačné jednotky, ktoré produkujú hmotné a nehmotné služby na uspokojenie potrieb návštevníkov, ponúkajú jednotlivé služby ale súbory (balíky) služieb
2. Inštitúcie CR- sekundárna ponuka; - napomáhajú rozvoju CR, starajú sa o zosúladenie ponuky a dopytu CR hlavne v cieľových miestach; tieto úlohy plnia orgány štátnej správy a územnej samosprávy

Typológia podnikov CR:

1. Podľa náplne činnosti:
  - a)vlastné podniky CR- uspokojovanie potrieb návštevníkov CR, hotely, ostatné UZ, CK...
  - b)ostatné podniky CR- viacúčelový charakter (dopravné podniky, poisťovne, obchodné podn....)
2. Podľa formy účasti:
  - a)producenti služieb- pohostinské, dopravné, ubytovacie, kúpeľno- liečebné, kultúrno- spoločenské zariadenia a združenia
  - b)spprostredkovatelia služieb- CK, CA, TIK, KIC, dopravné kancelárie, inf. a distr. systém
3. Podľa funkcií:
  - ubytovacie, stravovacie....
4. Podľa vzťahov na trhu CR:
  - a)podniky spojené so subjektom CR- poisťovne, peňažné ústavy, ...
  - b)podniky spojené s objektom CR- ubytovacie, kúpeľné, športovo- rekreačné, kult.- spoločenské...
  - c)podniky vytvárajúce vzťahy medzi subjektom a objektom CR- CK, CA, dopravné podniky, inf. a distr. sys., miestne regionálne a štátne inštitúcie...

### OSOBITOSTI PODNIKOV CR

Plnia tieto ciele:

- a) Sociálne- uspokojovať potreby návštevníkov a vlastných zamestnancov
- b) Ekonomické- dosahovať maximálnu a dlhodobú prosperitu
- c) Ekologické- chrániť ŽP, zabezpečiť trvalo udržateľný rozvoj CR

Na rozdiel od iných podnikov majú svoje osobitosti:

- a) Podniky služieb- v ich ponuke prevláda produkcia služieb
- b) Sezónny charakter- leto, zima, Vianoce, Nový rok, školské prázdniny...
- c) Malé a stredné podniky z hľadiska počtu pracovníkov- 70% hotelov a 90% CK nezamestnáva viac ako 10 pracovníkov
- d) Kapitálová náročnosť- výstavba a prevádzka potrebuje veľké finančné prostriedky, často sa zlučujú a vytvárajú veľké celky, napr. hotelové spoločnosti, siete a reťazce
- e) Vysoký podiel živej práce- neexistuje sériová výroba
- f) Náročnosť na kvalifikáciu pracovníkov- dochádza u nich k priamemu styku so zákazník- návštevníkom- schopnosť komunikovať, ovládať cudzie jazyky, etické a spoločenské správanie
- g) Nevyhnutnosť spolupráce v mieste lokalizácie- spolupracovať s orgánmi miestnej, štátnej správy a samosprávy



**ORGANIZAČNO- INŠTITUCIONÁLNE USPORIADANIE CR V SR**

IV. Európska únia Štáty V4	Nadnárodná úroveň	Medzinárodné združenia, asociácie (asociácie CR v EÚ)
III. Národná rada SR Vláda SR, MH, Ostatné ministerstvá	Národná úroveň	Zväzy, asociácie CR(odvetvové, profesijné združenia)
II. VÚC- odbor	Región	Regionálne združenia CR
I. Obecný úrad	Obec, stredisko	Miestne združenia, podniky CR, KIC, TIK

**NADNÁRODNÁ ÚROVEŇ ORGANIZÁCIE CR**

Slovensko ako členský štát EÚ musí rešpektovať aj ciele rozvoja CR v EÚ a koordinovať činnosť na vnútornom trhu v súlade s rozhodnutím európskeho parlamentu k CR:

- a) Vo verejnom sektore sa CR zaoberá:
  - Európska komisia (zodpovedá za tvorbu eur. legislatívy a je tvorcom politiky EÚ v CR)
  - Európsky parlament (je zákonodarným zborom EÚ a má zriadený výbor pre regionálnu politiku, dopravu a CR)
  - Rada EÚ (tvoria ju ministri členských štátov )
- b) V súkromnom sektore, mimovládne organizácie (napr. Európsky zväz CK- ECTAA)
  - Od 1948 v Európe pôsobí európska komisia CR(ETC), cieľom je marketing a propagácia CR na mimoeurópskych trhoch
  - Od 2001 je členom ETC i SR, zastupuje ju SACR

**NÁRODNÁ ÚROVEŇ ORGANIZÁCIE CR**

- 1) Národná rada SR
  - Zákonodarný orgán SR ovplyvňuje rozvoj CR
  - Poradným orgánom NR SR pre oblasť CR je Spoločná komisia NR SR CR
- 2) Vláda SR
  - Výkonný orgán a spolu s MH SR je výchovným orgánom CR na SR
  - Vytvára podmienky pre podnikanie v CR, pre trvalo udržateľný rozvoj CR ako aj ochranu prírodných a kultúrnych pamiatok
  - Nedostatkom je, že nemáme systematické riadenie CR a nemáme zriadený satelitný účet CR
- 3) Ministerstvo hospodárstva SR
  - S vládou je vrcholným orgánom CR
  - Je tvorcom štátnej politiky CR v krajine, v legislatíve a budovaním medzinárodných vzťahov v rámci CR
  - Pri MH SR pracuje sekcia turizmu, kt. zodpovedá za vypracovanie strategického rozvoja CR a medzinárodnej spolupráce CR

- Poradným a koordinačným orgánom MH SR je Rada pre CR- skladá sa zo zástupcov ústredných orgánov štátnej správy, profesijných zväzov a združení CR ako aj organizácie pôsobiacej v podnikateľskej i nepodnikateľskej sfére CR
- 4) Ostatné ministerstvá
  - Ministerstvá, kt. sa priamo alebo sprostredkované podieľajú na riešení otázok CR
  - Ministerstvá: kultúry, financií, dopravy, pôšt a telekomunikácií, vnútra, ŽP, zahraničných vecí, zdravotníctva
- 5) Ústredné orgány štátnej správy
  - Štatistický úrad, Slovenská obchodná a priemyselná komisia...

## **MEDZINÁRODNÉ ORGANIZÁCIE CR**

### UNWTO- (svetová organizácia CR)

- 1974 bola založená, sídlo Madrid
- Hlavným cieľom- všestranná podpora rozvoja medzinárodného CR
- Spolupracuje s orgánmi OSN v otázkach CR, zúčastňuje sa zasadaní
- Zameriava svoju činnosť: výskum a štatistiku CR, orgniz. medzinár. konferencií o CR, zabezpečuje výchovu pracovníkov CR, vydateľská činnosť
- Členovia: riadny (štáty a vrcholné orgány CR- aj SR), pridružený (medzinárodné organizácie CR), pripojený (špecializované medzinárodné organizácie)
- Najvyšší orgán- valné zhromaždenie, schádza sa každé 2 roky
- Svetový deň- 27. Septembra

### IATC- medziamerické kongresy CR

### WTTC- svetová rada CR

### WATA- svetové združenie CK

### IHRA- medzinárodné združenie hotelov a reštaurácií

### IATA- medzinárodné združenie leteckej dopravy

## **SLOVENSKÁ AGENTÚRA PRE CR – SACR**

- Vznikla v r. 1995
- Zriadilo ju MH ako príspevkovú organizáciu
- Sídlo – BB a BA
- Svojou činnosťou zabezpečuje dotáciami zo štátneho rozpočtu a z predaja vlastných služieb
- Hlavným poslaním agentúry je napomáhať rozvoju CR pri rešpektovaní cieľov hosp. prosperity Slovenska, ochrany ŽP, kvality života

### Poslanie SACR:

- Zabezpečovať marketingový výskum CR na SR
- Vytvárať podmienky pre predaj produktu CR na SR
- Vydávať propagačné prostriedky
- Poskytovať inf. tlačí a ďalším médiám
- Organizovať a koordinovať celoslovenské aktivity doma i v zahraničí
- Zúčastňovať sa na veľtrhoch a výstavách
- Spolupracovať s podnikateľmi v CR a orgánmi miestnej, štátnej správy a samosprávy
- Spolupracovať s inštitútmi v zahraničí a zriaďovať zahraničné zastúpenie ( ČR- Praha, Hol.- Amsterdam, Rak.- Viedeň, Rusko- Moskva)
- Regionálne zastúpenie: BA, Nitra, TN, ZA, Prešov, KE

## ZDRUŽENIA CR

Môžu byť:

- a) Mieste
- b) Regionálne (napr. Združenia pre rozvoj regiónu Pienin a Zamaguria so sídlom v Červenom kláštore)
- c) Na úrovni štátu ( ZMOS- Združenie miest a obcí Slovenska- bolo založené v r. 1990; v súčasnosti je jeho členom takmer 96 % miest a obcí SR; zúčastňuje sa riešenia problémov CR, pretože si uvedomuje, že prináša do miest a obcí zamestnanosť, vyššie príjmy a budovanie infraštruktúry; v súčasnosti je predsedom starosta obce Štrba- Sýkora)

