

Ročník XI, číslo 1, 2020
Volume XI, Number 1, 2020

Journal of

**Tourism, Hospitality and
Commerce**



Vysoká škola obchodní a hotelová s.r.o.
College of Business and Hotel Management Ltd.

ISSN 1804-3836

Journal of Tourism, Hospitality and Commerce

vědecko-odborný recenzovaný časopis

Vydavatel/Publisher:

Vysoká škola obchodní a hotelová s.r.o.
Bosonožská 9
62500 Brno
IČO: 25325078

Nakladatelský editor:

prof. Ing. Stanislav Kráčmar, DrSc.

Odborný editor:

Ing. Zdeněk Konečný, Ph.D.

Technický editor:

Ing. Zdeněk Konečný, Ph.D.

Překlady do anglického jazyka:

Mgr. Ivana Daňhelová

Členové redakční rady/Editorial Board members:

prof. Ing. Stanislav Kráčmar, DrSc. (VŠOH) - předseda
prof. PhDr. Vladimír Šefčík, CSc. (VŠOH)
prof. Ing. Jozef Golian, Dr. (FBP SPU v Nitře)
doc. Ing. Miroslav Fišera, CSc. (VŠOH)
doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. (FAME UTB ve Zlíně)
Mgr. Tomáš Jeřábek, Ph.D., MBA (VŠOH)
Ing. Pavel Taraba, Ph.D. (FLKŘ UTB ve Zlíně)
Ing. Ján Sidor, PhD. (Ekonomická univerzita Bratislava)
Ing. Marina Sedláková (Asociace průvodců ČR)

Frekvence vydání: 2krát ročně/Published twice a year

Distribuce/Distributor: Vysoká škola obchodní a hotelová s.r.o

Elektronická forma

Evidenční číslo periodického tisku: MK ČR E 19523/Registration No: MK ČR E 19523

ISSN 1804-3836 (Print)

© Vysoká škola obchodní a hotelová s.r.o.

Recenzenti čísla/reviewers of the issue:

prof. Ing. Stanislav Kráčmar, DrSc.

prof. Ing. Květoslava Šustová, Ph.D.

doc. Ing. Miroslav Fišera, CSc.

Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.

Ing. Katarína Mrkvová, Ph.D.

Ing. Helena Velichová, Ph.D.

Dr. Ing. Pavel Tvrzník

Ing. Michal Bock

OBSAH

EDITORIAL	8
ENERGETICKÉ NÁPOJE A ICH VPLYV NA KONZUMENTA	
<i>JÁN DUREC, DAGMAR KOZELOVÁ, MARTINA FIKSELOVÁ, JÁN NOVOTNÝ</i>	10
SYSTÉM MANAŽÉRSTVA KVALITY JAKO PROSTRIEDOK ZVYŠENIA VÝKONNOSTI VYBRANÝCH CESTOVNÝCH KANCELÁRII Z POHLADU POSKYTOVANIA KVALITNÝCH SLUŽIEB	
<i>TÜNDE DZUROV VARGOVÁ, MILENA ŠVEDOVÁ, ERIKA ONUFEROVÁ</i>	17
VYBRANÉ GLOBÁLNI PROBLÉMY A MEZINÁRODNÍ TURISMUS	
<i>PATRIK KAJZAR</i>	32
PRÍKLADY DOBREJ PRAXE A APLIKÁCIA NOVÝCH TRENDOV MANAŽMENTMI GASTRONOMICKÝCH PREVÁDZOK	
<i>DAGMAR KOZELOVÁ, DANIELA CHMELOVÁ, JÁN DUREC, IRENA FELIXOVÁ</i>	42
ANALÝZA LOKALIZAČNÝCH PREDPOKLADOV A SPOKOJENOSTI NÁVŠTEVNÍKOV SE SLUŽBAMI V NÁRODNOM PARKU SLOVENSKÝ RAJ	
<i>JANA MITRÍKOVÁ, ELENA ŠIRÁ, MICHAELA GROMANOVÁ</i>	49
POVESTI A LEGENDY AKO SEKUNDÁRNY DETERMINANT ROZVOJA REGIÓNU CESTOVNÉHO RUCHU	
<i>KRISTÍNA ŠAMBRONSKÁ, DANIELA MATUŠÍKOVÁ</i>	68
TURISTICKÉ ATRAKTIVITY DESTINÁCIE POD DUKLOU S DÔRAZOM NA KULTÚRNY POTENCIÁL	
<i>MILENA ŠVÉDOVÁ, TÜNDE DZUROV VARGOVÁ, DANIELA MATUŠÍKOVÁ</i>	77
SUROVÉ MÄSO A KRÍŽOVÁ KONTAMINÁCIA Z RÚK	
<i>LUCIA ZELENÁKOVÁ, JANA ŽIAROVSKÁ, DAGMAR KOZELOVÁ</i>	88

CONTENTS

EDITORIAL	9
ENERGY DRINKS AND THEIR EFFECTS ON CONSUMER	
<i>JÁN DUREC, DAGMAR KOZELOVÁ, MARTINA FIKSELOVÁ, JÁN NOVOTNÝ</i>	10
QUALITY MANAGEMENT SYSTEM AS A MEANS OF INCREASING THE PERFORMANCE OF SELECTED TRAVEL AGENCIES FROM THE PROVISION OF QUALITY SERVICES	
<i>TÜNDE DZUROV VARGOVÁ, MILENA ŠVEDOVÁ, ERIKA ONUFEROVÁ</i>	17
SELECTED GLOBAL ISSUES AND INTERNATIONAL TOURISM	
<i>PATRIK KAJZAR</i>	32
EXAMPLES OF GOOD PRACTICE AND APPLICATION OF NEW TRENDS BY MANAGERS IN GASTRONOMIC BUSINESS	
<i>DAGMAR KOZELOVÁ, DANIELA CHMELOVÁ, JÁN DUREC, IRENA FELIXOVÁ</i>	42
ANALYSIS OF LOCALIZATION CONDITIONS AND SATISFACTION OF VISITORS WITH SERVICES IN SLOVAK PARADISE NATIONAL PARK	
<i>JANA MITRÍKOVÁ, ELENA ŠIRÁ, MICHAELA GROMANOVÁ</i>	49
STORIES AND LEGENDS AS A SECONDARY DETERMINANT OF THE TOURISM REGION DEVELOPMENT	
<i>KRISTÍNA ŠAMBRONSKÁ, DANIELA MATUŠÍKOVÁ</i>	68
TOURIST ATTRACTIONS OF THE DESTINATION IN DUKLA REGION WITH THE FOCUS ON CULTURAL POTENTIAL	
<i>MILENA ŠVÉDOVÁ, TÜNDE DZUROV VARGOVÁ, DANIELA MATUŠÍKOVÁ</i>	77
RAW MEAT AND CROSS-CONTAMINATION FROM HAND	
<i>LUCIA ZELENÁKOVÁ, JANA ŽIAROVSKÁ, DAGMAR KOZELOVÁ</i>	88

EDITORIAL

Vážení akademičtí a vědecko-výzkumní pracovníci, milí čtenáři,

časopis Journal of Tourism, Hospitality and Commerce uveřejňuje statě jak vědeckého, tak přehledového charakteru, jež se zabývají tématy z oblasti gastronomie, cestovního ruchu a hotelnictví.

Gastronomie, cestovní ruch a hotelnictví představují specifický sektor, který ovlivňuje a zároveň je ovlivňován působením řady vnějších a vnitřních faktorů, které jsou často nezávislé na možnostech a zdrojích jednotlivých subjektů. S dynamicky se měnícím prostředím rostou nároky na znalosti a dovednosti pracovníků včetně schopnosti analýzy kvality v podnicích různých odvětví služeb.

V roce 2020 přináší první číslo jedenáctého ročníku časopisu velmi zajímavé články zkušených odborníků, ale také mladých autorů, řešících problematiku gastronomie a cestovního ruchu. V oblasti gastronomie jsou příspěvky zaměřeny na energetické nápoje, management gastronomických služeb a problematiku mikrobiální kontaminace při zpracování masa. Oblast cestovního ruchu prezentují příspěvky zaměřené na činnost cestovních kanceláří, poskytování služeb, spokojenost zákazníků, mezinárodní turismus a atraktivní destinace.

Milý přátelé, vážení čtenáři, jsme přesvědčeni, že informace, které toto číslo přináší, budou pro vás významným podnětem pro další odbornou a vědeckou práci.

Brno, 11.2.2020

prof. Ing. Stanislav Kráčmar, DrSc.
předseda redakční rady

EDITORIAL

Dear academics and scientific researchers, dear readers,

Journal of Tourism, Hospitality and Commerce publishes scientific articles and surveys which deal with themes of gastronomy, tourism and hospitality.

Gastronomy, tourism and hospitality represent a specific branch that not only influences but is influenced at the same time by the presence of various internal and external factors frequently independent of possibilities and sources of individual subjects. Dynamically changing environment causes growing demands for knowledge and skills of employees as well as for their analytical skills of quality in enterprises of various branches and services.

The first issue of the 11th volume in 2020 brings very interesting articles by experienced professionals and by young authors dealing with gastronomy and tourism matters. The articles dealing with gastronomy issues are focused on energy drinks, management of catering industry and problemacy of microbial contamination in the procession of meat. The tourism is represented by articles focused on travel agency activities, provision of services, customer satisfaction, international tourism and attractive destinations.

Dear friends, we hope that the information of this issue will provide important inputs for your further professional and scientific work.

Brno, 11.2.2020

prof. Ing. Stanislav Kráčmar, DrSc.
The Chairman of Editorial Board

ENERGETICKÉ NÁPOJE A ICH VPLYV NA KONZUMENTA

ENERGY DRINKS AND THEIR EFFECTS ON CONSUMER

JÁN DUREC, DAGMAR KOZELOVÁ, MARTINA FIKSELOVÁ, JÁN NOVOTNÝ

Abstrakt

Konzumácia energetických nápojov má viaceré účinky na zdravie spotrebiteľa. Pôsobí na kardiovaskulárny systém, centrálnu nervovú sústavu a tiež na tráviaci systém. V práci uvádzame výsledky prieskumu zameraného na pitie energetických nápojov a ich účinky na spotrebiteľov. Na overenie existencie závislostí sme využili χ^2 test štvorcovej kontingencie. Prejavy negatívnych účinkov na zdravie respondentov po pití energetických nápojov vykazujú štatisticky vysoko preukazný vzťah vo vzťahu k veku a ekonomickej aktivite respondentov. Naši respondenti ako najčastejšie negatívne prejavy po požití energetického nápoja uvádzali búšenie srdca, zrýchlenú srdcovú činnosť a zvýšenú nervozitu. Mladší respondenti vo veku do 18 rokov a starší až do 25 rokov pijú energetické nápoje častejšie ako ostatní respondenti. Až 16 % opýtaných vo veku do 18 rokov konzumuje energetický nápoj denne. Čítanie informácií o zložení energetického nápoja je ovplyvnené štatisticky preukazne pohlavím a ekonomickou aktivitou a vysoko preukazne ovplyvnené vekom respondentov.

Kľúčové slová:

energetický nápoj, kofeín, zdravie spotrebiteľa, prieskum

Abstract

Consumption of energy drinks has many effects on consumer health. They affect the cardiovascular system, the central nervous system and the digestive system as well. We present the results of the survey focused on energy drink consumption and their effects on consumers. Statistical testing of results was performed by the Chi-Square statistic. The symptoms of adverse effects on the respondent health after drinking of energy drinks show the statistically highly significant relationship in relation to the age and economic activity of the respondents. As the most frequent negative symptoms after ingestion of the energy drink, were reported heart beat, accelerated cardiac activity and increased nervousness. Younger respondents aged under 18 and older up to 25 years drink energy drinks more frequently than others. Up to 16% of respondents under the age of 18 years consume the energy drinks daily. Reading information about the composition of an energy drink is statistically affected by gender and economic activity and highly affected by the age of respondents.

Key words:

energy drinks, caffeine, consumer health, research

Úvod

Energetické nápoje (EN) sú obľúbené hlavne u mladých ľudí (**Attila a Cakir, 2011**) pre ich krátkodobé povzbudzujúce účinky, doplnenie energie, zlepšenie sústredenia sa pri učení, pri vedení motorového vozidla (**Babu et al., 2008**). Legislatívne odsúhlasená definícia EN je však stále chýbajúca. Táto kategória zahŕňa nealkoholické nápoje obsahujúce kofeín, taurín,

vitamíny a ďalšie zložky a je ponúkaná spotrebiteľovi pre svoj stimulačný, energetický či povzbudzivý účinok. Býva zahrnutá pod tzv. funkčné potraviny. Okrem kofeínu, taurínu, glukuronolaktónu obsahuje často guaranu, ginko, karnitín, ženšen, sladidlá (Fikselová et al., 2018). Podľa Seifferta (2011) sa energetické nápoje navzájom odlišujú množstvom jednotlivých zložiek a obsahom prídavných látok či nasýtením oxidom uhličitým. Príjem kofeínu do 400 mg u dospelého človeka nie je škodlivý. Toxikácia kofeínom môže nastať nad 1 000 mg a dávka 5 - 10 000 mg môže byť smrteľná. Medzi nápoje, ktoré obsahujú kofeín patria aj káva a čaj. Kofeín má povzbudzujúce účinky a zároveň je tiež diuretikum, ktoré spôsobuje odvodnenie organizmu. Rozdiel medzi nimi je v nástupe účinku kofeínu. Pri káve je nástup stimulačného účinku rýchlejší, ale pri čaji má trvácnejší efekt. Pri čaji je nástup stimulácie pozvoľnejší, ale zase má dlhšie trvanie. Čaj patrí k najpopulárnejším povzbudzujúcim nápojom na svete (Vietoris et al., 2015). Káva by sa mohla považovať za funkčný nápoj (Kozelová et al., 2018), vybrané parametre kávy analyzovali Bobková et al. (2017) a zistili, že kávové zrná odrody Arabica z rôznych regiónov sveta majú rôzny obsah kofeínu, ktorý sa pohyboval v rozmedzí od 10 200 mg.kg⁻¹ do 13 500 mg.kg⁻¹.

Energetické nápoje obsahujú celý rad chemických látok, ktorých konzumácia nemusí, byť vždy bezpečná a pre konzumenta jednoznačne užitočná. Otázka spotreby energetických nápojov a nadmernej spotreby sa z vedeckého hľadiska veľmi diskutuje, najmä ohľadom možných súvisiacich účinkov na zdravie. Niektoré štúdie skúmajú potenciálne a/alebo zistené účinky "aktívnych" zložiek (kofeín, taurín, D-glukurono-y-laktón atď.) na veľmi citlivé subjekty (deti, tehotné ženy) alebo potenciálne a/alebo zistené účinky spoločného užívania energetických nápojov s alkoholom alebo s inými výrobkami obsahujúcimi účinné zložky (Fikselová et al., 2018).

Energetický nápoj je účinnejší zdroj energie ako káva alebo čaj. Avšak len málo spotrebiteľov si uvedomuje možné riziká spojené s ich konzumáciou. Cieľom práce bolo získať postoje respondentov ku konzumácii energetických nápojov a skúmať negatívne účinky konzumácie týchto nápojov na zdravie spotrebiteľov ako aj frekvenciu ich konzumácie.

Materiál a metódy

Prieskumu sa zúčastnilo celkovo 300 respondentov. Prieskum sme uskutočnili v mesiacoch september až december 2017. Vstupný súbor respondentov tvorilo 131 žien (43,6 %) a 169 mužov (56,3 %). Štruktúra respondentov podľa veku je nasledovná: 15 % respondentov tvoria mladí ľudia vo veku do 18 rokov, 36 % respondentov je v kategórii vo veku 19 – 25 rokov, 24 % respondentov je vo veku 26 – 45 rokov, 15 % respondentov je vo veku 56 – 60 rokov a 10 % tvoria respondenti vo veku 61 a viac rokov. Odpovede respondentov sme skúmali vo vzťahu ku kvalifikačným otázkam a to z hľadiska ekonomickej aktivity, veku a pohlavia. Podľa ekonomickej aktivity súbor tvorili študenti 41 %, zamestnaní 30 %, nezamestnaní 10 %, podnikatelia 8 % a dôchodcovia 11 %.

Meranie závislostí pomocou kvalitatívnych znakov, t. j. meranie asociácií, sme využili na overenie existencie závislostí medzi vlastnými a klasifikačnými otázkami pomocou χ^2 testu štvorcovej kontingencie. Štatistickú preukaznosť vzťahov sme posudzovali na základe významnosti testovacej charakteristiky (p-hodnoty) (Matejková et al., 2017).

Pred uskutočnením prieskumu sme si stanovili nasledovné nulové hypotézy:

1. Predpokladáme, že ekonomická aktivita respondentov neovplyvňuje postoj k prospešnosti konzumácie energetických nápojov.
2. Predpokladáme, že čítanie informácií na obale energetických nápojov nie je ovplyvnené vekom respondentov.
3. Predpokladáme, že výskyt negatívnych účinkov po pití energetických nápojov neovplyvňuje vek, pohlavie ani ekonomická aktivita respondentov.

Výsledky a diskusia

Skúsenosť s ochutnaním energetických nápojov uviedlo 89 % respondentov. Vyhodnotením nášho prieskumu sme zistili, že 75 % respondentov si myslí, že konzumácia energetických nápojov má negatívny účinok na zdravie spotrebiteľov.

Predpokladali sme, že ekonomická aktivita respondentov neovplyvňuje postoj k prospešnosti konzumácie energetických nápojov. Postoj respondentov s ohľadom na ekonomickú aktivitu k prospešnosti konzumácie energetického nápoja na zdravie vykazuje vysoko preukazný vzťah ($p=1,05187E-43$). Mladší respondenti a študenti považujú pitie energetických nápojov zo zdravotného hľadiska za vhodné.

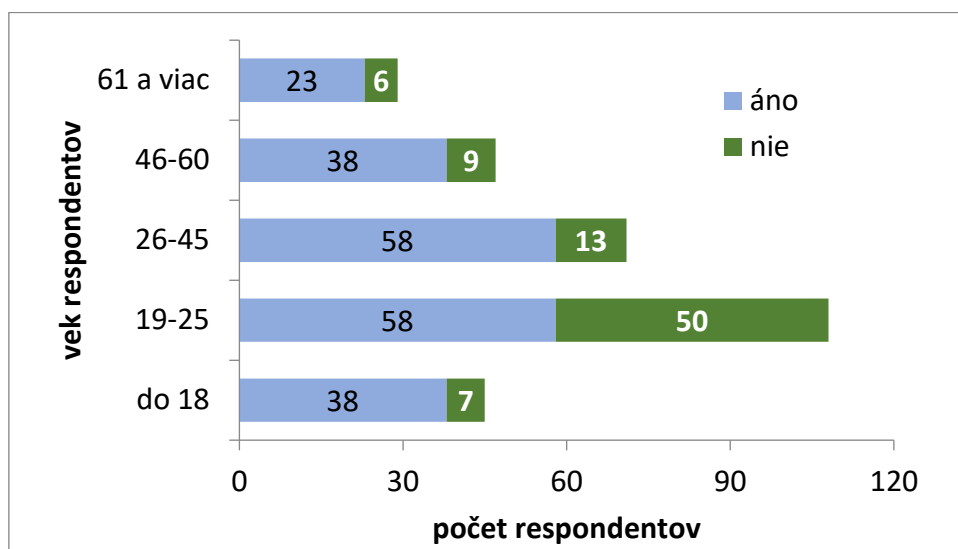
Z obsahových látok energetických nápojov má najväčší vplyv na centrálnu nervovú sústavu kofeín, ktorý pôsobí ako stimulant. Zvyšuje koncentráciu niektorých neurotransmiterov, konkrétne katecholamínov, serotonínu, acetylcholínu, a kyseliny gama-aminomaslovej. Tieto zmeny vyvolávajú zlepšenie kognitívnych funkcií už po použití 1 až 5 mg kofeínu na 1 kg hmotnosti. Pri požití kofeínu nad 15 mg.kg^{-1} sa môže objavovať nervozita, trasenie rúk a potenie. Kofeín môže mať vplyv na nižšie riziko vzniku demencie a Alzheimerovej choroby. Cieľom viacerých vedeckých štúdií bolo zistiť, či kofeín spolu s kyselinou chlorogénovou pôsobia preventívne voči Alzheimerovej chorobe. Tento mechanizmus nie je doposiaľ jasný a výsledky nie sú potvrdené (**Caballero, 2009**).

Predpokladali sme, že čítanie informácií na obale EN nie je ovplyvnené vekom respondentov. Čítanie informácií o zložení energetického nápoja je ovplyvnené štatisticky preukazne pohlavím ($p=0,0329$) a ekonomickou aktivitou ($p=0,0315$) a vysoko preukazne ovplyvnené vekom ($p=0,00915$) respondentov. Takmer dve tretiny respondentov podľa uvedených klasifikačných kritérií číta informácie na obaloch energetických nápojov.

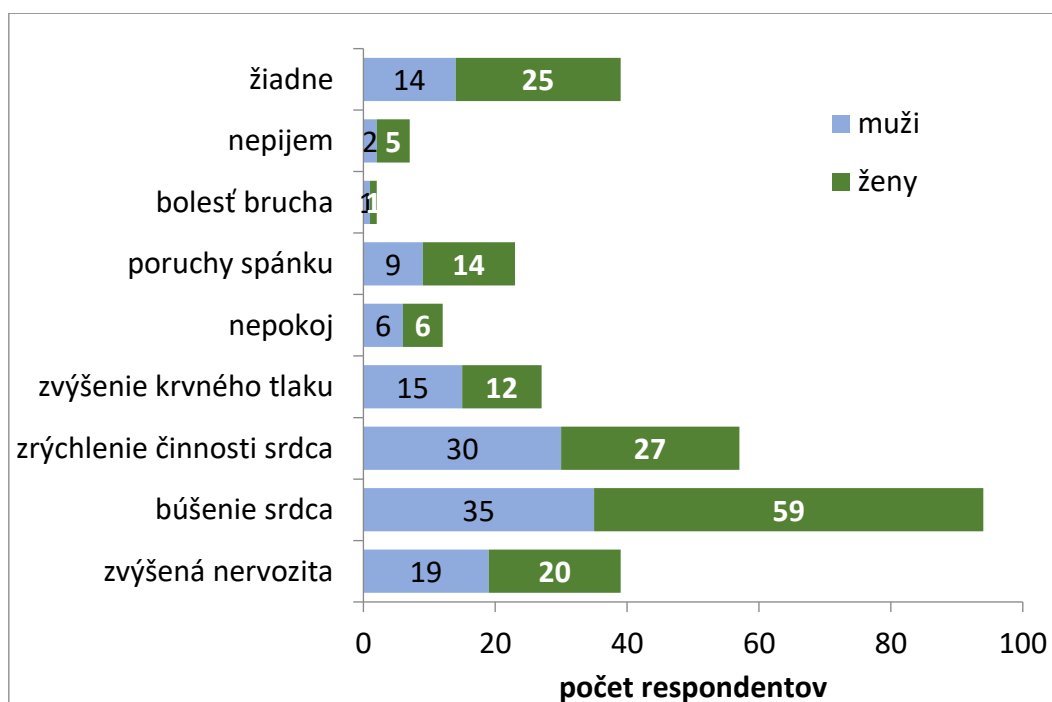
Medzi hlavné vedľajšie účinky kofeínu na centrálnu nervovú sústavu podľa **Ratha (2012)** patria bolesti hlavy, úzkosť, podráždenosť v krajných prípadoch psychóza a záchvaty. Denná dávka u dospievajúcich by nemala presiahnuť 100 mg. Dospievajúci využívajú energetické nápoje ako náhradu spánku a bolo preukázané, že sú viac náchylnejší k poruchám spánku spôsobeného vysokým príjmom kofeínu. Medzi ďalšie negatívne účinky patria nesústredenosť a poruchy učenia.

Naši respondenti ako najčastejšie negatívne prejavy po požití EN uvádzali búšenie srdca, zrýchlenú srdcovú činnosť a zvýšenú nervozitu (Obr. 1). Prejavy negatívnych účinkov na zdravie respondentov po pití energetických nápojov vykazujú štatisticky vysoko preukazný vzťah vo vzťahu k veku ($p=1,9151E-05$) a ekonomickej aktivite respondentov ($p=0,000797$) a nepotvrdila sa závislosť vo vzťahu k pohlaviu respondentov ($p=0,0548$). Mladší respondenti vo veku do 18 rokov až 25 rokov a študenti pijú energetické nápoje častejšie ako ostatní

respondenti. Čo sa týka frekvencie pitia energetických nápojov až 40 % žien nepije energetický nápoj vôbec. Približne 8 % žien a 12 % mužov pije energetický nápoj denne. Zaujímavé je zistenie, že až 16 % opýtaných vo veku do 18 rokov konzumujú tento nápoj denne.



Obr. 1 Odpovede respondentov na otázku: “Prejavujú sa u Vás negatívne účinky po pití energetických nápojov?” vo vzťahu k veku respondentov



Obr. 2 Negatívne účinky po pití energetických nápojov vo vzťahu k pohlaviu respondentov

Podľa **Ratha (2012)** účinok energetického nápoja závisí od aktuálneho zdravotného stavu spotrebiteľa, predispozícií a od množstva skonzumovaného nápoja.

Aj napriek mnohým varovaniam zo strany lekárov, si približne každá tretia slovenská domácnosť aspoň raz kúpila energetický nápoj a približne 70 % z nich svoj nákup zopakuje. Zaujímavé je, že nadpriemerne nakupujú energetický nápoj rodiny, ktoré majú dieťa v tínedžerskom veku (15-19 rokov) alebo potom menšie, jeden až dvojčlenné domácnosti. Najnižšiu spotrebu týchto nápojov majú rodiny s deťmi do 5 rokov. Spotreba energetických nápojov podľa asociácie výrobcov nealkoholických nápojov a minerálnych vôd narastá, hoci nie tak výrazne ako v minulých rokoch. Podľa dostupných štatistík vypil Slovák priemerne v predchádzajúcom roku približne 3,2 l energetických nápojov, zaplatil asi 7 eur (**Nemethová, 2017**). Negatívne účinky konzumácie energetických nápojov u mladistvých skúmali tiež **Jackson et al. (2018)** a odporúčajú reguláciu povoleného množstva kofeínu a cukru v týchto nápojoch. **Holubčíková et al. (2018)** hodnotili správanie 8977 adolescentov vo veku 11-15 rokov. Pravidelná spotreba energetického nápoja bola častejšia u chlapcov a starších dospievajúcich. Adolescenti z domácností so strednými mesačnými príjmami menej pravidelne pijú energetické nápoje. Adolescenti, ktorí konzumovali energetické nápoje pravidelne, mali viac zdravotných a problémov, problémov so správaním ako aj horšie študijné výsledky. **Garcia et al. (2017)** poukazujú na potrebu ďalšieho výskumu akútnych a chronických účinkov energetických nápojov na určenie skutočných rizík a prínosov. Spotrebitelia musia byť viac informovaní o bezpečnosti týchto energetických nápojov, najmä mladí ľudia a študenti.

ZÁVER

S nárastom konzumácie energetických nápojov sa o možných účinkoch na zdravie spotrebiteľa diskutuje čoraz častejšie. Účinnými látkami v týchto nápojoch, majúcich vplyv na bdelosť, sú najmä kofeín a taurín ale i ďalšie. Ďalším dôvodom je rýchlejší nástup povzbudzujúceho účinku energetického nápoja ako pri káve či čaji. Postoj respondentov s ohľadom na ekonomickú aktivitu k prospešnosti konzumácie energetického nápoja na zdravie vykazuje štatisticky vysoko preukazný vzťah. Prejavy negatívnych účinkov na zdravie respondentov po pití energetických nápojov vykazujú štatisticky vysoko preukazný vzťah vo vzťahu k veku a ekonomickej aktivite respondentov. Približne 8 % žien a 12 % mužov pije energetický nápoj denne. Až 16 % opýtaných vo veku do 18 rokov konzumuje tento nápoj denne. Takmer dve tretiny respondentov číta informácie na obaloch energetických nápojov.

Literatúra

ATTILA, Sema a Banu ÇAKIR. Energy-drink consumption in college students and associated factors. *Nutrition* [online]. 2011, 27(3), 316-322 [cit. 2020-01-29]. DOI: 10.1016/j.nut.2010.02.008. ISSN 08999007. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0899900710000675>

BABU, Kavita M., Richard James CHURCH a William LEWANDER. Energy Drinks: The New Eye-Opener For Adolescents. *Clinical Pediatric Emergency Medicine* [online]. 2008, 9(1), 35-42 [cit. 2020-01-29]. DOI: 10.1016/j.cpem.2007.12.002. ISSN 15228401. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1522840107000997>

BOBKOVÁ, Alice., FIKSELOVÁ, Martina, ŠNIRC, M. Selected parameters of arabica coffee quality affected by its geographical origin. *Potravinárstvo. Nitrianske Hrnčiarovce : Združenie HACCP Consulting*. 2017. 11(1): 260-265. URL: <https://dx.doi.org/10.5219/794>.

CABALLERO, Benjamin. *Guide to nutritional supplements*. Oxford, UK: Elsevier/Academic Press, c2009. ISBN 9780123751096.

GARCÍA, Andrés, César ROMERO, Cristhian ARROYAVE, Fabián GIRALDO, Leidy SÁNCHEZ a Julio SÁNCHEZ. Acute effects of energy drinks in medical students. *European Journal of Nutrition* [online]. 2017, **56**(6), 2081-2091 [cit. 2020-01-29]. DOI: 10.1007/s00394-016-1246-5. ISSN 1436-6207. Dostupné z: <http://link.springer.com/10.1007/s00394-016-1246-5>

FIKSELOVÁ, Martina, MELLEN, Martin, MARCINČÁK, Slavomir. *Zdravotná bezpečnosť potravín*. 1. vyd. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2018. 119 s. ISBN 978-80-552-1817-5.

JACKSON, Dylan B., Wanda E. LEAL, Chad POSICK, Michael G. VAUGHN a Myrah OLIVAN. The Role of Adolescent Victimization in Energy Drink Consumption: Monitoring the Future, 2010–2016. *Journal of Community Health* [online]. 2018, **43**(6), 1137-1144 [cit. 2020-01-29]. DOI: 10.1007/s10900-018-0532-y. ISSN 0094-5145. Dostupné z: <http://link.springer.com/10.1007/s10900-018-0532-y>

HOLUBCIKOVA, Jana, Peter KOLARCIK, Andrea MADARASOVA GECKOVA, Sijmen A. REIJNEVELD a Jitse P. VAN DIJK. Regular energy drink consumption is associated with the risk of health and behavioural problems in adolescents. *European Journal of Pediatrics* [online]. 2017, **176**(5), 599-605 [cit. 2020-01-29]. DOI: 10.1007/s00431-017-2881-4. ISSN 0340-6199. Dostupné z: <http://link.springer.com/10.1007/s00431-017-2881-4>

KOZELOVÁ, Dagmar, DUREC, Ján., FIKSELOVÁ, Martina, NOVOTNÝ, Ján. 2018. Analýza vybraných spotrebiteľských preferencií a postojov ku káve. In *Záhradníctvo 2018*. 1. vyd. 1 CD-ROM (334 s.). ISBN 978-80-552-1900-4. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2018, s. 149-156.

MATEJKOVÁ, E., KOZELOVÁ, Dagmar, FELIXOVÁ, I., ČMIKOVÁ, Z., ČURLEJ, Jozef, MARŠÁLKOVÁ, L., DRDOLOVÁ, Z. 2017. Consumers' preferences at drinking beverages. In *Managerial trends in the development of enterprises in globalization ERA*. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita. s. 825-833. ISBN 978-80-552-1739-0. URL: http://spu.fem.uniag.sk/fem/ICoM_2017/files/international_scientific_conference_icom_2017

NEMETHOVÁ, Veronika. 2017. Energetické nápoje kupujú najviac domácnosti s tínedžerom. In *Retailmagazín*. [online] [cit. 2019-01-16]. Dostupné na internete: <http://www.retailmagazin.sk/produkt/potravinarsky-sortiment/2375-energeticke-napojekupuju-najviac-domacnosti-s-tinedzerom>

RATH, Mandy. Energy drinks: What is all the hype? The dangers of energy drink consumption. *Journal of the American Academy of Nurse Practitioners* [online]. 2012, **24**(2), 70-76 [cit. 2020-01-29]. DOI: 10.1111/j.1745-7599.2011.00689.x. ISSN 10412972. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/j.1745-7599.2011.00689.x>

SEIFERT, S. M., J. L. SCHAECHTER, E. R. HERSHORIN a S. E. LIPSHULTZ. Health Effects of Energy Drinks on Children, Adolescents, and Young Adults. *PEDIATRICS* [online]. 2011, **127**(3), 511-528 [cit. 2020-01-29]. DOI: 10.1542/peds.2009-3592. ISSN 0031-4005. Dostupné z: <http://pediatrics.aappublications.org/cgi/doi/10.1542/peds.2009-3592>

VIETORIS, Vladimír., KUKLIŠOVÁ, B., SASÁK, Z., BALKOVÁ, H., BOBKOVÁ, Alica. 2015. *Vzťah medzi antioxidačnou aktivitou a organoleptickými vlastnosťami vybraných druhov čajov a kávy*. 1. vyd. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2015. 79 s. ISBN 978-80-552-1358-3.

Pod'akovanie

Táto práca bola podporená projektom KEGA č. 017SPU-4/2019.

Korespondenční adresa:

Ing. Ján Durec, PhD., McCarter a.s., Bajkalská 25, 821 01 Bratislava, E-mail: durec@mccarter.sk

Ing. Dagmar Kozelová, PhD., Katedra hygieny a bezpečnosti potravín, Fakulta biotechnológie a potravinárstva, SPU, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, E-mail: dkozelova@gmail.com

doc. Ing. Martina Fikselová, PhD., Katedra hygieny a bezpečnosti potravín, Fakulta biotechnológie a potravinárstva, SPU, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, E-mail: Martina.fikselova@gmail.com

Ing. Ján Novotný, Katedra hygieny a bezpečnosti potravín, Fakulta biotechnológie a potravinárstva, SPU, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, E-mail: novotnjn@gmail.com

SYSTÉM MANAŽÉRSTVA KVALITY AKO PROSTRIEDOK ZVÝŠENIA VÝKONNOSTI VYBRANÝCH CESTOVNÝCH KANCELÁRII Z POHĽADU POSKYTOVANIA KVALITNÝCH SLUŽIEB

QUALITY MANAGEMENT SYSTEM AS A MEANS OF INCREASING THE PERFORMANCE OF SELECTED TRAVEL AGENCIES FROM THE PROVISION OF QUALITY SERVICES

TÜNDE DZUROV VARGOVÁ, MILENA ŠVEDOVÁ, ERIKA ONUFEROVÁ

Abstrakt:

Kvalita sa stala jedným najdôležitejších faktorov v medzinárodnej konkurencii. Cieľom príspevku bolo zhodnotiť výkonnosť vybraných dvoch cestovných kancelárii a skúmať vplyv systému manažérstva kvality na ich výkonnosť. Pomocou vybraných finančných ukazovateľov sme skúmali súčasný stav výkonnosti vybraných podnikov. Na základe zistených vzájomných závislostí sme identifikovali, ktoré ukazovatele možno považovať za hlavné determinanty finančnej výkonnosti skúmaných podnikov. Po zistení údajov môžeme konštatovať, že systém manažérstva kvality nemusí mať jednoznačne vplyv na finančné ukazovatele podniku.

Kľúčové slová:

Systém kvality, kvalita služieb, cestovné kancelárie, služby cestovného ruchu, výkonnosť.

Abstract:

Quality has become one of the most important factors in international competition. The aim of contribution was to evaluate the performance of selected two travel agencies and examine the impact of the quality management system on their performance. Using selected financial indicators, we examined the current performance status of selected businesses. On the basis of the established interdependencies, we identified which indicators can be considered as the main determinants of the financial performance of the companies surveyed. After analysis of the data, we can say that the quality management system may not have a definite impact on the financial indicators of the company.

Keywords:

Quality system, quality of service, travel agencies, tourism services, business performance.

ÚVOD

Cestovný ruch je dôležitým udržateľným priemyslom v hospodárstve, ktorý optimalizuje priemyselnú štruktúru. Aby sa kvalita poskytovaných služieb pre ľudí zvyšovala je potrebné zaviesť účinný systém zabezpečujúci požiadavky zákazníkov. Kvalita služieb a produktov cestovného ruchu sa môže výrazne zlepšiť ak zariadenie cestovného ruchu implementuje systémy riadenia kvality do svojej organizácie. Takýto krok účinne napomáha ku skvalitneniu ponúkaných služieb a produktov, avšak nezaručuje ich vplyv na výkonnosť organizácie. V hospodárstve je len málo odvetví, v ktorých si spoločnosti dokážu dlhodobo udržať svoje postavenie bez navrhovania vývoja a inovácií. Trh týkajúci sa cestovných kancelárií nie je v tomto smere výnimkou. Návrh a zavedenie systému manažérstva kvality v cestovnom ruchu kladne ovplyvňuje potreby a požiadavky zákazníkov a taktiež ciele a strategické - podnikateľské zámery cestovných kancelárií. Cestovné kancelárie s dlhoročnou tradíciou sa pokúšajú vytvoriť a udržať kvalitu poskytovaných služieb. V súčasnosti pre cestovné kancelárie v Slovenskej republike neexistuje žiadny systém kvality. Zákazníci čoraz častejšie vyžadujú kvalitnejšie, atraktívnejšie služby. V zahraničí už existujú národné systémy kvality aj pre cestovné kancelárie a cestovné agentúry a z týchto dôvodov je potrebné sa tejto téme bližšie venovať. Každá cestovná kancelária ponúka rôznu úroveň kvality svojich služieb. Aby sa vytvoril jednotný stupeň pre kvalitu služieb, je potrebné na Slovensku zaviesť národný systém kvality. Na základe zahraničných systémov kvality iniciátorom a tvorcom systému by mohla byť Slovenská asociácia cestovných kancelárií a cestovných agentúr.

SÚČASNÝ STAV PROBLEMATIKY

Na Slovensku sa kvalita služieb vyznačuje pomerne veľkou regionálnou disparitou. Nižšia konkurencieschopnosť subjektov cestovného ruchu je často zapríčinená nedostatočným riadením kvality. Často sa stretávame aj s výraznými problémami v kvalite služieb zariadení, ktoré sú zaradené do tej istej kategórie. Nedostatočná konkurencieschopnosť subjektov cestovného ruchu je do istej miery zapríčinená nedostatočným riadením kvality, pričom práve zavedenie systémov riadenia kvality by mohli tieto nedostatky odstrániť. Cestovné kancelárie pôsobiace v Európskej únii sa v súčasnosti zameriavajú hlavne na počet klientov a ekonomické výsledky spoločnosti a pritom zabúdajú na podrobné monitorovanie a meranie spokojnosti zákazníkov. Chýbajú detailné a zavedené metódy a systémy na sledovanie a zvládanie rizík a príležitostí pri externe poskytovaných službách. Väčšina cestovných kancelárií nemá vybudovaný systém na riadenie nebezpečenstva pri nákupe služieb a nemá určený systém na ich zvládanie pričom neznalosť rizík je najväčšie riziko pri podnikaní v cestovnom ruchu. Jedným z najhlavnejších kritérií pri podnikaní v cestovnom ruchu by mala byť spokojnosť zákazníka. Na základe štatistických výsledkov sú vykazované zvýšené počty nespokojných klientov. Cestovné kancelárie by mali poznať externé záležitosti, ktoré sú relevantné pre jej účel a strategické smerovanie, a ktoré vplývajú na jej schopnosť dosiahnuť zamýšľaný (plánovaný, očakávaný) výsledok vlastného zavedeného systému manažérstva kvality. Manažment kvality znamená viac ako len kontrolu výrobku alebo služby pred dodaním zákazníkovi. Pod pojmom manažment kvality chápeme to, že všetky procesy v organizácii, počnúc prvým kontaktom so zákazníkom, zostavením ponuky až po následnú starostlivosť, sú navrhnuté a popísané tak, aby pri dodržiavaní stanovených štandardov kvality zaručovali splnenie očakávaní zákazníkov. Manažment kvality tiež znamená, že nič neponechávame na

náhodou a predchádzame vplyvom nečakaných udalostí. Významnú úlohu vo vnímaní kvality zohrávajú v každom zariadení cestovného ruchu jej pracovníci a služby, ktoré zákazníkom poskytujú. Manažéri cestovného ruchu môžu stanoviť ciele na zlepšenie, konkurencieschopnosť, ako aj budovanie a udržiavanie lojality zákazníkov (**Castillo a Jimber del Rio, 2018**). Systém kvality služieb má ambíciu plniť úlohu sprievodcu nielen v poznávaní potrieb zákazníkov, ale je v nastavovaní procesov zabezpečujúcich udržiavanie a kontinuálne zlepšovanie nastaveného štandardu kvality služieb.

TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ KVALITY V CESTOVNOM RUCHU

Kvalitné služby predstavujú kľúčový predpoklad pre uspokojenie potrieb účastníkov cestovného ruchu. Kvalita do značnej miery ovplyvňuje aj konkurencieschopnosť celej destinácie a jej úspešnosť na trhu. Z tohto dôvodu by sa neoddeliteľnou súčasťou procesu tvorby produktu malo stať riadenie kvality služieb, ktoré by zaručovalo ich vysokú úroveň. Správne riadenie podniku zahŕňa súbor komplexných činností, ktoré sa v súčasnosti rýchlo menia vo svete a preto vyžadujú prijatie moderných požiadaviek trhu (**Gallo et al., 2017**). V stále sa meniacom konkurenčnom prostredí sú podniky cestovného ruchu nútené poskytovať kvalitné služby a udržiavať dokonalosť. Kvalita existuje v rozsahu, že produkt / služba cestovného ruchu spĺňa potreby a očakávania zákazníka. Cestovný ruch je problematika zaoberajúca sa poskytnutím alternatív zákazníkom pre strávenie svojho voľného času. Trh cestovného ruchu je rovnako ako aj iné trhy riadený prostredníctvom dopytu a ponuky. Jednotlivé subjekty sa snažia vydobýť si svoje postavenie na tomto trhu a uspieť oproti konkurencii. Poskytovanie služieb cestovného ruchu a riadenie ich kvality je uskutočňované na základe systémov kvality. Systémy vychádzajú zo zaužívaných techník, tradícií a informácií, ale taktiež sú pravidelne zdokonaľované na základe skúseností s ich využívaním. Dochádza k pravidelnej novelizácii týchto systémov vychádzajúc z nových trendov v cestovnom ruchu a cieľových požiadaviek zákazníkov, ktoré sú kľúčové pri rozhodovaní sa o tom, ktorý zo subjektov na trhu cestovného ruchu si vyberie. Rozsiahly prístup k analýze kvality služieb cestovného ruchu je analýza spätnej väzby od spotrebiteľov na základe výsledkov poskytovania služieb cestovného ruchu (**Zheznych a Markiv, 2018**). Celková kvalita Systému manažmentu (TQM) je už neoddeliteľnou súčasťou prístupov, ktoré cestovný ruch vyžaduje (**Christine a Buswell, 2003**). Konkurencia podnikania v modernej organizácii sa zintenzívňuje a preto musia podniky cestovného ruchu nielen zvýšiť svoj podiel na trhu, ale hlavne zlepšiť kvalitu poskytovaných služieb, a v neposlednom rade aj zlepšiť výkonnosť svojich zamestnancov. Aby Európa zostala poprednou svetovou destináciou schopnou zhodnotiť bohatstvo a rôznorodosť ponuky sú potrebné inovácie v cestovnom ruchu akou je aj zvýšenie kvality služieb. Definovaním kvality sa zaoberalo množstvo autorov, ktorí ju vnímajú z viacerých hľadísk. Podľa **Bartkova (2006)** sa kvalita v cestovnom ruchu považuje za jeden z rozhodujúcich faktorov spokojnosti zákazníkov. Spokojný zákazník sa opätovne vracia, šíri dobré meno, atak predstavuje pre organizácie cestovného ruchu možnosť zabezpečenia stabilnej pozície na trhu. Po vstupe do Európskej únie sú aj slovenské organizácie cestovného ruchu nútené čeliť silnejúcej konkurencii. Aj pre ne je kvalita rovnako základným predpokladom presadenia sa na domácom trhu, vnútornom trhu Európskej únie a medzinárodných trhoch v silnejúcej konkurencii. Kvalita je vážnym problémom slovenského cestovného ruchu, pre ktorý je charakteristický nepomer

medzi kvalitou a cenou. V cestovnom ruchu na Slovensku je preto nevyhnutné venovať kvalite náležitú pozornosť. Významnú úlohu môžu mať pritom značky kvality, ktoré dokážu zabezpečiť zvyšovanie kvality a uľahčiť rozhodovanie zákazníka tým, že kvalitu aj preukazujú. Podľa autora **Juran (2003)** je kvalita vhodnosť na použitie. Podľa **Karkalíková (2007)** je kvalita cestou k dokonalosti organizácie, ktorá v záujme zvyšovania svojej konkurencieschopnosti musí reagovať na potreby a očakávania zákazníkov. Autor **Mateides et al. (2006)** definuje kvalitu služby ako schopnosť poskytovateľa služby vytvoriť požadovaný výkon podľa očakávania zákazníka na určitej, ním požadovanej úrovni. **Linczényi a Nováková (2001)** poukazujú na hodnotovo orientovanú definíciu kvality, v súvislosti s ktorou sa za kvalitný považuje produkt alebo služba poskytovaná za prijateľnú cenu pre zákazníka pri výrobných nákladoch prijateľných pre producenta, resp. poskytovateľa. Autori **Gúčík et al. (2016)** tvrdia, že zložitosť kvality v cestovnom ruchu vyplýva z charakteru ponúkaných a spotrebúvaných produktov a služieb. Zákazník nakupuje službu, alebo úžitok, ktorý mu prinesie, preto kvalita v službách je funkciou toho, čo zákazník od služby očakáva. Keďže služba uspokojuje potreby zákazníka, on kvalitou rozumie súlad svojich predstáv (očakávaní) a službe so skutočnosťou. Kvalita sa celosvetovo stala nástrojom konkurencieschopnosti na trhu. Svetová organizácia cestovného ruchu (UNWTO) chápe kvalitu ako výsledok procesu, ktorý vedie k uspokojeniu všetkých opodstatnených potrieb, požiadaviek a očakávaní zákazníka týkajúcich sa produktu a služieb. Kvalita v službách a teda aj v službách cestovného ruchu, je na rozdiel od bežnej výroby špecifická, čo je dané povahou služieb, ktorá predurčuje spôsob riadenia a ovplyvňovania kvality služieb v cestovnom ruchu.

Tab. 1: Znaký kvality služieb v cestovnom ruchu

Znaký služby z hľadiska dopytu (zákazníka)	Znaký procesov poskytovania služby z hľadiska ponuky (organizácie)
Spoľahlivosť služby	Technická vybavenosť
Citlivosť prístupu k zákazníkovi	Zamestnanci
Kvalifikovanosť personálu	Pracovné postupy pri poskytovaní služby
Včítanie sa do individuálnych želaní zákazníka	Marketing
Vplyv prostredia na zákazníka	Poskytovanie informácií zákazníkom

Zdroj: Gúčík, 2016

Podľa dokumentu Analýza kvality služieb pre vybrané sektory cestovného ruchu (2015) zákazník všeobecne vníma kvalitu služieb na dvoch úrovniach:

- technickú úroveň kvality**, kedy zákazník posudzuje kvalitu produktu, ktorú dostane ako súčasť služby (kvalitu a vybavenosť lyžiarskeho areálu, kvalitu pokrmu v reštaurácií – všetky obsiahnuté suroviny a ingrediencie, úroveň vybavenosti ubytovacieho zariadenia, atď.).
- funkčnú (procesnú) úroveň kvality**, kedy zákazník posudzuje spôsob, akým mu bola služba poskytnutá (správanie sa a postoj personálu, schopnosť nápravy nedostatkov, dôveryhodnosť poskytovateľa služby apod.).



Obr. 1: Kvalita služby vnímaná zákazníkom

Zdroj: *Analýza kvality služieb pre vybrané sektory cestovného ruchu 2015*

Metodika používaných nástrojov a techník merania kvality služieb

V súčasnosti existuje množstvo metód hodnotenia kvality služieb z pohľadu zákazníka a z pohľadu organizácie. Zákazník vníma kvalitu prísnejšie, pretože chce získať osobný prospech konzumáciou produktu alebo spotrebovaním služby. V neposlednom rade ho zaujíma aj cena, ktorú musí zaplatiť. Naopak organizáciu (podnik, zariadenia cestovného ruchu, ...) zaujíma zisk s vynaložením čo najnižších nákladov, splatenie záväzkov veriteľom a mnohé iné. Avšak doba sa mení a menia sa aj ciele organizácie. Väčšina podnikateľov radí svojich zákazníkov na prvé miesto, tzn. uspokojiť ich potreby, čo im prinesie v budúcnosti vyššie a stabilnejšie výnosy zo svojej činnosti.

Hodnotenie kvality služieb z pohľadu zákazníka a z pohľadu organizácie

Zákazník väčšinou používa pri hodnotení kvality kritériá služieb, ktoré by sme mohli zlučiť do týchto piatich kategórií:

- *hmotné prvky*: technický stav a vzhľad zariadení, budov, oblečenie a vzhľad zamestnancov, úprava pracoviska počas prevádzky,
- *spoľahlivosť*: presnosť pri výkone služby, naplnenie úžitku spojeného s poskytnutím služby,
- *schopnosť reakcie*: schopnosť reagovať na požiadavky alebo sťažnosti zákazníka, snaha a adaptabilita personálu,
- *istota*: schopnosti, kvalifikácie, zdvorilosť, dôveryhodnosť, bezpečnosť,
- *empatia, pochopenie*: vcítenie sa a pochopenie potrieb a požiadaviek zákazníka, dobrá komunikácia (Vašítková, 2008).

Vašítková (2008) ďalej uvádza metódu analýzy hodnotového systému zákazníka (BSA – Belief System Analysis). Cieľom tejto analýzy je lepšie poznanie názorov zákazníka na organizáciu, vďaka čomu môže viesť k vylepšeniu služby.

Mateides a Ďad'o (2002) upresňujú vnímanie hodnoty zákazníkom prostredníctvom analýzy hodnotového systému zákazníka. Uvádzajú, že je vždy lepšie kladne vyriešiť sťažnosti zákazníka. Ak sťažnosť vyriešime rýchlo, viac než 80 % zákazníkov nám zachová svoju vernosť. Každá organizácia sa snaží preskúmať kvalitu svojich produktov alebo služieb čo najobjektívnejšie. Pomocou rôznych metód vie podnik získať mnohé informácie týkajúce sa kvality vo svojom prostredí. **Medved' a Kováčová (2003)** vymedzujú tieto nástroje na kontrolu kvality: Brainstorming, Benchmarking, Kritické faktory úspechu (CSF) - Critical Success Factors, Mystery shopping, mystery guest.

Výkonnosť podnikov

V prostredí európskeho hospodárstva je mnoho podnikov, ktoré zaviedli a zavádzajú prvky výkonnostného manažmentu do svojich systémov. Pravidelné hodnotenie finančnej kondície podniku napomáha k identifikácii a stanoveniu príčin zlého hospodárenia podniku. Pojem „výkonnosť“ normy ISO používajú veľmi často, no nedefinujú ju. Európska nadácia pre manažerstvo kvality definuje pojem „výkonnosť“ ako mieru dosahovaných výsledkov jednotlivcami, skupinami, organizáciami a vykonanými procesmi. Ak chceme, aby sa zvýšila hodnota podniku, je potrebné neustále zvyšovať jeho výkonnosť. Ak chceme zvýšiť výkonnosť podniku, mali by sme zvýšiť výkonnosť podnikových procesov, a to najmä hlavných procesov. Riadenie výkonnosti predstavuje spôsob riadenia a motivácie pracovníkov na základe cieľov charakterizovaných na základe prevažne kvantitatívnych výkonových ukazovateľov. Tieto ukazovatele nie sú len finančné, ale aj ďalšie, ako sú uspokojenie zákazníkov, kvalita výstupu, dĺžka inovačného cyklu, priebežná procesná doba a pod. Riadenie výkonnosti predpokladá jasné individuálne a organizačné ciele založené na finančných a ďalších ukazovateľoch. Stratégia zvyšovania výkonnosti procesov v podniku znamená pre podnik zisk, zvýšenie konkurencieschopnosti, lepšiu pozíciu na trhu a ich ekonomické prínosy. V dnešnej realite ekonomického vývoja podnikový vrcholový manažment využíva okrem bežných meradiel aj tzv. nefinančné meradlá a kritéria efektívnosti a výkonnosti. Je to spôsobené tým, že už nestačí tradičné obmedzené kritérium v podobe maximálneho zisku ako základného nástroja na meranie podnikovej výkonnosti. V oblasti cestovného ruchu sa často objavuje ako hodnotenie výkonnosti model výnimočnosti EFQM (European Foundation for Quality Management), ktorý charakterizujú autori **Nenadál (2016), Dodangeh et al. (2011)** ako model, ktorý umožňuje interné hodnotenie podnikov, ktoré poskytne vedeniu spoločnosti informácie o relevantných parametroch a kľúčových prvkoch podniku. Implementácia Modelu Excellence teda poskytuje návod na zlepšenie výkonnosti spoločnosti na základe sebahodnotenia. Zavedením tohoto modelu môžu firmy identifikovať podnikateľské segmenty, v ktorých existujú príležitosti k zlepšeniu, a podporovať systematický prístup neustáleho zlepšovania. V priebehu sebahodnotení je možné, okrem identifikácie slabých stránok, identifikovať silné stránky, ktoré by mali byť ďalej zlepšované a použité ako komparatívna výhoda oproti konkurencii (**Evans, 2010**).

Kvalita poskytovaných služieb v cestovných kanceláriách

Podľa **Jonesa a Haven-Tangu (2005)** je odvetvie cestovného ruchu zastúpené malým počtom veľkých organizácií a veľkým počtom malých a stredných podnikov (MSP). Konkrétne, 2,7 milióna MSP tvorí 99 % všetkých podnikov v európskom cestovnom ruchu (**Karatzoglou a Spilanis, 2005**). Medzi MSP podniky patria aj cestovné kancelárie (CK), význam ktorých však klesá v súčasnosti čoraz viac. Do popredia sa dostávajú individuálne organizované dovolenky. Ak si chcú cestovné kancelárie udržať miesto na trhu, musia sa prispôbovať neustále sa meniacemu trhu a očakávaniam zákazníkov. Tvorba systému a spoločnej značky kvality by posilnila pozíciu cestovných kancelárií na trhu. Samotný systém certifikácie CK nie je v súčasnej dobe na území Slovenskej republiky zavedený, pre certifikáciu kvality sa dá využiť pre tieto podnikateľské subjekty ISO, prípadne Slovenský systém kvality, ktorý je neakreditovaným manažérskym systémom kvality prispôbeným pre sektor cestovného ruchu.

Prvé slovenské cestovné kancelárie dostali certifikát kvality riadenia akosti podľa normy ISO 9001:2000. Sú nimi bratislavský Hydrotour, Solvex, nitriansky Aeolus, cestovná kancelária M-travel, s.r.o., Bratislava a Go travel Slovakia. V susednej Českej republike ho už má vyše 300 cestovných kancelárií. Niektorí prevádzkovatelia cestovných kancelárií nesúhlasia s otázkou certifikácie cestovných kancelárií. Nevidia potrebu v tom, aby bola kvalita prostredníctvom certifikátu viditeľná pre zákazníka a žiadne výhody vyplývajúce na dôveru a odporúčania. Ďalší na rozdiel zastávajú názor, že z toho vyplývajú hospodárske výhody a výhody súvisiace s imidžom podniku a členstvo v obchodných organizáciách (združeniach, komorách). Negatívom je, že certifikáciu cestovných kancelárií vykonávajú rôzne akreditované firmy, ktoré sú zastúpené externými audítormi, ale žiaľ o činnosti CK väčšinou nič nevedia. Prestíž, povedomie o značke medzi zákazníkov a transparentnosť postupov sú však veľmi diskutabilné pravdepodobne preto, lebo nie sú zahrnuté do štandardizácie a väčšina z nich sú poskytované za platbu (Walas a Celuch, 2014).

Charakteristika cestovnej kancelárie AEOLUS, s.r.o.

Cestovná kancelária Aeolus pôsobí na slovenskom trhu od roku 1993. Tento rok oslavovala spoločnosť 25 rokov, počas ktorých si stihla vybudovať pevné a silné zázemie na trhu cestovného ruchu. Počas pôsobenia získala stabilné meno v poňatí klientov aj u konkurencie. Od roku 2002 svoje pôsobenie rozšírila v Českej Republike a neskôr aj v Maďarsku. Vo svojom repertoári ponúka zahraničné pobytové a poznávacie zájazdy do krajín ako sú napríklad: Grécko, Bulharsko, Turecko, Egypt, Cyprus a iné. Dopravné zabezpečenie prispôsobila svojim klientom – letecká, autobusová, kombinovaná a vlastná doprava. Dlhé roky bola cestovná kancelária zameraná a bola (stále ňou je) istým špecialistom na Grécko a grécke ostrovy. Aj v dnešnej bohatej ponuke cestovnej kancelárie Aeolus sa nájdú osvedčené a klientmi veľmi obľúbené grécke ostrovy Zakynthos, Rhodos, Kos, Korfu, južná Kréta a mesto Chania na Kréte. Na severe krajiny je to polostrov v tvare trojzubca Chalkidiki, nemenej známe ostrovy Kalymnos, Samos a turistami takmer neobjavený ostrov Lesbos. CK Aeolus je ako jedna z mála cestovných kancelárií, ktoré disponujú certifikátom kvality – ISO normou. Certifikát vlastní už 13 rokov, a to aj napriek nepovinnosti cestovných kancelárií, byť držiteľom certifikátu ISO normy. Cestovná kancelária Aeolus je držiteľom spomínaného certifikátu kvality od renomovanej anglickej firmy Lloyd's Register Quality Assurance podľa medzinárodnej normy ISO 9001:2015 na systém manažérstva kvality pre poskytovanie zahraničných pobytových a poznávacích zájazdov. Vyjadrenie spoločnosti Aeolus, s.r.o.: „Sme hrdí na to, že sme boli spomedzi cestovných kancelárií prvým členom tohto ich „elitného klubu“ na Slovensku a v Českej republike, hoci klientov LRQA nájdete už v 120 krajinách sveta a certifikáty vystavila pre 50 % spoločností, ktoré sú publikované v prestížnom rebríčku TOP 200 Financial Times Global Index Companies. Úspešne sme absolvovali recertifikačný audit a veríme, že kvalitu našich služieb aj vďaka certifikátu od Lloyd's Register Quality Assurance znovu posunieme o stupienok vyššie aj v budúcom roku.“

Charakteristika cestovnej kancelárie FIFO, s.r.o.

Cestovná kancelária FIFO s.r.o. bola založená v roku 1992. Hlavným predmetom podnikania spoločnosti je prevádzkovanie cestovnej kancelárie. Pôvodná orientácia na poskytovanie služieb pre zahraničných klientov v tuzemsku (tzv. aktívny cestovný ruch) bola od polovice

deväťdesiatych rokov presmerovaná do oblasti tzv. pasívneho cestovného ruchu. Výrazne dominantnými sa tak stali činnosti súvisiace s poskytovaním služieb pre klientov v zahraničí. V produktovom portfóliu sa postupne presadili predovšetkým letné dovolenkové pobyty v európskych stredomorských destináciách. Na unikátny produkt sa vyprofilovali pobyty rodín s deťmi a mládežníckej skupinovej klientely v kempoch. Prepracovaný komplex kvalitných služieb v stanových mestečkách CK FIFO prezentovaný pod názvom „zelená dovolenka“ umožnil spoločnosti postupné úspešné získavanie klientov na viacerých stredoeurópskych trhoch. V posledných rokoch sa základom predávaného sortimentu služieb cestovného ruchu postupne stali štandardné dovolenkové pobyty v ubytovacích zariadeniach hotelového a apartmánového typu doplnené o skupinové poznávacie zájazdy na objednávku klienta, ako aj predaj leteniek, cestovných a trajektových lístkov a iných doplnkových služieb. Permanentná analýza reakcií klientov umožňuje vhodné prispôsobovanie ponuky ich dopytu a očakávaniam. Súčasne prispieva k cieľnému znižovaniu rizika neúspešného predaja, ktoré nie je v značne konkurenčnom prostredí trhu cestovných kancelárií zanedbateľné. Cestovná kancelária FIFO s.r.o. sa v roku 2017 zameriavala hlavne na letné pobytové zájazdy do zahraničných hotelov, apartmánov a kempov s leteckou, autokarovou a individuálnou dopravou.

DÁTA A METODOLÓGIA

Pri písaní článku sme využili teoretické poznatky, informácie a východiská, ktoré sme získali naštudovaním odbornej literatúry a internetových zdrojov. Pri analýze výkonnosti sme použili informácie o vybranej spoločnosti prostredníctvom osobnej konzultácie. Cieľom príspevku bolo zhodnotiť výkonnosť vybraných dvoch cestovných kancelárií a skúmať vplyv systému manažérstva kvality na ich výkonnosť. Rozhodli sme sa pre výber dvoch CK, kde CK Aeolus má implementovaný systém manažérstva kvality konkrétne normu ISO 9001:2015 a CK FIFO nemá zatiaľ zavedený žiadny systém manažérstva kvality vo svojej organizácii. Subjektom prieskumu je CK Aeolus a CK FIFO a vplyv systému manažérstva kvality na ich rozvoj. Pomocou vybraných finančných ukazovateľov sme skúmali súčasný stav výkonnosti vybraných podnikov.

Uvedená výskumná vzorka bola vybraná na základe vopred stanovených kritérií. Obidve cestovné kancelárie v priebehu analyzovaných rokov spĺňali nasledujúce kritériá:

- vykazovali nezáporné vlastné imanie,
- vykazovali kladný výsledok hospodárenia za bežné účtovné obdobie,
- počet zamestnancov bol v priemere 25-49,
- zabezpečujú pasívny cestovný ruch,
- jedna CK mala mať zavedený systém manažérstva kvality a druhá bez systému manažérstva kvality.

Pomocou vybraných finančných ukazovateľov sme skúmali súčasný stav výkonnosti vybraných podnikov:

Ukazovatele likvidity

Veľmi spoľahlivú výpoveď o finančnej situácii podniku možno získať analýzou jeho schopností hradiť svoje záväzky. Finančne stabilný podnik je schopný hradiť, zatiaľ čo podnik s finančnými ťažkosťami s tým má značné problémy. Schopnosť uhrádzať svoje záväzky je ovplyvňovaná mnohými skutočnosťami, ale dve sú mimoriadne dôležité:

- štruktúra majetku,
- primeraný tok finančných prostriedkov (**Kotulič et al., 2007**).

Ukazovatele aktivity

Podľa **Kotulič et al. (2007)**: „Ukazovateľ aktivity vypovedá o viazanosti kapitálu v rôznych formách majetku“ umožňuje vyjadriť, ako účinne podnik využíva svoj majetok. Hodnotenie sa uskutočňuje vo vzťahu k tržbám, skúma, či úroveň dosahovaných tržieb zodpovedá objemu majetku ktorý vstupuje do transformačného procesu a v podobe výstupov premieňa na tržby. Na vyjadrenie aktivity slúžia ukazovatele, ktoré vypovedajú o viazanosti, náročnosti (obratovosti) majetku ako celku ako aj jeho jednotlivých častí.

Ukazovatele zadlženosti

Ukazovatele vypovedajú o tom, aká časť majetku je financovaná z cudzieho kapitálu. Analýza zadlženosti zaujíma hlavne investorov a poskytovateľov dlhodobých úverov.

Ukazovatele rentability

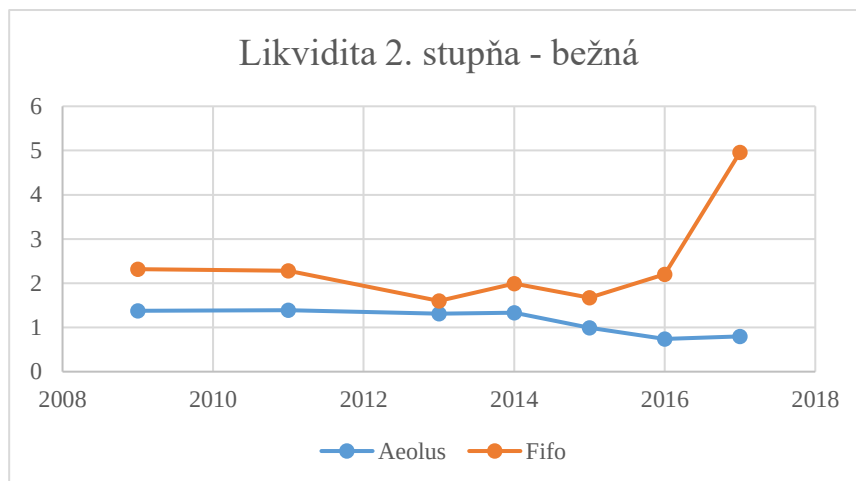
Problematika zisťovania rentability je už dlhú dobu v mnohých krajinách veľmi populárna. V mnohých procesoch, v ktorých je potrebné brať v úvahu veľkosť dosiahnutého ekonomického prínosu má táto analýza nezastupiteľnú funkciu. Dané ukazovatele nám napomáhajú rozhodovať sa o tom, do ktorých projektov investovať voľné finančné prostriedky, alebo prípadne investovať do dlhopisov danej spoločnosti. Obdobne nám napomáhajú v prípade rozhodovania vo vnútri spoločnosti, kedy centrálna autorita rozhoduje o rozvoji jednotlivých pobočiek, či prípadne o samotnej existencii (**Kotulič et al., 2007**).

Ukazovatele trhovej hodnoty

Poslednou podskupinou ukazovateľov zo skupiny pomerových ukazovateľov sú ukazovatele trhovej hodnoty (ukazovatele kapitálového trhu). Táto skupina sa od predchádzajúcich odlišuje predovšetkým v tom, že niektoré ukazovatele z tejto podskupiny vypovedajú nielen o minulosti, a teda o stave podniku v minulom čase, ale aj o očakávaniach predovšetkým kapitálových trhov ako sa bude rentabilita prostriedkov vložených do akcií vyvíjať v budúcnosti (**Kotulič et al., 2007**).

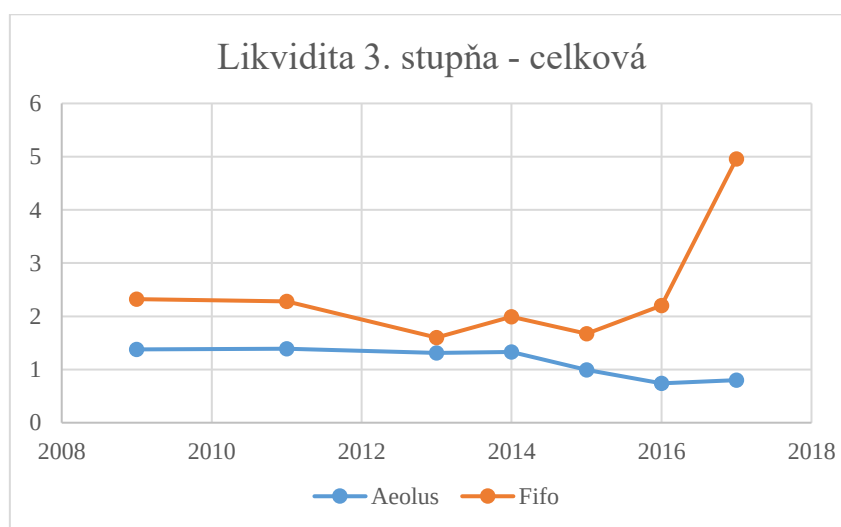
VÝSLEDKY A DISKUSIA

Bežná likvidita nadobúdala v sledovanom období v komparácii analyzovaných cestovných kancelárií (CK) odlišný vývoj (Graf 1). V prípade CK Aeolus sa hodnoty daného indikátora pohybovali v rozmedzí odporúčaného intervalu v priemernej hodnote 1,13 s výnimkou v rokoch 2015 až 2017, keď indikátor poklesol pod hranicu 1. Celkovo teda dosahoval ukazovateľ klesajúci trend, čo bolo spôsobené rastom krátkodobých záväzkov respektíve poklesom obežných aktív bez zásob. Opačný, rastúci vývoj indikátora sme zaznamenali pre CK Fifo, ktorej hodnoty ukazovateľa sa pohybovali nad odporúčaných intervalom s najvyššou hodnotou indikovanou v roku 2017 na úrovni 4,96. To znamená že spoločnosť kryla krátkodobé záväzky zbytočne vysokou hodnotou obežného majetku.



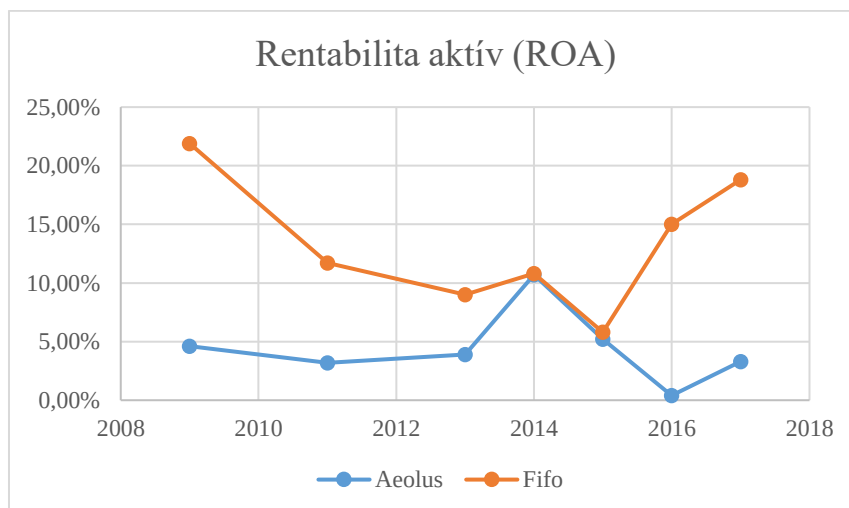
Graf 1: Bežná likvidita (*vlastné spracovanie*)

Analýzou **celkovej likvidity** (Graf 2) sme zistili totožné výsledky v priebehu celého sledovaného obdobia, nakoľko obe cestovné kancelárie nedisponovali žiadnymi zásobami. V tomto prípade teda platilo že hodnota obežného majetku na krytie krátkodobých záväzkov sa v rámci tohto ukazovateľa v porovnaní s bežnou likviditou nemenila.