## ZVÄZY CR

### 1) Odvetvové zväzy (asociácie)

-vznikajú podľa odborov činností, producentov a sprostredkovateľov služieb, ktoré majú rovnaké záujmy  
Hl. poslaním je: starať sa o rozvoj odboru, zastupovať a presadzovať ich záujmy, spolupracovať s orgánmi CR a ďalšími odvetvovými zväzmi

Patria sem:

#### a) Slovenská asociácia CK a CA- SACKA

-vznikla v r. 1991 a je dobrovoľným, nezávislým združením CK a CA a ďalších firiem, inštitúcií, kt. sa zaoberajú CR

- v asociácií pôsobia: Klub Tour operátorov, Klub incomingových CK, Klub predajcov

-poslanie: prispievať k rozvoju CR presadzovať a ochraňovať záujmy svojich členov, podporovať ich činnosť a zvyšovať ich profesionálnu prestíž, podporovať dobré meno a úroveň Slovenského CR doma i v zahraničí

- členstvo v asociácií umožňuje podieľať sa na riešení problémov svojho podnikateľského stavu; v r. 2004 mala asociácia 158 členov;

-asociácia je kolektívnym členom Združenia podnikateľov SR, Zväzu zamestnávateľov dopravy, pôšt a telekomunikácií SR a Európskeho združenia Tour operátorov a CA – ECTAA so sídlom v Bruseli

-prostredníctvom svojich zástupcov presadzuje záujmy CK aj na pôde asociácie leteckých prepravcov v tejto spoločnosti

Členstvo v asociácií je riadne, pridružené alebo čestné:

-riadnymi členmi asociácie CK a CA, kt. majú živnostenské oprávnenie pre podnikanie a zároveň sa zaviazali, že budú dodržiavať zásady podnikateľskej etiky zakotvenej v etickom kódexe členov SACKA

-pridruženými členmi asociácie sú poisťovne, firmy usporiadajúce veľtrhy CR, odborné, vzdelávacie a výskumne inštitúcie a školy

- čestnými členmi asociácie sa môžu stať fyzické osoby, kt. sa zaslúžili o rozvoj asociácie al. CR

-riadne a pridružené členstvo vzniká na základe schválenej žiadosti- záujemci o členstvo

-členovia platia zápisné a ročný členský poplatok, zároveň majú právo označovať si svoju dokumentáciu, prevádzkové priestory i predajné stánky na výstavách logom asociácie

#### b) Zväz hotelov a reštaurácií SR- ZHRSR

#### c) Asociácia penziónov a malých ubytovacích zariadení Slovenska

#### d) Asociácie autokempingov Slov.

#### e) Zväz Slovenských liečebných kúpeľov

#### f) Slovenský zväz vidieckeho turizmu a agroturizmu- SZVTA

#### g) Lanovky a vleky na SR- LAUEX

#### h) Asociácia kúpalísk a bazénov Slovenska- KUBAS

#### i) Asociácia informačných centier Slovenska- AKES

### 2) Profesijné zväzy

-združujú FO podľa profesie, napr. Slovenský zväz kuchárov a cukrárov, Slovenská barmanská asociácia, Národná asociácia horských vodcov, SSSCR- Slovenská spoločnosť sprievodcov CR

## • ŠPECIALIZOVANÉ PODNIKY CR

### CK, CA- VÝZNAM A FUNKCIE CK

Podnik CK- je základná organizačná a ekonomicky samostatná jednotka CR

-je to organizovaný, zložitý, dynamický systém s cieľovým správaním sa

-je súborom hmotných ako aj osobných a nehmotných zložiek podnikania, predmetom , kt. je najmä organizovanie rekreačných, turistických, tematických a iných zájazdov a pobytov, sprostredkovanie prepravy, ubytovania, stravovania, nákupu vstupeniek a zabezpečovanie sprievodcovských činností

- CK sú oprávnené predávať aj mapy, plány, CP, bedekre, spomienkové predmety

Hl. funkcia- ponuka služieb

Ostatné funkcie CK: f. preklenutia priestoru a času, f. skúmania spotrebiteľského dopytu, kontaktná f.,

informačná f., kontrolná f., realizačná f., výchovná f.

### KLASIFIKÁCIA CK

1) **Z hľ. predmetu činnosti**, ide o:

a) Organizátorov CR- CK, touroperatory

-kontrahujú služby od jednotlivých dodávateľov, navzájom ich kombinujú, tvoria „balíky služieb“, programy, publikujú ich hlavne katalógom a predávajú ich vo vlastnej predajnej sieti, často však prostredníctvom siete sprostredkovateľa; za balík je stanovená jedna cena; robia si prieskum trhu a na ich základe ho segmentujú a tvoria ponuku pre jednotlivé segmenty trhu, nazývame ich tiež veľkoobchodníkmi so službami CR

b) Sprostredkovateľov- CA

- Okrem predaja produktu touroperatora sa špecializujú aj na sprostredkovanie jednotlivých druhov služieb ( ubytovanie, doprava..), svoju činnosť a náklady s ňou spojené si vykryjú z provízie za sprostredkovanie služby

2) **Podľa rozsahu a charakteru činnosti poskytovaných činností**, ide o:

a) Základné- poskytujú služby v plnom rozsahu

b) Špecializované- zamerané na určitý segment trhu a pre určité druhy služieb zvyčajne s cieľom dosiahnuť vyššiu kvalitu služieb (exotika)

3) **Z územného hľadiska:**

a) Vysielacie CK- outgoingové CK, lokalizované v mieste bydliska

b) Prijímacie CK- incomingové CK, lokalizované v mieste pobytu

4) **Podľa doby prevádzky:**

a) Celoročné

b) Sezónne

5) **Podľa veľkosti:**

a) Malé (do 3 zam.)

b) Stredné (do 20)

c) Veľké (nad 20)

6) **Podľa formy vlastníctva:**

a) Súkromné

b) Štátne

c) Mestské

d) Vo vlastníctve občianskych združení, politických strán a hnutí

7) **Podľa organizačne právnej formy:**

a) Obchodné spoločnosti v súlade s obchodným zákonníkom- zákon 513/ 1991 Z. z.

b) Osobné spoločnosti v súlade so živnostenským zákonom- zákon 455/ 1991 Z. z.

## ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA CK

Závisí od:

- veľkosti, kt. vychádza z rozsahu CK, či má charakter samostatnej prevádzkovej jednotky, kt. nepatrí do žiadnej väčšej prevádzkovej jednotky alebo je jedným z článkov takejto štruktúry
- v malých CK dochádza ku kumulácii činností
- väčšie CK sú majú pre každú oblasť činnosti samostatného pracovníka alebo samostatný útvar (ekonomický, marketingový..)
- vnútornú organizáciu CK stanovuje organizačný poriadok (základné pravidlá, členenie podniku..)
- deľbu práce vyjadruje vnútorná organizačná schéma
- podnikové centrum vykonáva predovšetkým riadiace činnosti a reprezentuje podnik vo vzťahu k vonkajšiemu okoliu
- CK sa ďalej člení na úseky, oddelenia, odbory a referáty
- pobočky CK sú prevádzkovými jednotkami
- pracovník CK: každý má určenú pracovnú náplň, existuje špecializácia pracovníkov- efektívnosť práce
- expozitúra- CK môže mať počas sezóny alebo trvalo vyčlenené pracovisko

V súlade s platnými predpismi: majú CK možnosť zriaďovať svoje pracoviská i v zahraničí, označujeme ich:

- a) Zahraničná reprezentácia: zriaďuje sa za účelom informačnej a propagačnej činnosti
- b) Majetková účasť CK v zahraničí: zahraničný subjekt, kt. je vlastníkom tuzemskej CK alebo na kt. majetku sa tuzemský subjekt podieľa
- c) Sezónna delegácia

## PRODUKT CK

Služby:

- a) Vlastné (organizovanie zájazdov a pobytov)
- b) Sprostredkované ( nákup od iných)

Služby CK môžeme klasifikovať z vecného hľadiska:

- Poskytovanie informácií
- Rezervovanie miest
- Zabezpečenie tuzemských a zahraničných cenín
- Sprostredkovanie ubytovania
- Organizovanie a predaj zájazdov a pobytov
- Sprostredkovanie a predaj sanatórnych a ambulantných kúpeľných pobytov
- Služby sprievodcov a animátorov CR
- Služby účastníkov podujatí kongresového CR
- Cestné poistenie
- Sprostredkovanie, predaj vstupeniek na spoločensko- kultúrne a iné podujatia
- Zmenárenské služby
- Služby spojené s obstarávaním víz
- Predaj máp, plánov, CP, bedekrov a iné služby

## ARANŽMÁN SLUŽIEB CK

- Je to konkrétna kombinácia služieb, ktorá tvorí finálny produkt a to zájazd alebo pobyt
- Zájazd je presne definovaný v zákone č. 281/ 2001 Z. z. o zájazdoch , CK a CA

Zájazdy môžeme klasifikovať:

- 1) Z geografického hľadiska:
  - Domáci
  - Zahraničný
- 2) P. spôsobu prípravy:
  - Štandardný
  - Fofraitový

- 3) P. použitého dopravného prostriedku:
  - Autocarový
  - Vlakový
  - Letecký
  - Lodný
  - Automobil
  - Kombinovaná
- 4) P. ročného obdobia:
  - Zimná
  - Letná
  - Mimosezónna
- 5) P. dĺžky trvania:
  - Krátkodobý ( do 3 dní)
  - Dlhodobý ( nad 3 dní)
- 6) P. tematického zamerania:
  - Rekreačno- pobytový
  - Kultúrno- poznávací
  - Pútnický
  - Študijný
  - Kúpeľno- kongresový ....
- 7) P. sociologického hľadiska:
  - Pre mládež
  - Pre seniorov
  - Pre rodiny s deťmi ....