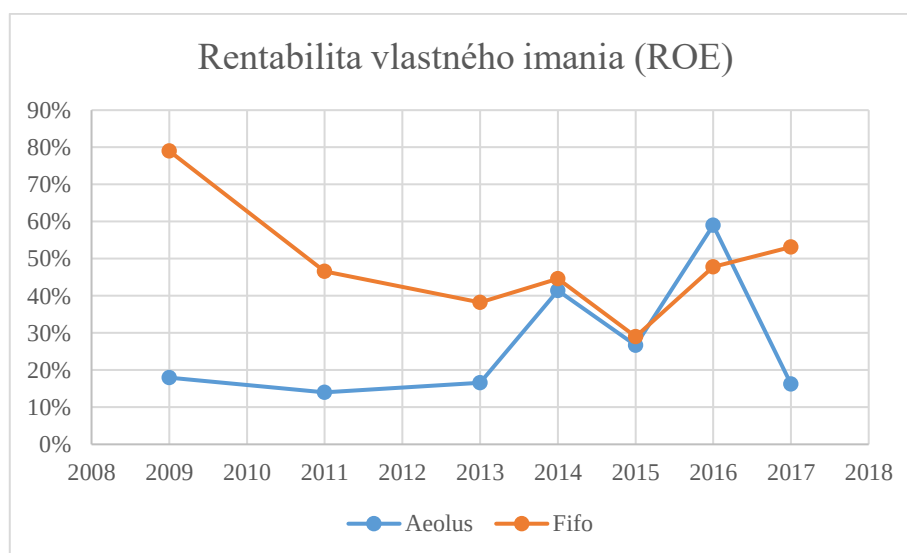
Graf 2: Celková likvidita (*vlastné spracovanie*)

Ukazovateľ rentability majetku (Graf 3) CK Aeolus dosahoval v porovnaní s CK Fifo v priebehu celého analyzovaného obdobia nižšie hodnoty. V prípade CK Aeolus bola maximálna výnosnosť majetku identifikovaná v roku 2014 vo výške 10,70 % a naopak najnižšia výnosnosť bola zaznamenaná v roku 2016 na úrovni len 0,40 %, čo indikuje, že spoločnosť nedokázala takmer vôbec zhodnotiť vložené aktíva. Analýzou výnosnosti CK Fifo sme už zistili oveľa priaznivejšie výsledky, keďže sa rentabilita majetku pohybovala na priemernej úrovni 13,29 %. Výnosnosť majetku dosahovala najlepšie výsledky v prvom sledovanom roku, no v priebehu sledovaného obdobia poklesla indexom 0,8584.



Graf 3: ROA (vlastné spracovanie)

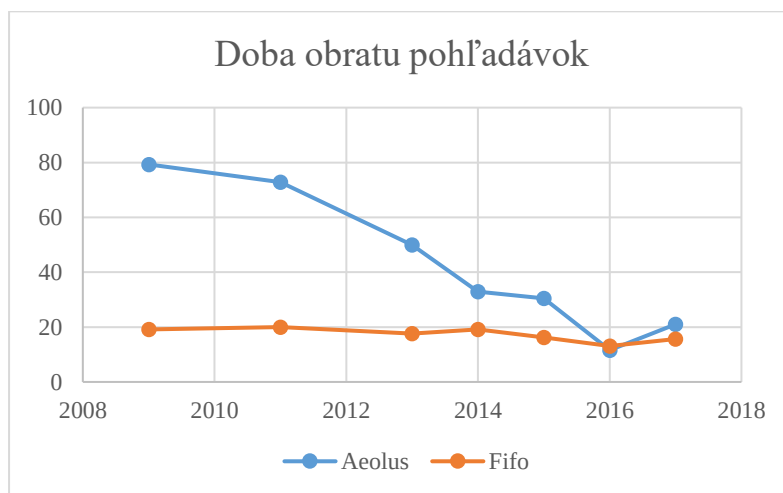
Na základe nižšie uvedeného grafu (Graf 4) môžeme povedať, že **výnosnosť vlastného imania** CK Fifo dosahovala podstatne lepšie výsledky v porovnaní s výsledkami za CK Aeolus. Rentabilita vlastného imania CK Fifo sa za roky 2009 až 2017 pohybovala v rozmedzí od 29 % do 79 %, čo možno hodnotiť ako žiaduce a pozitívne výsledky. Najvyšší medziročný pokles bol zachytený v roku 2010, kedy došlo k poklesu rentability o približne 18 %. Analýza CK Aeolus ukázala, že priemerná hodnota rentability vlastného imania nadobúdala hodnotu len 27 %.



Graf 4: ROE (vlastné spracovanie)

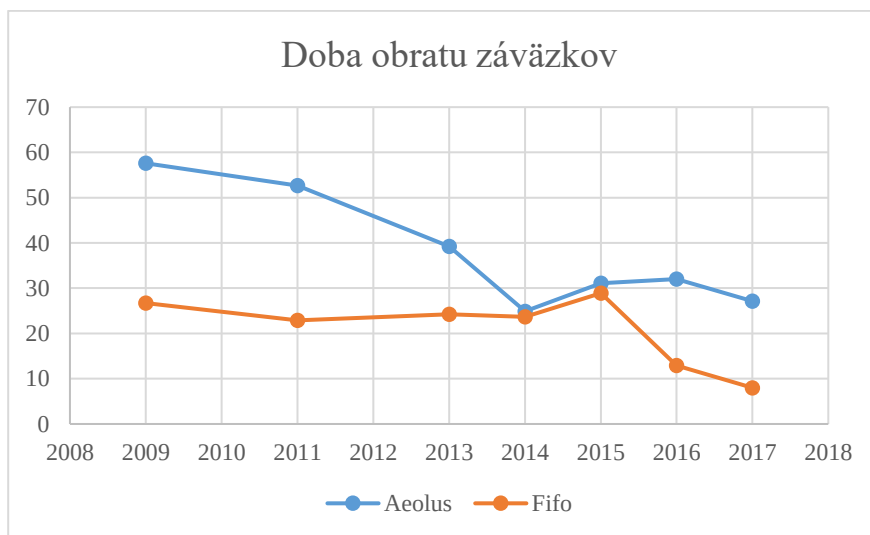
Pri analýze indikátora **dobu obratu pohľadávok** (Graf 5) sme opäť zistili podstatne odlišné výsledky v komparácii vybraných CK. Kým CK Aeolus inkasovala svoje pohľadávky v priemere až každých 43 dní, CK to naopak dokázala v priemere 3krát rýchlejšie. V prípade CK Aeolus bol identifikovaný pozitívny trend vývoja, keď v sledovanom období dokázala

spoločnosť znížiť dobu čakania na inkasovanie svojich pohľadávok až i 58 dní, čo hodnotíme veľmi pozitívne. Naopak, optimálne hodnoty indikátora v priebehu celého sledovaného obdobia dosahovala CK Fifo, ktorej doba obratu pohľadávok dosahovala priemernú úroveň 18 dní.



Graf 5 Doba obratu pohľadávok (*vlastné spracovanie*)

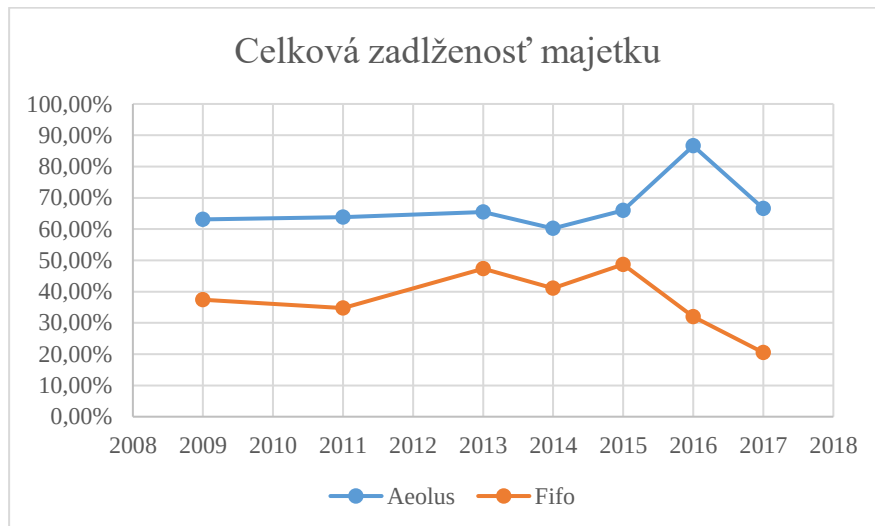
Pri pohľade na nižšie uvedený graf (Graf 6) môžeme konštatovať kolísavý trend vývoja indikátora **doby obratu záväzkov** v sledovanom období v rámci oboch CK. Treba ale zdôrazniť, že obe CK dosahovali optimálne hodnoty indikátora, keďže svoje záväzky dokázali v každom roku uhradiť v termíne do 60 dní. CK Aeolus dokázala uhradiť záväzky priemerne každých 40 dní a CK Fifo v priemer e každých 21 dní. Zároveň môžeme na základe výsledkov zobrazených v grafe povedať, že obe CK boli schopné daný indikátor v priebehu rokov 2009 až 2017 znižovať, čo svedčí o ich platobnej schopnosti.



Graf 6 Doba obratu záväzkov (*vlastné spracovanie*)

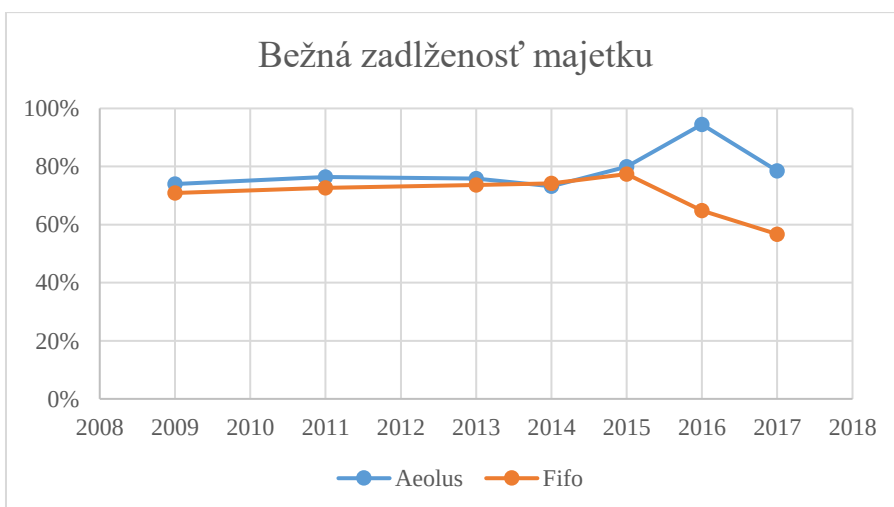
V rámci ukazovateľov zadlženosti sme sa v projekte zamerali najskôr na analýzu **celkovej zadlženosti** (Graf 7) vybraných CK. Aj tu platilo, že obe CK dosiahli optimálne hodnoty, keďže indikátor nepresiahol hodnotu 70 % s malou výnimkou v roku 2017 pre CK Aeolus. Uvedená

CK bola financovaná prevažne cudzími zdrojmi v priemernej výške 67,4 %. To znamená, že vlastné zdroje tvorili približne tretinu celkových vynaložených zdrojov spoločnosti. Opačný charakter financovania bol indikovaný pre CK Fifo, ktorej financovanie prebiehalo prevažne z vlastných zdrojov v priemernej výške 62,4 %, čo svedčí o tom, že spoločnosť je finančne samostatná a stabilná.



Graf 7 Celková zadlženosť majetku (*vlastné spracovanie*)

V rámci posledného indikátora sme sa zamerali na zhodnotenie **bežnej zadlženosti** majetku (Graf 8). Uvedený indikátor preukázal takmer totožný trend vývoja v rokoch 2009 až 2015 v priemernej hodnote približne 75 % pre obe skúmané CK. Zlomovým rokom bol teda rok 2015. Do roku 2016 ukazovateľ bežnej zadlženosti v prípade CK Fifo poklesol, zatiaľ čo CK Aeolus zaznamenala nárast hodnoty indikátora. V poslednom analyzovanom roku už ale obe CK dosiahli klesajúci trend indikátora o približne 12,5 %. Celkovo môžeme konštatovať, že zadlženosť majetku dosiahla nežiaduce vysoké hodnoty a spoločnosti by sa mali v budúcnosti zamerať na ich zlepšenie.



Graf 8 Bežná zadlženosť majetku (*vlastné spracovanie*)

ZÁVER

V súčasnosti je zvyšovanie a hodnotenie výkonnosti podniku nevyhnutným predpokladom k dosiahnutiu podnikateľského úspechu. Pre podnik je dôležité aby poznal kľúčové indikátory, ktoré by hodnoverne odrážali úroveň jeho finančnej výkonnosti. Na základe toho môžeme uvedené ukazovatele považovať za kľúčové pri zvyšovaní finančnej výkonnosti danej cestovnej kancelárie. Čím majú finančné analýzy vyššiu výpovednú schopnosť smerom do minulosti ale aj do budúcnosti, tým presnejší obraz o finančnom stave spoločnosti manažér získava. Vyššie uvedené výsledky poukazujú na potrebu ďalšieho výskumu, pretože mnohé štúdie ukazujú pozitívny vplyv zavedenia systému manažérstva kvality na výkonnosť podnikov, zatiaľ čo iné nevykazujú žiadny vplyv. Možno však pripustiť, že štandardná aplikácia môže pozitívne ovplyvniť organizáciu, ale v niektorých prípadoch neovplyvňuje všetky jej operácie, ako je finančná. Podľa zistených skutočností môžeme konštatovať, že na výkonnosť jednotlivých CK zavedenie systému manažérstva kvality nevplyva. Dôležitá pre úspech a účinnosť kvality je, že ho organizácia vykonáva z dôvodu vnútorných motivácií, ktoré môžu viesť svojich ľudí k úplnému prijatiu novej filozofie. Najdôležitejším dôvodom na prijatie systému riadenia kvality je prežitie. Celkovo je nástrojom na zlepšenie kvality, ktorý pre organizáciu prinesie dve výhody: lepšie procesy, ktoré by mali ponúkať zníženie nákladov a zvýšenú spokojnosť zákazníkov, ktorá by mala priniesť viac predajov. Po zistení finančnej výkonnosti cestovných kancelárií sme dospeli k záveru, že systém manažérstva kvality nie v každom prípade musí ovplyvňovať zisk spoločnosti.

POUŽITÁ LITERATÚRA

- BARTKOVÁ, A. Vnímanie a význam kvality pri rozhodovaní v cestovnom ruchu. In: *Ekonomická revue cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bella, 2006, 83 -88. ISSN 0139-8660.
- CASTILLO, C. A.M., JIMBER DEL RIO, J.A. Quality, satisfaction and loyalty indices. In: *Journal of Place Management and Development*. 2018, 11, 4, 428-446, ISSN: 17538335.
- CHRISTINE, W., BUSWELL, J. *Service Quality in Leisure and Tourism*. CAB, 2003, p.148.
- DODANGEH, J., ROSNAH, Y., JASSBI, J. Assessment system based on fuzzy scoring in European Foundation for Quality Management (EFQM) business excellence model. *African Journal of Business Management*. 5, 15, 6209-6220 [cit. 2018-09-01]. 2011, ISSN 1993-8233.
- EVANS, James R. Organisational learning for performance excellence: A study of Branch-Smith Printing Division. *Total Quality Management & Business Excellence* [online]. 2010, 21(3), 225-243 [cit. 2020-01-30]. DOI: 10.1080/14783360903553115. ISSN 1478-3363. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14783360903553115>
- GALLO, P., PÍCHOVÁ, R., ŠENKOVÁ, A., MATUŠÍKOVÁ, D., MITRÍKOVÁ, J. *Techniques and analysis of management audits*. Cbu International Conference Proceedings 2017: Innovations in Science and Education. 2017, 5, 132-137, DOI: 10.12955/cbup.914.
- GÚČIK, M. et al. *Kvalita a spokojnosť zákazníka v cestovnom ruchu*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2016. 208 s. ISBN 978-80-8168-350-3.
- JONES, E., HAVEN-TANG, C. Tourism SMEs In: *Service quality and destination competitiveness*. Oxfordshire: CABI. 2005, ISBN 0-85199-011-8.
- JURAN, J.M. *Juran on Leadership for Quality*. USA: Free Press, 2003. 384 s. ISBN: 9780743255776.
- KARATZOGLOU, V., SPILANIS, I. The integration of Activity-based management in the construction of a destination environmental scorecard. In: P. M. Rikhardsson

(Ed.), *Implementing environmental management accounting: Status and challenges*. Den Rijn: Kluwer. 2005, ISBN 978-1-4020-3373-5.

KARKALÍKOVÁ, M. *Kvalita produktu v službách*. Bratislava : EKONÓM, 2007. 180 s. ISBN 978-80-225-2454-4.

KOTULIČ, R., KIRÁLY, P., RAJČÁNIOVÁ, M. *Finančná analýza podniku*. Bratislava: Iura Edition, s r o., 2007, ISBN 978-80-8078-117-0.

LINCZÉNYI, A., NOVÁKOVÁ, R. *Manažérstvo kvality*. Bratislava : STU, 2001, ISBN 80-227- 1586-7.

MATEIDES, A., ĎAĎO, J. *Služby: Teória služieb, marketing služieb, kvalita v službách, služby zákazníkom a meranie spokojnosti s nimi*. Bratislava: Epos, 2002. 750 s. ISBN 80-8057-452-9.

MATEIDES, A. et al. *Manažérstvo kvality. História, koncepty, metódy*. Bratislava : Epos, 2006. s.751. ISBN 80-8057-656-4.

MEDVEĎ, J., KOVÁČOVÁ, Z. *Finančný a bankový marketing*. Bratislava: SRINT vydavateľská, filmová a reklamná agentúra, 2003, ISBN 80-89085-25-3.

Ministerstvo dopravy a výstavby SR. *Analýza kvality služieb pre vybrané sektory cestovného ruchu*. Bratislava, 2015.

Model Excellence EFQM, Brussels: EFQM a Praha: Česká společnost pro jakost, 2012, ISBN 978-90-5236-698-2.

NENADÁL, J. *Systémy managementu kvality. Co, proč a jak měřit?* Praha: Management Press. 2016, ISBN 978-80-7261-426-4.

UNWTO. *Terminology within Destination Management and Quality*. [online]. Available on: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/terminologydm.pdf> [cit. 2018-08-09].

VAŠTIKOVÁ, M. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2008, ISBN 978-80-247-2721-0.

WALAS, B., CELUCH, K. Certification in tourism as an element of quality management – theoretical aspects and entrepreneurs’ attitudes. *International Journal of Business Quantitative Economics and Applied Management Research*, 2014, 1, Issue 2, ISSN: 2349-5677.

ZHEZHNYCH, P., MARKIV, O. Linguistic comparison quality evaluation of web-site content with tourism documentation objects. *The International Scientific and Technical Conference Computer Science and Information Technologies, Advances in Intelligent Systems and Computing*, 2017, 689, 656-66712, ISSN: 21945357.

Kontaktní údaje:

Mgr. Tünde Dzurov Vargová, Prešovská univerzita v Prešove, Fakulta manažmentu, Katedra turizmu a hotelového manažmentu, Konštantínova 16, Prešov 08001, Slovensko, E-mail: tunde.dzurov.vargova@smail.unipo.sk

PaedDr. Milena Švedová, PhD. Prešovská univerzita v Prešove, Fakulta manažmentu, Katedra turizmu a hotelového manažmentu, Konštantínova 16, Prešov 08001, Slovensko, E-mail: milena.svedova@unipo.sk

Mgr. Erika Onuferová, Prešovská univerzita v Prešove, Fakulta manažmentu, Katedra financií, Konštantínova 16, Prešov 08001, Slovensko, E-mail: erika.onuferova@smail.unipo.sk

VYBRANÉ GLOBÁLNÍ PROBLÉMY A MEZINÁRODNÍ TURISMUS

SELECTED GLOBAL ISSUES AND INTERNATIONAL TOURISM

PATRIK KAJZAR

Abstrakt

Turismus patří mezi významná ekonomická odvětví, který má příznivý dopad na hospodářský vývoj a zaměstnanost. Podle Světové organizace cestovního ruchu v roce 2018, se zvýšil počet mezinárodních příjezdů o 5 % a dosáhl 1,4 miliardy. Podle prognózy UNWTO má navíc vzrůst počet mezinárodních příjezdů turistů v roce 2030 na 1,8 miliardu. Neustálý nárůst počtu mezinárodních příjezdů turistů je spojen s problémy, které se již začínají objevovat ve vybraných regionech světa. Jedná se např. o davy turistů, odpadky, rostoucí ceny bytů a pozemků, skryté náklady na zlepšení infrastruktury apod. Proto je cílem příspěvku zhodnotit vybrané globální problémy turismu na konkrétních příkladech zemí, které se s vybranými problémy mezinárodního turismu potýkají.

Klíčová slova:

Mezinárodní turismus, globální problémy, nadměrný turismus, vybrané regiony, globalizace.

Abstract

Tourism is one of the major economic sectors with a positive impact on economic development and employment. According to the World Tourism Organization in 2018, the number of international arrivals increased by 5% to reach 1.4 billion. In addition, according to UNWTO forecasts, the number of international tourist arrivals in 2030 will increase to 1.8 billion. The continual increase in the number of international tourist arrivals is associated with problems that are already starting to appear in selected regions of the world. These include for example tourist crowds, garbage, rising prices for apartments and land, hidden costs for infrastructure improvements etc. Therefore, the aim of the paper is to evaluate selected global tourism problems on specific examples of countries that are dealing with selected problems of international tourism.

Key words:

International tourism, global problems, overtourism, selected regions, globalization.

JEL klasifikace: L83

ÚVOD

„Cestovní ruch má mnoho forem, které umíme aplikovat v různých koutech světa. Cestovní ruch je také obecně považován za jedno z největších světových hospodářských odvětví, které může významně přispět k hospodářskému růstu“ (Šambronská, 2018).

Podle Čejna (2019) s postupující globalizací naší planety sledujeme dynamické změny ve všech odvětvích, cestovní ruch nevyjímaje. Tyto změny jsou podmíněny zejména vývojem komunikačních technologií a přidružených oborů. Turismus patří mezi nejdůležitější odvětví světových ekonomik, kdy v roce 2018 turismus generoval výnosy 1,7 bilionu dolarů neboli pět miliard dolarů denně.

Podle Linetti (2019) demografické změny v důsledku globalizace výrazně ovlivňují cestovní ruch jako průmysl. Čím vyšší je míra zaměstnanosti a průměrný index příjmu v zemi, tím vyšší je počet mezinárodních cestujících.

Indrová (2010) uvádí, „že v hierarchii potřeb člověka se cestovní ruch postupně přesunuje z potřeb luxusních a zbytných do potřeb běžných, které jsou nedílnou součástí spokojeného života. Vezmeme-li v úvahu, že cestovní ruch má multiplikační efekt na rozvoj národního hospodářství, zvyšuje zaměstnanost v regionech a stává se důležitým faktorem rozvoje oblastí, pochopíme mnohonásobné zvýšení významu cestovního ruchu. Na druhé straně vedle pozitivních dopadů turismu na rozvoj národního hospodářství, sebou přináší turismus také problémy. Tyto problémy se netýkají jen určitého regionu, ale začínají se projevovat v různých regionech světa.

Země se začínají potýkat s nadměrným turismem, tzv. overturismem, který např. **Organizace Responsible Tourism Partnership (2019)** definuje jako „*destinace, v nichž hostitelé nebo hosté, místní nebo návštěvníci, cítí, že je zde příliš mnoho návštěvníků a že kvalita života v této oblasti nebo kvalita zážitku nepříjemně poklesla*“.

„Fenomén overturismu je spojen s problematickým vztahem mezi turisty a rezidenty a může docházet k neustále konfrontaci mezi nimi. Tím vznikly také poslední vlny protestů proti turistům v populárních evropských městech, jako jsou Benátky, Barcelona, Amsterdam, Řím a Dubrovnik apod.“ (Bertocchi a Visentin, 2019).

Podle Eckerta et al. (2019) overturismus lze považovat za hlavní problém rozvoje cestovního ruchu. První opatření přijatá v cílech ukazují, že probíhají aktivity, které např. spočívají k omezení přístupu turistů k často navštěvovaným místům.

„Tyto situace ukazují, jak je důležité je chránit si image destinace, pokud jde o schopnost přilákat turisty z různých regionů světa a pokud je image destinace již poškozen, pak je těžké ho znovu vrátit na původní úroveň“ (Anuar et al., 2019).

Podle Chonga (2020) je uspokojování potřeb současných turistů a potřeb regionů jedním z klíčových pilířů určování udržitelnosti budoucího rozvoje cestovního ruchu. Znamená zachování rovnováhy mezi ekonomickými, sociálními a estetickými potřebami při zachování základních ekologických procesů a kulturní integrity.

MATERIÁL A METODIKA

Před 60 lety cestovalo kolem 70 milionů lidí a v současnosti již více jak 1,4 miliardy. Proto se čím dál více autorů zabývá problematikou globálních problémů turismu. V úvahu je potřeba vzít nejen mezinárodní cestování, ale i turismus v rámci jednotlivých zemí.

Kromě overturismu, jsou dalším problémem turismu také emise oxidu uhličitého a nedostatek dalších zdrojů (např. vody). Mezi další globální problémy turismu můžeme zařadit globální oteplování mající negativní vliv na pěstování některých plodin, které mohou přinést změny v potravinářství a zemědělství, potažmo změna klimatu výrazně zasáhne i podnikatele a firmy

vydělávající na zimní turistice z důvodů nedostatku sněhové pokrývky a ve zvyšujících se nákladech na zasněžování apod.

Se změnou klimatu také souvisí nedostatek srážek. Např. kvůli nejhoršímu suchu za poslední desetiletí se zmenšily Viktoriiny vodopády na hranici Zambie a Zimbabwe oproti normálnímu stavu na pouhý potůček. Místní se nyní obávají, zda kvůli častějším a výraznějším suchům region nepřijde o jednu z hlavních turistických atrakcí, kterou ročně navštíví asi milion lidí.

Existuje velký počet globálních problémů, které jsou spojeny s turismem, proto cílem příspěvku je zhodnotit pouze vybrané globální problémy turismu na konkrétních příkladech. Autor v příspěvku využil jak sekundární údaje z odborných knih, časopisů a dalších zdrojů, tak současně i čerpal údaje ze svých osobních zkušeností s návštěvy vybraných zemí.

VÝSLEDKY A DISKUZE

V následující části příspěvku autor představí vybrané globální problémy turismu na konkrétních příkladech zemí, zasaženými těmito problémy. V tabulce 1 lze vidět, jaké destinace patří mezi TOP 5 nejnavštěvovanějších zemí světa v roce 2018. V tom roce vedla Francie s více než 89 miliony turistů, za Francií se umístilo Španělsko, USA, Čína a Itálie.

Tab. 1: TOP 5 nejnavštěvovanějších zemí světa v roce 2018

Pořadí	Destinace	Mezinárodní příjezdy
1	Francie	89,4 milionů
2	Španělsko	82,8 milionů
3	USA	79,6 milionů
4	Čína	62,9 milionů
5	Itálie	62,1 milionů

Zdroj: Vlastní zpracování podle UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition

První zemí, kterou autor v příspěvku představí, je **Španělsko**. Tuto zemí v roce 2018 navštívilo více jak 82 milionů turistů, což je po Francii (89,4 milionů) druhá nejnavštěvovanější zemí světa. Celkem turisté ve Španělsku utratili více jak 2,3 bilionu Kč.

Španělsko patří taky mezi oblíbené destinace Čechů a řadí tuto zemí na šesté místo v nejoblíbenějších destinacích českých turistů. V roce 2018 Španělsko navštívilo přibližně 250 000 českých turistů.

Španělsko se proto v současnosti potýká s nárůstem velkého počtu turistů. Pláže bývají přeplněné a v ulicích měst se nedá hnout. Takovým příkladem mohou být pláže ve městě Barcelona a v jejích okolí, stejně tak pláže na ostrově Mallorca, který patří k nejnavštěvovanějším Baleárských ostrovů Španělska.

Na následujícím obrázku lze vidět pláž ve městě Calella, kterou měl autor příspěvku možnost navštívit před 11 lety. Letovisko Callela s více jak 18 tisíci obyvateli leží na pobřeží Costa del Maresme a Costa Brava asi 58 km od Barcelony.



Obr. 1: Zaplněná pláž v letovisku Calella ve Španělsko (*foto autor*)

V Barceloně z důvodu velkého počtu turistů, klesl počet místních obyvatel, kteří byli nuceni se odstěhovat mimo centrum, a to z důvodu rostoucích životních nákladů. Proto někteří zástupci samosprávy ve městě uvažují, že omezí rozšíření letiště, které v roce 2018 přijalo více jak 50 milionů zahraničních turistů. Letiště v současnosti dokáže pojmout maximálně 55 milionů osob ročně a blíží se tedy ke svému kapacitnímu stropu. Dalším místem Španělska, které se potýká s velkým počtem turistů, patří Mallorca. Autor příspěvku ji navštívil v srpnu roku 2019.

Na obrázku 2 dole vidíme zaplněnou pláž na severu ostrova Mallorcy, v oblasti Alcudie. Na Mallorce žije přibližně 860 tisíc obyvatel a každým rokem ho navštíví více jak 12 milionů turistů. Proto i v této oblasti Španělska, z důvodu rostoucích cen nemovitostí nemají místní obyvatelé finančních prostředky na život. Velký počet turistů také podle řady odborníků poškozuje místní faunu a flóru. Nejvíce turistů je ale soustředěno kolem hlavního města – Palma de Mallorca.



Obr. 2: Pláž Playa de Muro, Alcudia, Mallorca ve Španělsko (*foto autor*)

Od 1. 5. 2018 se zvýšila na Baleárských ostrovech turistická daň z ubytování, kdy musí každý hotelový host zaplatit 2–4 eura za noc, záleží podle úrovně hotelu. Jedná se o poplatek, který

podle španělského ministerstva pro cestovní ruch, půjde na obnovu životního prostředí. Za rok 2018 se mělo jednat o částku vyšší jak 100 milionů eur.

Další destinací, která se potýká s problémy spojené s mezinárodním turismem, je **Chorvatsko**. Autor příspěvku navštívil Baška voda a Dubrovník v roce 2013. Z pohledu českých turistů se jedná o jejich nejoblíbenější destinaci posledních 20 let, kromě roku 2015, kdy jej předstihlo Slovensko. V roce 2018 Chorvatsko navštívilo více jak 800 tisíc českých turistů. Mezi místa Chorvatska, které trpí pod nápoem turistů, patří např. Makarská riviéra, Dubrovník, Plitvická jezera apod. Problémem např. Dubrovníku je, že zahraniční turisté přijíždějí ve velkých počtech na velkých výletních lodích, viz. obr. 3. Dubrovník je město zapsané na seznam UNESCO a v poslední době sílí tlak na to, že pokud se nezmění situace v tomto historickém město, mohl by Dubrovník o statut UNESCO památky přijít.



Obr. 3: Pohled na výletní loď Dubrovník, Chorvatsko (*foto autor*)

V Dubrovníku žije něco málo kolem 5 tisíc obyvatel, ale počet přenocování v místních hotelech dosáhl 3,4 milionu. V létě proudí do Dubrovníku právě z výletních lodí až 10 tisíc turistů za den. Podle Chorvatského institutu turistiky země si přišla na více jak 53 milionů eur z výletních lodí, ale na druhé straně se odhaduje, že náklady, které vyplývají z poškozování životního prostředí ve městech, dosahují 338 milionů eur.

Dalším místem Chorvatska, které trpí pod nápoem turistů, je přístavní městečko Baška Voda, které leží asi 10 km od centra Makarské. Na obrázku níže jsou vidět přeplněné pláže na tomto místě již v roce 2013.

Také národní park Plitvická jezera v Chorvatsku, se potýká s velkým nárůstem počtu turistů, kdy zejména v letních měsících navštíví toto místo více jak 15 tisíc turistů za den. Východiskem těchto problémů může být regulace počtu turistů ve vybraných lokalitách, tzn. že se určí maximální počet turistů za den, kteří mohou vybrané místo navštívit.



Obr. 4: Zaplněné pláže na Baška Voda, Chorvatsko (foto autor)

Také v **České republice**, např. Praha a Český Krumlov, se potýká s velkým nárůstem počtu turistů. Praha např. zavedla v centru města tzv. policejní hodinu, která podnikům prikazuje ukončit večerní produkci ve 22 hodin. Noční klid ale málokdo skutečně respektuje. Stížnosti obyvatel hlavního města na hlučné turisty se pořád množí. I kvůli nim Praha zřídila funkci nočního starosty, který bude mít kontrolu nočního života na starosti. Český Krumlov od poloviny roku 2019 zavedl poplatky pro turistické autobusy, které čeká povinná rezervace předem a další peníze zaplatí za vyložení a naložení turistů. Za online objednaný jeden vjezd na terminál platí každý autobus 625 korun, vjezd bez předchozí rezervace stojí 2 000 korun. Vícedenní pobyty vyjdou levněji. Na obrázku 5 níže lze vidět destinace, které kvůli turistům hlásí uzavírky a omezení.



Obr. 5: Omezení a uzavírky kvůli turistům v Evropě i ve světě (Zdroj: Weikert, 2019).

Podle **Divinová (2019)** kromě již výše zmíněných měst, které se potýkají s overturismem a poškozováním památek, je mnoho dalších vybraných míst v Evropě, které se s tímto problémem potýkají:

- **Itálie, Řím** – Začátkem srpna městské úřady zavedly zákaz sezení na Španělských schodech. Důvodem jsou nejen obavy o její poškození, ale také lidé, kteří se na ní zdržují příliš dlouho a blokují ostatní. Za porušení hrozí pokuta v rozmezí od 160 (4100 Kč) do 400 eur (10300 Kč).
- **Itálie, Benátky** – Benátské budovy a v pozadí kolosální výletní loď. To je panorama, které lze v Benátkách vyfotografovat každý den. Místní obyvatelé už jsou natolik znechuceni, že proti mohutným výletním lodím začali protestovat. Podle listu Financial Times italské úřady rozhodly o tom, že velké výletní lodě nebudou moci od plout do některých kanálů v centru Benátek.
- **Nizozemsko, Giethoorn** – Obec Giethoorn, která je často nazývána „nizozemskými Benátkami“, navštěvuje každoročně odhadem 350 tisíc čínských turistů. Přeplnění obce vedlo nizozemskou turistickou radu k zastavení aktivního pokusu přilákat více turistů. V Amsterdamu úředníci přijali opatření, které zakazuje výstavbu nových hotelů a obchodů se suvenýry. Turisté také musí zaplatit pokutu, pokud jsou na veřejnosti přistiženi při pití alkoholu či vykonávání lidské potřeby.
- **Francie, Paříž** – Začátkem července 2019 pařížští úředníci oznámili, že plánují zakázat vjezd vyhlídkových autobusů do centra města, aby měli lepší kontrolu nad provozem.
- **Rakousko, Hallstatt**. Vesnice Hallstatt každoročně přiláká přes milion turistů. V Číně se stala natolik populární, že v roce 2012 tam byla postavena její replika. Ačkoliv sláva povzbudila ekonomiku obce, mnozí z 800 obyvatel jsou se záplavou turistů nespokojeni. Od roku 2020 budou mít proto turistické autobusy přístup do Hallstattu pouze tehdy, pokud si koupí jízdenku na určitý časový úsek předem.
- **Rakousko, Vídeň** – V první polovině roku 2019 navštívil rakouské hlavní město rekordní počet turistů. I když to turistická kancelář města ocenila, uznala, že je potřeba něco s nekontrolovatelnými davy udělat. Problémem jsou zejména skupiny turistů, které přijíždějí lodí po Dunaji a ti, kteří ucpávají město během dopravní špičky. Úředníci také zvažují zavedení časových limitů u pronájmů přes platformu Airbnb.
- **Dánsko, Kodaň** – **Kodaň** přijala několik opatření, aby si udržela svůj titul nejšťastnějšího města na světě. Pro lepší řízení turistů se město pokusilo rozmístit turisty po celém městě, vytvořilo tiché zóny pro obyvatelé v sousedství a zastavilo otevírání nových barů a restaurací v místech, kde už jich několik existuje.

Podle **Anonym (2019)** a **Daňková (2019)** problémy, které přináší zemím rozvoj turismu, se potýkají taky mimo Evropu: Jedná se např. o Austrálii a jejich posvátnou horu Uluru zapsanou na seznam památek UNESCO, vstoupil dne 25. 9. 2019 v platnost zákaz vstupu na toto posvátné místo. Např. také další destinace jako:

- **Thajsko** zakázalo vstup do thajské zátoky (známé z filmu Pláž) na přechodnou dobu do roku 2021. Do zákazu navštívilo zátoku Maja v souostroví Pchi Pchi denně až 5 tisíc turistů.

- **Filipíny** v říjnu 2018 návštěvníkům znovu otevřely ostrov Boracay s bílými plážemi, který byl uzavřen kvůli ochraně životního prostředí. Počet turistů tam byl omezen a na plážích platí zákaz kouření, pití alkoholu a rozdělávání ohně.
- Nová pravidla mají také ochránit památky incké civilizace v okolí peruánského Machu Picchu. Úřady ve spolupráci s organizací na ochranu světového dědictví UNESCO stanovily podmínku, že každý zájemce o návštěvu se bude muset držet jedné ze tří vytyčených tras. Na vybraných místech se bude zdržovat jen omezeně dlouhou dobu a pro vstup do prostor takzvané Incké citadely bude muset využít služeb oficiálního průvodce.
- Třeba Bhútán omezuje počty návštěvníků dlouhá léta. Začali s tím před 30 lety a každý rok pouští do země jen pět tisíc návštěvníků, ukázali tak světu velmi zajímavou strategii. Počet lidí nelimitovali přímo, ale prostřednictvím počtu letů, cen letenek a 250eurovou denní sazbou za pobyt. Lidé, kteří za návštěvu Bhútánu utratí tolik peněz, si chtějí být jistí, že tam přiletí v pravý čas, což je zhruba dvakrát do roka. Bhútánci ukázali, že díky selektivnosti se z nich stala velmi žádaná a exkluzivní destinace.
- Na ostrov Big Major Cay na Bahamách se např. cestuje za prasaty, které se koupají v teplém Karibském moři. Jenže v poslední době tady prasata ve velkém vymírají. Mohou za to turisté, kteří čuníky na pláži krmí. Zvířata totiž společně s potravou zkonzumují i velké množství písku, který jim způsobuje trávicí potíže. Neukáznění návštěvníci ostrova také nabízejí prasatům pivo a rum a občas se je pokoušejí osedlat.

ZÁVĚR

Příspěvek se věnoval problematice globálních problémů mezinárodního turismu. Cílem příspěvku bylo zhodnotit vybrané globální problémy turismu na konkrétních příkladech zemí, které se s vybranými problémy mezinárodního turismu potýkají. Autor v příspěvku využil jak sekundární údaje z odborných knih, časopisů a dalších zdrojů, tak i čerpal údaje ze svých osobních zkušeností s návštěvy vybraných zemí.

V příspěvku byly pouze nastíněny vybrané konkrétní problémy mezinárodního turismu na příkladech Španělska, Chorvatska, České republiky a dalších vybraných evropských i mimoevropských zemí.

Jednou z možností, jak bojovat proti velkému nárůstu počtu turistů, patří jeho regulace v místech, které jsou nejvíce turismem zasaženy. Jednou z forem regulace turismu, může být zavedení různých druhů daní a poplatků, souvisejících např. s ubytovacími kapacitami v místech, s nejvyšším počtem turistů nebo poplatky za vjezd autobusu do centra města apod.. Některé země již k těmto krokům přistoupily. K dalším krokům patří např. odmítání hostů, pokud mají hotely, restaurace, dopravní společnosti, když mají obsazeno. Každé místo na světě musí najít své vlastní řešení této situace. Jinak se overturismus bude řešit na ostrovech a jinak ve světových metropolích. Neexistuje univerzální řešení, které by bylo použitelné ve všech regionech světa. Důležité je zaměřit se v první řadě na své vlastní obyvatele a teprve pak na turisty. Důležité je také si uvědomit, co jednotlivé samosprávy a vedoucí představitelé států od mezinárodního turismu chtějí. Např. zda chtějí mít dostatek tzv. batůžkářů, nebo výletníků, kteří navštíví místo jen na pár hodin, nebo se více zaměří na turisty, kteří v daném místě přenocují a utratí své volné finanční prostředky za nákup vybraných služeb, suvenýrů apod.

Kromě overturismu, který byl v článku zmíněn, souvisí s turismem také oxid uhličitý a nedostatek dalších zdrojů, zejména vody. Dalším problémem, který ovlivňuje turismus celosvětově, patří i globální oteplování, které se projevuje negativně u vybraných zemědělských plodin, které současně mohou přispět ke změnám v potravinářském průmyslu a zemědělství. Změna klimatu zasáhne i vybrané firmy a podnikatele, kteří podnikají v turismu, a to z důvodu nedostatku sněhové pokrývky, a zvyšujících se investic do zasněžování.

Je vhodné se i nadále se věnovat konkrétním příkladům, které souvisí s globálními problémy a mezinárodním turismem. S rostoucím počtem turistů, budou růst i problémy, které s mezinárodním turismem souvisí.

Poděkování:

Tento článek vznikl za podpory Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy ČR v rámci Institucionální podpory na dlouhodobý koncepční rozvoj výzkumné organizace v roce 2020.

Literatura

ANONYM 1. *Návaly turistů trápí Evropu i svět. Mnohé země zavádějí opatření.* [online]. © 2020 [cit. 2020-01-07]. Dostupné také z: https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/overturismus-turismus-cestovni-ruch-airbnb-levne-letenky.A190814_113055_eko-zahranicni_div

ANUAR, A. a kol. The Impact of Overtourism Towards Local Community in Heritage City. In *Journal of Tourism & Hospitality*, Vol. 8 Iss. 3 No: 406. ISSN 2167-0269. Doi: 10.35248/2167-0269.19.8.406

BERTOCCHI, D., FRANCESCO, V. *The Overwhelmed City”: Physical and Social Over-Capacities of Global Tourism in Venice.* In *Sustainability*, Vol. 11, Iss. 24, 2019. ISSN 2071-1050. DOI: 10.3390/su11246937

ČEJNA, V. Aktuální trendy v sýrařské gastronomii. In: *XII. Mezinárodní vědecká konference "Nové trendy v gastronomii, hotelnictví a cestovním ruchu"*, Brno: VŠOH. 2019, ISBN 978-80-7627-006-0.

ČSÚ, *Statistiky – cestovní ruch*, 2020. [online]. © 2020 [cit. 2020-01-07]. Dostupné také z: https://www.czso.cz/csu/czso/cestovni_ruch

DAŇKOVÁ, M. *Z turistů je zboží, města je musí odmítat. Přednost mají životy místních, říká expert.* 2019. [online]. © 2020 [cit. 2020-01-30]. Dostupné také z: <https://magazin.aktualne.cz/cestovani/odmitat-turisty-je-spravne-nemuzeme-byt-na-nich-zavisli-rika/r~1c66aaae151911ea8776ac1f6b220ee8/>

DIVINOVÁ, J. *Návaly turistů trápí Evropu i svět: Mnohé země zavádějí opatření.* [online]. © 2020 [cit. 2020-01-30]. Dostupné také z: https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/overturismus-turismus-cestovni-ruch-airbnb-levne-letenky.A190814_113055_eko-zahranicni_div

ECKERT, C. a kol. *Strategies and measures directed towards overtourism: a perspective of European DMOs* In *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 5, No. 4, 2019. ISSN 2056-5607. DOI:10.1108/IJTC-12-2018-0102

CHONG, K., L. *The Side Effects of Mass Tourism: The Voices of Bali Islanders.* Asia Pacific Journal Tourism Research, Vol. 25, Iss. 2, 2020. ISSN 1094-1665. DOI: 10.1080/10941665.2019.1683591

INDROVÁ, J. *Cestovní ruch: důležitá součást ekonomiky a významný faktor rozvoje destinací*, 2010. [online] © 2019 [cit. 2019-20-20]. Dostupné také z: <http://www.casopis.ochranaprirody.cz/zvlastni-cislo/cestovni-ruch/>

LINETTI, L. *The effect of globalization on the tourism industry*. [online]. © 2019 [cit. 2019-12-12]. Dostupné také z: <https://thriveglobal.com/stories/the-effect-of-globalization-on-the-tourism-industry/>

ORGANIZACE RESPONSIBLE TOURISM PARTNERSHIP. *OverTourism*. [online]. © 2019 [cit. 2019-12-12]. Dostupné také z: <https://responsibletourismpartnership.org/overtourism/>

ŠAMBRONSKÁ, K. *Cestovní ruch jako jedna z cest pomoci rozvojovým krajinám – na příklade dobrovolnictva*. In *Journal of Tourism, Hospitality and Commerce*, 2018, Brno: VŠOH. [online]. © 2018 [cit. 2020-12-12]. Dostupné také z: http://www.hotskolabrno.cz/upload/userfiles/files/JTHC_01_18_def_031018.pdf

UNWTO, *TOURISM Highlights: 2018 Edition*. [online] © 2020 [cit. 2012-01-27]. Dostupné také z: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>

WEIKERT, P. *Máme plno, zavíráme! Turistické destinace vyhánějí návštěvníky*. [online]. © 2019 [cit. 2019-12-15]. Dostupné také z: https://www.euro.cz/byznys/mame-plno-zavirame-turisticke-destinace-vyhaneji-navstevniky-1461214#utm_medium=selfpromo&utm_source=euro&utm_campaign=copylink

Kontaktní údaje:

Ing. Patrik Kajzar, Ph.D., Slezská univerzita v Opavě – Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné. Katedra cestovního ruchu a volnočasových aktivit, Univerzitní náměstí 1934/3 733 40 Karviná, Česká republika, E-mail: kajzar@opf.slu.cz

PRÍKLADY DOBREJ PRAXE A APLIKÁCIA NOVÝCH TRENDOV MANAŽMENTMI GASTRONOMICKÝCH PREVÁDZOK

EXAMPLES OF GOOD PRACTICE AND APPLICATION OF NEW TRENDS BY MANAGERS IN GASTRONOMIC BUSINESS

DAGMAR KOZELOVÁ, DANIELA CHMELOVÁ, JÁN DUREC, IRENA FELIXOVÁ

Abstrakt:

Pri zostavovaní ponuky jedál manažmentmi gastronomických prevádzok badáme prvky environmentálneho správania, v ekonomike výroby zvažujú aj ukazovatele ako napr. cena tovaru, dopravné náklady surovín a ďalšie. Cieľom práce bolo poukázať na výsledky skúmaní z uplatňovania poznatkov o uhlíkovej stope pri výbere jedál spotrebiteľmi v reštauráciách v zahraničí, poukázať na príklad dobrej praxe vo vybranom podniku závodného stravovania. V práci uvádzame tiež aplikáciu nových trendov v nápojovom priemysle a v ponuke nápojov a regionálnych špecialít ako aj zdravých jedál v gastronomických prevádzkach. Tieto trendy v stravovaní odrážajú zmeny v správaní spotrebiteľov smerom k zlepšeniu svojho zdravia, predchádzaniu civilizačných ochorení a postupný prechod na zdravý životný štýl.

Kľúčové slová:

manažment reštaurácie, závodné stravovanie, uhlíková stopa, environmentálne správanie, spotrebiteľ, zdravý životný štýl

Abstract

When compiling meal offers by managements of gastronomic businesses there can be observed some elements of environmental behaviour, they also take into consideration such economic indicators as the price of goods, transport costs of raw materials, etc. The aim of the work was to highlight the results of the research on the application of knowledge about carbon traces in the selection of meals by consumers in restaurants abroad and to point to an example of good practice in a chosen catering company. In the work we point out the application of trends in the beverage industry and in the offer of beverages and regional specialities in gastronomic businesses. These eating trends reflect changes in consumer behavior towards improving their health, preventing civilization diseases and gradually moving towards a healthy lifestyle.

Key words:

restaurant management, catering, carbon trace, environmental behaviour, consumer, healthy lifestyle

ÚVOD

Tradičná gastronómia je spojená s využívaním lokálnych zdrojov, sezónnymi surovinami a miestnymi výrobkami. Nové technológie a inovácie výrazne ovplyvňujú rozhodovanie manažmentov a sú kľúčovými vo všetkých oblastiach podnikania v gastronomických službách. Životný štýl je ovplyvnený vývojom a využívaním digitálnych technológií napr. pri výbere

reštaurácie a online objednávaní jedla. Súčasný spotrebiteľ sa chce podľa **Fišera et al. (2016)** stravovať chutne, zdravo, pohodlne. Budúcnosť gastronomických prevádzok ovplyvňujú viaceré vnútorné a tiež vonkajšie faktory. K vonkajším faktorom patrí okrem iného aj stav životného prostredia a environmentálne správanie zákazníkov.

Preto cieľom práce bude priblížiť výsledky skúmaní z uplatňovania poznatkov o uhlíkovej stope pri zostavovaní ponuky jedál manažmentmi a pri výbere jedál spotrebiteľmi v reštauráciách v zahraničí, poukázať na príklad dobrej praxe vo vybranom podniku závodného stravovania, poukázať na aplikáciu trendov v nápojovom priemysle a v ponuke nápojov v gastronomických prevádzkach.

VNÍMANIE VPLYVU UHLÍKOVEJ STOPY V ZAHRANIČÍ

Zmena klímy je jedným z najzávažnejších problémov, ktoré je potrebné riešiť v blízkej budúcnosti (**Rockstrom et al., 2009; Foley et al., 2011**). Vo vyspelých krajinách sa výroba potravín a ich ekonomika začala spájať s emisiami skleníkových plynov. Hlavným ukazovateľom je uhlíková stopa. Podľa **Melkusovej (2013)** je uhlíková stopa ukazovateľom plynov z emisií skleníkových plynov, ktoré zaťažujú životné prostredie. Na uhlíkových stopách produktu sa podieľa či už jeho výroba, spracovanie, balenie aj transport. To znamená, čím je miesto pôvodu potraviny vzdialenejšie a čím dlhšiu trasu až na tanier prekoná, tým väčšia uhlíková stopa sa prejaví.

PRÍKLADY DOBREJ PRAXE V REŠTAURÁCIÁCH V ZAHRANIČÍ

Dlhodobá koncepcia pre oznamovanie informácií o uhlíkovej stope spojenej s jedlom bola vypracovaná vo Fínsku. Kritériá pre Climate Choice jedlá boli vytvorené na základe dialógu so všetkými zúčastnenými stranami, prevádzkovatelia reštaurácií pilotný koncept začali uplatňovať v 25 reštauráciách. Okrem vplyvov zmeny klímy je možné sem zahrnúť ďalšie možnosti, a to sú kritériá udržateľnosti, ktoré už boli preskúmané. Tento koncept bol založený na zjednodušenej stope uhlíka produkciou surového materiálu a spracovania surovín pre 105 bežne vybraných obedov.

Koncept Climate Choice jedlo bol vytvorený na základe dvoch alternatívnych kritérií pre zmenu klímy:

- pre okamžité zavedenie,
- pre budúcu implementáciu, v prípadoch, keď uhlíková stopa je prípustná pre reštaurácie.

Kritériá pre okamžité zavedenie obsahujú zoznam zložiek prevažne rastlinného pôvodu s nízkou uhlíkovou stopou. Na základe týchto kritérií by malo byť ľahké pre reštaurácie odhadnúť uhlíkové stopy v jedle, čo umožňuje označovanie pokrmov, keď ich uhlíkové stopy sú aspoň o 25 % menšie ako u priemerného jedla (**Pulkkinen et al., 2015**).

Okrem týchto dvoch kritérií konceptu Climate Choice je potrebné dodržiavať odporúčania Úradu verejného stravovania vo Fínsku, pričom treba brať do úvahy, že konzumovať určité druhy rýb na červenom zozname WWF fínskej morskej príručky je zakázané (**Tukker a Jensen, 2006; Seppälä et al., 2011**). Na to, aby koncept fungoval, je potrebné informovať spotrebiteľov, aby získali vedomosti o tom, ako si zvoliť správny výber potravín (**Hartikainen et al., 2014**). Pre spotrebiteľov je dôležité pochopiť podstatu uhlíkovej stopy a taktiež ako môže

byť spotreba potravín šetrná ku klíme (**Upham et al., 2010; Gadema a Oglethorpe, 2011; Spaargaren et al., 2013**).

Podobný koncept pod názvom Klima+ alebo Climate+ pre reštaurácie bol vytvorený v Dánsku a jeho kritériá boli použité pre úroveň celej reštaurácie a jedného menu. Išlo o to, aby sa znížil prísun mäsa a zvýšil prísun zeleniny a aby sa minimalizovalo plytvanie potravinami. Ďalším riešením, ktoré bolo podporované je dopad na klímu, ako sú organické a miestne produkty a produkty, ktoré sú menej intenzívne spracované (**Copenhagen City Council, 2014**).

Cieľom týchto štúdií bolo zvýšiť povedomie spotrebiteľov o uhlíkovej stope spojenej s prípravou jedla v reštauráciách, tým že im ponúka ekologicky prijateľné jedlo ako alternatívu k ďalším možnostiam. V priemere hlavné jedlo s prílohou predstavuje 45 % z dopadu na jedlo, šalát takmer 30 %, mlieko 20 % a chlieb menej ako 10 %. Tým, že sa zmení skladba jedla, alebo samotný recept, dopady na zmeny klímy sa výrazne znížia. Medzi jedlami, ktoré zaznamenali významne nižšie emisie patrí vegetariánska strava. Zeleninové polievky, karí, tofu, fazuľa a jedlá zo šošovice obsahovali najnižšie emisie. Napr. dve vegánske polievky mali o 75 % menej emisií ako priemerné hlavné jedlo. Najvyššiu hodnotu emisií vo vegetariánskych pokrmoch mali grécke šaláty s kozím syrom, pretože zelenina bola pestovaná v skleníkoch v zimnom období. Podľa zistení to bola zelenina pestovaná v severnej Európe. Ďalším vyhľadávaným jedlom sú ryby, ktoré sú zaujímavé hlavne z nutričného hľadiska. Nízka uhlíková stopa by pri nich bola v prípade chovu rýb v regióne spotreby, teda pri malých vzdialenostiach na prepravu.

Výsledky konceptov sú informatívneho charakteru nakoľko nebolo vyzbieraných dostatok odpovedí od spotrebiteľov v prieskume. Tento projekt bol úspešný v niektorých reštauráciách, ale nie vo všetkých. Medzi respondentmi najdôležitejším kritériom pre výber jedla bola atraktivita a chuť. Spotrebiteľia, ktorí sa rozhodli pre Climate Choise jedlo povedali, že si ho vybrali zo zdraviu prospešného dôvodu a nie ekologického. Veľkým nedostatkom bola nízka informovanosť, reklamné letáky poukladané na pultoch si zákazníci nevšimli a dôvodom bol ich veľký hlad a zaneprázdnenosť. Tí ktorí si všimli letáky si mysleli, že výberom vegetariánskeho jedla si vybrali jedlo z konceptu Climate Choise (**Upham et al., 2011; Tan et al., 2014**). Dôležitým krokom je zvýšiť komunikáciu, informovanosť a označovanie výrobkov, nielen v reštauráciách, ale aj v bufetoch a v závodných jedálňach (**Jungbluth et al., 2014**).

PRÍKLAD DOBREJ PRAXE V ZÁVODNOM STRAVOVANÍ NA SLOVENSKU

Ďalším príkladom dobrej praxe v stravovaní je spoločnosť Slovnaft a.s. Na základe výsledkov preventívnych prehliadok zamestnancov sa vedenie podniku spolu s prevádzkovateľmi závodného stravovania, koordinátormi nového stravovacieho programu a stravovacou komisiou rozhodli rozbehnúť projekt zdravého stravovania. Ide o revolučný krok v závodnom stravovaní, ktorý umožňuje zamestnancom so záujmom o svoje zdravie výber zdravých jedál. Rozčlenenie farieb bolo vybrané tak, aby bolo z nich zrejmé, ktoré stravy majú aký vplyv na zdravie. Tradičná strava zostala zachovaná, avšak červená farba naznačuje, že pre zdravie nemusí byť optimálna (**Fořt, 2007**). Tento projekt nesie názov Semafor zdravého stravovania a jeho spoluautorom je Jaroslav Škvařil z Českej spoločnosti pre výživu a vegetariánstvo. Projektu sa venoval od začiatku roka 2015, pričom školil všetkých kuchárov Slovgastu zo zásad prípravy zdravých jedál priamo na ich pracovisku. Zdravá „zelená“ strava je zostavená tak, aby

chránila spotrebiteľov pred civilizačnými ochoreniami, ktorých spúšťačom je zlé stravovanie, táto strava prispieva k ich účinnej liečbe. Zelená strava obsahuje veľké množstvo zeleniny, hydiny a nachádzajú sa v nej vitamíny, minerálne látky a vláknina, napomáha tiež znižovaniu obezity. Príprava „zelených“ a „žltých“ jedál si vyžaduje zmenu tradičných surovín za nutrične bohatšie, s čím sa spájajú aj špecifické postupy. Na to, aby sa pri príprave zdravých jedál zachovalo čo najviac živín, bolo potrebné nakúpiť aj moderné kuchynské zariadenia (**Frolkovičová, 2015**).

Na správne zavádzanie zdravého stravovania dohliada MUDr. Frolkovičová, ktorá sa zapojila do tohto projektu s cieľom znížiť výskyt ochorení zistených u zamestnancov. Rozbehla koncepciu protizápalovej stravy, nakoľko zápal je podstatou väčšiny ochorení. Preto aj strava zameraná proti zápalu rieši viacero problémov naraz. Dokázalo sa, že niektoré potraviny v tele zápal podporujú (tzv. prozápalové) a iné naopak liečia (protizápalové) (**Frolkovičová, 2016**).

K prozápalovým potravinám patria: mäsové výrobky a iné zdroje „zlých“ tukov, tučné mliečne výrobky, pekárenské výrobky z bielej múky a stužených tukov, cukry a iné. K protizápalovým potravinám patria: zelenina, ovocie, celozrnné obilniny, masné morske ryby, orechy, zelený čaj a iné. Na základe týchto poznatkov zostavuje recepty pre kuchárov, na ktorých prípravu osobne dohliada. Pre kuchárov na prípravu receptov zostavila pomôcku, kde popísala kulinárske postupy na prípravu jedál a taktiež pravidlá pre zostavovanie receptov (noriem). Používané kulinárske postupy v jednotlivých líniách (**Frolkovičová, 2014**, upravené **Durec, 2019**):

Zelená línia: blanšírovanie, dusenie, varenie, restovanie (krátko opraženie na dobrom tuku), pečenie zelených potravín na papieri.

Žltá línia: pečenie zdravého jedla na nepriľnavých povrchoch, vymastenom plechu, odporúčame minimálnu teplotu pri pečení, prípadne kombináciou pary a ľahkého dopečenia.

Červená línia: vyprážanie žltých a červených potravín, tepelné úpravy na „červených“ tukoch. Túto tepelnú úpravu neodporúčame vôbec používať.

Zamestnanci vyplňujú dotazníky zamerané na zisťovanie spokojnosti so stravou, majú možnosť vpísať do nich svoje námety a pripomienky, ktoré následne po schválení stravovacou komisiou zavádzajú do praxe. Rozšírili tiež zdravú stravu, a to takým spôsobom, že každý zamestnanec má možnosť si stravu nakombinovať tak, aby nepresiahla 350 g. Strava má pestrú variabilitu a je pripravovaná zdravo. Pri každom ponúkanom jedle je uvedená hmotnosť a energetická hodnota. Mnoho zamestnancov si kombinuje delenú stravu: mäso + šaláty. Takto upravená strava na organizmus pôsobí ako zdroj energie a mala by znížiť riziko výskytu civilizačných ochorení ako napr. nadváhy.

Aplikácia nových trendov v ponuke nápojov

V nápojovom priemysle vznikajú nové minipivovary, ponúkajúce originálne výrobky, majúce vlastnú značku a tiež prepojenie na lokálnu gastronómiu. Ich sortiment pív je širší, v klasických supermarketoch sa však nenachádza, resp. sa miestami začína objavovať ako čapované pivo.

V ponuke miešaných nápojov prevláda výroba koktejlov a nápojov z čerstvého, resp. mrazeného ovocia. Niektoré gastronomické prevádzky hotely, reštaurácie, kaviarne reagujú na požiadavky zákazníkov zdravo sa stravujúcich a do ponuky nápojových lístkov zaraďujú aj

nové výrobky nápojového priemyslu. Ide o funkčné nápoje s pridanou hodnotou pre spotrebiteľa. V ich ponukách badáme 100 % ovocné šťavy, nové ovocné, zeleninové nápoje ako aj kombinované. Lídrom v nápojovom priemysle je slovenská spoločnosť McCarter a.s., ktorá už 6. rok získala viaceré významné ocenenia za inovácie nápojov na medzinárodných výstavách potravín a nápojov. Okrem ovocných a zeleninových štiav priamo lisovaných vyrába aj niektoré funkčné nápoje, ktoré môže zákazník vybrať z chladničky, uhradiť a konzumovať ako napr. športové (proteínové) nápoje a viaceré druhy káv. Spoločnosť vo výrobnom procese využíva lokálne zdroje ovocia a zeleniny, čím podporuje domácich producentov, zamestnanosť miestneho obyvateľstva a regionálnu ekonomiku.

Za najvýraznejší pokrok považujeme skutočnosť, že spotrebitelia zvyšujú svoje environmentálne povedomie, uvedomujú si potrebu minimalizovať množstvo plastového jednorazového odpadu až jeho úplné nahradenie inými biologicky rozložiteľnými materiálmi a v gastronomických prevádzkach sa začína rozširovať podávanie nápojov do zálohovaných pohárov, ktoré možno po umytí použiť viackrát, príp. si zákazník svoj pohár prinesie so sebou.

V ponuke vín v gastronomických prevádzkach sa uprednostňuje kvalita a špecializácia. Vínna kultúra sa sústreďuje na vína s identitou, ktoré majú štýl, sú jedinečné s odrazom na lokalitu pestovania, odrodu a technológiu výroby. Harmonické prepojenie chuti a vône vín s konkrétnymi jedlami patrí do oblasti enogastronomie, kde skúsený sommelier individuálnym prístupom k zákazníkovi odporúča vhodné kombinovanie.

ZÁVER

V poslednom období sa spotrebitelia po viacerých potravinových škandáloch čoraz častejšie zaujímajú o potraviny, ich pôvod, použité technológie v pestovaní rastlín a ako aj o dodržiavanie welfare v chovoch zvierat. Správanie spotrebiteľov nadobúda širší environmentálny rozmer, ktorý možno badať aj v informovanosti o uhlíkovej stope a vplyve vzdialenosti a spôsobu prepravy potravín na ekonomiku jedál v gastronomických prevádzkach. Značná časť spotrebiteľov aj preto mení svoje stravovacie zvyklosti, začínajú preferovať viac rastlinné produkty, bioprodukty a zdravý životný štýl. Tieto zmeny badáme aj pri kúpe potravín do domácností a tiež v zariadeniach spoločného stravovania. V ponuke nápojov gastronomických prevádzok sa vyskytujú kvalitné vína a ovocné šťavy ako aj funkčné nápoje, vrátane kávy, nápojov pre športovcov a širokú verejnosť. Manažmenty gastropodnikov sa tiež začínajú správať environmentálne a presadzovať podávanie nápojov v zálohovaných nádobách, ponúkajú okrem klasických a regionálnych špecialít aj zdravé jedlá.

Literatúra

Copenhagen City Council. Climate+ restaurants. In *City of Copenhagen* 2014. [cit. 2019-01-10] Dostupné na: <http://subsite.kk.dk/sitecore/content/Subsites/CityOfCopenhagen/SubsiteFrontpage/Business/EnterprisesForClimateChange/CLIMATEplusRestaurants.aspx>.

FIŠERA, M. et al. *Gastronomie – vybrané kapitoly*. 2016. Český Těšín : 2 Theta, 285 s. ISBN 978-80-86380-78-0

FOLEY, Jonathan A., Navin RAMANKUTTY, Kate A. BRAUMAN, et al. Solutions for a cultivated planet. *Nature* [online]. 2011, 478(7369), 337-342 [cit. 2020-01-29]. DOI: 10.1038/nature10452. ISSN 0028-0836. Dostupné z: <http://www.nature.com/articles/nature10452>

FROLKOVIČOVÁ, A. Kulinárske postupy. *Panorama*. 2015, **4**: 10-11. [cit. 2019-01-12]
Dostupné na: <http://mos/sites/SNPanorama/default.espx>

FROLKOVIČOVÁ, A. Protizápalová strava. *KeepWell*. 2016 [cit. 2019-01-12] Dostupné na:
<http://www.keepwell.sk/protizapalova-strava>

FOŘT, Petr. *Tak co mám jíst?*. Praha: Grada, 2007. Zdraví & životní styl. ISBN 978-80-247-1459-2.

GADEMA, Zaina a David OGLETHORPE. The use and usefulness of carbon labelling food: A policy perspective from a survey of UK supermarket shoppers. *Food Policy* [online]. 2011, 36(6), 815-822 [cit. 2020-01-29]. DOI: 10.1016/j.foodpol.2011.08.001. ISSN 03069192. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0306919211001096>

HARTIKAINEN, H. et al. Finnish consumer perceptions of carbon footprints and carbon labeling of food products. *Clean Prod.* 2014 [online] **73**. p. 285–293. [cit. 2019-01-14], DOI: 10.1007/s11367-015-0913-8

JUNGBLUTH, N. et al. ONE TWO WE–life cycle management in canteens together with suppliers, customers and guests. Schenck R, Huizen D. *Proceedings of the 9th International Conference on Life Cycle Assessment in the Agri-Food Sector*. 2014. p. 611–618. ISBN 978-0-9882145-7-6

MELKUSOVÁ, H. Reflexia enviromenálnej politiky v stratégii udržateľného rozvoja. In *Animales Scientia Politica*. 2013. [online] 2. 64-67 ISSN 1339-0732 [cit. 2019-01-14], Dostupné na: <http://www.unipo.sk/public/media/18214/Annales%20Scientia%20Politica%201-2013%20obal.pdf#page=64>

PULKKINEN, Hannele, Taneli ROININEN, Juha-Matti KATAJAJUURI a Maija JÄRVINEN. Development of a Climate Choice meal concept for restaurants based on carbon footprinting. *The International Journal of Life Cycle Assessment* [online]. 2016, 21(5), 621-630 [cit. 2020-01-29]. DOI: 10.1007/s11367-015-0913-8. ISSN 0948-3349. Dostupné z: <http://link.springer.com/10.1007/s11367-015-0913-8>

ROCKSTROM, J. et al. Planetary boundaries: exploring the safe operating space for humanity. *Ecology and Society*. 2009 [online] vol. 14. no. 2. p. 32. [cit. 2019-01-15] Dostupné na: <http://www.ecologyandsociety.org/vol14/iss2/art32/>

SEPPÄLÄ, Jyri, Ilmo MÄENPÄÄ, Sirkka KOSKELA, et al. An assessment of greenhouse gas emissions and material flows caused by the Finnish economy using the ENVIMAT model. *Journal of Cleaner Production* [online]. 2011, 19(16), 1833-1841 [cit. 2020-01-29]. DOI: 10.1016/j.jclepro.2011.04.021. ISSN 09596526. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0959652611001612>

SPAARGAREN, Gert, C.S.A. Kris VAN KOPPEN, Anke M. JANSSEN, Astrid HENDRIKSEN a Corine J. KOLFSCHOTEN. Consumer Responses to the Carbon Labelling of Food: A Real Life Experiment in a Canteen Practice. *Sociologia Ruralis* [online]. 2013, , n/a-n/a [cit. 2020-01-29]. DOI: 10.1111/soru.12009. ISSN 00380199. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/soru.12009>

TAN, M.Q.B, TAN, R.B.H., KHOO, H.H. Prospects of carbon labeling: a life cycle point of view. *J Clean Prod* 2014. [online] vol. 72, p. 76–88, [cit. 2019-01-12]. DOI: 10.1007/s11367-015-0913-8

TUKKER, A, JANSSEN, B. Environmental impacts of products: a detailed review of studies. In *Journal of Industry Ecology*. 2006. [online] vol. 10, no. 3, p. 159–182. [cit. 2019-01-14]. Dostupné na http://www.ce.cmu.edu/~gdrgr/readings/2006/11/07/Tukker_EnvironmentalImpactsOfProducts.pdf

UPHAM, Paul, Leonie DENDLER a Mercedes BLEDA. Carbon labelling of grocery products: public perceptions and potential emissions reductions. *Journal of Cleaner Production* [online].

2011, 19(4), 348-355 [cit. 2020-01-29]. DOI: 10.1016/j.jclepro.2010.05.014. ISSN 09596526.
Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0959652610002015>

Pod'akovanie

Táto práca bola podporená projektom KEGA č. 017SPU-4/2019.