## TVORBA PRODUKTU CK

Zájazd pozostáva z minimálne 2 služieb:

Aranžmán služieb- zájazd (balík služieb)



Ubytovacie s., stravovacie s., poistenie, sprievodca, doprava, doplnkové služby

Tvorba zájazdu ako produktu CK pozostáva z 3 stránok:

1. Organizačno- technická
2. Ekonomická
3. Právna

### 1. Organizačno- technická stránka zájazdu

- a) Trasovanie zájazdu- nevyhnutnou súčasťou prípravy (mapy, internet..)

-Pozostáva z:

- určenie priestorových prvkov trasy
- charakteristika trasy
- inf. o materiálno- tech. podmienkach
- informačné minimum

-trasu ovplyvňuje aj tematické zameranie a aj použitý dopravný prostriedok

- b) Zostavenie programu zájazdu- zostavenie časového harmonogramu

-spracováva sa „služobný program“, kt. obsahuje:

- číslo zájazdu
- počet dní a termín od- do
- plánovaný počet účastníkov
- plánovaný počet sprievodcov

- druh prepravy
- trasu, pobytové miesto, štát
- podrobný program
- kategóriu a triedu ubyt. zariadenia
- adresy dodávateľov
- organizačné pokyny
- pasové a vízové formality

c) Zabezpečenie služieb účastníkov zájazdu

- CK zabezpečuje služby pre svojich zákazníkov zmluvne s tuzemskými a zahraničnými obchodnými partnermi.
- obsahovú a formálnu stránku zmlúv upravujú aktuálne a platné právne normy
- ide o zmluvu alebo výmenu obchodnej korešpondencie
  
- Zmluva medzi CK a jej obchodným partnerom obsahuje:
  - označenie zmluvných strán
  - doba platnosti zmluvy
  - predmet zmluvy a zmluvné podmienky, v závislosti od druhu služieb
  - ceny služieb
  - platobné a zúčtovacie podmienky
  - zodpovednosť zmluvných strán za plnenie obsahu zmlúv
  
- Pri sprostredkovaní služieb účastníkov vzniká zmluvný vzťah výmenou obchodnej korešpondencie:
  - dopyt- požiadavka CK na budúceho dodávateľa; môže byť- písomná, telefonická, osobná
  - ponuka- reakcia dodávateľa na dopyt; vyhovie požiadavke CK; písomná, elektronická
  - objednávka- vyhotovuje CK; obyčajne na predtlačenom formuláre; Objednávka ubyt. a strav. služieb obsahuje: adresa objednávateľa, číslo zájazdu al. číslo objednávky, termín poskytnut. Služby, presné určenie miesta prístavenie, deň a hodina odchodu, smer a cieľ cesty, čas trvania cesty, počet účastníkov a ich štruktúra, štruktúra požadovaných izieb, predpokladaný odchod a príchod skupiny do ubyt. zariadenia, celkový limit na stravovanie, u zahraničných návštevníkov ich národnosť, bankové spojenie a číslo účtu.
  
- dodávateľ potvrdzuje objednávku na jej kópiu alebo samostatným listom, zmluvy s dodávateľmi ubytovacích, dopravných a stravovacích služieb, majú charakter kapacitných zmlúv
- pri pasívnom CR uzatvárajú CK zmluvy so zahraničnými CK, ktoré vystupujú ako zahraničný sprostredkovatelia alebo priamo s dodávateľmi jednotlivých druhov služieb
- pri aktívnom CR sa používajú klasické kapacitné zmluvy, typizované voucherové zmluvy (uzatvárajú sa s dlhoročnými obchodnými partnermi) a jednorázové ad hoc zmluvy

## 2. Ekonomická stránka tvorby produktu

- cena produktu CK
- cena zájazdu závisí od trhových cien tovarov a služieb

Pri tvorbe ceny zájazdu sa berie do úvahy:

- a) Kalkulácia nákladov na nakupované služby od jednotlivých dodávateľov
- b) Kalkulácia vlastných nákladov

-CK využíva kalkulačný spôsob stanovenia cien- jeho účelom je zistenie minimálnej ( nákladovej) ceny, pri kt. je ešte možné podnikat' bez straty.

-Prirážka CK je jej súčasťou a je zdrojom úhrady vlastných nákladov a tvorby zisku. Uplatňuje sa dvojstupňová kalkulácia: predbežná a výsledná.

-kalkulácie sa zostavujú podľa vlastných typových kalkulačných vzorcov.

-Vo vzťahu k zákazníkom ide o tzv. pevné a informatívne ceny:

- a) Pevná cena- používa sa u štandardných zájazdov s pevným termínom realizácie s vopred zabezpečenými službami, je vyššia o tzv. riziko neobsadenia zájazdu
- b) Informatívna cena- zájazdy u kt. nie je vopred známa výška všetkých nákladov, ide o štandardné zájazdy s orientačným termínom a forfatové zájazdy.
- c) Konečná cena- stanoví sa na základe skutočne vzniknutých nákladov

Kalkulácia ceny zájazdu PCR zahŕňa:

- Devízové náklady, korunové náklady, riziko neobsadenia, prirážky CK

### 3. Právna stránka tvorby zájazdu

-pri predaji zájazdov a pobytov dochádza k uzatváraniu zmlúv o obstaraní zájazdu medzi CK a jej zákazníkmi

-táto zmluva musí obsahovať okrem všetkých základných náležitostí zmluvy, kt. upravuje občiansky zákonník aj všeobecné a záručné podmienky- tieto musia byť uvedené aj v katalógu CK

-podpisom zmluvy o obstaraní zájazdu vyjadruje zákazník súhlas s ich obsahom a tým vzniká medzi CK a jej zákazníkom priamy pomer

Všeobecné a záručné podmienky sa týkajú:

- Objednávkového styku medzi zákazníkom a CK
- Prevzatia a potvrdenia objednávky
- Druhy zájazdov, pobytov a ich cien
- Účasti na zájazdoch a pobytoch
- Stravovacích podmienkach
- Poistenia účastníkov a iných relevantných info

### PONUKA PRODUKTU CK

Ponuka zájazdov- počet plánovaných účastníckych miest, kt. má CK k dispozícii na uspokojenie dopytu v určitom čase, určitej štruktúre a do určitých stredísk CR.

Nositeľom ponuky je jej propagácia vhodne volenými priamymi a nepriamymi metódami a propagačnými prostriedkami.

Nepriama propagácia- najvhodnejší je katalóg zájazdov a pobytov

Priama p.- predovšetkým nábor (akvizícia); používa špecifické prostriedky- nástroje direct marketingu

Prezentácia ponuky- účasť CK na výstavách a veľtrhoch CR ( ITF Slovakiatour, GO Brno...)

Propagačné prostriedky: katalóg, prospekt, plagát CR, propagácia v masmédiách, videokazety, výkladná skriňa CK, vitríny, nábor

### ODBYT PRODUKTU CK

Tie činnosti, kt. majú zákazníkom umožniť bezproblémové obstaranie produktu.

Metódy odbytu CK zahrňujú:

- 1) Systém odbytu- súbor podnikateľských subjektov- CK, buď samostatných alebo takých, kt. sú súčasťou väčších organizačných štruktúr s určitou mierou samostatnosti ( predajné miesto, pobočka CK)  
-v rámci SR existuje okolo 1000 takýchto subjektov ( CK a CA)

- 2) Forma odbytu- závisí od cieľov odbytovej politiky existujúcich alebo vytvárajúcich sa oblastí odbytu a ich štruktúry od produktu potencionálnych odberateľov, finančných personálnych možností; na základe toho sa CK rozhodne, či odbyt zabezpečí vlastnými silami – vlastnými pracovníkmi, vo vlastnej sieti alebo cudzími- pomocou zástupcov, agentov sprostredkovateľov, prípadne inak



- 3) Odbytové kanály- zabezpečujú distribúciu produktu od producenta ku konečnému spotrebiteľovi  
 -ide o priamu odbytovú cestu- odbyt medzi producentom a odberateľom a o nepriamu odbytovú cestu- s využitím jedného, prípadne viacerých medzičlánkov  
 -priamy odbyt je aktuálny vtedy, ak producent predáva svoj produkt priamo konečnému spotrebiteľovi v podmienkach CK; ide vlastne o odbyt, aranžmán služieb, balíka služieb- zájazdu konečnému spotrebiteľovi, klientovi CK

## • **POISTENIE V CR**

-eliminuje nepredvídané udalosti (negatívne)- zabezpečuje pred náhodnými udalosťami s negatívnym charakterom

-náhodná udalosť- úraz, krádež, strata dokladov...akákoľvek udalosť, predpokladáme že sa stane, ale nevieme kedy ani kde

### Poistiteľ

- poisťovňa, kt. schváli úrad pre finančný trh

### Poistenec

- je to FO a PO, kt. s poisťiteľom uzatvára poistnú zmluvu

-človek alebo inštitúcia

-nemusí byť aj ručiteľom ( napr. učiteľ poistí žiakov)

-nemusí byť automaticky aj poistený

### Poistenie

-je písomná forma; dokladom je poistka, poistná zmluva, kartička, knižka, nálepka; je treba ju mať stále so sebou

### Musí byť uvedené:

- Účel poistenia (cestovné, poistenie pre pracujúcich..)
- Poistné osoby
- Poistné udalosti- načo sa tá poistka kryje; rozsah a výška poistného krytia; výluky z poistenia- čo je mimo; poistná suma; územná a časová platnosť poistenia
- Jednorazové poistné- suma, kt. som zaplatila

-každá poisťovňa má medzinárodného partnera, call centrá alebo asistenčné služby

-asistencia pre cestovné poistenie, právna asistencia (zavinila som požiar), technická asistencia ( porucha, havária)

### Poisťovne:

-Zoris, Elvia, Europe assistance (General), Eureco, Eurounion (Union)

### Časová platnosť

- dňom nástupu na zájazd

-pri individuálnej doprave ( 1. deň ubytovania- posledný deň)

- právna pomoc (pri spáchaní trestného činu, súd)

Druhy poistenia- buď už zarátané v cene zájazdu, alebo si to platím individuálne

a)Základné

b)Komplexné

**ZÁKLADNÉ POISTENIE**

- a) Úrazové poistenie  
 -keď sa zraním, nečakané náhle pôsobenie vonkajšej alebo aj vlastnej sily na telo, utopenie, zásah bleskom alebo prúdom, vdýchnutie plynu  
 -Úraz NIE je: choroba, krvácanie do mozgu, infarkt, samovražda alebo pokus o ňu, osoby, kt. sú nesvojprávne
- b) Poistenie batožiny a veci osobnej potreby  
 -poškodenie  
 -odcudzenie  
 -zničenie, strata batožiny alebo veci osobnej potreby  
 Nevzťahuje sa na: peniaze, šeky, šperky, karty, cestovné doklady  
 -ak stratím veci vlastnou vinou, poisťovňa prípad neuzná
- c) Poistenie zodpovednosti za škodu  
 -poistím sa v prípade, že niekomu spôsobím škodu (3. osobe)  
 Výluky: úmyselné škody alebo škody nečestným konaním, prevádzkou dopravných prostriedkov
- d) Poistenie stornovania zájazdu  
 -od roku 2001 sa ponúka toto poistenie  
 -účelom je odškodniť účastníka zájazdu za storno poplatok; zájazd stornujem, ak nemôžem nastúpiť na zájazd  
 Dôvody: vážne ochorenie, PN(musím ležať), úraz rodinných príslušníkov  
 -predložím lekársku správu, úmrtie príslušníka na zájazde, okolnosti majúce pôvod v živeľnej udalosti, terorizmus, štrajk  
 Výluky: zdravotné komplikácie v tehotenstve, chronické a existujúce choroby  
 -nikdy mi CK neplatí 100% výšky ceny zájazdu ( max. 90%)  
 -som povinný, ak sa niečo stane, okamžite to oznámiť CK ( pre prípad smrti)
- e) Poistenie liečebných nákladov v zahraničí  
 -ochorenie v zahraničí  
 -náhle zasiahnutie zdravia, kt. vyžaduje lekárske ošetrovanie, preprava do zdravotníckeho zariadenia, hospitalizácia, preprava telesných pozostatkov zosnulého, aktuálne problémy  
 Výluky: ošetrovanie zubov, úrazy lyžovaním mimo lyžiarskych trás, pokus o samovraždu, estetické plastické operácie, liečba prenosnej pohlavnej choroby, komplikácie v tehotenstve do 6 mesiacov, vrodené choroby (epilepsia), otrava alkoholom, užitie drog..

**KOMPLEXNÉ POISTENIE**

- a) Poistenie nevydarenej dovolenky  
 -ochorenie na dovolenke, hospitalizácia musí byť dlhšia ako 3 dni, za každý deň v nemocnici dostaneme odškodné
- b) Poistenie predčasného návratu a nečerpané služby  
 -niekto doma ochorie, zomrie a musíme sa vrátiť  
 -poisťovňa poskytne cestovné a odškodné za nečerpané služby
- c) Poistenie zvýšených nákladov na späťočnú prepravu  
 -sme na dovolenke chorý, nevedia nás ošetriť (vyliečiť), musíme sa vrátiť na Slovensko
- d) Poistenie sprevádzania  
 -hospitalizácia alebo úmrtie, zostane 1 dieťa do 15 rokov bez dozoru
- e) Poistenie straty dokladov
- f) Poistenie návštevy príbuzného
- g) Poistenie neskorého dodania batožiny leteckou spoločnosťou
- h) Poistenie motoristov- zelená karta (zahraničie)

## • **MARKETINGOVÝ MANAŽMENT PODNIKOV CR**

### **PODSTATA MG MANAŽMENTU**

-predstavuje snahu vedenia podniku vyriešiť problém odbytu služieb s cieľom dosiahnuť zisk a uspokojiť svojho zákazníka

Podnik MG manažmentu podnikov CR vychádza z ponímania MG ako:

- Spôsob myslenia
- Poznanie potrieb zákazníka
- Nástroj naplnenia svojho dlhodobého strategického cieľa

Ciele MG manažmentu:

- a) Všeobecné- napr. zvyšovanie podielu na trhu, zisku, rozšírenie klientely...
- b) Konkrétne- napr. získanie novej cieľovej skupiny klientely, predĺženie pobytu rekreatantov...

Ciele z časového hľadiska:

- 1) Nadradené- uspokojovanie potrieb voľného času, výstavba infraštruktúry...
- 2) Dlhodobé ciele- zlepšiť postavenie na trhu a význam reg. , orientácia v konkrétnom smere
- 3) Strednodobé- zdokonaľovanie nových doplnkových služieb
- 4) Krátkodobé- oživenie určitej sezóny

### **MAREKTINGOVÝ MIX A JEHO NÁSTROJE**

Cieľom podniku je zosúladiť nástroje MG mixu, tak aby výsledkom ich vzájomného pôsobenia bol čo najvyšší efekt.

Nástroje MG mixu:

1. Produkt
2. Cena
3. Podpora predaja
4. Miesto, distribúcia
5. Personál

#### **HOTEL**

Produkt: ubytovacie, stravovacie, doplnkové služby

Cena: diferencovaná

Distribúcia: priama, nepriama cesta

Podpora predaja: médiá, reklama, prezentácia, internet

#### **CK**

Produkt: balík služieb (zjazd), jedna služba

Cena: diferencovaná, jednotná

Distribúcia: priama, nepriama cesta

Podpora predaja: katalóg, leták, tlač, veľtrh, plagáty

#### **STREDISKO CR**

Produkt: príroda, kultúra

Cena: diferencovaná, jednotná, ohraničená

Distribúcia: nepriama

Podpora predaja: katalóg, inzercia, letáky, TV

## 1. PRODUKT CR

-služba alebo súbor služieb, kt. je schopný uspokojiť potreby zákazníka

Vlastnosti produktu: užitočnosť, použiteľnosť, dosiahnuteľnosť

Znaky produktu: nemožnosť skladovania, závisť od prítomnosti klienta, časové a priestorové spojenie produkcie a spotreby produktu, nehmotný charakter, nemožnosť presnej reprodukcie, komplementárny charakter produktov

Kvalita produktu CR:

- Kvalitu v službách možno vyjadriť ako rozdiel medzi poskytnutou službou a očakávaním zákazníka
- Nehmotný charakter služieb sa dá ťažko definovať a meranie kvality je veľmi komplikované
- Z tohto dôvodu je veľmi dôležitý prvý kontakt klienta s určitou službou

Štandardizácia kvality:

- Kritéria kvality vychádzajú z medzinárodných noriem ISO RADU 9000
- Pre služby CR je určená norma ISO 9004-2
- Závisí od kategorizácia UZ

## 2. CENA

-komerčne chápaná cena má byť dostatočne vysoká aby pokryla všetky náklady a priniesla určitý zisk tzv. obsahuje nákladnú a ziskovú zložku

-na výšku ceny vplyva viacero činiteľov, kt. vyúsťujú do všeobecných faktorov zložiek trhu (dopyt, ponuka)

Hlavný vplyv na výšku ceny majú predovšetkým tieto činitele:

- Náklady
- Konkurencia
- Dopyt
- Objem predaja

Ceny možno stanoviť:

- Na rovnakej úrovni ako v minulom období
- Na základe výšky nákladov + konštantná suma zisku
- Na základe výšky nákladov + % zisku

Kalkulácie cien zájazdu (PZCR) pozostávajú z devízových nákladov, rizika z neobsadenia a prirážky CK vrátane možných provízií.