Kontaktné údaje:

Ing. Dagmar Kozelová, PhD., Katedra hygieny a bezpečnosti potravín, Fakulta biotechnológie a potravinárstva, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, E-mail: dkozelova@gmail.com,
Ing. Daniela Chmelová, Slovnaft, a.s. Vlčie hrdlo 1, 824 12 Bratislava, dchmelova@centrum.sk
Ing. Ján Durec, PhD., McCarter, Bajkalská 25, 821 01 Bratislava, E-mail: durec@mccarter.sk
PaedDr. Irena Felixová, Katedra jazykov, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, E-mail: irena.felixova@uniag.sk

ANALÝZA LOKALIZAČNÝCH PREDPOKLADOV A SPOKOJNOSTI NÁVŠTEVNÍKOV SO SLUŽBAMI V NÁRODNOM PARKU SLOVENSKÝ RAJ

ANALYSIS OF LOCALIZATION CONDITIONS AND SATISFACTION OF VISITORS WITH SERVICES IN SLOVAK PARADISE NATIONAL PARK

JANA MITRÍKOVÁ, ELENA ŠÍRÁ, MICHAELA GROMANOVÁ

Abstrakt:

Hlavným cieľom tohto príspevku je analýza prírodných predpokladov rozvoja cestovného ruchu v národnom parku Slovenský raj, stručná analýza sčítania turistov na vybraných náučných a turistických chodníkoch a analýza spokojnosti návštevníkov so službami v severnej časti národného parku Slovenský raj, a to s ubytovacími, stravovacími a dopravnými službami. Analýza bola vykonaná na základe osobného zberu údajov dotazníkovým prieskumom, ktorý sa uskutočnil v letnej sezóne od júna do septembra 2017. Osobne sme oslovili respondentov v ubytovacích a reštauračných zariadeniach v najznámejších turistických strediskách severnej časti Slovenska Národného parku Slovenský raj – Podlesok, Čingov, Hrabušice a ďalšie okolité lokality a parkoviská. Prieskumná vzorka pozostávala z 211 respondentov, z toho 100 slovenských a 111 zahraničných návštevníkov. Dotazník bol vypracovaný v šiestich jazykových mutáciách. Z nášho prieskumu zistili, že slovenskí aj zahraniční návštevníci sú rovnako spokojní alebo nespokojní s poskytovanými službami v Slovenskom raji, ktoré využívali počas svojho pobytu. Väčšina návštevníkov bola však spokojná.

Kľúčové slová:

Národný park Slovenský raj, lokalizačné predpoklady, služby v cestovnom ruchu, spokojnosť zákazníkov.

Abstract:

The main objective of this paper is to analyze natural conditions of tourism development in the Slovak Paradise National Park, an analysis of the tourist census and an analysis of the satisfaction of visitors with services in the northern part of the Slovak National Park paradise, with accommodation, food and transportation services. The analysis was performed on the basis of personally collected data from the questionnaire survey conducted during the summer season from June to September 2017. We addressed the requested respondents personally in accommodation and restaurant facilities in the most famous tourist resorts of the northern part of the Slovak Paradise National Park – Podlesok, Čingov, Hrabušice and other nearby localities and car parks. The survey sample consisted of 211 respondents, of which 100 were

slovak and 111 foreign visitors. The questionnaire was developed in 6 language mutations. We found out from our survey that both slovak and foreign visitors are equally satisfied or dissatisfied with the provision of accommodation, restaurant and transport services in the Slovak Paradise, which they used during their stay. Most visitors, however, were satisfied.

Key words:

National Park Slovak Paradise, Localization conditions, Tourism services, Visitor's satisfaction.

JEL klasifikácia: L83

Článok bol súčasťou riešenia výskumného grantu KEGA 038PU-4/2018

ÚVOD

Pre existenciu a rozvoj cestovného ruchu sú veľmi dôležité predpoklady (podmienky, či faktory), ich všeobecné zákonitosti v konkrétnych oblastiach. Podmienky pre cestovný ruch sa obvykle členia na lokalizačné predpoklady, selektívne predpoklady a realizačné predpoklady. Lokalizačné predpoklady umožňujú umiestnenie (lokalizáciu) aktivít cestovného ruchu do určitej oblasti. Rozhodujúcou je geografická poloha konkrétneho miesta a jeho predchádzajúci, historický vývoj, v ktorom sa tiež výrazne odráža „kvalita geografickej polohy“. Priaznivé lokalizačné predpoklady určujú miesto, kde sa cestovný ruch môže rozvíjať; delia sa na prírodné a kultúrno-historické. Prírodné predpoklady cestovného ruchu priamo súvisia s rozmanitosťou prírodného prostredia na Zemi; sú výsledkom dlhodobého vzájomného pôsobenia rôznych prírodných činiteľov. Patria tu, klíma, vodstvo, reliéf, fauna a flóra. Prírodné predpoklady zohrávajú veľmi dôležitú úlohu v rozvoje cestovného ruchu každej krajiny. U nás je z prírodného hľadiska mimoriadne atraktívne územie Národného parku Slovenského raja. Predstavuje krasové územie s veľkou prírodnou a krajinársko-estetickou hodnotou a je tam vysoká koncentrácia prírodných javov. Nie náhodou bola v roku 1964 vyhlásená za chránenú krajinnú oblasť, ktorá v roku 1988 bola vyhlásená za národný park. Dnes Národný park Slovenský raj patrí po Vysokých Tatrách k druhému najnavštevovanejšiemu miestu na Slovensku. Každoročne sem prichádza, okrem domácich návštevníkov, množstvo turistov z okolitých miest, predovšetkým sú to turisti z Česka, Poľska, Nemecka či Holandska. Slovenský raj je atraktívny pre všetky vekové skupiny, pretože ponúka veľa zaujímavých možností využitia voľného času nielen v letnej, ale aj v zimnej sezóne.

ANALÝZA PRÍRODNÝCH PREDPOKLADOV NP SLOVENSKÝ RAJ

V úvode sa budeme venovať analýze jednotlivých prírodných predpokladov v Národnom parku Slovenský raj. Ten bol najprv rozhodnutím Komisie Slovenskej národnej rady pre školstvo a kultúru č. 30 zo dňa 21.8.1964 vyhlásený ako Chránená krajinná oblasť Slovenský raj. CHKO Slovenský raj bola vyhlásená ako vôbec prvá chránená krajinná oblasť na Slovensku. O 24 rokov neskôr bola CHKO prekategORIZOVANÁ na národný park, ktorý bol vyhlásený Nariadením

vlády SSR č. 23/88 Zb. o Národnom parku Slovenský raj zo dňa 18. januára 1988, s účinnosťou od 1.4.1988 (Čech, 2015).

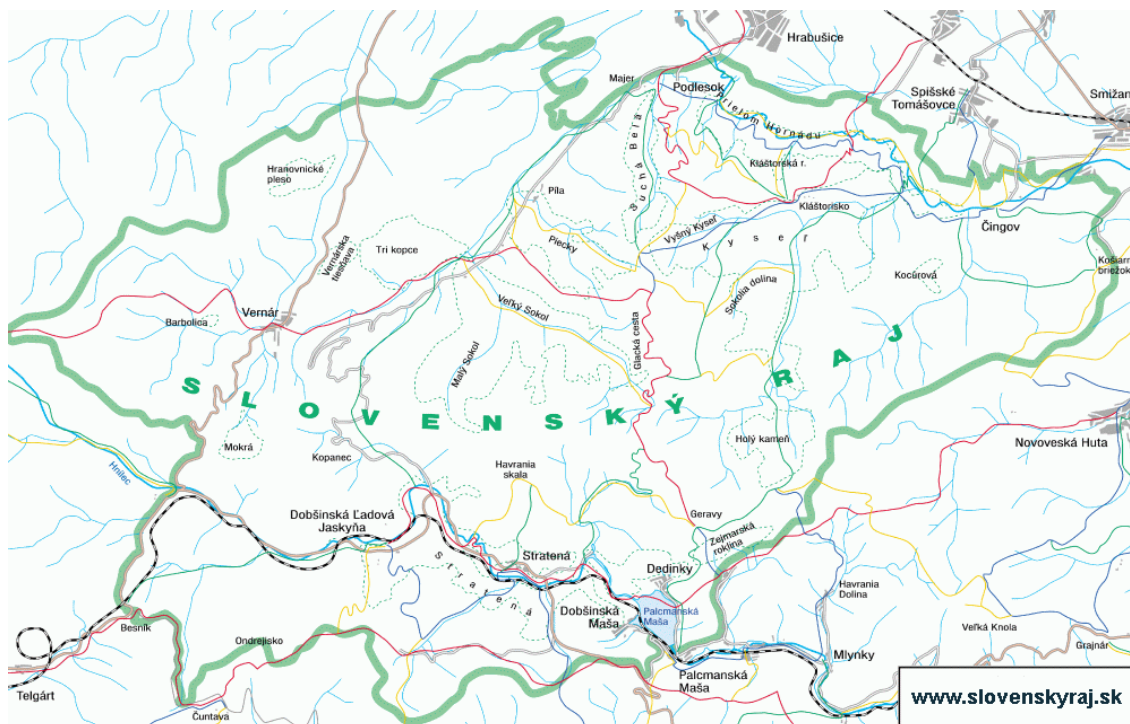
GEOGRAFICKÁ POLOHA

Národný park Slovenský raj sa rozprestiera medzi 20° 16' 15'' a 20° 31' 40'' východnej zemepisnej dĺžky a medzi 48° 51' 35'' a 48° 57' 30'' severnej zemepisnej šírky. Národný park patrí do oblasti Slovenského Rudohoria Vnútrotných Západných Karpát. Hraničí s Hornádskou kotlinou na severe a severovýchode a na západe a východe s kryštalicou časťou Slovenského Rudohoria. Jeho hranica ochranného pásma sa na malých úsekoch dotýka Muránskej planiny a Horehronského podolia (Huňa et al., 1977, 1985). Ako uvádza Čech (2015) národný park sa nachádza v severovýchodnej časti Slovenského Rudohoria a po Tatranskom národnom parku sa zaraďuje k druhým najstarším veľkoplošným chráneným územiám. Zaberá geomorfologický podcelok Slovenský raj tvoriaci severovýchodnú časť geomorfologického celku Spišsko-gemerský kras, ktorý zasahuje tiež do okolitých geomorfologických celkov, a to:

- na západe do Nízkych Tatier
- na severe do Hornádskej kotliny
- na juhozápade do Stolických vrchov
- na východe a juhu do Volovských vrchov.

Územie NP Slovenský raj patrí do Východoslovenského kraja a jeho ochranné pásmo zasahuje v juhozápadnej časti aj do Stredoslovenského kraja. Rozprestiera sa v okresoch Spišská Nová Ves, Rožňava, Poprad a Brezno. Maximálna šírka národného parku je 15 km v smere sever – juh a jeho maximálna dĺžka v smere východ – západ je 24 km. Rozloha územia národného parku je 19 763 ha a rozloha ochranného pásma 13 011 ha (Čech, 2015). Plocha národného parku zaberá celé územia alebo časti katastrálnych území 19 obcí, a to Arnutoviec, Betlanoviec, Dediniek, Dobšinej, Hnilčíka, Hnilca, Hrabušíc, Hranovnice, Letanoviec, Mlyniek, Smižian, Spišskej Novej Vsi, Spišských Tomášoviec, Spišského Štiavniku, Spišského Štvrťka, Stratenej, Švermova, Vernára a Vydrníka (Huňa et al., 1985).

Geologický vývoj územia je možné rekonštruovať až po dôkladnom poznaní geologických formácií, tj. ich zloženia, veku, textúrnych a štruktúrnych znakov, a geologickej stavby (Mello 2000). Na geologickej stavbe národného parku a jeho ochranného pásma sa podieľajú paleoalpínske (predvrchnokriedové) jednotky (odspodu-nahor), a to Veporikum, Hronikum, Gemerikum, Meliatikum a Silicikum (Čech, 2015). Geologická stavba, tektonické pohyby, úložné pomery hornín, ako aj exogénne činitele podmienili osobitý charakter povrchovej tvárnosti národného parku. Čím sa vytvorilo svojrázne územie, mimoriadne bohaté na prírodné krásy (Huňa et al., 1977, 1985).



Obr. 1 Administratívne členenie NP Slovenský raj
(Zdroj: <http://www.slovenskyraj.sk/mapy/>. November 2019)

Geomorfologické predpoklady Slovenského raja

Slovenský raj ako súčasť Spišsko-gemerského krasu predstavuje svojrázne krasové územie s bohatým členeným reliéfom. Intenzívna erózia vodných tokov rozčlenila pôvodne jednotnú neogénu plošinu na zložitú sústavu horských chrbtov a hlbokých dolín, ktoré majú neraz charakter úzkych kaňonov, a zvyšky plochého povrchu sa zachovali ako planiny (**Pitoniak et al., 1978**). Kras v Slovenskom raji zaberá rozlohu približne 136 km², čo predstavuje až 75 % z celkovej plochy národného parku (**Bella a Mihál', 2012**). Ako uvádza **Divok (2008)** Slovenský raj predstavuje krasové územie s veľkou prírodnou a krajinársko-estetickou hodnotou a je tam vysoká koncentrácia prírodných javov. Krasová krajina má mnoho špecifických črt a Národný park Slovenský raj má všetky základné typy povrchového aj podzemného krasu. Z povrchových krasových javov sa vyskytujú závrty, škrapy, úvaly, slepé dolinky a občasné ponory, zriedkavé sú skalné okná, no často nachádzame skalné veže, ihly a vysoké steny a v roklinách vodopády. Z podzemných sú najvýznamnejšie jaskyne a priepasti. Z jaskýň je najznámejšia Dobšinská ľadová jaskyňa, z ďalších Medvedia jaskyňa, Čertová diera a Stratenská jaskyňa, ktorá je najdlhšia a najmohutnejšia na Slovensku. K ďalším pozoruhodnejším jaskyniam a puklinám patrí aj Zlatá diera, Koniarova, Skrytá, Psie diery a ďalšie (**Tesák et al., 1989**). Reliéf Slovenského raja je možné rozdeliť do troch typov:

- krasový reliéf
- fluviokrasový reliéf
- nekrasový, fluviálny reliéf (**Huňa et al., 1985**).

Krasový reliéf je najlepšie vyvinutý na relatívne zachovaných planinách. K najznámejším krasovým planinám patrí planina Glac, Geravy, Pelc, menej typické sú planiny Skala, Duča, Ondrejisko (**Divok, 2008**).

Fluviokrasový reliéf sa nachádzajú masívy čiastočne zachovaných planín, tzv. zvyškové planiny, ako sú Lipovec – Havrania skala, Ondrejisko – Vyšná záhrada a Matka Božia a rázsochovité chrbty a hrebene. K najznámejším hrebeňom a rázsochám patria Vrábľová (986 m n. m.), Holý kameň (1106 m n. m.), Dubnica (960 m n. m.), Jabloň (988 m n. m.), Kopce (1056 m n. m.), Čertova sihoť s Kláštoriskom (839 m n. m.) a Javorina (1186 m n. m.).

Nekrasový reliéf predstavujú predovšetkým erózne kotliny v oblasti Dobšinskej ľadovej jaskyne, pri obci Dedinky a rozšírená časť doliny Hnilca pri obci Stratená – Stratenská kotlina (**Čech, 2015**).

K dominantným geomorfologickým formám národného parku spolu s krasovými planinami patria aj doliny, a to pliocénne úvalinovité doliny, tiesňavy (rokliny), rozvreté doliny tvaru V a kaňony (**Huňa et al., 1985**). Medzi hlavné rokliny a tiesňavy patria Veľká Biela Voda, Veľký a Malý Sokol, Piecky, Zadná diera, Suchá Belá, Kláštoriná roklina, Tomášovská Belá (Biely potok), Kysel', Sokolia dolina a Zejmarská roklina (**Divok, 2008**). V doline Hnilca sa nachádza Stratenský kaňon a v severnej časti územia sa nachádza najznámejší kaňon Prielom Hornádu, ktorého najvyhládavanejšie vrchy a skaly sú Zelená hora, Tomášovský výhľad a Sovia skala (**Čech, 2015**). Na území Slovenského raja je možné rozlíšiť 5 stupňov relatívnej výškovej členitosti reliéfu, pričom najnižšie položeným miestom na území národného parku je údolie Hornádu pri Smeziarskej Maši 473 m n. m. a naopak najvyšším bodom územia je Predná hoľa s výškou 1545,6 m n. m. Tiež môžeme konštatovať, že na území Slovenského raja sa nachádza len stupeň vysočín (nízke, stredné a vysoké vysočiny) prítiažlivých pre cestovný ruch. Do nízkych vysočín zaradíme Hornádsku kotlinu, do stredovysočín Knola, Havranie vrchy a Stolické vrchy a do vysokých vysočín len nepatrnú časť územia, a to okolie Prednej hole (**Rosič et al., 2011**).

Klimatické predpoklady

Klimatické podmienky Slovenského raja sú pomerne zložité, pretože ich ovplyvňuje množstvo činiteľov. Územie Slovenského raja patrí do mierneho klimatického pásma s prevládajúcim západným prúdením a s celoročnou premenlivosťou počasia. Územie leží na rozhraní medzi relatívne suchou Hornádskou kotlinou a vlhkejšou oblasťou Slovenského Rudohoria. Priemernou nadmorskou výškou 845 m sa blíži k horskému typu klímy (**Huňa et al., 1985**). Podľa **Hrica et al. (1982)** patrí územie Slovenského raja do dvoch klimatických oblastí, a to mierne teplej oblasti a do chladnej oblasti. Toto rozdelenie je dané značnými výškovými rozdielmi územia, lebo najnižšie polohy sú približne 430 m a najvyššie sú viac ako 1200 m. Do mierne teplej oblasti patria nižšie položené časti do nadmorskej výšky približne 800 m s priemernou júlovou teplotou nad 16 °C a s počtom letných dní menej ako 50 v roku. Do tejto oblasti patrí Hornádská kotlina a centrálna prevažne severná časť územia národného parku. Do chladnej oblasti zasahujú najvyššie časti, aj to len okolie Prednej hole, nad 1450–1500 m n. m. s priemernou júlovou teplotou 10 °C až 12 °C (**Rosič et al., 2011**). Vyššie položené plošiny, chrbty a horné uzávery rokĺn a dolina Hnilca sú v mierne chladnej oblasti s priemernou júlovou teplotou 12 °C až 16 °C (**Huňa et al., 1985**). V teplejších údolných polohách a kotlinách so strednou nadmorskou výškou 550 m n. m. je priemerná ročná teplota 6,4 °C, kde najteplejším mesiacom je júl 16,7 °C a najchladnejším mesiacom je január -5,2 °C. V chladnejších polohách

vrcholových plošín v strednej nadmorskej výške 950 m n. m. je priemerná ročná teplota 4,7 °C, pričom najteplejším mesiacom je júl 14,7 °C a najchladnejším je január -6,2 °C. Rozdiel medzi najvyššou a najnižšou teplotou počas dňa je najväčšia koncom leta 15 °C, najnižšia je v decembri 7 °C (**Čech, 2015**). Vplyv hôr sa v ročnom priebehu teplôt prejavuje teplejšou jeseňou ako jarou. Ročný počet mrazových dní je približne 170, pričom prvé mrazy sa vyskytujú koncom septembra a posledné mrazy ešte koncom mája. Územie má preto priaznivé podmienky pre zimné športy a zimnú turistiku, zjazdové a bežecké lyžovanie a ľadolezectvo. Počet letných dní s maximálnou teplotou 25 °C je okolo 30 v dolinách pri Hornáde a menej ako 20 v Dedinkách. Pre kúpanie nie sú na tomto území veľmi priaznivé podmienky. Obdobie s priemernou dennou teplotou 15 °C a viac určuje tzv. klimatické leto a poskytuje dobré možnosti na stanovanie a pobyt v prírode. Začína v najvyšších polohách oblasti v polovici júna a trvá do 24. Augusta (**Rosič et al., 2011**). Na tomto území sa veľmi často vyskytujú teplotné inverzie, ktoré sú celoročným úkazom. Priemerný počet dní s hmlou je vo vrcholových oblastiach okolo 50 % a v tiesňavách až 90 %. Rozdiel teplôt medzi chladnými dňami a dolín a svahmi nad nimi môže byť v extrémnych prípadoch až 10 °C. Priemerný ročný úhrn zrážok sa pohybuje od 620–900 mm. V severnej časti Slovenského raja na styku s Hornádskou kotlinou spadne najmenej zrážok, tj. 650 mm. Na planinách dosahuje 950 mm za rok. Najviac zrážok sa vyskytuje vo vegetačnom období, v období letných búrok v júni a v júli, keď naprší 90–100 mm (50–65 búrkových dní do roka), čo predstavuje 65 % zrážok. Priemerný počet dní so snehovou pokrývkou je 100–120 dní. Celkove trvá snehová pokrývka v nižších polohách 80 dní, vo vyšších polohách 110 až 120 dní. Od polovice decembra do konca marca, počas týchto 3–4 mesiacoch je predpoklad jej praktického využitia na zimné športy. Priemerné trvanie slnečného svitu dosahuje ročne hodnotu 1800–2000 hodín. V Slovenskom raji prevláda západné až severozápadné prúdenie vetra. Bezvetrie je zaznamenávané v 22 % všetkých pozorovaní, to predstavuje významné pre rozvoj aktivít cestovného ruchu (**Hric et al., 1982; Rosič et al., 2011; Čech, 2015**).

Hydrologické predpoklady

Oblasť Národného parku Slovenský raj odvodňujú dva najvýznamnejšie povrchové toky. Severnú časť odvodňuje Hornád a južnú jeho pravostranný prítok Hnilec (**Rosič et al., 2011**). Oba tieto toky nevznikajú na území národného parku. Hornád vstupuje na územie Slovenského raja pri obci Spišský Štiavnik a z územia národného parku vystupuje pri meste Spišská Nová Ves. Hornád odvodňuje asi tri štvrtiny územia národného parku, tj. severnú a strednú časť. Rieka Hnilec, ktorá pramení pod Kráľovou Hoľou, vstupuje na územie Slovenského raja pri železničnej stanici obce Vernár a vystupuje pri obci Hnilec (**Huňa et al., 1985**). K významným prítokom Hornádu na území národného parku patria potoky Kubašok, Vernársky potok, Tepličný potok, Biely potok, Lesnica, Holubnica a najväčším prítokom je Veľká Biela voda (**Čech, 2015**).

V krasových územiach, ku ktorým patrí aj Slovenský raj, je výskyt bohatých zásob podzemných vôd v podobe prameňov vyvierajúcich v miestach styku s nepriepustným podložím. Ku krasovým prameňom patria napríklad pramene ako Zejmarska studňa, Zlatá diera, pramene vo Veľkom a Malom Sokole a i. Zvláštnosťou je Občasný prameň pod Havraňou skalou, u ktorého voda vyviera na povrch len v určitých časových intervaloch (**Hric et al., 1982**). Celkovo je na území národného parku registrovaných viac ako 100 prameňov s teplotou vody 5–19,8 °C

(Divok, 2008). Minerálne a geotermálne vody na území Slovenského raja pre svoju nízku výdatnosť i početnosť nepredstavujú významný prvok z hľadiska cestovného ruchu **(Rosič et al., 2011)**. Málo významné minerálne vody sa vyskytujú v blízkosti Vydrníka, Spišského Štvrtka alebo tiež v okolí Baldoviec a Sivej brady **(Mello et al., 2000)**. Napriek množstvu vodných tokov boli na území Slovenského raja umelo vytvorené vodné nádrže. Vodné plochy na území Slovenského raja vytvárajú zaujímavý krajinkársky prvok a sú vytvorené za účelom vodných športov, rybolovu a rekreácie **(Rosič et al., 2011)**. Vodná nádrž Palcmanová Maša bola postavená na toku Hnilca v rokoch 1948–1956, ktorej hlavným účelom je akumulovanie vody pre zabezpečenie prívodu k vodnej elektrárni v Dobšinej a jej využitie na rekreačné účely. Jej rozloha je 86,5 ha. Na Bielom potoku v doline Tomášovskej Belej bola postavená nádrž Klauzy **(Čech, 2015)**. Medzi ďalšie vodné plochy zaradzujeme Blajzloch, Hansjakubova, Smižianska Maša a Tomášovský rybník **(Rosič et al., 2011)**. Na území Slovenského raja sa nachádza jedinečný krajinný fenomén – vodopády. Najvyšší vodopád je Závojový vodopád (75 m), ktorý sa nachádza v Sokolej doline. Druhým najvyšším je Obrovský vodopád (60 m) nachádzajúci sa v tiesňave Kysel, tiež sa tu nachádzajú Kaplnkový vodopád (15 m) a Karolinyho vodopád (25 m). V tiesňave Suchá Belá sa nachádzajú Misové vodopády (29,5 m), Okienkový vodopád (12,5 m), Bočný vodopád (8 m). V tiesňave Zejmarská roklina sa nachádza sústava vodopádov Vodopády kapitána Nálepku s výškou 22,5 m **(Čech, 2015)**.

Ochrana územia národného parku Slovenský raj

Územie Slovenského raja je legislatívne chránené od r. 1964, kedy bolo vyhlásené za chránenú krajinnú oblasť a až v roku 1988 bolo vyhlásené za národný park. Výmera národného parku je 19763 ha a 13011 ha predstavuje jeho ochranné pásmo. Na území národného parku sa nachádza 11 národných prírodných rezervácií, 9 prírodných rezervácií, 2 národných prírodných pamiatok, 3 prírodné pamiatky a 1 chránený areál. V rámci programu NATURA 2000 sa z územia európskeho významu v oblasti nachádza Slovenský raj (15696,07 ha), Horný tok Hornádu (290,06 ha) a Muráň (176,41 ha). Z chránených vtáčích území do ochranného pásma NP Slovenský raj zasahuje CHVÚ Volovské vrchy (128014 ha) **(Čech, 2015)**.

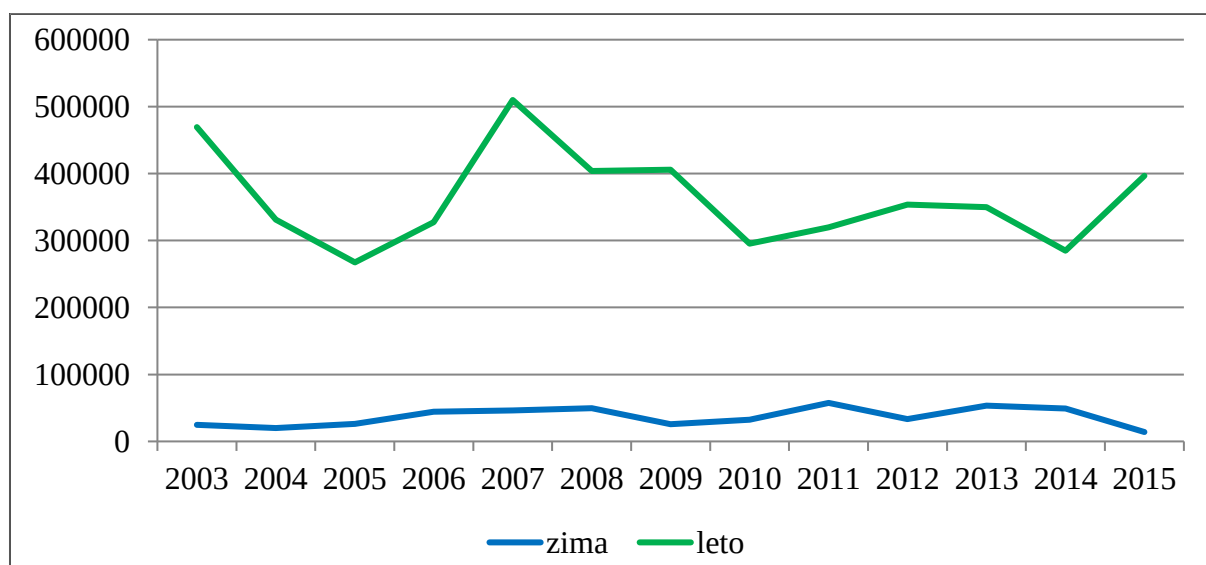
ANALÝZA NÁVŠTEVNOSTI NÁRODNÉHO PARKU SLOVENSKÝ RAJ

V tejto časti sa budeme venovať analýze celkovej ročnej návštevnosti počas letnej a zimnej sezóny v rokoch 2003 až 2005 v národnom parku Slovenský raj a návštevnosti na turistických a náučných chodníkoch v rokoch 2008 až 2015. Na nižšie uvedenom grafe je znázornený počet návštevníkov, ktorí navštívili Národný park Slovenský raj v rokoch 2003 až 2015. Krivky v tomto grafe predstavujú početnosť návštevníkov v letnej a zimnej sezóne. Podľa štatistických údajov, ktoré nám poskytla Správa Národného parku Slovenský raj, je možné porovnať návštevnosť v letnej a zimnej sezóne a podľa týchto údajov je evidentné, že Slovenský raj je najviac navštevovaný v lete, resp. v letnej sezóne (jún–august). Najvyššia návštevnosť v letnej sezóne, ktorá dosiahla približne 509900 návštevníkov, bola v roku 2007. Naopak najnižšiu návštevnosť evidujeme v roku 2005 s počtom 297400 návštevníkov. V zimnej sezóne (november–február) najvyššia návštevnosť bola v roku 2011, a to 57505 a najnižšia návštevnosť, ktorá sa pohybovala okolo 20 000–25 000 návštevníkov, bola v rokoch 2003 až 2005.

Tab. 1 Zoznam chránených území NP Slovenský raj

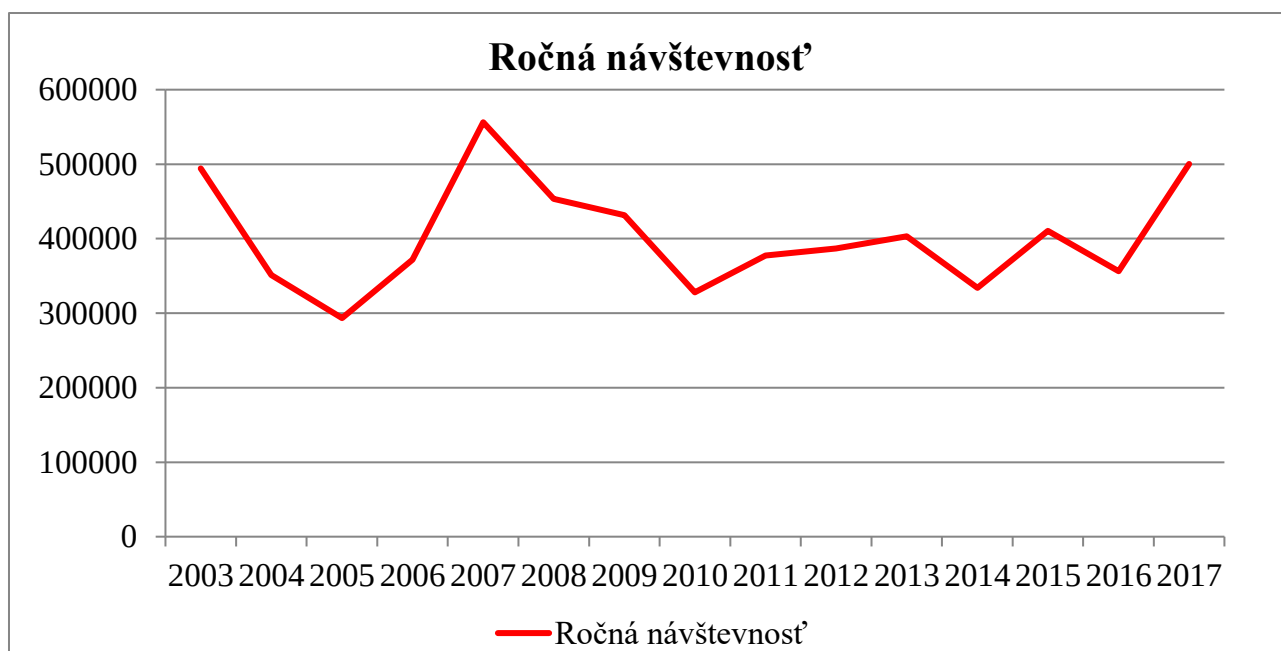
Národné rezervácie	prírodné	Prírodné rezervácie	Národné prírodné pamiatky
Kysel'		Kocúrová	Medvedia jaskyňa
Prielom Hornádu		Ostrá skala	Dobšinská ľadová jaskyňa
Suchá Belá		Mokra	
Piecky		Čingovské hradisko	Prírodné pamiatky
Sokol		Barbolica	Jaskyňa Čertova diera
Stratená		Malé Zajfy	Hranovnické pleso
Holý kameň		Vyšná Roveň	Občasný prameň
Vernárska tiesňava		Muráň	
Tri kopce		Havrania skala	Chránený areál
Hnilecká jelšina			Knola
Zejmarská roklina			

(Zdroj: vlastné spracovanie podľa Správy NP Slovenský raj dostupné z <http://www.slovensky-raj.sk/rezervacie/rezervacie.2019>)



Obr. 2 Návštevnosť v NP Slovenský raj v letnej a zimnej sezóne v rokoch 2003 až 2015
(Zdroj: Správa Národného parku Slovenský raj, (vlastné spracovanie))

Nasledujúci Obr. 2 a 3 znázorňujú celkovú ročnú návštevnosť v Slovenskom raji v rokoch 2003–2017. Najvyššia bola v roku 2007 s približne 556 275 návštevníkov, naopak v roku 2005 bola najnižšia, a to približne 300 000 návštevníkov ročne. Po roku 2007 návštevnosť začala postupne klesať. Od roku 2010, kedy bola návštevnosť len 327 795, počet návštevníkov sa postupne zvyšoval na viac ako 500 000.



Obr. 3 Ročná návštevnosť v NP Slovenský raj v rokoch 2003 až 2017
(Zdroj: Správa Národného parku Slovenský raj, vlastné spracovanie)

V Tab. 2 je zobrazený prehľad návštevnosti na vybraných náučných a turistických chodníkoch Slovenského raja. Podľa týchto výsledkov vyplýva, že k tým menej navštevovaným chodníkom možno zaradiť NCH Novoveská Huta–banícky, ktorý svoju najvyššiu návštevnosť dosiahol v roku 2014.

V ostatných rokoch sa počet návštevníkov pohybuje nejako výrazne nezvyšuje, naopak má pomerne klesajúcu tendenciu. Medzi k tým turistami najvyhládavanejšími miestami patrí NCH Prielom Hornádu, TCH Tiesňavou Suchá Belá a samozrejme NCH k Dobšinskej ľadovej jaskyni. Počet návštevníkov sa pohybuje približne okolo 800-950 denne, pričom každým rokom sa tieto čísla zvyšujú.

Tab. 2 Priemerná denná návštevnosť na jednotlivých chodníkoch NP Slovenského raja v rokoch 2008 až 2015

Názov chodníka/roky	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
NCH Mládeže	86	192	134	163	132	145	96	120
NCH Prielom Hornádu	654	822	572	774	626	683	811	896
TCH Tiesňavou Suchá Belá	686	921	623	789	784	802	659	960
TCH Cez Veľký Kysel' a Tomášovskú Belú	67	179	15	168	107	129	97	102
TCH Tiesňavou Piecky	107	167	164	196	112	167	150	227
TCH Tiesňavou Veľký Sokol	67	224	107	146	132	167	61	132
NCH Slovenský raj – juh	333	179	381	248	368	323	199	301
NCH k Dobšinskej ľadovej jaskyni	1513	950	828	660	985	831	740	812
NCH Novoveská Huta – banický	30	50	24	36	44	39	79	26

(Zdroj: Správa Národného parku Slovenský raj, vlastné spracovanie)

VYBRANÉ SLUŽBY CESTOVNÉHO RUCHU V NÁRODNOM PARKU SLOVENSKÝ RAJ

V tejto časti práce budeme venovať pozornosť službám cestovného ruchu v Slovenskom raji. Charakterizujeme si ubytovacie, stravovacie a dopravné služby, ktoré sú poskytované návštevníkom v severnej časti územia národného parku.