Druhy cien:

- 1) Diferencovaná cena  
-podľa klientely poskytne referenciu k určitému segmentu (dôchodcovia, deti...), ponúka rôzna zľavy (pri hromadnej účasti, vernostná zľava.. )
- 2) Prieniková cena  
-veľmi nízka cena produktu CR, kt. má viacero účinkov: podnik získava nových klientov, prenikanie na nový trh, relatívne ochromenie konkurencie, získanie povesti lacnej firmy
- 3) Šľahačková cena  
-zameraná na solventnejších klientov, snahou je zabezpečiť najkvalitnejšie služby
- 4) Linkovaná cena  
-majú minimálne odchýlky od ceny akceptovanej trhom vo veľkom rozsahu a určenej ponukou jedného podniku CR, kt. produkt uviedol na trh
- 5) Psychologická cena  
-maximálne aktivizuje zákazníka a pôsobí na vyvolanie záujmu o ponúkaný produkt CR (Baťovské ceny)
- 6) Jednotná cena  
-(all), sú stanovené jednotne bez rozdielu a bez závislosti na rozsahu čerpaných služieb

### 3. PODPORA PREDAJA

-predstavuje komunikáciu medzi subjektmi ponuky a spotrebiteľmi s cieľom vytvoriť pozitívny vzťah k ponúkanému tovaru alebo službe

#### Ciele podpory predaja:

- Zvýšenie objemu predaja produktu CR
- Rýchlejšie zavedenie a získanie nových produktov CR
- Zvýšenie záujmu o kontakt spotrebiteľa s ponúkaným novým produktom CR
- Premena jednorazových spotrebiteľov na permanentných
- Vytváranie priaznivej kúpnej a spotrebnej atmosféry

Priama podpora: reklama, cenová politika, internet

Nepriama podpora: katalógy

### 4. DISTRIBÚCIA PRODUKTU CR

-predstavuje súbor činností, kt. zabezpečujú odbyt produktu CR k spotrebiteľovi

-cieľom je čo najlepšie predat' služby potenciálnemu zákazníkovi

-distribúciu možno posudzovať podľa spôsobu distribúcie a dĺžky odbytových kanálov

#### Podľa spôsobu distribúcie rozlišujeme distribúciu:

- a) Exkluzívna- vybraný subjekt na vymedzenom území
- b) Intenzívna- maximálny počet kanálov, na čo je najlepší trh CR
- c) Selektívna- vybrané produkty do vybraných distribučných kanálov

#### Odbytové kanály:

##### 1) Priama odbytová cesta

Podnik CR —————> Spotrebiteľ  
(ubyt., doprav., stravovacie služby) (zákazník)

Touroperátori CK —————> Spotrebiteľ  
(balík služieb)

##### 2) Nepriama odbytová cesta

Podnik —————> CK —————> Spotrebiteľ  
(ubyt., strav., doprav. služby) (touroperátori)

CK —————> CA —————> Spotrebiteľ

#### Internet- podniky CR získavajú:

- a) Nový prostriedok komunikácie
- b) Prístup k veľkému množstvu informácií a údajov
- c) Možnosť vlastnej prezentácie
- d) Možnosť distribúcie

### CENTRÁLNE DISTRIBUČNÉ SYSTÉMY (CRS-MRS)

Vytvorenie centrálného rezervačného systému vytvára možnosti pre okamžité prepojenie dodávateľov a odberateľov (ponuky a dopytu), kt. predávajú alebo nakupujú produkt CR, pričom:

- Sa minimalizuje časová disproporcja
- Rozširuje sa počet resp. celá sieť distribučných kanálov

Predmetom CRS je produkt, kt. tvoria obvykle nasledovné služby:

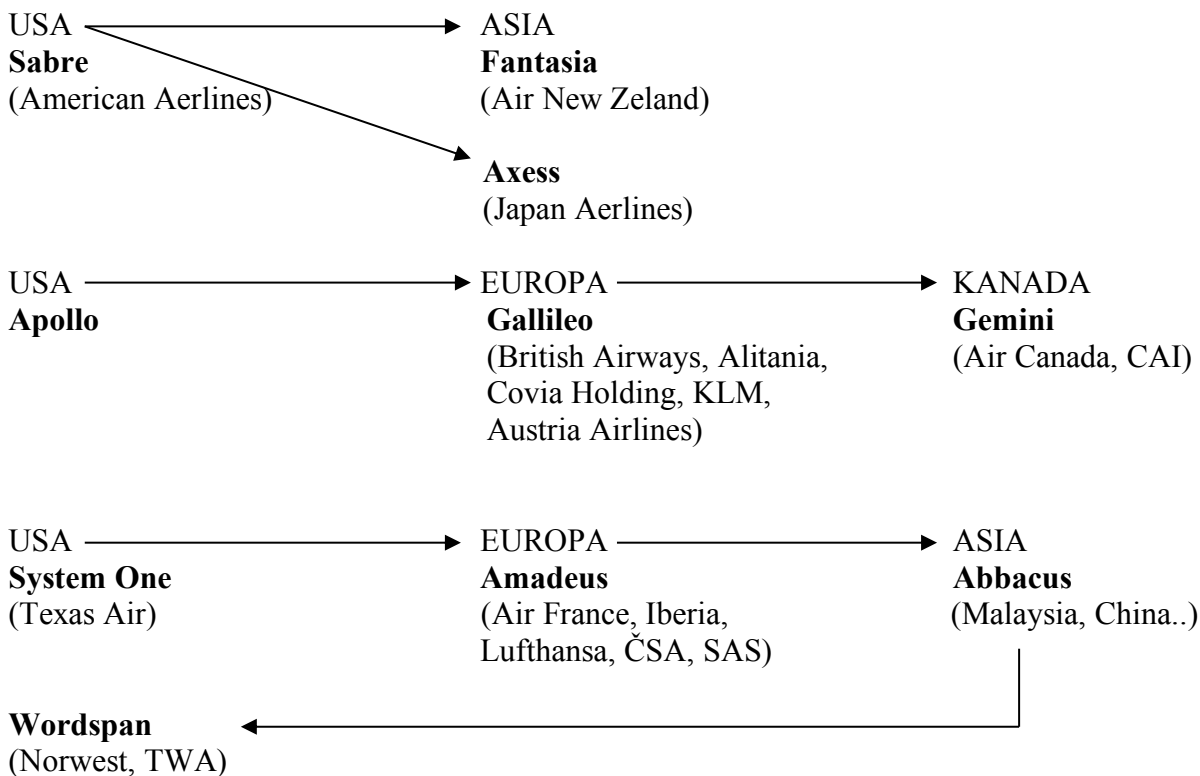
- Letecká preprava
- Ubytovacie služby
- CK

-Jednotlivé RS v snahe o konkurencie schopnosť vytvárajú produkt, kt. je rozšírený o ďalšie služby (napr. Amadeus štart- ponúka kultúrne služby a celý balík produktov CK)

Rezervácia a predaj produktu je cez počítač CRS realizovaný spôsobom:

- a) Voľný predaj- predaj až do momentu, keď centrum vydá pokyn na ukončenie
- b) Limitovaný predaj- predaj je limitovaný určitou dennou kvótou
- c) Podmienkový predaj- vyhradzuje si platnosť rezervácie až po potvrdení (obvykle 24 h)

## REZERVAČNÉ SYSTÉMY



## • **HOSPODÁRSKE A SOCIÁLNE ÚČINKY CR**

### **HOSPODÁRSKE FUNKCIE**

- 1) Príjmová funkcia ( príjmy a multiplikačný efekt)
- 2) Výrobná funkcia (tvorba hodnoty)
- 3) Funkcia zamestnanosti ( tvorba pracovných príležitostí a ich stabilizácia)
- 4) Vyrovnávací funkcia ( regionálny rozvoj)
- 5) Funkcia platobnej bilancie

#### **1. Príjmová funkcia**

-súvisí so získavaním príjmov od návštevníkov CR, kt. vynakladajú svoje výdavky na kúpu tovarov a služieb uspokojujúcich ich potrieb počas cestovania

-rozsah uspokojených potrieb vyjadruje spotreba v CR spotreby

Spotreby v CR sú výdavky:

- Priame- súvisia so spotrebou v CR (doprava, ubytovanie..)
- Nepriame- súvisia nepriamo s účasťou na CR; ide o predmety dlhodobej spotreby (športová výstroj..)