Ubytovacie a stravovacie služby v Slovenskom raji

Ubytovanie v Slovenskom raji môžete nájsť na celom jeho území a okolí. Najvyhľadávanejšie sú turistické strediská, pretože priamo z nich vychádza väčšina turistických trás. Na SV okraji NP sa nachádza stredisko Čingov, na severe Podlesok, na juhozápade Dobšinská ľadová jaskyňa a na juhu Dedinky. Možnosti ubytovania ponúkajú aj v okolité obce, napríklad Smižany, Spišské Tomášovce, Letanovce, Spišský Štvrtok, Hrabušice, Betlanovce, Vydrník, Spišský Štiavnik, Hranovnica, Stratená, Mlynky, Hnilčík a Novoveská Huta. Návštevníci majú širokú možnosť výberu ubytovacích zariadení, či je to ubytovanie v hoteloch, penziónoch, chatách, ale aj v autokempingu. V rámci nášho dotazníkového prieskumu sme sa zamerali predovšetkým na turistické strediská Podlesok, Čingov a Hrabušice, ktoré sa nachádzajú v severnej časti Slovenského raja. Turistické stredisko **Čingov** je jedno z najstarších a najznámejších stredísk v Slovenskom raji. Leží v SV časti Národného parku v rozšírenej časti údolia Prielomu Hornádu. Čingov ponúka návštevníkom stravovacie aj ubytovacie služby, nachádzajú sa chaty, penzióny a hotely, reštaurácie, bufety, salaš. Je tam Dom Horskej služby Slovenský raj, terénna stanica Správy NP Slovenský raj (len v letných mesiacoch). stredisko Džurkovec-verejné táborisko (autokemping), lyžiarsky vleč.

Ubytovacie a stravovacie zariadenia, v ktorých sme oslovovali návštevníkov sú vyznačené v nasledujúcom Obr. 4.



Obr. 4 Ubytovacie a stravovacie zariadenia v stredisku Čingov
(Zdroj: vlastné spracovanie podľa <http://www.slovenskyraj.sk/strediska/cingov/mapa/>)

Turistické a rekreačné stredisko **Podlesok** sa nachádza sa v SZ časti NP s dobrým prístupom pre automobily po asfaltovej ceste. Okolie strediska je ideálne pre turistiku a cykloturistiku s menej či viac náročnými trasami. V stredisku Podlesok je možné ubytovať sa v hoteli, penzióne, ale je tu aj množstvo chát. V stredisku nájdú návštevníci rozsiahly areál kempu, športové ihriská, požičovňa bicyklov, viaceré reštaurácie a bufety a platené parkovisko. Ubytovacie a stravovacie zariadenia, v ktorých sme oslovovali návštevníkov sú vyznačené na Obr. 5.



Obr. 5 Ubytovacie a stravovacie zariadenia v stredisku Podlesok
(Zdroj: vlastné spracovanie podľa <http://www.slovenskyraj.sk/strediska/podlesok/mapa/>)

Doprava a dopravná dostupnosť do Slovenského raja

Letecká doprava. Priamo v území národného parku sa letisko nenachádza. Letiská medzinárodného významu sú v Poprade (vzdialené cca 20 km) a v Košiciach (vzdialené cca 75 km).

Železničná doprava. Územím Národného parku Slovenský raj vedú dve železničné trate:

-Železničná trať č. 180 Žilina – Košice – prechádza severnou časťou územia, s premávkou vlakov EC, IC, zrýchlené vlaky, rýchliky, osobné vlaky. V stanici Poprad – Tatry stoja všetky vlaky, v stanici Spišská Nová Ves len niektoré IC, rýchliky, zrýchlené vlaky a osobné vlaky. Osobné vlaky stoja v niektorých obciach severného územia – Spišský Štiavnik, Vydrník,

Letanovce, Spišské Tomášovce, Smižany. Na tejto trati premáva až 128 vlakových spojení denne.

-Železničná trať č. 173 Červená Skala – Margecany – prechádza južnou časťou územia, s premávkou rýchlíkov, zrýchlených a osobných vlakov. V časti trate od Telgártu po obec Hnilec je 11 železničných zastávok. Zastávky vlakov osobnej dopravy sa nachádzajú priamo v 10- tich obciach Slovenského raja. Z ostatných 7 obcí je potrebné dochádzať do najbližších obcí a miest, ktoré majú železničnú stanicu. (Záborská 2014).

Cestná doprava. V súčasnosti sú hlavnými cestnými komunikáciami, ktoré zabezpečujú prístup do Národného parku Slovenský raj a do všetkých obcí cesty I., II. a III triedy. Oblasť Slovenského raja má nedostatočné napojenie na sieť diaľnic a rýchlostných ciest. Na severe prebieha výstavba diaľnice D1. Dostavba týchto úsekov významne zlepši napojenie územia na nadradenú dopravnú infraštruktúru.

Autobusová doprava. Z hľadiska autobusovej prepravy sú všetky obce na území Slovenského raja dostupné pravidelnými linkami. Tie predstavujú základný prostriedok presunu medzi najbližšími mestami v okolí a vstupnými bránami Slovenského raja. Oblasťná organizácia cestovného ruchu Slovenský raj & Spiš reagovala na problematiku verejnej dopravy na území NP Slovenský raj a jeho okolí a v spolupráci so svojimi partnermi počas letnej sezóny posilnila autobusové spojenia medzi vybranými turistickými destináciami. Už niekoľko rokov osvedčený autobusový spoj **počas leta od 1. 7. do 3. 9. 2017** premával zo Spišskej Novej Vsi cez Smižany, Čingov, Spišské Tomášovce, Spišský Štvrtok do Hrabušíc, na Hrabušickú pílu a späť. Zachádza aj k železničnej stanici Vydrník v nadväznosti na osobné vlaky zo smeru Žilina a Košice, vďaka čomu sa zvýšila dostupnosť stredísk Slovenského raja, ktoré nie sú obsluhované železničnou dopravou. Úplne novým dopravným spojením bol počas leta 2017 „**letný minibus**“, ktorý v pilotnom období **od 1. 7. do 31. 8. 2017** spojil hlavné body záujmu v Spišskej Novej Vsi a Smižanoch s turistickými strediskami Košiarne briežok a Čingov v Slovenskom raji (**www.spisskanovaves.eu**). Cestovné poriadky k spojom do stredísk Slovenského raja môžu okrem internetu nájsť aj prehľadnej brožúrke, ktorú spracovala OOCR Slovenský raj & Spiš s partnermi, v ktorej sa nachádzajú všetky autobusové a vlakové spojenia premávajúce v období od 1. 7. do 31.8.

Statická doprava – parkovacie miesta. Celková kapacita oficiálnych verejných parkovísk v Slovenskom raji je cca 1210, z toho v severnej časti Slovenského raja je len 383 parkovacích miest, z nich 85 vo vzdialenejšom Hnilčíku. Na základe informácií od obcí je potreba vybudovania ďalších viac ako 500 parkovacích plôch. Na území Slovenského raja existujú aj parkoviská pri ubytovacích zariadeniach, ale aj mnohé neoficiálne. V turistickom stredisku Čingov je na parkoviskách 180 parkovacích miest. V druhom veľmi známom turistickom stredisku Podlesok má parkovisko kapacitu 120 parkovacích miest, ktoré je platené (Záborská, 2014).

VYHODNOTENIE SPOKOJNOSTI NÁVŠTEVNÍKOV S VYBRANÝMI SLUŽBAMI

Celkovo zozbieraných a korektne vyplnených dotazníkov bolo 211, z toho 47,4 % je zo Slovenska (100 respondentov) a 52,6 % respondentov bolo zo zahraničia (111 respondentov). Zahraničných návštevníkov predstavuje 21,8 % z Českej republiky, 13,3 % z Poľska, 7,1 % z Nemecka, 2,8 % z Maďarska a 7,6 % z iných krajín, t.j. z Izraela, Holandska, Talianska,

Francúzska, z USA a z Írska. Vek respondentov sme rozčlenili do 5 vekových intervalov. 27,5 % respondentov bolo vo veku 36-45; vo veku 46-50 (24,2 %); 23,7 % respondentov malo 15-25 rokov; 13,7 % respondentov vo veku 26-35 a najmenšiu vekovú skupinu (10,9 %) tvorili respondenti nad 56 rokov. Priemerný vek domácich návštevníkov bol 35 rokov a priemerný vek zahraničných návštevníkov bol 42 rokov.

Zisťovanie spokojnosti návštevníkov s ubytovacími službami

Na otázku *Vakej lokalite ste ubytovaný?* odpovedali respondenti nasledovne: najviac v lokalite Podlesok (najznámejšie turistické stredisko v Slovenskom raji), 55,0 % zahraničných a 52,0 % návštevníkov zo Slovenska. V obci Hrabušice 38,7 % zahraničných a 29,0 % domácich návštevníkov. V stredisku Čingov 6,3 % zahraničných a 16,0 % návštevníkov zo Slovenska. V Smižanoch bolo len 3 % domácich návštevníkov. Voľbu kategórie ubytovacieho zariadenia sme zisťovali v ďalšej otázke. Najviac využívaným ubytovacím zariadením bol hotel, kde bolo ubytovaných až 44,1 % zahraničných respondentov. Druhým bol kemping (22,5 %). Domáci návštevníci preferovali ubytovanie v kempingu (29 %), oproti zahraničným návštevníkom len 28 % domácich respondentov bolo ubytovaných v hoteli. 19 % domácich respondentov bolo ubytovaných v chate a 19 % na súkromí. Najmenej zahraničných respondentov využilo možnosť ubytovania v penzióne (6,3 %) a v chate (8,1 %).

Na otázku *Ako ste spokojný s kvalitou poskytnutých ubytovacích služieb v danom ubytovacom zariadení?* nám väčšina respondentov uviedla, že sú veľmi spokojní, pričom túto odpoveď uviedlo 68,5 % zahraničných a 66,0 % domácich respondentov. Čiastočne spokojných bol takmer rovnaký počet domácich aj zahraničných respondentov (cca 28 %). Nespokojných bolo veľmi málo aj u domácich, aj u zahraničných respondentov (zahraničných boli o necelé 2 % viac nespokojných ako domácich). Podľa výsledkov odpovedí na otázku, *či zodpovedá kvalita poskytovaných ubytovacích služieb ich cene*, odpovedali rovnako opýtaní zahraniční aj domáci respondenti. Odpoveď *áno* dalo 91,9 % zahraničných respondentov a 92 % domácich takisto odpovedalo. Odpoveď *nie* uviedlo len 8,1 % zahraničných a 8,0 % domácich respondentov. Na otázku, či by využili opäť to isté ubytovacie zariadenie nám kladne odpovedalo až 89,2 % zahraničných respondentov. Iba 10,8 % z nich by to isté ubytovacie zariadenie nevyužilo. Podobne odpovedali aj domáci respondenti (92 % by sa ubytovalo v tom istom ubytovacom zariadení a len 8,0 % by využilo iné).

Zisťovanie spokojnosti návštevníkov s dopravnými službami

Na otázku: *Aký druh dopravy ste využili, aby ste sa dostali do NP Slovenský raj?* zahraniční návštevníci uviedli ako dopravný prostriedok auto (73,9 %) a vlak (24,3 %), ktorým prišli do Slovenského raja. Hlavným prostriedkom dopravy domácich návštevníkov bolo auto až 78,0 %, len 14 % opýtaných prišlo vlakom a 9,0 % respondentov využilo služby medzimestskej autobusovej dopravy. Dopravnú dostupnosť ohodnotilo odpoveďou *veľmi dobrá* až 49,5 % zahraničných a 52,0 % domácich respondentov a odpoveď *čiastočne dobrá* dalo 26,1 % zahraničných a 30,0 % domácich respondentov. Za *čiastočne zlú* ju viac ohodnotili zahraniční respondenti (7,2 %) a *úplne zlú* zas domáci respondenti (3,0 %). Celkovo je podľa návštevníkov dopravná dostupnosť veľmi dobrá. *S cenou za parkovacie služby* bolo *veľmi spokojných* 32,4 % zahraničných návštevníkov, domáci boli o 6,6 % spokojnejší ako zahraniční. Taktiež

častočne spokojných s cenou bolo viac o 6,3 % domácich (27,0 %) ako zahraničných respondentov (20,7 %). Pri odpovedi čiastočne nespokojný reagovalo 5,4 % zahraničných respondentov. *Neviem posúdiť* označilo až 39,6 % zahraničných respondentov a 31,0 % domácich. S **dostatkom miesta na parkovisku** v Slovenskom raji boli *veľmi spokojní* viac domáci respondenti (48 %) ako zahraniční (40,5 %). To platí aj pri *častočne spokojných* domácich respondentoch 28 % a 20,7 % zahraničných respondentoch. Celkovo so službami na parkovisku boli respondenti spokojní.

Zisťovanie spokojnosti návštevníkov so stravovacími službami

Na otázku: **Aké druhy stravovacích zariadení využívate?** (viď Graf 3) mohli respondenti uviesť viacero možností. Najčastejšie využívaným stravovacím zariadením bola reštaurácia. Až 71,2 % zahraničných respondentov a 66,0 % domácich sa bolo najesť v reštaurácii. Stravovanie v zariadení, kde boli ubytovaní, využilo 68,5 % zahraničných a 42,0 % domácich respondentov. Do bufetu sa chodievalo najesť 27,0 % zahraničných a 25,0 % domácich respondentov. 10,0 % domácich respondentov si donieslo, a teda im postačila ich vlastná strava. Ponuka jedál a nápojov v stravovacích zariadeniach bola podľa zahraničných (80,2 %) aj domácich respondentov (73,0 %) dostatočná. S ponukou nebolo spokojných 27,0 % domácich a 19,8 % zahraničných respondentov. S kvalitou služieb v týchto zariadeniach bolo veľmi spokojných 67,0 % domácich a o 13,8 % menej zahraničných respondentov (53,2 %). Odpoveď *častočne spokojný* zvolilo 32,0 % domácich a 36,0 % zahraničných respondentov. Na otázku, *či zodpovedá kvalita poskytnutých stravovacích služieb ich cene*, odpovedali rovnako domáci (76,0 %), tak ako aj zahraniční respondenti (79,3 %). Respondentov, podľa ktorých kvalita stravovacích služieb nezodpovedala ich cene, tvorilo 24,0 % domácich a 20,7 % zahraničných.

Porovnanie spokojnosti zahraničných a slovenských návštevníkov

V tejto časti práce sme analyzovali stanovené výskumné hypotézy prostredníctvom *Chi-kvadrát test nezávislosti*. Je to štatistická metóda, ktorá sa používa na zistenie, či existuje preukázateľný výrazný vzťah medzi dvoma premennými. Stanovili sme si výskumné hypotézy:

Výskumná hypotéza 1

VH1: Predpokladáme, že zahraniční návštevníci uprednostňujú počas pobytu v Slovenskom raji ubytovanie v hoteli a domáci návštevníci ubytovanie v súkromí.

Súčasťou výskumnej hypotézy 1 je zistenie rozdielnosti vo výbere ubytovacieho zariadenia medzi domácimi a zahraničnými návštevníkmi. Najviac zahraničných návštevníkov (44,1 %) uprednostňuje ubytovanie v hoteli a domáci návštevníci preferujú skôr ubytovanie v kempingu (29 %). Druhým najviac využívaným zariadením zahraničných respondentov bol kemping (22,5 %), u domácich respondentov hotel (28 %). Rovnaký percentuálny podiel (19 %) domácich respondentov bolo ubytovaných v chate a využilo ubytovanie v súkromí.

Tab. 3 Chí-kvadrát test nezávislosti. Rozdiel vo výbere ubytovacieho zariadenia medzi domácimi a zahraničnými návštevníkmi

Nulová hypotéza	<i>H1₀: vo výbere ubytovacieho zariadenia nie je rozdiel medzi domácimi a zahraničnými návštevníkmi.</i>
Alternatívna hypotéza	<i>H1_A: vo výbere ubytovacieho zariadenia je rozdiel medzi domácimi a zahraničnými návštevníkmi.</i>
p-hodnota	p= 0,0502 > 0,05

(Zdroj: vlastný terénny prieskum)

Vzhľadom na to, že p-hodnota je väčšia ako 0,05, nulovú hypotézu nezamietame, výsledok hodnotíme ako štatisticky nevýznamný, tj. v daných súboroch nie je signifikantný rozdiel vo výbere ubytovacieho zariadenia medzi domácimi a zahraničnými návštevníkmi. Naša hypotéza sa nám nepotvrdila.

Výskumná hypotéza 2

VH2: Predpokladáme, že zahraniční návštevníci považujú dopravnú dostupnosť do NP Slovenský raj za veľmi dobrú a domáci návštevníci nie sú spokojní s dopravnou dostupnosťou.

Tab. 4 Chí-kvadrát test nezávislosti. Hodnotenie dopravnej dostupnosti domácimi a zahraničnými návštevníkmi

Nulová hypotéza	<i>H1₀: v hodnotení dopravnej dostupnosti nie je rozdiel medzi domácimi a zahraničnými návštevníkmi.</i>
Alternatívna hypotéza	<i>H1_A: v hodnotení dopravnej dostupnosti je rozdiel medzi domácimi a zahraničnými návštevníkmi.</i>
p-hodnota	p= 0,6915 > 0,05

(Zdroj: vlastný terénny prieskum)

Dopravnú dostupnosť ohodnotilo odpoveďou *veľmi dobrá* až 52,0 % domácich respondentov a 49,5 % zahraničných. Odpoveď *čistočne dobrá* dalo 26,1 % zahraničných a 30,0 % domácich respondentov. Za *čistočne zlú* ju viac ohodnotili zahraniční respondenti (7,2 %) a *úplne zlú* zas domáci respondenti (3,0 %). Napriek tomu podľa domácich aj zahraničných návštevníkov je celkovo dopravná dostupnosť do národného parku veľmi dobrá. Vzhľadom na to, že p – hodnota je väčšia ako 0,05, nulovú hypotézu nezamietame, výsledok hodnotíme ako štatisticky nevýznamný, tj. v daných súboroch nie je signifikantný rozdiel v hodnotení dopravnej dostupnosti do NP domácimi a zahraničnými návštevníkmi. Hypotéza sa nepotvrdila.

Výskumná hypotéza 3

VH3: Predpokladáme, že s kvalitou služieb v ubytovacích zariadeniach bolo spokojných viac zahraničných návštevníkov ako domácich návštevníkov.

Tab. 5 Chí-kvadrát test nezávislosti. Hodnotenie kvality služieb v ubytovacích zariadeniach domácimi a zahraničnými návštevníkmi

Nulová hypotéza	<i>H1₀: v hodnotení kvality služieb v ubytovacích zariadeniach nie je rozdiel medzi domácimi a zahraničnými návštevníkmi.</i>
Alternatívna hypotéza	<i>H1_A: v hodnotení kvality v ubytovacích zariadeniach je rozdiel medzi domácimi a zahraničnými návštevníkmi.</i>
p-hodnota	p=0,3934 > 0,05

(Zdroj: vlastný terénny prieskum)

S kvalitou ubytovacích služieb bolo veľmi spokojných 68,5 % zahraničných a 66,0 % domácich návštevníkov. Čiastočne spokojných s kvalitou ubytovacích služieb bolo takmer rovnako domácich aj zahraničných respondentov (cca 28 %). Nespokojných zahraničných a slovenských respondentov s kvalitou ubytovacích služieb bolo veľmi málo (zahraničných o cca 2 % viac ako domácich).

Vzhľadom na to, že p-hodnota je väčšia ako 0,05, nulovú hypotézu nezamietame, výsledok hodnotíme ako štatisticky nevýznamný, tj. v daných súboroch nie je signifikantný rozdiel v hodnotení kvality služieb v ubytovacích zariadeniach domácimi a zahraničnými návštevníkmi. Hypotéza sa nepotvrdila.

Výskumná hypotéza 4

VH4: Predpokladáme, že s kvalitou služieb v stravovacích zariadeniach bolo veľmi spokojných viac zahraničných návštevníkov ako domácich návštevníkov.

Podľa grafu 19 vyplýva, že s kvalitou služieb v stravovacích zariadeniach bolo veľmi spokojných domácich respondentov až 67,0 % a zahraničných respondentov 53,2 %, tj. o 13,8 % menej ako domácich návštevníkov. Na odpoveď čiastočne spokojný odpovedalo 42,0 % domácich a 36,0 % zahraničných respondentov. Nespokojných respondentov s kvalitou služieb v stravovacích zariadeniach nebolo. Súčasťou výskumnej hypotézy 3 je zistenie rozdielnosti v hodnotení kvality služieb v ubytovacích zariadeniach domácimi a zahraničnými návštevníkmi.

Tab. 6 Chí-kvadrát test nezávislosti. Hodnotenie kvality služieb v stravovacích zariadeniach domácimi a zahraničnými návštevníkmi

Nulová hypotéza	<i>H1₀: v hodnotení kvality služieb v stravovacích zariadeniach nie je rozdiel medzi domácimi a zahraničnými návštevníkmi.</i>
Alternatívna hypotéza	<i>H1_A: v hodnotení kvality v stravovacích zariadeniach je rozdiel medzi domácimi a zahraničnými návštevníkmi.</i>
p-hodnota	p= 0,8532 > 0,05

(Zdroj: vlastný terénny prieskum)

Vzhľadom na to, že p-hodnota je väčšia ako 0,05, nulovú hypotézu nezamietame, výsledok hodnotíme ako štatisticky nevýznamný, tj. v daných súboroch nie je signifikantný rozdiel v

hodnotení kvality služieb v stravovacích zariadeniach domácimi a zahraničnými návštevníkmi. Hypotéza sa nepotvrdila.

ZÁVER

Hlavným cieľom nášho príspevku bola analýza lokalizačných predpokladov národného parku Slovenský raj, vyhodnotenie návštevnosti na vybraných turistických chodníkoch, ktoré sme spracovali na základe sčítania turistov realizovaného Správou Národného parku Slovenský raj a analýza spokojnosti návštevníkov s vybranými službami. Záverom môžeme konštatovať, že k najnavštevovanejším maloplošným chráneným územiám patrí náučný chodník Tiesňavou Suchá Belá, Prielomom Hornádu a náučný chodník k Dobšinskej ľadovej jaskyni, pričom ich návštevnosť má naďalej stúpajúcu tendenciu. A naopak, tým najmenej navštevovaným miestom je náučný banícky chodník Novoveská Huta. V druhej časti sme analyzovali prostredníctvom dotazníka a výskumných hypotéz, spokojnosť domácich a zahraničných návštevníkov s vybranými službami v NP Slovenský raj. Po zozbieraní údajov z dotazníkov a ich analýze sme v závere zistili, že nie je rozdiel medzi spokojnosťou domácich a zahraničných návštevníkov s poskytovanými službami. Rovnako boli spokojní, resp. nespokojní so službami aj domáci, aj zahraniční návštevníci. Väčšina návštevníkov bola spokojná, čo sa týka ubytovacích, stravovacích aj dopravných služieb, ktoré využili počas pobytu v NP Slovenský raj. Na základe vyhodnotenia dotazníkového prieskumu sme zistili, že návštevníci takmer vôbec služby horských vodcov, resp. sprievodcovské služby nevyužili.

Použitá literatúra

- BELLA, P. A F. MIHÁĽ (2012). *Kras a Slovenský raj in Krásy Slovenska*. Bratislava: Dajama. ISSN 0323-0643.
- BOROVSKÝ, J., E. SMOLKOVÁ a I. NIŇAJOVÁ (2008). *Cestovný ruch – trendy a perspektívy*. 1. vydanie. Bratislava: IURA EDITION. ISBN 978-80-8078-215-3.
- ČECH, V. (2015). *Geografické aspekty ochrany prírody a krajiny*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove. ISBN 978-80-555-1289-1.
- ČUKA, P. (2011). *Základy teórie, metodológie a regionalizácie cestovného ruchu*. Prešov: Vydavateľstvo Prešovskej univerzity. ISBN 978-80-555-0471-1.
- ČUKA, P. a A. ŠENKOVÁ (2012). Geography of tourism of Slovakia. In: *Geography of tourism of Central and Eastern Europe countries*. Wrocław: University of Wrocław, p. 381-405. ISBN 978-83-62673-22-3.
- DIVOK, F. (2008). *20 rokov Národného parku Slovenský raj*. Spišská Nová Ves: Správa Národného parku Slovenský raj.
- DUBCOVÁ, A., LAUKO, V., TOLMÁČI, L., CIMRA, J., KRAMÁREKOVÁ, H., KROGMANN, A., NEMČÍKOVÁ, A., NÉMETHOVÁ, J., GURŇÁK, D., KRIŽAN, F. (2008). *Geografia Slovenska*. 1. vydanie. Nitra: Prírodovedecká fakulta Univerzity Konštantína Filozofa. Edícia Prírodovedec 341
- DRAŽIL, T. a M. BARLOG (2012). Flóra a vegetácia Slovenského raja. In: *Krásy Slovenska*. Bratislava: Dajama. ISSN 0323-0643.
- DZUROV VARGOVÁ T. (2017). Prednáška o cestovnom ruchu. In NaPULze, 11, 1, s. 26.
- DZUROV VARGOVÁ T. (2018). Stav cestovného ruchu v Košickom kraji [elektronický dokument]. *Mladá veda* 6, 4, 1-16. Dostupné z: http://www.mladaveda.sk/casopisy/2018/04/04_2018_01.pdf

FRANEK, J. (2013). Co je to SERVQUAL? [online]. [cit. 2015-10-30]. Dostupné z: <http://www.servqual.estranky.cz/clanky/whatis.html>.

FREYER, W., (2011). *Tourismus-Marketing, Marktorientiertes Management im Mikro – und Makrobereich der Tourismuswirtschaft*. München: Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-70577-5.

HÁJEK, B. (2012a). Národný park Slovenský raj [online]. [cit. 2018-01-11] Dostupné z: <http://www.enviromagazin.sk/enviro1/slovraj.html>

HÁJEK, B. (2012b). *Živočíšstvo Slovenského raja in Krásy Slovenska*. Bratislava: Dajama. ISSN 0323-0643.

HRIC, K. a kol. (1982). *Slovenský raj. Turistický sprievodca ČSSR*. Bratislava: ŠPORT – slovenské telovýchovné vydavateľstvo.

HUŇA, Ľ., Š. HEC a D. LESKOVJANSKÝ (1977). *Sprievodca náučnou trasou Slovenský raj – juh*. Košice: Východoslovenské tlačiarne.

HUŇA, Ľ., M. KOZÁK, I. VOLOŠČUK a kol. (1985). *Slovenský raj – Chránená krajinná oblasť*. Bratislava: Príroda.

JIROUŠEK, L. a K. HRIC (1988). *Slovenský raj*. Martin: Vydavateľstvo Osveta.

KOCR Severovýchod, (2016). *Hranovnicke pleso* [online]. [cit. 2016-03-19]. Dostupné z: <http://www.severovychod.sk/body-zaujmu/hranovnicke-pleso/>.

KOZÁK, M. (1988). *Národný park Slovenský raj*. Bratislava: Vydavateľstvo Obzor.

LOPUŠNÝ, J. (2001). *Geografia cestovného ruchu Slovenska*. 1.vydanie. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta. ISBN 80-8055-548-6

MARIOT, P. (1983). *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava: VEDA.

MATUŠÍKOVÁ, D. a J. GBUROVÁ (2015). Vnímanie značky Slovenska ako destinácie cestovného ruchu. In: *Mladá veda* [online]. vol. 3, no. 1, s. 97-109. [cit. 2015-07-30]. ISSN 1339-3189. Dostupný na: <http://www.mladaveda.sk/casopisy/06/06_2015_08.pdf>

MELLO, J. a kol. (2000). *Vysvetlivky ku geologickej mape Slovenského raja, Galmusu a Hornádskej kotliny*. Bratislava: Vydavateľstvo Dionýza Štúra. ISBN 80-88974-20-8

MIHÁLIK, Š., a kol. (1971). *Chránené územia a prírodné výtvory Slovenska*. Bratislava: Vydavateľstvo PRÍRODA.

NÁRODNÝ PARK SLOVENSKÝ RAJ (2014). *Havrania skala* [online]. [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.slovenskyraj.eu/najkraisie-vyhľady>

PITONIAK, P. a kol. (1978). *Flóra a vegetácia chránenej krajiny Slovenský raj*. Bratislava: VEDA.

ROSIČ, M., J. MITRÍKOVÁ, R. KLAMÁR, M. KOVAL' a A. ORLOVSKÁ (2011). Predpoklady cestovného ruchu na území národného parku Slovenský raj s empirickým príkladom komparácie spokojnosti návštevníkov počas zimnej a letnej sezóny v jeho južnej časti. In: *Folia geographica 17. Prírodné vedy*. 52, 323-351. ISSN 1336-6157.

SPRÁVA NP SLOVENSKÝ RAJ (2007). *Slovenský raj*. Banská Bystrica: ŠOP SR. ISBN 978-80-89035-86-1

SZABÓ, S. (2013). *Havrania skala* [online]. [cit. 2016-03-11]. Dostupné z: <http://gemer.vucke.sk/trip/gemer/gemer/turistika/pesia-turistika/havrania-skala.html>.

ŠAMBRONSKÁ, K. (2014). Prezentácia turistických produktov – význam značky. In: *Mladá veda* [online]. 2, 1, špec. vyd., online, s. 19-27. [cit. 15. júna 2013]. ISSN 1339-3189. Dostupné z: http://www.mladaveda.sk/casopisy/03/03_2014_03.pdf

ŠENKOVÁ, A. (2013). Analýza vývoja cestovného ruchu a hotelierstva na Slovensku po roku 1989. In: *Mladá veda* [online]. vol. 1, no. 2, s. 29-38. [cit. 2015-07-30]. ISSN 1339-3189. Dostupné z: http://www.mladaveda.sk/casopisy/02/02_2013_04.pdf

ŠTÁTNA OCHRANA PRÍRODY SLOVENSKEJ REPUBLIKY (2015). *Zákon č. 543/2002 Z.z. o ochrane prírody a krajiny* [online]. [cit. 2015-11-23]. Dostupné z: <http://www.sopsr.sk/web/index.php?cl=113>

TESÁK, M., I. VOLOŠČUK a D. JANOTA (1989). *Krásy a vzácnosti slovenskej prírody*. Martin: Vydavateľstvo Osveta.

TRAVELGUIDE (2016). *Podlesok – Slovenský raj* [online]. [cit. 2016-03-11]. Dostupné z: <http://www.travelguide.sk/svk/podlesok/ubytovanie/turisticke-regiony/>

ZÁBORSKÁ, Z. (2014). *Stratégia rozvoja územia Slovenský raj s dôrazom na rozvoj CR na obdobie rokov 2015–2020*. [online]. [cit. 2018-12-03]. Dostupné z: http://www.milojispis.sk/images/dokumenty/Analyza_Slovensky_raj_24112014.pdf

Kontaktné údaje

RNDr. Jana Mitriková, PhD., Katedra turizmu a hotelového manažmentu, Fakulta manažmentu, Prešovská univerzita, Konštantínova 16, 080 01 Prešov, email: jana.mitrikova@unipo.sk

Ing. Elena Širá, PhD., Katedra ekonómie a ekonomiky, Fakulta manažmentu, Prešovská univerzita, Konštantínova 16, 080 01 Prešov, email: elena.sira@unipo.sk

Mgr. Michaela Gromanová, email: gromanovamichaela@gmail.com

POVESTI A LEGENDY AKO SEKUNDÁRNY DETERMINANT ROZVOJA REGIÓNU CESTOVNÉHO RUCHU

STORIES AND LEGENDS AS A SECONDARY DETERMINANT OF THE TOURISM REGION DEVELOPMENT

KRISTÍNA ŠAMBRONSKÁ, DANIELA MATUŠIKOVÁ

Abstrakt:

Konkurencia na trhu cestovného ruchu je vysoká. Boj o návštevníka vyhráva ten, kto ponúkne kvalitné služby, široký produktový rad, príjemné prostredie a niečo navyše čím sa odliši od konkurencie. Využiť jedinečný potenciál mesta, miesta či destinácia je veľmi dôležité. Návštevnosť v regióne závisí od primárnej ako aj sekundárnej ponuky cestovného ruchu, významu atraktivít, ktoré región ponúka (lokálna, miestna, národná, medzinárodná), ako aj od ich reálneho stavu a dostupnosti. Okrem faktov a historických skutočností, by sa nemalo zabúdať na legendy, povesti, ktoré je potrebné oživiť nielen pre domácich a zahraničných návštevníkov regiónu ale aj pre domáce obyvateľstvo. Subjektom, ktorý spája uvedené body do výkladu a predstavuje teda reprezentanta atraktivít a možností cestovného ruchu v regióne je sprievodca. Cieľom štúdie, ako článku je poukázať na význam legiend a povestí v práci sprievodcu cestovného ruchu s ich následným vplyvom na návštevnosť danej oblasti.

Kľúčové slová:

Cestovný ruch, Sprievodca, Zážitok, Výklad, Legenda

Abstract:

Competition at the tourism market is high. The fight for the visitor wins the one who offers high quality services, a wide range of products, a pleasant environment and something more to distinguish from the competition. Taking advantage of the unique potential of a city, place or destination is very important. The number of visitors in the region depends on both, the primary and secondary tourism offers, the significance of the attractions in the region (local, regional, national, and international) as well as their real status and availability. In addition to general and historical facts, legends and stories should not be forgotten. It is more than needed to revive them not only for domestic and foreign visitors of the region but also for the domestic inhabitants. An entity that links these points into the interpretation and represents a representative of the attractiveness and possibilities of tourism in the region is a guide. The aim of the article is to point out the importance of legends and stories in the work of the tourist guide, with their subsequent impact on the visitors' number of the area.

Key words:

Tourism, Tourist Guide. Experience, Commentary, Legend

ÚVOD

Legendy, povesti, mýty či akákoľvek záhada vyvoláva v ľuďoch pocit tajomna, neznáma, láka na objavenie, vyvoláva túžbu vidieť dané miesto na vlastné oči. Každá oblasť, región a miesto môže byť niečím zaujímavé, môže ponúknuť návštevníkovi možnosti trávenia voľného času na kratšiu alebo dlhšiu dobu. Dôležité je identifikovať zaujímavé atraktivity, vytvoriť správny produkt a vedieť ho návštevníkovi ponúknuť. Celý proces týmto nekončí. V preplnenom trhu cestovného ruchu je potrebné ponúknuť nielen kvalitné služby, tie považuje návštevník za štandard, ale aj niečo navyše. Upútať pozornosť návštevníka, vtlačiť mu pečať originality navštívenej oblasti a tým ju jasne odlíšiť od iných navštívených miest je možná aj vhodnou prezentáciou ponúkaných atraktivít. V tomto prípade sa do popredia dostáva funkcia sprievodcu cestovného ruchu. Práca sprievodcu je náročná na kondíciu, psychickú pripravenosť, rozsiahle znalosti, verbálny prejav ako aj schopnosť reprezentácie, empatie. To sú základné piliere sprievodcu cestovného ruchu. Vzhľadom na pomerne ľahkú dostupnosť informácií ale aj rôznorodosť podávania informácii súčasnými médiami (hlavne historické spracovania udalostí), robí prácu sprievodcu veľmi náročnou. Jeho úlohou je hľadať a zakomponovať do výkladu čím viac prvkov, ktoré návštevníka upútajú. Cieľom článku je poukázať na význam legiend a povestí v práci sprievodcu cestovného ruchu s ich následným vplyvom na návštevnosť danej oblasti.