-príjmová funkcia súvisí s multiplikačným efektom CR- vyjadruje prínos CR nielen pre podniky CR ale aj ostatné, kt. sa podieľajú na jeho rozvoji

-ukazovateľ, kt. sa používa na vyjadrenie tohto násobiaceho účinku sa označuje ako – multiplikátor

-multiplikačný efekt- časť príjmov podnikatelia usporia alebo spotrebujú- ekonomický kolobeh- príjmy CR prejdú viacerými štádiami

#### **2. Výrobná funkcia**

- sa označuje ako tvorba hodnoty

-zdrojom tvorby hodnoty nie je celý objem tržieb za služby a tovar, ale len jeho časť, kt. označujeme ako pridanú hodnotu

-pridaná hodnota v podnikoch CR vzniká pri produkcii tovaru a služieb ako rozdiel medzi tržbami podnikov a ich výdavkami na nákupy tovaru a služieb od iných podnikov, zahŕňa podnikové náklady vo forme miezd a platov, úrokových platieb a dividend

-dôležitým národno- hospodárskym ukazovateľom je podiel vytvorenej hodnoty v CR na HDP, kt. sa

vypočíta:  $X = \frac{H_{cr}}{HDP} \times 100$

#### **3. Funkcia zamestnanosti**

Súvisí s vytváraním:

- a) Primárnych pracovných príležitostí v podnikoch CR
- b) Sekundárnych pracovných príležitostí alebo nepriama zamestnanosť

Zamestnanosť v CR je ovplyvnená:

- Sezónnosťou
- Relatívne nízke požiadavky na kvalifikáciu zamestnancov
- Nízke priemerne zárobky
- Nevýhodný pracovný čas

#### **4. Vyrovnávajúca funkcia**

-súvisí s tým, že CR sa rozvíja najmä v hospodársky menej rozvinutých priestoroch, resp. v regiónoch, v kt. zvyčajne nie sú významnejšie priemyselné a poľnohospodárske aktivity

-nazýva sa aj ako funkcia regionálneho rozvoja

-CR ako ekonomická aktivita môže mať v regiónoch rozličné postavenie, kt. je ovplyvnené atraktívnosťou primárnej ponuky

-zároveň vyžaduje existenciu sekundárnej ponuky, vrátane nadväzujúcich činností umožňujúcich rozvoj CR  
CR: ovplyvňuje vytváranie pracovných príležitostí pre miestne zdroje práce, minimalizuje migráciu domáceho obyvateľstva hľadajúceho prácu, ovplyvňuje zárobokovú situáciu obyvateľstva a stimuluje jeho

dopyt, stimuluje rozvoj technickej a sociálnej infraštruktúry, má vplyv na kvalitu ŽP, je zdrojom príjmov miestnych rozpočtov, zdrojom tvorby hodnoty

### 5. Funkcia platobnej bilancie

- prejavuje sa v súvislosti s rozvojom ZCR, kt. sa stabilizuje a zväčšuje dopyt po službách a tovaru CR

ZCR: -aktívny CR

-pasívny CR

Členenie CR z hľadiska účinkov na platobnú bilanciu štátov:

- Aktívny ZCR (incoming)- má pre hospodárstvo podobný účinok ako vývoz tovaru- neviditeľný vývoz
- Pasívny ZCR (outgoing)- má podobný vplyv ako dovoz tovaru, čiže import, neviditeľný dovoz

Platobná bilancia štátu predstavuje vzťah medzi súčtom peňažných príjmov prichádzajúcich zo zahraničia a súčtom peňažných výdavkov do zahraničia za isté obdobie

Rozdiel obidvoch strán bilancie tvorí:

- Aktívne saldo=  $P > V$
- Pasívne saldo=  $P < V$
- Rovnajúce sa saldo =  $P = V$

### Bilancia CR

#### Aktívna (+)

-príjmy od zahr. turistov  
 -príjmy z predaja ubyt. a strav. služieb  
 -z predaja služieb miestnych dopr. podnikov  
 -z nákupu spotreb. tovaru  
 -zo spotreby ostatných služieb

#### Pasívna (-)

-výdavky domácich obyvateľov  
 -výdavky za služby a tovary CR  
 -spojené z pobytmi v zahraničí

### SOCIÁLNE A KULTÚRNE FUNKCIE

- Kultúrna a poznávacía funkcia  
 -získanie zážitku, získanie vedomostí
- Funkcia zdravotno- preventívna
- Funkcia porozumenia medzi národmi

### ETIKA CR

V CR sa na problém etiky pozeráme z viacerých hľadísk:

- Z hľ. etiky návštevníka
- Podnikateľa
- Vzťahu miestneho obyvateľstva k návštevníkom
- Vzťahu k rozvoju CR a jeho vplyvu na hosp. a spoločnosť

Medzinárodné organizácie prijali na 13. Valnom zhromaždení UNWTO v r. 1999 v Chile:

**Globálny etický kódex CR**- vyjadruje právo všetkých ľudí na využívanie voľného času na oddych a slobodu v cestovaní a podporu takému rozvoju CR, kt. prispieva k hosp. prosperite medzinárodnému porozumeniu, mieru, uznaniu a dodržiavaniu ľudských práv a základných slobôd pre všetkých bez ohľadu na rasu, pohlavie, jazyk a náboženstvo.

Úsilím UNWTO je zabrániť neetickému správaniu v CR:

- Poškodzovanie kvality primárnej ponuky
- Akulturáciu- prenikanie cudzích prvkov do národnej kultúry
- Sociálne napätie medzi domácim obyvateľstvom a návštevníkmi
- Rast kriminality a terorizmu



- Prostitúcia a AIDS
- Drogy
- Demonštratívna spotreba
- Netypická architektúra
- Mechanizovaná výroba spomienkových predmetov
- Rast cien

## • **ROZVOJ CR NA SR**

### **MEDZINÁRDNÝ CR**

- najviac navštevované sú: Európa, Ázia, Tichomorie, Sev. a Juž. Amerika
- najnavštevovanejšie štáty na svete: Francúzsko, Španielsko, USA, Taliansko, Čína
- najvyššie príjmy: USA, Španielsko, Francúzsko, Taliansko

### **CR ŠTÁTOV EÚ**

CR v EÚ sa pokladá za významný faktor:

- Zamestnanosti
- Stimulovanie hospodárskeho rastu
- Regionálneho rozvoja
- Nástroj súdržnosti vnútorného trhu únie

V únii sa prijímajú rozhodnutia o rovnomernejšom, geografickom a časovo danom rozložení:

- O štandardizácií, informácií v hotelierstve
- O organizovaných zájazdoch
- O štatistike CR

Podľa turistických prúdov na vnútornom trhu CR EÚ môžeme rozdeliť členské štáty:

- a) Zdrojové- prevláda v nich odchodový CR nad príchodovým (odchodové krajiny- Dánsko, Fínsko, Holandsko, Nemecko, Švédsko)
- b) Cieľové štáty- prevláda príchodový nad odchodovým (Bulharsko, Cyprus, Česko, Estónsko, Grécko, Luxembursko, Maďarsko, Malta, Portugalsko, Rakúsko, Rumunsko, Slovinsko, Španielsko)
- c) Zdrojové i cieľové- vyrovnaný odchodový i príchodový CR (Belgicko, Francúzsko, Írsko, Litva, Slovensko, Lotyšsko, Poľsko, Taliansko)

V propagácií Európy sa venuje Eur. komisia- jej cieľom je predstaviť Európu ako jednotný produkt na trhu a ovplyvniť návštevu iných kontinentov (USA, Kanada, Austrália, Japonsko, Latinská Amerika)

### **CESTOVNÝ RUCH V SR**

#### **Domáci CR**

Účasť na CR je ovplyvnená:

- 1) Ekonomickou situáciou
- 2) Fondom voľného času
- 3) Vybavenosť domácností predmetmi dlhodobej spotreby (auto..)

Krátkodobého DCR sa zúčastňujú najčastejšie za účelom: návšteva príbuzných, výletov do prírody, služobného CR, poznávania a športového CR

Motívom DCR- horský CR, pobyt pri vode, kúpeľný pobyt, návšteva príbuzných a priateľov, pobyt na vidieku

**Zahraničný CR**Aktívny ZCR

- Slovensko ako cieľová krajina nedostatočne zhodnocuje svoju primárnu a sekundárnu ponuku (nízke využitie kapacít)
- návštevníci musia akceptovať nižšiu kvalitu poskytovaných služieb a nízku jazykovú pripravenosť pracovníkov
- najviac turistov prichádza z : Poľska, Nemecka, Česka, Maďarska, Rakúska, Talianska
- motív pobytu: obchodný, rekreačný CR, kult. a poznávací CR, návšteva rodiny a priateľov, nákupná turistika

Pasívny ZCR

- turisti SR sa zúčastňujú najviac jednodňových výletov a krátkodobého CR
- v dlhodobom odchodovom CR smerujú turisti CR najčastejšie do: Chorvátska, Grécka, Talianska, Bulharska a Českej republiky
- motívom pobytu: pobyt pri mori, kult. poznávací CR, návšteva príbuzných a priateľov, obchodný CR, pobyt v horách
- obyvatelia SR najčastejšie organizujú dovolenku prostredníctvom CK

## • **POSTAVENIE SR V MEDZINÁRODNOM CR**

Z hľadiska získavania turistov z mimoeurópskych štátov pre návštevu SR treba vytvárať spoločný MG s ostatnými eur. štátmi- spoločný produkt v rámci krajín V4. Od roku 2003 sa krajiny V4 spoločne prezentujú pod spoločným logom a heslom „Európske kvarteto- jedna melódia“.