Legendy, povesti ako súčasť atraktivít cestovného ruchu

Atraktivity sú poprednými „perlami“ každej oblasti cestovného ruchu. Či už ide o prírodné alebo historické atraktivity. Obzvlášť história býva často zahalená tajomstvom. Odhaľovanie a pátranie po minulosti láka aj do „neobjavených končín“ stále viac turistov. Ochrana kultúrneho a prírodného dedičstva je čím ďalej viac aktuálna, nakoľko má priamu úmeru na ekonomický dopad v oblasti / regióne. Na to aby sme mohli hovoriť o ziskovom a pozitívnom dopade, je dôležité dostať oblasť cestovného ruchu do povedomia jeho potenciálnych návštevníkov. A tu sa dostávame na začiatok. Opätovne im musíme ponúknuť jeho atraktivity a niečo navyše.... to, čo ešte návštevník nevie.

Podľa dokumentu Kultúrny turizmus, Mexico 1999 (**Pamiatkový úrad SR, 2018**) cestovný ruch má byť nositeľom výhod pre hostiteľské spoločenstvo a zabezpečovať preň významné prostriedky a motivovať ich pre budúce generácie, aby bola zabezpečená starosť a udržanie kultúrneho dedičstva a kultúrnych obyčajou.

Kultúrnym dedičstvom sa na základe Dohovoru o ochrane kultúrnych a prírodných pamiatok (**UNESCO, 1972**) rozumie:

- monumenty: architektonické diela, diela monumentálnych skulptúr a malieb, archeologické nálezy, nápisy, jaskynné obydlia a kombinácie prvkov, ktoré sú výnimočnou univerzálnou hodnotou z pohľadu histórie, umenia, alebo vedy;
- skupiny budov: skupiny samostatných alebo spojených budov ktoré, kvôli ich architektúre, homogenite alebo miestu v krajine majú výnimočnú univerzálnu hodnotu z pohľadu histórie, umenia, alebo vedy;
- náleziská: diela človeka, alebo kombinácia prírodných a ľudských diel a miesta vrátane archeologických nálezísk, ktoré majú výnimočnú univerzálnu hodnotu z historického, estetického, etnologického alebo antropologického hľadiska.

Kultúru chápeme ako generátor cestovného ruchu a podnet pre investovanie do cestovného ruchu. „Podľa názoru mnohých odborníkov, kultúra a kultúrno-historické pamiatky priťahujú záujem množstva turistov a opäťovne sa stáva na trhu cestovného ruchu hitovým produktom“ (**Ďuriček, 2007**). Kultúrne pamiatky sú ako objekt záujmu jedným z hlavných cieľov kultúrnej turistiky popri návšteve kultúrnych podujatí. Základným predpokladom využitia kultúrneho potenciálu pre rozvoj kultúrnej turistiky je udržiavanie objektov a predmetov kultúrneho dedičstva v dobrom stave, ich odborná prezentácia a sprístupnenie čo najširšej verejnosti (**Medvecká, 2006**).

Prírodné dedičstvo na základe Dohovoru o ochrane kultúrnych a prírodných pamiatok (**Unesco, 1972**) predstavuje:

- prírodné prvky pozostávajúce z fyzických a biologických útvarov alebo skupín takých útvarov, ktoré majú výnimočnú univerzálnu hodnotu z estetického alebo vedeckého pohľadu;
- geologické a fyziografické útvary a presne vymedzené územia, ktoré vytvárajú biotop ohrozených druhov zvierat a rastlín výnimočnej univerzálnej hodnoty z pohľadu vedy a ochrany;
- prírodné náleziská presne vymedzených prírodných území výnimočnej univerzálnej hodnoty z pohľadu vedy, ochrany alebo prírodných krás.

Stále viac je badateľný trend nielen kvalitnej prezentácie regiónu a jeho atraktivít, no zároveň potreba presadenia sa na vysoko konkurenčnom trhu cestovného ruchu a zaujať návštevníka – turistu ďalšími pridanými hodnotami, ktoré atraktivity ponúkajú. Legendy a povesti určitým spôsobom vplyvajú na cestovný ruch a tento vplyv je možné využiť v prospech rozvoja cestovného ruchu. Návštevníkovi poskytnú ďalšiu formu zážitku. Práci sprievodcu je však nevyhnutné zdôrazniť, že ide o legendu či povesť a teda istým spôsobom o fikciu.

Výkladový slovník (**Kolektív autorov, 2003**) pojem „povesť“ vysvetľuje ako:

1. rozprávanie (čiastočne alebo celkom vymyslené) viažuce sa na minulosť
 - rozprávka: povesti, rozprávky o hradoch
 - poviedka: zbierka poviedok
 - sága (severská povesť)
 - bájka (poučne ladená rozprávka): Ezopove bájky
 - fabula: romantická fabula
2. súhrn názorov o niekom, o niečom, verejná mienka
 - chýr
 - meno: mať dobrú, zlú povesť, dobrý, zlý chýr; kažiť niekomu povesť, meno
 - zvuk: výrobky majú vynikajúci zvuk

„Legenda“ sa vo Výkladovom slovníku (**Kolektív autorov, 2003**) nachádza definovaná ako:

1. mýtus: tradíciou prenášaná predstava alebo príbeh o vzniku sveta, o prírodných javoch, o hrdinoch a pod.; prenášaná nepodložená správa vyzdvihujúca istý jav alebo človeka • báj

•legenda: slovanské mýty, báje, legendy; mýtus, legenda, báj o jeho neomylnosti sa rozplynul(a)

2. vysvetľujúci text na mapách, plánoch, diagramoch a pod.; nápis na obrazoch, rytinách al. (v katalógoch a pod.) k nim: text na minciach, medailách a pod.

Z uvedeného vyplýva, že základný rozdiel medzi povestou a legendou spočíva v reálnosti. Povest' má istý reálny základ na rozdiel od legendy, ktorá je celkovo založená iba na predstave a nie na faktoch.

V Slovenskej republike definovanie pojmov, ktoré sa týkajú cestovného ruchu, obsahuje slovenská verzia európskej normy s označením **STN EN 13809 (95 4001)** Služby cestovného ruchu. Cestovné kancelárie a tour operátori. Terminológia. so statusom slovenskej technickej normy, ktorá charakterizuje sprievodcu CR takto: „Sprievodcu cestovného ruchu je osoba, ktorá sprevádza návštevníkov v jazyku podľa ich výberu a podáva výklad o kultúrnom a prírodnom dedičstve nejakej oblasti, disponuje špecifickou kvalifikáciou pre danú oblasť, ktorú obyčajne udeľuje alebo uznáva príslušný úrad“ (**Orieška, 2007**). Sprievodcu cestovného ruchu presnejšie definoval zákon č.186/2006 Z. z. zo 16. marca 2006, ktorý hovoril: „Sprievodca v cestovnom ruchu je fyzická osoba, ktorá sprevádza objednávateľov a podáva v dohodnutom jazyku výklad o kultúrnom a prírodnom dedičstve a má odbornú spôsobilosť, na ktorú má osvedčenie o získanom vzdelaní.“ **Zákon č. 170/2018 Z. z.** z 15.5.2018 uvádza, že cestovná kancelária musí „písomne poveriť zástupcu, na ktorého sa môže cestujúci v ťažkostiach v priebehu celého zájazdu obrátiť so žiadosťou o pomoc a ktorý je oprávnený prijímať a vybavovať reklamácie cestujúceho počas zájazdu“.

Ako je známe, ponuku cestovného ruchu **Kaspar (1995)** delí na primárnu a sekundárnu. K sekundárnej ponuke CR okrem iného radí sprievodcovské a informačné služby.

Sprievodcovia v cestovnom ruchu svojou profesiou patria k mienkotvorným pracovníkom cestovného ruchu. Prichádzajú do kontaktu s návštevníkmi a na základe ich správania sa a výsledkov činnosti si návštevníci môžu vytvoriť obraz o navštívenom meste, regióne, štáte. Služby, ktoré poskytujú, sú súčasťou doplnkových služieb produktu v užšom poňatí. V širšom poňatí venujú pozornosť produktu, podávajú o ňom výklad a využívajú ho aj pre efektívne trávenie voľného času návštevníkov (**Orieška, 2007**). **Strižinec (1996)** podotýka, že musí ísť o „silnú osobnosť, čo znamená, že jedinec je schopný svojou energiou, svojou zdatnosťou alebo inými vlastnosťami vyniknúť nad priemer.“

Pokiaľ má plniť sprievodca úlohu reprezentanta regiónu, danej oblasti, ťažisko bude na jeho vzhľade a profesionalite. V oblasti profesionality musí samozrejme stavať na vedomostiach, no spôsob ich prezentácie je taktiež mimoriadne dôležitý. V práci sprievodcu cestovného ruchu ide o podanie výkladu. Informácie a výklad sú neoddeliteľné súčasti. „Výklad je špeciálna forma komunikácie, informačného toku. Dôraz je na informácii. Výklad môže prispieť k plnohodnotnejšiemu stráveniu voľného času návštevníkov a na druhej strane, môže prispieť k zvýšeniu úspešnosti atrakcie. Musí byť vytvorený tak, aby podnecoval k zmene v postojoch a správaní návštevníkov“ (**Nagy, 2009**).

Všeobecne platí:

- všetko nové je zaujímavé,
- všetko nové o niečom známom je zaujímavejšie,
- všetko nové o niečom blízkom je najzaujímavejšie.

Preto výklad, keď má byť zaujímavý, nemusí obsahovať len samé nové informácie, ale tiež nové poznatky o reáliách, ktoré sú účastníkom známe a blízke. Je dôležité vedieť, čo je z hľadiska zaujímavosti pre rôznorodú skupinu účastníkov najzaujímavejšie (**Orieška, 2007**).

Témou využitie legiend a povestí v turizme a v práci sprievodcu sa zaoberali viaceré vedecké štúdie. John G. **Robb (1998)** v článku „Tourism and legends archaeology of Heritage“, publikovanom v časopise *Annals of Tourism Research* skúma rozhranie v rámci výraznej lokality, dediny a hradu v Tintageli, Cornwall, kde legendy a literárne spolky ovládli očakávania mnohých návštevníkov. Autori **Pérez-Aranda et al. (2015)** na základe literárnej štúdie zastávajú názor, že mýty sú kritickými prvkami pri navrhovaní turistických zážitkov v rámci turistických destinácií. Mýty a legendy sú cenným prínosom, na základe ktorého by tvorcovia rozhodnutí mali vyvinúť koherentné brandingové značky a súbor produktov cestovného ruchu, ktoré by poskytovali jedinečný a zmysluplný príbeh. **Bristow a Mirela (2004)** prezentovali výskumnú štúdiu Mýty verzus fakty: Prieskum strašidelného cestovného ruchu. V článku prezentovali novú formu turizmu „Fright Tourism“ – strašidelný cestovný ruch. Strašidelný Cestovný ruch nastáva, keď turista hľadá desivé príležitosti pre potešenie z destinácie, ktorá môže mať zlovestnú históriu alebo môže byť povýšená na jednu zo strašidelných-záhadných oblastí. Dokonca je možné uviesť príklad, kedy na legendách je postavený rozvoj cestovného ruchu v určitej oblasti. Takou je kanadské horské mestečko a oblasť Fernie, ktorá láka návštevníkov na svojej webovej stránke aj legendami s ňou spojenými. Z uvedeného vyplýva, že aplikovanie legiend, povestí a zaujímavostí do výkladu je žiaduce a je to forma upútania pozornosti klienta, je zároveň memorovaním informácií a ich selekcia a priradenie stupňa významu. Dávkovanie tohto typu informácií musí byť presne ohraničené. Jednou z podporných prostriedkov v prezentácii oblasti - výklade je ponúknuť aj niečo iné, tajomné, s nádychom neznámeho a možnosťou špekulácie. To sú práve povesti a legendy, ktoré sa v CR dajú výborne využiť ako magickosť prostredia, objektu, osoby. Návštevníkovi treba nechať voľnú fantáziu a priestor na premýšľanie. Pozor: zlaté pravidlo je – návštevníkovi nič nevnučovať! Sprievodca musí upozorniť poslucháča o to, že ide o povesť – legendu, názor istej skupiny šudí, dohady. Napätie a pozornosť stupňuje skracovaním viet v rozprávani.

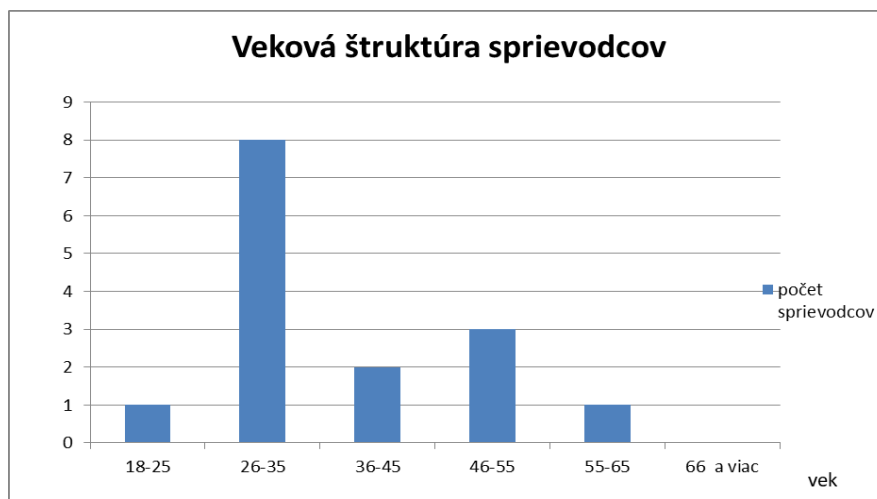
CIEĽ, MATERIÁL A METODIKA ŠTÚDIE

Hlavnou metódou v prieskume boli použité metódy deskriptívnej štatistiky, tabuľky a grafy. Pracovali sme s nasledovnými predpokladmi:

1. Predpokladáme, že legendy a povesti môžu zvýšiť návštevnosť a atraktivitu daného turistického strediska.
2. Predpokladáme, že legendy a povesti môžu v turistoch vyvolať záujem o kultúrne pamiatky, mestá, históriu ako takú všeobecne.

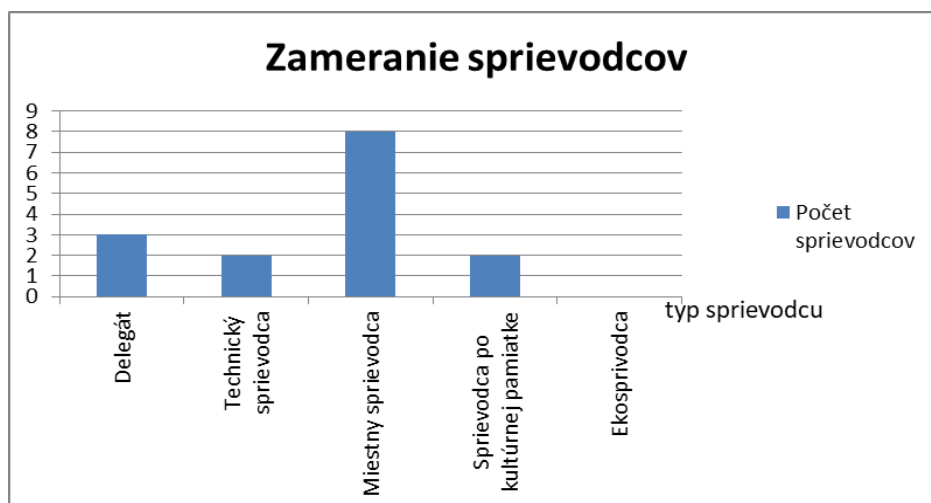
Oslovili sme 15 sprievodcov. Všetci sprievodcovia sú z východného Slovenska – Prešov, Košice, Bardejov. Názory sprievodcov sme získali prostredníctvom rozhovorov, ktoré boli zložené z 8 otázok. Rozhovory mali otvorené otázky, sprievodcovia pri odpovediach mali možnosť plne vyjadriť svoj názor a skúsenosti.

Otázky boli zamerané na sprievodcovskú činnosť s dôrazom využitia legiend a povestí pri sprievodcovej činnosti v cestovnom ruchu. Veková štruktúra sprievodcov je vyjadrená v grafe 1. Rozhovor sme urobili s jedenástimi ženami a štyrmi mužmi.



Graf 1 Veková štruktúra sprievodcov
Zdroj: vlastné spracovanie

Zaujímalo nás aj zameranie sprievodcov. Preto nasledujúci graf 2 ukazuje rôznorodosť oblasti pôsobenia oslovených sprievodcov cestovného ruchu. Najväčší podiel v rozhovoroch mali mestský sprievodcovia (ôsmi), traja delegáti, následne v rovnakom počte dvaja technický sprievodcovia a sprievodcovia po kultúrnej pamiatke. Rozhovoru sa nezúčastnil ani jeden ekosprievodca.



Graf 2 Typ sprievodcu cestovného ruchu
Zdroj: vlastné spracovanie

1. *Sú podľa Vás legendy a povesti vhodným prostriedkom na zvýšenie atraktivity turistického produktu?*

Všetkých 15 zúčastnených sprievodcov zhodne odpovedalo na túto otázku pozitívne. Medzi prvé slová patrili *áno, určite, jednoznačne*. Dodávali však, že je dôležité správne podanie a propagácia. Legendy a povesti dokážu zaujať nielen pozornosť turistov, ale aj sprievodcov. Sú zaujímavými doplnkovými informáciami pre turistov, obohatia prehliadku, vnesú do výkladu trochu napätia, tajomna a zábavy. Potvrdilo sa, čo sme uvádzali v teórii článku, že ľudí vždy priťahovali tajomné a záhadné javy, ktoré nechávajú priestor aj na rozvíjanie fantázie.

2. *Majú turisti záujem o legendy a povesti, ktoré sú spojené s danou lokalitou?*

Šesť sprievodcov odpovedalo, že turistom nestihnú dať priestor na otázky, no predstavia im legendy a povesti viažuce sa k turistickému miestu v rámci výkladu. Viac menej turisti čakajú, že im sprievodcovia povedia legendy a povesti. Piaty sprievodcovia konštatovali, že turisti samotní sa neopýtajú, ale vždy si ich radi vypočujú. Štyria sprievodcovia odpovedali, že sa ich turisti pýtajú sami.

3. *Rozprávate turistom legendy a povesti?*

Všetci sprievodcovia odpovedali kladne. Traja zo sprievodcov sa vyjadrili, že podľa ich názoru turistov nič nezaujíma viac. Preto je dôležité získať čo najviac miestnych príbehov.

4. *Po vyrozprávaní legendy, alebo povesti máte od návštevníkov spätnú väzbu, pýtajú sa na ďalšie detaily?*

V rámci tejto otázky vznikli tri skupiny. Tí, ktorí tvrdia, že od turistov spätnú väzbu majú, tí, ktorí spätnú väzbu nemajú a nakoniec sú turisti, ktorí majú otázky len v prípade, že bol u nich vzbudený dostatočný záujem. Turisti, ktorí majú otázky, chcú najčastejšie vedieť, či sa to naozaj stalo, kedy a či existujú písomné a iné hmotné dôkazy.

5. *Je podľa Vás propagácia turistického miesta prostredníctvom legend a povestí možnosť zvýšenia jej návštevnosti?*

Aj v tomto prípade sa všetci sprievodcovia zhodli, že vhodne podaná, či naznačená legenda, povesť môže jednoznačne turistickým miestam dopomôcť zvýšiť ich návštevnosť. Podľa piatich sprievodcov bola história vždy veľkým lákadlom pre návštevníkov všetkých vekových kategórií. Návštevník si odnáša príjemný zážitok a pocit.

6. *Môžu legendy a povesti podľa Vás vzbudiť záujem o pamiatku?*

K tejto otázke sa pozitívne vyjadrilo 13 z 15 sprievodcov cestovného ruchu. Tí, čo odpovedali negatívne, dodávajú, že je to skôr otázka zvedavosti ako finančných prostriedkov – ak človek vie, že o nejakom meste alebo pamiatke existuje legenda, či povesť, v súčasnosti má dostatok technických vymožeností, ktoré mu dopomôžu k jej odhaleniu. Čo na druhej strane naruša moment prekvapenia, tajomna, nakoľko ich dostupnosť je veľmi jednoduchá – knihy, filmy, internet.

7. *Vyvolávajú podľa Vás legendy a povesti dodatočný záujem o pamiatky/mestá?*

Opätovne sme získali od sprievodcov zhodnú a pozitívnu odpoveď. Niektorí však dodávajú, že je dôležité pútavé podanie legendy alebo povesti sprievodcom, závisí to aj od popularity legendy/povesti, ale aj od zloženia turistickej skupiny. Zároveň dodávajú, že veľkú úlohu hrá aj spôsob ako nimi legenda podaná – dramatickosť. Práve miestny sprievodcovia a sprievodcovia po kultúrnej pamiatke podotkli, že ak sa k blízkemu miestu viaže nejaká legenda či povesť, vzniká určitá pravdepodobnosť, že návštevníci si pôjdu pozrieť aj dané miesto.

8. *Myslíte si, že atraktivite daného miesta prispieva skôr legenda/povešť o láske alebo mysteriózneho charakteru (duchovia, vraždy)?*

Osem sprievodcov nás prekvapilo svojou kreativitou. Ako najzaujímavejšie legendy a povesti označili tie, v ktorých sa tieto dve témy spájajú do jednej. Sprievodcovia tiež predpokladajú, že príbehy o láske skôr zaujmú ženy a starších, a mysteriózne príhody sú zaujímavé pre mužov a mladšiu generáciu. Dôležité však je, aby si návštevník odniesol zážitok.

VÝSLEDKY A DISKUSIA

Na základe vykonanej analýzy a vyhodnotenie rozhovorov môžeme konštatovať nasledovné:

Predpoklad 1 sa potvrdil. Všetci sprievodcovia sa pri otázkach o atraktivite a návštevnosti daného turistického strediska vyjadrili pozitívne. Legendy a povesti v sebe zahŕňajú niečo tajomné a nezvyčajné, čo priťahuje pozornosť návštevníkov. Príbehy sú pre turistov ľahšie zapamätateľné ako samotné faktografické údaje.

Predpoklad 2 sa potvrdil. Záujem o pamiatky, mestá a históriu nezávisí však len od samotných legiend a povestí, ktoré svojim príťažlivým obsahom síce dokážu poslucháča vtiahnuť priamo do deja. Dôležitá je osobnosť sprievodcu, ktorý túto legendu alebo povesť pútavým spôsobom podáva, ale aj samotný turista, v ktorom musia byť zakorenené určité kultúrne predpoklady.

Samozrejme, vykonaný pilotný prieskum v podobe rozhovorov by bolo možné rozšíriť na oblasť výskumu. Vhodné by bolo:

- zistiť uvedené otázky celoplošne – v rámci celého Slovenska,
- analyzovať uplatňovanie legiend vo výklade sprievodcov cestovného ruchu aj vo svete,
- zistiť, či sprievodcovia cestovného ruchu využívajú prevažne povesti, legendy alebo aj iný typ zaujímavosti,
- analyzovať vnímanie a záujem o legendy a povesti v rámci prezentácie regiónu, oblasti cestovného ruchu u návštevníkov,
- a ďalšie námety.

ZÁVER

Jednou zo základných požiadaviek destinácii na trhu cestovného ruchu je ich odlíšenie. Odlíšenie zároveň zabezpečí lepšiu identifikáciu destinácie, prispieva ak ku konkurencieschopnosti miesta. Pokiaľ je odlišnosť destinácie postavená na niečom výnimočnom, zaujímavom a v prípade legiend a povestí aj tajuplnom, predstavuje to pre destináciu veľkú výhodu. Destinácia môže osloviť nielen nové segmenty, no ponúknuť stálym návštevníkom nový produkt. Destinácia, ktorá má potenciál v legendách, ktoré môžu interpretovať aj sprievodcovia, môže zostaviť nasledovné produkty:

- pre rodiny s deťmi – „Milé strašidlo“ tematické animácie, cesta po miestach, kde by sa mohlo skrývať (denné aj nočné prehliadky), tvorivé dielne, suveníry...
- mladí (single alebo páry) – „Preži“ tematická trasa po miestach s povestami, legendami (je možné doplniť aj temný cestovný ruch), vhodné prepracovať s mobilnými aplikáciami (možnosť o rozšírenia krátkych filmovou)
- seniori – „Kde minulosť dýcha“ – tematická trasa spojená s kultúrne-historickým (resp. náboženským) motívom, následne wellness, gastronómia

Prelínaním potenciálu destinácie, miesta a jeho génia loci do práce sprievodcu je prepojením a zatraktívením výkladu. Zpracovaním povestí do výkladu je možné nielen oživenie výkladu,

zatraktívnenie miesta a jeho priblíženie návštevníkom, zároveň ich núti premýšľať a lepšie vnímať históriu. Oživiť výklad legendami je možné v interiéri (múzeum, pamätný dom, hrad, zámok a pod.) ako aj vo výklade podávanom v exteriéri, kde sa viažu k viacerým miestam a majú aj širšie využitie.

V článku sme poukázali na význam atraktivít v rámci danej oblasti. Bližšie sme sa zamerali na výklad sprievodcu s aplikovaním legiend a povestí. Zaujímal nás, či práve tieto prvky, ktoré majú možnosť oživiť výklad majú vplyv na zvýšenie atraktivity atrakcií nachádzajúcich sa v danej oblasti, pričom sme sa bližšie zamerali sprievodcov pôsobiacich v rámci východného Slovenska.

Použitá literatúra

BRISTOW, S. R., NEWMAN, M. Myths vs. Facts: An Exploration of Fright Tourism. In *Proceedings of the 2004 Northeastern Recreation Research Symposium*. Online. 2004. Dostupné na:

https://www.fs.fed.us/ne/newtown_square/publications/technical_reports/pdfs/2005/326papers/bristow326.pdf

ĎURIČEK, M. *Vademecum turizmu a rekreácie*. Rožňava: Roven, 2007

FERNIE. *Legend and Myths*. Online. 2007. Dostupné na:

<https://tourismfernie.com/history/legends-myths>

KASPAR, C. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Trian, 1995

1. KOLEKTÍV AUTOROV. *Krátky slovník slovenského jazyka*. Bratislava: Veda, 2007

MEDVECKÁ, M. *Obnova kultúrneho dedičstva – predpoklad atraktívnej ponuky cestovného ruchu vo vidieckych oblastiach*. Online. 2006. Dostupné: <http://agroturist.sk/konferencia/>

NAGY, K. *Ako vytvárať turistické balíky*. Miškolc: KULCS-TOUR Nonprofit Közhasznú Kft., 2009, Dostupné na: <https://anzdoc.com/ako-vytvara-turisticke-baliky-produkty-tematicke-cesty-a-bal.html>

ORIEŠKA, J. *Sprievodcovská činnosť v cestovnom ruchu*. Banská Bystrica: Dali – BB. 2007

Pamiatkový úrad SR. *Kultúrny turizmus, Mexico*. Online. 1999. 2018. Dostupné na:

<http://www.pamiatky.sk/sk/page/prehľad-textov-chart-a-dohovorov>

PÉREZ-ARANDA, R. J., GUERREIRO. M., MENDES, J. Are Myths and Legends Used in Tourism Communication as a Resource? The Case of Algarve Online Brochures. In *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*. Vol. 5, No 1, pp. 65-99, 2015. Retrieved from: http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/10920/Are_myths.pdf?sequence=2

ROBB, G.J. Tourism and legends archaeology of Heritage. In *Annals of Tourism Research*. Elsevier, Volume 25, Issue 3, p. 579–596. 2015

STIRŽENEC, Š. *Slovník sociálneho pracovníka*. Trnava: AD, 1998

Zákon NR SR č.186/2006 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č.281/2001 Z. z. o zájazdoch podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr a o zmene a doplnení Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov v znení zákona č. 95/2002 Z. z.

Zákon NR SR č.170/ 2018 Z. z. o zájazdoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu a o zmene a doplnení niektorých zákonov

Kontaktné údaje:

Ing. Kristína Šambronská, PhD., Prešovská univerzita, Fakulta manažmentu, Konštantínova 16, 08001 Prešov, email: kristina.sambronska@unipo.sk

PhDr. Daniela Matušiková, PhD., Prešovská univerzita, Fakulta manažmentu, Konštantínova 16, 08001 Prešov, email: daniela.matusikova@unipo.sk

TURISTICKÉ ATRAKTIVITY DESTINÁCIE POD DUKLOU S DÔRAZOM NA KULTÚRNY POTENCIÁL

TOURIST ATTRACTIONS OF THE DESTINATION IN DUKLA REGION WITH THE FOCUS ON CULTURAL POTENTIAL

MILENA ŠVEDOVÁ, TÜNDE DZUROV VARGOVÁ, DANIELA MATUŠÍKOVÁ

Abstrakt:

V severovýchodnej časti Slovenska sa nachádza významná destinácia, ktorá má široký turistický potenciál. Oblasť pod Duklou so svojim okresným mestom Svidník je stále málo ponúkaná pre návštevníkov, je preto dôležité aby klienti, ktorí danú destináciu navštívili ostali v regióne čo najdlhšie. Článok pojednáva o významných miestach turisticky zaostalého regiónu a možností jeho využitia pre potreby cestovného ruchu. Cieľom je zmapovať atraktivity v tejto destinácii a poukázať na zvyšujúcu sa návštevnosť počas jednotlivých kultúrnych podujatí. Závery príspevku poukazujú na nedostatky v regióne pod Duklou, kde uvádzame aj niekoľko návrhov na ich zlepšenie.

Kľúčové slová:

Destinácia, Dukla, mesto Svidník, turistické atraktivity.

Abstract:

In the northeastern part of Slovakia there is an important destination with a wide tourist potential. The area of Dukla with its district town Svidník is still properly offered to visitors, so it is important that clients who have visited the destination remain in the region as long as possible. The article deals with important places of the underdeveloped region and the possibilities of its use for the needs of tourism. The aim is to map the attractiveness of this destination and highlight the increasing visitor's rate during each cultural event. The conclusions of the paper point to insufficient products shortcomings in the region below Dukla, where we also present some suggestions for their improvement.

Keywords:

Destination, Dukla, town Svidník, tourist attractions.

JEL klasifikácia: L8, Z 1, Z 32

ÚVOD

Oblasť severovýchodného Slovenska je turisticky atraktívna nielen kvôli bohatým kultúrno-historickým pamiatkam ale taktiež aj pre svoj prírodný potenciál ktorý tento región ponúka. Centrum subregiónu pod Duklou je mesto Svidník, ktoré má svoju bohatú tradíciu. V okolí Svidníka sa nachádza niekoľko prírodných, kultúrnych atraktivít a oddychových rekreačných zón. Nová stratégia rozvoja okresu Svidník do roku 2024 je zostavená v súlade so Stratégiou rozvoja CR Slovenskej republiky do roku 2020 (**Centrum podpory regionálneho rozvoja**

okresu Svidník, 2018). Vypracovanie novej Stratégie cyklotrás ale aj cestovného ruchu je jednou z aktivít, ktorú definuje akčný plán, ako neodmysliteľnú požiadavku pre postupné systémové opatrenia za účelom realizácie akčného plánu v oblasti cestovného ruchu v súvislosti širších vzťahov – priorita F2. Hlavným výkonným orgánom pre implementáciu daného Akčného plánu je Centrum podpory regionálneho rozvoja okresu Svidník CPRROS. Medzi hlavné priority danej stratégie patria:

- podnikanie a nové pracovné miesta,
- podporovanie aktivít v cestovnom ruchu,
- budovanie cyklotrás a zelenej infraštruktúry,
- vytvorenie podmienok pre podporu regionálnych produktov.



Obr. 1: Základné produkty destinácie pod Duklou

Zdroj: Stratégia rozvoja CR a cykloturistiky v okrese Svidník do roku 2024

ANALÝZA TURISTICKÝCH ATRAKTIVÍT V DUKLIANSKEJ DESTINÁCII

Cieľom nášho príspevku je analýza potenciálu mesta Svidník a pridruženého subregiónu pod Duklou s apelom na v rozvoj turizmu s využívaním prírodných a kultúrno-historických predpokladov. V tejto časti práce sme charakterizovali významné miesta vybraného subregiónu z pohľadu analýzy návštevnosti vybraných kultúrnych podujatí s dôrazom na tradície v regióne.

V Tab. 1 uvádzame stručný prehľad jednotlivých atraktivít – prírodne, kultúrno-historické a športovo-rekreačné.