Globalizácia- rozvoj medzinárodných hosp. vzťahov v celosvetovom meradle

Globalizácia CR je výsledkom rozvoja:

- 1) dopravných technológií- zvýšenie dostupnosti cieľových miest za relatívne krátky čas, napr. letecká doprava (zvýšenie počtu prepravených, zníženie nákladov)
- 2) telekomunikačných technológií- urýchlenie korešpondenčného styku, rezervačný systém
- 3) zavádzanie trhového hospodárstva- nové trhy
- 4) rast skúsenosti turistov

Silnejúca globalizácia má v CR za následok:

- ponuku nových produktov a oblastí, s kt. chcú štáty obstať aj v medzinár. konkurencii
- vznik nadnárodných spoločností sprístupnenie nových vzdialených cieľových miest
- ponuku priemyselne spracovaných, štandardizovaných značkových produktov
- globálny produkt umožňuje znižovanie nákladov na produkt
- orientáciu podnikov na hodnoty, kt. preferujú zákazníci
- starostlivosť o miestnu kultúru a kult. dedičstvo a o prírodné prostredie ako nenahraditeľný primárny zdroj rozvoja CR

## GLOBALIZÁCIA V CR NA SR

S problémom globalizácie CR sa treba venovať aj na SR, a preto treba venovať pozornosť na:

### 1) Rozvoj trhov

- rozvoj CR na SR sa musí zakladať na MG výskume trhu a rešpektovaní trendov v dopyte
- kvalita produktov a ich cenová dostupnosť
- budovanie nových zariadení
- modernizácia existujúcich zariadení
- zavádzanie najmodernejších komunikačných technológií, vrátane internetu a ďal.
- je nevyhnutné ponúkať ako produkty nielen jednotlivé služby, ale aj súbory služieb pod spoločnou značkou

### 2) Produkčné podmienky

- proces globalizácie zneisťuje všetkých podnikateľov a cieľové krajiny v CR, kt. ešte nie sú schopné medzinárodnej konkurencie
- prevaha lacnej ponuky má za následok najmä cenový kolaps malých a stredných podnikov
- v CR na SR je vážnym problémom málo kvalifikovaná práca
- malé a stredné podniky môžu efektívne využiť miestne a regionálne prednosti z lokalizácie, ako súčasti cieľového miesta- vytváraním združení a spoločných podnikov, a to aj so zahraničnou kapitálovou účasťou
- scestovaný a cieľový turista vyžaduje medzinárodný štandard služieb – vzdelávanie pracovníkov a formovanie turistického povedomia obyvateľstva cieľového miesta (odborná pripravenosť, jazyková príprava)

### 3) Podnikateľské štruktúry

- využiť globalizačné príležitosti možno zapojením sa do národných spoločností alebo využitím predností integrácie (zlučovania) malých a stredných podnikov do sietí ;  
Môže ísť o:
  - horizontálnu integráciu- keď sa zlučujú podniky s rovnakou činnosťou (hotely)
  - vertikálnu integráciu- zlúčenie podnikov s nadväzujúcou činnosťou (letecké spol.-hotely)
  - funkčnú integráciu- v cieľových miestach, kde sa všetky podniky podieľajú na tvorbe produktu ( ubyt., strava...-balík služieb)

### 4) Konkurencia cieľových miest

- nutné vytvárať konkurenčné činnosti
- cieľové miesta sa v konkurencii môžu presadiť len integrovane (presadzovanie spol. záujmov, MG, ponúkať produkty pod spol. značkou)

### 5) Miestna kultúra a ŽP

- dopyt po CR je orientovaný na kultúrne odlišnosti medzi cieľovými miestami
- kultúru tvorí súhrn duchovných a umeleckých prejavov existencie daného spoločenstva alebo národa
- tvorí konkurenčnú výhodu, kt. je nevyhnutné pestovať a rozvíjať
- CR má prispieť k zachovaniu kult. dedičstva a k výraznejšiemu uvedomeniu si hodnoty jednotlivých kult. statkov
- jeden z trendov je odklon od masovosti k individuálnym formám a ekologickému CR a tým zabezpečenie jeho trvalo udržateľného rozvoja- pestovanie ekologického povedomia podnikateľov, pracovníkov a návštevníkov v CR

## • **HOTELIERSTVO**

### VÝVOJ HOTELIERSTVA VO SVETE A NA SLOVENSKU

- úplne počiatky spadajú do antického Grécka
- uznávané boli hlavne kúpele EPIDAUROS- hostia boli ubytovaný v tzv. KATAGOIGON(išlo o dom pre hostí s kapacitou 160izieb)
- boli ubytovacie hostince tzv.KARAVANSERAJE-slúžili na prenocovanie cestujúcich s karavnmi(slúžili pre obchodníka)
- Rimania vybudovali veľké množstvo ciest→stavali veľké budovi a paláce na ubytovanie
- Eúropa v období feudalizmu nevytvorila podmienky pre rozvoj CR ale kresťanstvo prispelo k zdokonaľovaniu pohostinstva→vznik kláštora
- pre kupcov a pútnikov značovali tzv. hospice
- za začiatok hotelierstva použijeme začiatok 17.stor.kedy v Paríži fungovali ubyt. zariadenia IMPERIAL D' ANJOV
- PICARDA D' ORLEANS, kt. vznikli nielen v prepichových zariadeniach ale i v gastronómii
- obdobným spôsobom sa vyvíjali už vo Švajčiarsku, Belgicku, Taliansku, Nemecku
- Anglicko bolo 1.krajinou, kt. ako prvá právne upravila pojem,, ubytovacie zariadenia,,
- v r.1604 prijalo zákon kt. klasifikuje služby hostinca ako poskytovať prístrešie, stravu a ubytovanie počestných nie však zábavu a opíjanie
- v r. 1896vznikol v Anglicku 1.spolok kt. zastrelil poskytovateľov ubyt. služieb „Združenie pre poskytovateľov ľudského odpočinku a občerstvenia,,
- v19.stor. nastal rozvoj hotelierstva v USA vznik gigantických hotelov s kapacitov 300-700ľudí
- v 19 a 20stor. sa zvýšil počet hotelov ale aj giferenciácia úrovni hotelov vznik luxusných hotelov Londýn-Victoria

### VÝVOJ HOTELIESTVA - SLOVENSKO

- do roku 1918 počas Rakúsko-Uhorska sa CR sústredil do Vysokých Tatier-Grand,kúpeľov(Piešťany,Trenč.Teplice,Bardejov)
- Bratislava–hotel Krym
- po 2sv. vojne sa hotely stali súčasťou služieb pre celé obyvateľstvo tzv. socialistický systém
- do roku1989 slúžili najväčšie hitely zahraničnému CR a boli to tzv. interhotely,kt. patrili pod generálne riaditeľstvo Čedok
- v rámci ČSSR bolo 10interhotelov z toho 3 na slovensku Bratislava,Ružomberok, Vysoké Tatry-Starý Smokovec
- od polovice 90.rokov príliv zahraničných spoločností , ktoré prichádzali hlavne do Bratislavy

### **Hotelové reťazce majú zvyčajne charakter:**

1. integrovanej siete- pozostáva z hotelov a sú jej vlastníkami
2. franšizingové spoločnosti
3. manažérska zmluva- majiteľ poverí vedením svojho hotela spoločnosť za istý poplatok
4. dobrovoľné združenia- sú vytvorené za účelom spolupráce v určitej oblasti

## **TRENDY OVPLYVŇUJÚCE PONUKU A DOPYT V HOTELIERSTVE**

### Ponuka

1. Technicko- technologické trendy
2. Ekologické trendy ( eko- hotely- Grand hotel TN)

### Dopyt

1. Ekonomický trend
2. Demografický trend
3. Sociáno- kultúrny trend

### Kvalita služieb cestovného ruchu

**Kvalita** vyjadruje súhrn užitočných vlastností a znakov služby, ktoré jej dávajú schopnosť uspokojovať potreby a očakávania zákazníka.

#### Znaky kvality služieb

##### 1. z hľadiska dopytu (zákazníka)

- spoľahlivosť (schopnosť poskytnúť presne a bezchybne službu)
- serióznosť (skúsenosti, zdvorilosť, schopnosť vyvolať dôveru, istotu)
- dojem (fyzická vybavenosť, estetickosť prostredia.....)
- orientácia na zákazníka (miera akou sa venuje individuálna pozornosť zákazníkovi)
- zodpovednosť (ochota pomáhať zákazníkom)

##### 2. z hľadiska ponuky (producenta)

- technická vybavenosť (štandardy, kapacita ...)
- pracovníci (ich počet, odbornosť, komunikácia ...)
- pracovné postupy (štandardy) pri poskytovaní služieb
- marketing (prieskum dopytu, potrieb a očakávaní zákazníkov)
- poskytovanie informácií zákazníkom

Merateľnosť znakov kvality s ohľadom na štandardy:

- a) kvantitatívne (merateľné) – rýchlosť, presnosť procesu poskytovania služieb
- b) kvalitatívne (porovnateľné) – zákazník porovnáva

### Manažérstvo kvality v CR

V cestovnom ruchu sa uplatňujú 3 koncepcie riadenia kvality:

1. **koncepcia národných štandardov** (tj. štandardov hotela, reštaurácií, CK, stredísk CR)
  - sa zakladá na technických štandardoch vybavenosti a štandardoch poskytovania služieb (pri poskytovaní ubytovacích a pohostinských služieb platí vyhláška č. 419/2001 Z.z.)
2. **koncepcia kvality podľa noriem ISO 9000**
  - norma ISO 9001:2000 je založená na sústave štandardizovaných vzťahov, v ktorej sú definované požiadavky na kvalitu bez ohľadu na odvetvie alebo charakter výkonov
3. **koncepcia komplexného manažérstva kvality (TQM)**
  - je prístup, ktorý nie je založený na normách, ale na orientáciu na zákazníka, na procesy, účasť všetkých pracovníkov na neustálom zlepšovaní všetkých činností v podniku.

### Medzinárodné normy ISO radu 9000

- prax v zahraničí i na Slovensku využíva na hodnotenie kvality systému medzinárodných noriem **ISO** (Internationál Standards Organisation)
- tieto normy nie sú záväzné, majú charakter odporúčaní
- ak krajina chce, aby jej tovar a služby boli porovnateľné a predajné na medzinárodnom trhu, prechádza na využívanie týchto noriem

- pomocou noriem radu 9000 – 9004 je možné komplexne riadiť aktivity spojené s kvalitou a zavádzaním kvality aj v hotelovom podniku
- pri voľbe akosti sa uplatňujú normy ISO 9001, ISO 9002, ISO 9003
- norma ISO 9004 sa uplatňuje pri tvorbe systému kvality
- **norma ISO 9004 – 2 sa používa pre všetky formy služieb:**
- a) **čisté služby nehmotného charakteru** (napr. rezervácia ubytovania, telefonické služby)
- b) **pre služby, ktoré vystupujú v kombinácií s výrobou alebo dodaním výrobku** (napr. stravovacie, ubytovacie služby)
  - norma ISO 9004 – 2 je vhodná pre veľké i malé podniky s určitými úpravami
  - v súlade s uvádzanou normou hovoríme o požiadavkách na službu a tie sú definované znakmi, ktoré musia byť zo strany hotelového podniku vyhodnotiteľné

### **Komplexné riadenie kvality TOTAL QUALITY MANAGEMENT – TQM**

#### **TQM spočíva v 3 základných zásadách:**

1. kolektívny prístup s jednotným cieľom
2. neustála permanentná snaha všetkých o dosiahnutie vysokej kvality
3. orientácia na trh, ktorý je ovplyvnený hosťom – spotrebiteľom

#### **Prednosti a výhody sústavy TQM:**

- zvyšuje sa kvalita produktu hotela
- zvyšuje sa spokojnosť hosťa a dosahuje sa jeho „vernosť“ k hotelu
- zvyšuje sa konkurenciaschopnosť hotelového podniku
- zvyšuje sa spokojnosť zamestnancov
- zvyšuje sa imidž hotelového podniku zvyšuje sa hodnota hotelového podniku

#### **TQM je v hotely ovplyvnený nasledujúcimi špecifikami:**

- vysoká prácnosť
- osobný kontakt s hosťom
- rozmanitosť služieb, ktoré závisia od výberu hosťa
- spotreba hotelového produktu je časovo a miestne prepojená
- hostia – spotrebitelia sú rozliční (národnosť, náboženstvo)

Proces poskytovania služieb v hotely je úspešný ak sa dodržiavajú:

1. normy kvality
2. technologické postupy
3. štandardy kvality

**1. Dodržiavanie noriem kvality výrobkov**, ktoré vstupujú do reťazca vstupných súčastí konečného produktu, napr.: pivo, mäso, zelenina a iné pri poskytovaní stravovacích služieb, nábytok, posteľná bielizeň pri poskytovaní ubytovacích služieb. Kvalita produktu hotela alebo ubytovacieho zariadenia sa tvorí už pri dodávkach jednotlivých častí služieb konečného produktu, ide o tzv. zret'azenie kvality.

Napr.:

Vonkajší dodávateľ – vnútorný dodávateľ (ubytovacie zariadenie) – spotrebiteľ (host')

**2. Dodržiavanie technologických postupov**, ktoré môžu byť zakomponované v rozličných normách alebo štandardoch.

**Štandard** – je určitá norma, ktorá upravuje celý komplex vzťahov v určitej špecifickej oblasti.

**Normy** – majú legislatívny charakter právnych noriem a sú vydávané formou zákonov, alebo vyhlášok. Ak norma upravuje okruhy problémov, ktoré sú špecifické len pre konkrétny hotelový podnik má charakter smernice alebo interného predpisu.

Podniky, ktoré poskytujú ubytovacie služby využívajú nasledujúce štandardy:

- štandardy výstavby hotelov,
- štandardy vybavenosti (kategorizácia UZ),
- štandardy pracovných procesov (nákup, produkcia),
- štandardy technologických postupov (receptúry, materiálové spotrebné normy),
- štandardy kvality produktov a služieb,
- štandardy hotelového informačného systému (HOREC),
- štandardy týkajúce sa pracovníkov,
- štandardy v oblasti hygieny,
- ekologické štandardy a iné.

**Marketingové zásady pri poskytovaní kvalitného produktu**

1. Vaša spokojnosť – náš cieľ,
2. kvalita je splnenie požiadaviek,
3. systém pre kvalitu je prevencia,
4. štandard výkonu sú bezchybné služby,
5. mierov kvality je cena neprijemností.

### Hodnotenie kvality

Produkt hotela a ubytovacieho zariadenia je vždy hodnotený klientom. Predpokladom vysokokvalitného produktu je pozitívne hodnotenie kvality zo strany klienta, ale i preventívne hodnotenie zo strany producenta, **aplikácia modelov samohodnotenia**.

Základné kritéria samohodnotenia:

- organizačné kritéria,
- kritéria použitých nástrojov a metód,
- kritéria merania spätnej informácie,
- kritéria merania kultúry podniku.

Výborné výsledky sebahodnotenia, sú predpokladom o udelenia **značky kvality**.

Pre udelenie značky kvality je dôležité splnenie troch druhov hodnotenia:

- a) samohodnotenie producenta,
- b) hodnotenie klientov,
- c) hodnotenie expertov,

Hodnotenie klientov sa môže uskutočniť rozličnými spôsobmi, najčastejšie však priamym stykom s hosťom.



5

## OCHRANA SPOTREBITEĽA

Podľa zákona č. 634/1992 Zb. o ochrane spotrebiteľa  
v znení zákona NR SR č. 616/2004 Z.z. (Občiansky zákonník)

má každý spotrebiteľ právo na:

- **právo na výrobky a služby v dobrej kvalite** - predávajúci je povinný predávať výrobky v správnej hmotnosti, miere,...
- **právo na vzdelávanie a informácie** – viditeľne označené výrobky všeobecne zrozumiteľnými údajmi o výrobcovi, dovozcovi, o množstve, o kvalite, dátume výroby
- **právo na bezpečnosť a ochranu svojho zdravia** - výrobky musia byť viditeľne označené informáciami, ktoré umožňujú zhodnotiť riziká spojené s ich používaním alebo inými informáciami, ktoré s bezpečnosťou výrobkov súvisia
- **právo na ochranu životného prostredia** - v SR je od r. 1996 používaná značka *Enviromentálne vhodný výrobok*, ktorú udeľuje Ministerstvo životného prostredia SR.
- **právo na náhradu škody** – predajcovia majú legislatívnu povinnosť garantovať (zaručovať), že tovar je v súlade so zmluvou po dobu 2 rokov po doručení tovaru. Tovar, ktorý sa nedá použiť k svojmu účelu, dáva spotrebiteľovi právo žiadať opravu, výmenu, zníženie ceny alebo zrušenie zmluvy. Ak spotrebiteľ uplatňuje reklamáciu predávajúci rozhodne o reklamacii ihneď, v zložitých prípadoch do 3 dní (nezapočítava sa čas na odborné posúdenie vady), vybavenie reklamácie však nesmie trvať dlhšie ako 30 dní; predávajúci je povinný vydať spotrebiteľovi doklad o reklamacii a spôsobe jej vybavenia; predávajúci je povinný viesť evidenciu o reklamaciiach, ktorú je povinný pri požiadaní predložiť na nahliadnutie kontrolným orgánom.
- **právo organizovať sa v organizáciách na ochranu spotrebiteľov**  
Združenia sú oprávnené robiť podnety orgánom verejnej správy, spolupracovať s príslušnými orgánmi verejnej správy; združenia majú právo na podporu svojej činnosti Slovenskou republikou, napr. pri uplatňovaní práv spotrebiteľa na súde, iniciovanie rokovaní a činností ovplyvňujúcich legislatívne úpravy; vydávanie publikácií zaoberajúcich sa spotrebiteľskou politikou, testovaním tovarov a uverejňovaním skúseností z činnosti spotrebiteľských organizácií, poskytovanie informácií spotrebiteľom, poradenstvo, vzdelávanie v oblasti ochrany spotrebiteľa.

Vo veciach ochrany spotrebiteľa pôsobia tieto orgány:

- a) **ministerstvo** (riadi výkon štátnej správy; predkladá vláde SR návrhy koncepcie spotrebiteľskej politiky),
- b) **iné ministerstvá a ostatné ústredné orgány štátnej správy SR** (spolupracujú s ministerstvom pri tvorbe koncepcie spotrebiteľskej politiky),
- c) **orgány dozoru a kontroly** (ak nie je možné určiť pôsobnosť týchto orgánov vykonáva dozor a kontrolu príslušná Slovenská obchodná inšpekcia),
- d) **obec** (vykonáva dozor a kontrolu na trhoviskách a trhovách miestach, vydáva trhový poriadok, ukladá pokuty za porušenie zákona)

### Slovenská obchodná inšpekcia (SOI)

Postavenie SOI upravuje zákon č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa.

Kontrolou vnútorného trhu sa zisťuje:

- či výrobky sú v súlade s právnymi predpismi (či sa predávajú bezpečne, v správnom množstve, miere, hmotnosti, kvalite),
- dodržanie cenových predpisov pri predaji konečnému spotrebiteľovi,