Tab. 1: Rozdelenie turistických atraktivít v Okrese Svidník

PRÍRODNÉ	KULTÚRNO-HISTORICKÉ	ŠPORTOVO-REKREAČNÉ
Lesopark Dukla Svidník Park tmavej oblohy Roztoky	Dni Svidníka BEER FEST – Pivný festival Svidník	Vodný svet Svidník Aquaruthenia Svidník
Minerálne pramene	Vianočný benefičný koncert cirkevných speváckych zborov vo Svidníku	Klisko Svidník
Mestský park Chránené oblasti	Betlehemský večer Svidník Rekonštrukcie bojov na Dukle a v priľahlom okolí	Rybolov v okrese Svidník Mestský bazén pri 3. ZŠ
Štátna prírodná rezervácia DRANEC	Rusínsky festival Svidník	Turistické trasy v okrese Svidník
Štátna prírodná rezervácia Komárnická jedlina	Slávnosti kultúry Rusínov-Ukrajincov Slovenska	Cyklotrasy a cykloturistika
Štátna prírodná rezervácia Miroľská slatina	Vianočné umelecko-remeselné trhy Svidník	Novoročný výstup na Rohuľu
Štátna prírodná rezervácia Radomka	Predvianočné predajné trhy Svidník	Štefanský výstup na Čiernu horu
Chránený prírodný výtvor Slatina pri Šarišskom Štiavniku	Aby Údolie smrti ožilo Kružľová	Turistický pochod Chodníčkami Alexandra Pavloviča
Rozhľadne a vyhlídkové veže	Aby v Údolí smrti bolo veselo	Dukelský beh mieru Svidník
Poľovnícke revíry/spolky:	Deň ľudových tradícií Svidník – Súťaž Pirohy Svidník	Airshow-Letecký deň Svidník

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa terénneho prieskumu

Vojenské pamiatky a pamätníky

Okresné mesto Svidník, ale aj celá oblasť pod Duklou je bohatá na rôzne pamiatky najmä však na vojenské pamiatky a pamätníky. Jednou z dôležitých vojenských pamiatok je mikroregión „údolie smrti“ (**Hochmuth et al., 2013**). Členmi združenia sú obce: Havranec, Vápeník, Dlhoňa, Svidnička, Kružľová, Vyšná Pisaná, Nižná Pisaná, Dobroslava a Kapišová. Hlavným účelom vzniku bolo najmä zachovanie histórie ktorá patrí bojom Karpatsko-duklianskej operácii z konca 2 sv., od týchto operácií je odvodený samotný názov mikroregiónu „Údolie smrti“, sú voľne prístupné a umiestnené na lúkach pod lesom pre čo najlepšie priblíženie histórie od roku 1944 (**Dukla Destination, 2018**). Obdivuhodné pamiatky sa nachádzajú aj priamo v meste Svidník v interiéri alebo exteriéry vojenského múzea. V exteriéri je vystavená bohatá expozícia vojnovnej techniky, tankov, vojenského lietadla a dela. Interiér vojenského múzea podľa **Regionálnej rozvojovej agentúry (2001)** je predovšetkým zbierkovým, výskumným a výstavným poslaním prezentovania dejín vojnovnej doby v regióne pod Duklou. Súčasťou múzea je zároveň premietanie ukážok a filmov z vojnového obdobia. Pre mesto Svidník je najviac charakteristická pamiatka, Pamätník Červenej armády a bol vyhlásený za národnú kultúrnu pamiatku. Pomník sa vypína nad 12 spoločnými hrobmi, kde je pochovaných 9000 vojakov padlých v bojoch o Dukliansky priesmyk (**Kaputa et al., 1996**). Zaujímavou

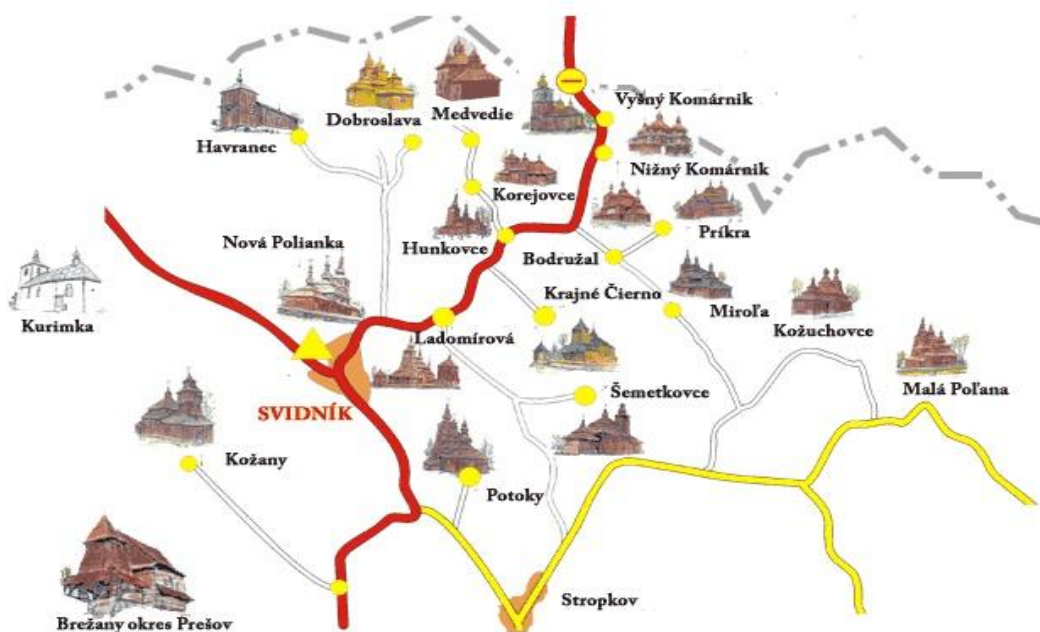
a turisticky atraktívnou pamiatkou je aj socha armádneho generála Ludvíka Svobodu, ktorý bol veliteľom československého armádneho zboru, čestného občana mesta. Pamätník sa nachádza priamo v centre mesta Svidník (**Rodák, 2010**). Neďaleko okresného mesta smerom na severovýchod sa nachádza Dukelský priesmyk, kde je situovaný významný pamätník československej armády, neďaleko pamätníka sa nachádza vojenský cintorín, kde je pochovaných až 565 príslušníkov prvého československého armádneho zboru.

Kultúrno-historické pamiatky, pamiatky ľudovej architektúry a kultúrne inštitúcie

Ako uvádza **Regionálna rozvojová agentúra Svidník (1998)** klenotom svetovej kultúry sú aj cenné stavebné pamiatky ktoré v priebehu dlhých storočí vznikali na území tohto regiónu. Karpatská drevená cesta vedie z okresného mesta Svidník a smeruje k Dukelskému priesmyku cez okolité obce Lodomirová, Krajné Čierne, Hunkovce, Miroľa, Nižný Komárnik a Vyšný Komárnik (**Dukla Destination, 2018**). Dve z týchto chrámov v okrese Svidník sú zapísané aj v zozname svetového kultúrneho a prírodného dedičstva UNESCO - cirkev svätého Michala archanjela z r. 1742 v obci Lodomirová, pochádzajúca z polovice 18. storočia. Druhou z nich je cirkev v obci Bodružal, ktorá je zasvätená svätému Mikulášovi z roku 1658. Cirkev je považovaná za jednu z najcennejších a najstarších v slovenskej časti Karpát. Vo vonkajšej časti sa nachádza oplotenie s dominantnou brámkou, na ktorej sa nachádza pôsobivá strieška v kužeľovom tvare (**Kost' et al., 2004**).

Medzi ďalšie drevené kostolíky v okrese Svidník patria:

- Chrám zasvätený svätej Paraskieve, v areáli skanzenu v meste Svidník. Pôvodne sa nachádzal v obci Nová Polianka (**Kolektív pracovníkov RRA Svidník, 1998**).
- Drevený gréckokatolícky chrám zasvätený svätej Paraske v Dobroslave.
- Chrám východného obradu zasvätený Michalovi archanjelovi v obci Šmetkovce (**Regionálna rozvojová agentúra Svidník, 1998**).
- Drevený chrám - zasvätený je svätému Bazilovi Veľkému obci Krajné Čierne.
- V obci Hunkovce sa nachádza chrám Zosnutia Presvätej Bohorodičky.
- Chrám v Korejovciach postavený v roku 1764, zasvätený je ochrane Presvätej Bohorodičky. K tomuto drevenému kostolíku patrí aj zvonica s troma zvonmi umiestnená na južnej strane je to národná kultúrna pamiatka. Chrám v obci Miroľa, je zasvätený Ochrane Presvätej Bohorodičke.
- V obci Príkra je situovaný drevený chrám svätého archanjela Michala.
- V obci Nižný Komárnik sa nachádza drevený chrám postavený v polovici 18. storočia cca v roku 1788 zasvätený Ochrane Presvätej Bohorodičke (**Pavlovský, 2007**).
- Zrubový chrám svätého Kozmu a Damiána v obci vyšný Komárnik (**Dudáš et al., 2007**).



Obr. 2 Drevené kostolíkyv okrese Svidník

Zdroj: (<http://chkovychodnekarpaty.sopsr.sk/wp-content/uploads/2018/05/>)

Okrem početných drevených chrámov, ktoré sa nachádzajú v okolí okresného mesta Svidník sa aj samotné mesto pýši viacerými kultúrnymi inštitúciami, ktoré sú turisticky atraktívne s bohatou históriou:

- Galéria Dezidera Millyho,
- Múzeum ukrajinskej kultúry,
- Národopisná expozícia v prírode – skanzen.

Skanzen vznikol v roku 1956 a patrí k jedným z najstarších špecializovaných, ale aj najvýznamnejších štátnych národnostných múzeí na Slovensku. Múzeum vzniklo na základe tolerantnosti, ale aj vzájomného pochopenia či harmonického spolunažívania národnostných menšín Rusínov-Ukrajincov spolu so Slovákmi (**Sopoliga, 2008**).

Rusíni-Ukrajinci obývajú aj v súčasnosti na severovýchode Slovenska približne 220 dedín. V areály skanzenu sa zachovali mnohé archaické exponáty týkajúce sa rôznych oblastí života obyvateľov. Vzácnymi zachovanými pamiatkami sú pracovné nástroje na obrábanie pôdy ako brány, pluhy, srpy, kosy, cepy a mnohé ďalšie. Okrem iného sa aj v súčasnosti v areáli nachádza dobytok, ktorý bol chovaný aj v minulosti miestnymi obyvateľmi. Každá stavba má zariadený interier a exteriér, ktorý vystihuje aj remeslá, ktorými sa rodiny v minulosti živili. Priamo v centre okresného mesta je situované múzeum ukrajinsko-rusínskej kultúry vo Svidníku.

Kultúrne podujatia

Oblasť pod Duklou predstavuje jedinečný multikultúrny región, ktorý má potenciál prilákať súčasného turistu (**Šambronská, 2012**). Má potenciál byť aj súčasťou monotematických turistických okruhov zameraných na kultúrno-historické pamiatky, vojenské pamiatky, pamiatky ľudovej architektúry s apelom na kultúrne podujatia, ktorých počet a návštevnosť

každým rokom rastie. To prezentujú aj výsledky našej analýzy v grafoch 1 a 2, kde sme poukázali na návštevnosť vybraných podujatí a kultúrnych inštitúcií, ktoré sa aj historicky, etnicky a sociálne viažu k regiónu pod Duklou.

A. Slávnosti kultúry Rusínov-Ukrajincov Slovenska

Tieto slávnosti patria k najstarším a zároveň najmasovejším festivalom na Slovensku, od roku 1956 sa každoročne konajú vo Svidníku. V roku 2018 sa uskutočnil ich 64. ročník. Slávnosti prezentujú folklór, kultúru a etnografiu Rusínov-Ukrajincov na Slovensku. Každoročne sa na tomto festivale predstavujú rôzne domáce a hosťujúce folklórne súbory, ale aj súbory z iných regiónov Slovenska či zahraničné hosťujúce súbory z Poľska, Ukrajiny, Ruska, Česka, Srbska, Rumunska, a rôznych ďalších štátov, v ktorých žijú Rusíni-Ukrajinci. Zaujímavosťou je skutočnosť, že slávnosti počas svojej existencie menili svoj názov. V roku 1956 boli prezentované pod názvom Festival ľudovej umeleckej tvorivosti ukrajinských pracujúcich východného Slovenska, od roku 1993 nesú súčasný názov t. j. Slávnosti kultúry Rusínov-Ukrajincov Slovenska a sú vysielané v priamom televíznom prenose (**Mušinka, 1994**).

B. Deň ľudových tradícií Svidník – Súťaž Pirohy Svidník

Od roku 1996 mesto hostí Deň ľudových tradícií a v rámci tohto podujatia sa uskutočňuje aj súťaž vo varení pirohov, ktoré je tradičné ľudové jedlo Rusínov. Celé podujatie spojené s výstavou záhradkárskych a ovocinárskych výrobkov, prezentovaním tradičných ľudových remesiel a bohatým kultúrnym programom. Na súťaži vo varení tradičných pirohov sa okrem domácich súťažiacich prezentujú aj súťažiaci z okolitých dedín, či zahraničných hostí z Ukrajiny a Poľska (**Varchol, 2012**).

C. Betlehemský večer (Viflejemský večer) Svidník

Rusínska obroda vo Svidníku od roku 1996 každoročne organizuje v predvianočnom období v mesiaci december benefičný koncert s názvom Betlehemský večer. Je zasvätený Vianociam, koledám, piesňam, betlehemským hrám, vinšovaniu a vianočným zvykom Rusínov na Slovensku. Na tomto podujatí účinkujú deti zo základných umeleckých škôl, zo základných škôl z mesta Svidník ale aj okolitých obcí z okresu Svidník (**Kaliňák, 1996**).

D. Dni Svidníka

V roku 2005 sa pri príležitosti 650. výročia prvej písomnej zmienky o okresnom meste Svidník uskutočnil prvý ročník tohto dvojdnového podujatia. Koná sa začiatkom júla a je zároveň spojené s letnými predajnými trhmi a bohatým kultúrnym programom. Znáμου súčasťou Dní mesta Svidník je aj Primátorská kvapka krvi.

E. Vianočné umelecko-remeselné trhy Svidník

Túto udalosť každoročne od roku 1999 organizuje Podduklianské osvetové stredisko vo Svidníku, kde vo svojom interiéri prezentujú tvorivosť a šikovnosť remeselníkov, ide najmä o amatérskych remeselníkov. Na tomto podujatí sa prezentujú teda rôzne výrobky ľudového remeselníctva, ručné práce, niekedy aj betlehemy študentov a žiakov škôl z okresu Svidník či žiakov z prihraničných škôl v Poľsku (**Cigľárová, 2016**).

F. Aby v Údolí smrti bolo veselo

Na tomto kultúrnom podujatí, alebo festivale účinkujú folklórne súbory zo Svidníka (Makovička a Makovica), ale aj iné folklórne či populárne súbory, hudobné skupiny a speváci ľudových či populárnych piesní z okolia či vzdialenejších regiónov. Podujatie sa koná v obciach, ktoré patria do Mikroregiónu Údolie smrti.

UKAZOVATELE NÁVŠTEVNOSTI A VYBAVENOSTI DESTINÁCIE POD DUKLOU PRE VYUŽITIE V TURIZME

Napriek autenticite a jedinečnosti destinácie pod Duklou, jej prírodným, kultúrnym a vojenským potenciálom a atraktivitou z pohľadu prihraničnej oblasti nedokáže turizmus v danej oblasti profitovať vzhľadom k faktu, že je závislý od jeho dostupnosti, celkovej infraštruktúry, kvality potrebných ponúkaných služieb pre návštevníka.

Pre účel nášho prieskumu boli v článku použité vybrané štatistické ukazovatele (kapacitné a výkonové) – počet ubytovacích zariadení, počet izieb a lôžok, a počet návštevníkov domácich i zahraničných, ktoré na porovnanie uvádzame v nasledujúcich tabuľkách.

Tab. 2: Počet návštevníkov v okrese Svidník

Okres Svidník	2014	2015	2016	2017	2018
počet návštevníkov spolu	2091	2849	4108	4203	4561
počet zahraničných návštevníkov	385	338	1655	1732	1791
počet domácich návštevníkov	1706	2511	2453	2471	2770

(Zdroj: vlastné spracovanie na základe údajov zo Štatistického úradu Slovenskej republiky)

Návštevnosť okresu Svidník sa odvíja od turistických atraktivít, dopravnej infraštruktúry, ubytovacích možností a úrovne poskytovaných služieb. Počet návštevníkov ubytovacích zariadení v sledovanom období mal mierne stúpajúci charakter. Zloženie zahraničných návštevníkov tvorili turisti z Českej republiky, Poľska, Ukrajiny, Ruska, Nemecka, Rakúska, Turecka a Izraela.

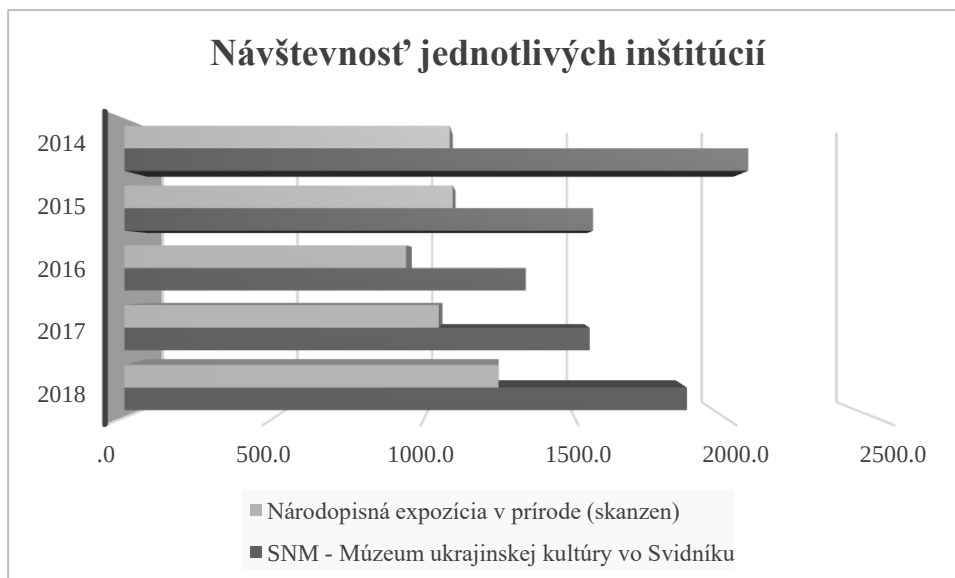
Tab.3: Kapacita ubytovacích zariadení cestovného ruchu v okrese Svidník

Rok	2014	2015	2016	2017	2018
počet ubytovacích zariadení	9	8	8	8	8
počet izieb	136	128	109	108	108
počet lôžok	500	484	398	394	394

(Zdroj: vlastné spracovanie na základe údajov zo Štatistického úradu Slovenskej republiky)

Kapacita ubytovacích zariadení v okrese Svidník má skôr klesajúci a ustálený charakter. Ako je uvedené v tabuľke počet ubytovacích zariadení v okrese je za posledných 5 rokov nemenný. Z výsledkov vyplýva, že kapacita a úroveň týchto zariadení nie je dostatočná.

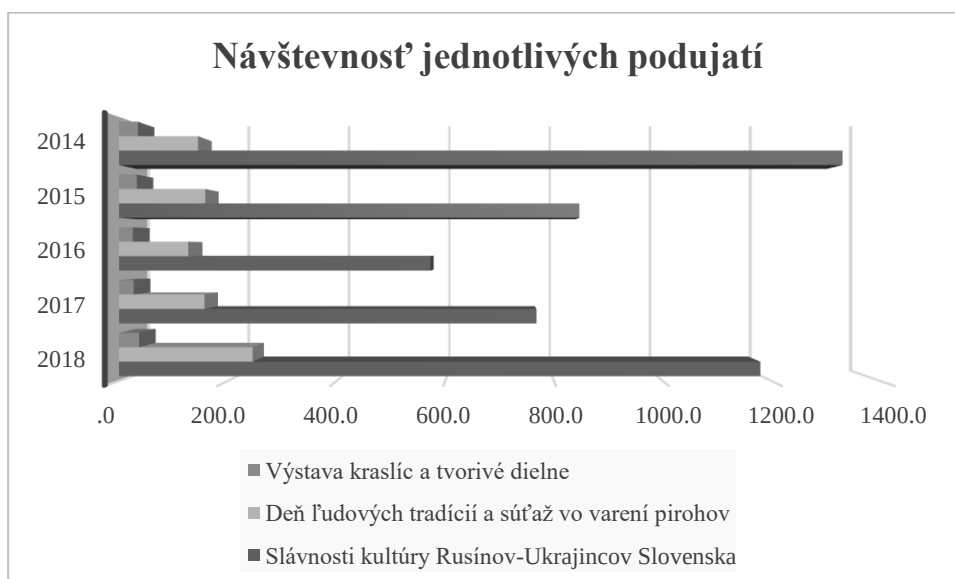
V druhej časti analýzy sme sa zamerali na spracovanie a komparáciu návštevnosti vybraných kultúrnych inštitúcií a kultúrnych podujatí v meste Svidník – destinácii pod Duklou. Zamerali sme sa na návštevnosť múzea a skanzenu.



Graf 1: Návštevnosť jednotlivých inštitúcií
(Zdroj: vlastné spracovanie)

Vyššie uvedený graf návštevnosti kultúrnych inštitúcií nám poukazuje na premenlivý nárast a pokles počtu turistov za uvedené roky. Pokles je možné vidieť v roku 2016, ktoré ovplyvnilo viacero faktorov.

Na základe analýzy skúmanej problematiky sme si vybrali návštevnosť podujatí, ktoré majú svoj význam a patria k tým najhodnotnejším pre destináciu pod Duklou, ktoré uvádzame v Graf 2. Išlo o Slávnosti kultúry Rusínov-Ukrajincov Slovenska, Deň ľudových tradícií spojený s varením pirohov ako národného jedla Rusínov a výstavu kraslíc obohatenú o tvorivé dielne ako jednu z možností kreatívneho turizmu.



Graf 2: Návštevnosť jednotlivých podujatí
(Zdroj: vlastné spracovanie)

Graf návštevnosti uvedených kultúrnych podujatí nám poukazuje na klesajúcu aj stúpajúcu tendenciu počtu návštevníkov za uvedené roky, čo môže ovplyvniť viacero faktorov. Konštatujeme, že zmenu návštevnosti jednotlivých podujatí výrazne ovplyvňuje počasie, vzhľadom k faktu, že sa konajú v exteriéroch. Odporúčame preto alternovať niektoré akcie, alebo ich časti do interiéru. K ďalším faktorom menšej účasti na podujatiach môžeme uviesť ich konanie počas jedného alebo dvoch dní, zlej dostupnosti a slabej dopravnej infraštruktúry (absencia vlakového spojenia), ako aj oslovenie návštevníkov vhodným produktom cez vhodné zvolený komunikačný kanál. Samozrejme každé podujatie sa dá zlepšovať, aby ich úroveň bola kvalitnejšia. Úroveň jednotlivých objektov je na veľmi dobrej úrovni (pravidelná starostlivosť a údržba).

Pre návštevníka destinácie je tiež dôležitá ponuka doplnkových služieb. V Tab. 2 uvádzame zariadenia, ktoré môžu využiť tak domáci ako aj zahraniční návštevníci.

Tab 4: Zariadenia poskytujúce služby pre návštevníkov v meste Svidník

Zariadenie	Počet
Nemocnica s poliklinikou, zdravotnícke zariadenia	2
Banky	4
Zmenárne	2
Kino	1
Cestovné kancelárie	5
Fitness centrá	3
Aquapark - AQUARUTHENIA	1
Supermarket Lidl	1
Informačné centrum DUKLADESTINATION	1
Mestská knižnica	1
Kaviarne a puby	8
Cukrárne	3

(Zdroj: vlastné spracovanie)

ZÁVER

Z výsledkov výskumu jednoznačne vyplýva, že uvedené územie patrí k bohatším z hľadiska existencie ako prírodného tak aj kultúrneho potenciálu. Napriek vhodným prírodným podmienkam, jedinečnosti a autenticite regiónu vo všetkých ukazovateľoch cestovného ruchu región výrazne zaostáva. Musíme konštatovať, že aj napriek rozvinutej primárnej ponuke cestovného ruchu stále stagnuje vývoj sekundárnej ponuky. Kapacita a úroveň ubytovacích zariadení je nedostatočná. Ďalším dôležitým faktorom pre rozvoj cestovného ruchu je dostupnosť regiónu a s tým spojená aj kvalita ciest. Absentuje doprava na území okresu. Strategickú úlohu v rozvoji regiónu by mal riešiť marketing a propagácia, lebo potenciálnym turistom tohto regiónu chýbajú predovšetkým informácie, ktoré poskytovalo turistické informačné centrum v meste Svidník, ktoré však prestalo fungovať. Túto medzeru vyplňa projekt “Dukla destination”, ktorý využíva novodobé marketingové trendy, ako aj technológie, prostredníctvom ktorých chce rozbehnúť v regióne cestovný ruch. Za úlohu má označiť všetky pamiatky, pridať k nim historické fakty, zatriktívniť prostredie i služby. Informácie podávajú

aj v Kancelárii prvého kontaktu a disponujú hovoriacou mapou v centre Svidníka, ktorá je výborným sprievodcom pre turistov. Webová stránka mesta je pravidelne dopĺňaná o všetky aktuality. Nakoľko je uvedená organizácia krátko založená, na infraštruktúre, materiálno technickej základne a na propagácii sa to ešte v požadovanej miere nepodarilo odzrkadliť. Dôležitým aspektom pre rozvoj cestovného ruchu je nutnosť spájať subjekty pôsobiace v cestovnom ruchu na danom území s rovnakým cieľom uskutočňovať rozvoj regiónu a tvoriť bohaté ponuky pre budúcich návštevníkov.

Použitá literatúra

- CENTRUM PODPORY REGIONÁLNEHO ROZVOJA OKRESU SVIDNÍK. 2018. *Stratégia rozvoja cestovného ruchu cykloturistiky v okrese Svidník do roku 2024*. Giraltovce: Vidiek n.o./ARK-Agentúra Rozvoja Kultúry n.o.
- CIGLÁROVÁ, Martina 2016. Umelci spod Dukli sa stretli na remeselných trhoch. In: *Dukla*. 38, 50, 2. ISSN 1335-6798.
- DUDÁŠ Miloš, GOJDIČ Ivan, ŠUKAJLOVÁ Margita 2007. *Drevené kostoly*. Bratislava: Svornosť, a.s., s. 85, s. 98, s. 94. ISBN 80-89226-14-0.
- DUKLA DESTINATION 2018. *Karpatská drevená cesta*. [online]. [cit. 2018-09-27]. Dostupné na: < <https://www.dukladesign.com/typ-atrakcie-destinacie/karpatska-drevena-cesta/> >
- DUKLA DESTINATION The place of heroes [online]. [28.10.2018]. Dostupné na: < <https://www.dukladesign.com/atrakcie-destinacie/udolie-smrti/> >.
- HOCHMUTH Václav, KUŽMA Jozef, NEDELKO Vladimír, ZELEM Jozef, NEDELKO KALIŇÁK, Ján 1996. Sviatok vianočných piesní a zvykov: v nedeľu bude vo Svidníku benefičný koncert „Viflejemskyj večer“. *Dukla*. 6, 50, 3.
- KAPUTA Andrej, ČEPAN Ľuboš, KALIŇÁK Ján (1996). *Vítame vás: Svidník a okolie*. Svidník: Okresný úrad, 32 s. ISBN 80-967545-7-2.
- Kolektív pracovníkov RRA Svidník 1998. *Drevené kostolíky v okolí Svidníka*. Prešov: GRAFOTLAČ s 3, s. 24. ISBN 80-967898-2-1.
- KOŠŤ Michal, MARKO Ivan, POPOVEC Jaroslav 2004. *Karpatská drevená cesta Slovakia*. Svidník: Tlačiareň svidnícka, s.r.o., s. 19-33. ISBN 80-968832-4-0.
- MUŠINKA, Mikuláš 1994. *Odkaz predkov = Zapovit predkiv : 40 rokov Slávnosti kultúry Rusínov-Ukrajincov Slovenska*. Prešov: Zväz Rusínov-Ukrajincov Slovenskej republiky, s. 60. ISBN 80-85137-09-7.
- PAVLOVSKÝ, František 2007. *Drevené gréckokatolícké chrámy na východnom Slovensku*.
- RODÁK, Jozef 2010. *Karpatsko-duklianska operácia*. ADIN, s.r.o., 33 s. ISBN 978-80-89244-768.
- Regionálna rozvojová agentúra 2001. *Kultúrne pamiatky Horného Šariša*. Michalovce: Media Group, v.o.s., s. 27. ISBN 80-88835-35-6
- SOPOLIGA, Miroslav 2008. *Skanzen vo Svidníku*. Svidník: Tlačiareň svidnícka, s.r.o., s.19-33. ISBN 978-80-89392-02-5.
- ŠAMBRONSKÁ, Kristína. 2012. *Marketingová komunikačná politika v oblasti významných kultúrno-historických pamiatok pri rozvoji cestovného ruchu v zaostávajúcich regiónoch*. Prešov: Bookman, s. r. o., 152,55 s. ISBN 978-80-89568-17-8.
- VARCHOL, Jozef 2012. Z histórie Dňa ľudových tradícií a súťaže Pirohy. *Podduklianske novinky*. 11, 40, s. 12. ISSN 1337-6187.
- <http://chkovychoednekarpaty.sopsr.sk/wp-content/uploads/2018/05/>

Kontaktné údaje:

PaedDr. Milena Švedová, PhD. Katedra turizmu a hotelového manažmentu, , Fakulta manažmentu, Prešovská univerzita v Prešove, Konštantínova 16, Prešov 08001, Slovensko, E-mail: milena.svedova@unipo.sk

Mgr. Tünde Dzurov Vargová, Prešovská univerzita v Prešove, Fakulta manažmentu, Katedra turizmu a hotelového manažmentu, Konštantínova 16, Prešov 08001, Slovensko, E-mail: tunde.dzurov.vargova@smail.unipo.sk

PhDr. Daniela Matušiková, PhD., Prešovská univerzita, Fakulta manažmentu, Konštantínova 16, 08001 Prešov email: daniela.matusikova@unipo.sk

SUROVÉ MÄSO A KRÍŽOVÁ KONTAMINÁCIA Z RÚK

RAW MEAT AND CROSS-CONTAMINATION FROM HAND

LUCIA ZELENÁKOVÁ, JANA ŽIAROVSKÁ, DAGMAR KOZELOVÁ

Abstrakt:

Cieľom práce bolo zhodnotiť vplyv nečistých úkonov na kontamináciu rúk a mäsa. Pri testovaní sme sa zamerali na 4 druhy znečistenia: neumytie rúk po použití WC (A), kýchanie (B), dotyk kľúčiek (C) a kontakt s odpadom (D). Zo vzoriek, ktoré sme odobrali sterovou metódou z rúk a mäsa sme sledovali celkový počet mikroorganizmov (CPM), počet koliformných baktérií (KB) a počet vláknitých mikroskopických húb (VMH). Hodnoty CPM na rukách boli najvyššie po kontakte s odpadom. Na rukách CPM dosiahol hodnotu 9,36 log KTJ.cm⁻² a na mäse 9,45 log KTJ.cm⁻². Najvyššie priemerné počty KB sa vyskytli na rukách aj na mäse po kontaminácii neumytím rúk po použití WC (A), kde na rukách vykazovali hodnotu 4,91 log KTJ.cm⁻² a 5,12 log KTJ.cm⁻² na mäse. Pri hodnotení VMH sme zistili najväčší nárast po kontaminácii rúk po použití WC (A). Na rukách dosahovali počet 2,81 log KTJ.cm⁻² a na mäse 3,04 log KTJ.cm⁻². Vo všetkých prípadoch sme zaznamenali štatisticky preukazný rozdiel ($P < 0,05$) medzi kontrolou (K) / dotykom mäsa čistými rukami (E) a ostatnými znečisteniami (A,B,C,D). Naopak medzi jednotlivými štyrmi znečisteniami nebol štatisticky preukazný rozdiel ($P > 0,05$). Výsledky ukázali, že akýkoľvek druh znečistenia vplyva na znečistenie rúk zamestnancov a na potravinu, s ktorou manipulujú. Dodržiavanie osobnej hygieny má osobitný význam pri eliminácii krížovej kontaminácie počas výroby potravín a pokrmov.

Kľúčové slová:

ruky, potraviny, mäso, kontaminácia, mikroorganizmy

Abstract:

The goal of our work was to evaluate the impact of unclean activities on hand and meat contamination. We focused on 4 kinds of unclean activities, including: contamination of hands after using the toilet (A), sneezing (B), contact with handle (C) and contact with garbage (D). Continuously, on the samples, which were taken by swab method from hands and meat, we observed total viable count (TVC), number of coliform bacteria (CB) and the number of microscopic filamentous fungi (MFF). The value of TVC was the highest at contact with garbage. The count on hands reached 9.36 log CFU.cm⁻² and on meat 9.45 log CFU.cm⁻². The highest average count of CB's occurred on the hands and meat after contamination by unwashed hands after using the toilet (A), showing 4.91 log CFU.cm⁻² on hands and 5.12 log CFU.cm⁻² on meat. We found the highest increase in contamination after using the toilet (A) in the MFF assessment. The count of MFF on hands reached 2.81 log CFU.cm⁻² and 3.04 log CFU.cm⁻² on meat. In all cases were statistically significant differences ($P < 0.05$) between the control (K) / touching the meat with clean hands (E) and other unclean activities (A,B,C,D), but there were no statistically significant differences between this four unclean activities ($P > 0,05$). The results showed, that hand-washing is important factor in reduction of microbial hand

contamination which subsequently manipulate with food. Keeping the personal hygiene principles are important to avoid contamination/cross-contamination during food and meal processing.

Key words:

hands, food, meat, contamination, microorganisms

ÚVOD A PREHĽAD LITERATÚRY

Otoupal (2009) uvádza, že hygienickými požiadavkami sa rozumie to, čo požadujú platné predpisy pre oblasť bezpečnosti potravín (Nariadenia ES, národné zákony a predpisy – vyhlášky). Jedná sa o požiadavky na zdravotnú bezpečnosť potravín, zdravotnú spôsobilosť osôb, na objekt, prevádzkové priestory, stavebné riešenie, zásobovanie vodou, odstraňovanie odpadov a preventívne opatrenia proti škodcom. Požiadavky na náradie, technické zariadenia ustanovujú, že musia byť vyrobené z materiálov, ktoré môžu prísť do styku s potravinami a musia byť nepoškodené. Ďalej sú ustanovené podmienky výroby, prípravy, rozvozu, prepravy, označovania a skladovania pokrmov a ich uvádzanie do spotreby, spôsob stanovenia a evidencie kritických bodov.

Prevádzkovateľ zariadenia spoločného stravovania je v záujme zabezpečovania zdravých životných podmienok povinný sústavne dbať o podmienky osobnej hygieny. Podmienky pre osobnú hygienu zahŕňajú stránku technickú a materiálnu. Technickými podmienkami sa rozumie zabezpečovanie tečúcej pitnej a teplej vody, zriadenie a funkčné vybavenie zariadení pre osobnú hygienu (šatní, spŕch, umyváreň, záchodov, dennej miestnosti) (**Zeleňáková et al., 2018**).

Materiálne vybavenie zahŕňa zabezpečenie prostriedkov pre uvedené zariadenia. Neoddeliteľnou súčasťou starostlivosti o osobnú hygienu je poskytovanie ochranných pracovných odevov a pomôcok (**Moerman a Mager, 2017; Nordqvist, 2017**). Koreňová (2010) uvádza, že prítomnosť kontaminujúcej alebo patogénnej mikroflóry v prostredí potravinárskych výrobní je závažným zdrojom následnej kontaminácie potravinárskych produktov. Najefektívnejším nástrojom na elimináciu nežiaducej mikroflóry je správna dezinfekcia a čistenie výrobného prostredia a zariadení. **Kostolníková et al. (2007)** uvádzajú, že niektoré baktérie sa môžu prichytiť k podkladu a diferencovať sa tak, že vytvoria komplexný mnohobunkový útvar nazývaný biofilm.

Umývanie rúk je základným preventívnym opatrením na ochranu proti šíreniu ochorenia. Hlavným dôvodom obmedzenia kontaktu medzi potravinami určenými na priamu spotrebu a ľudskými rukami je zabrániť prenosu vírusov a baktérií, ktoré sa už nachádzajú v ľudských organizmoch. Ďalej sa zistilo, že neumytím rúk po použití WC, sa rukami pracovníka môžu prenášať najmä fekálne patogény. Vyšetrovanie výskytu ochorení spôsobených potravinami ukázalo, že nedostatočná osobná hygiena, predovšetkým neúčinné umývanie rúk, v prvom rade významne prispievajú k alimentárnym ochoreniam, no významnú úlohu tu zohráva aj nedodržiavanie technologických podmienok výroby jedál (**Lambrechts et al., 2014**).

Ak je umývanie rúk vykonané správne, tak je jedným z najúčinnějších spôsobov, ako zabrániť šíreniu prenosných ochorení. Dobrá technológia umývania rúk nie je náročná a môže výrazne

znížiť šírenie infekčných chorôb. Vysoko rizikové oblasti, ako je príprava potravín, vyžadujú najvyššiu mieru dodržania hygieny. Pri umývaní rúk netreba zabudnúť a dodržiavať osvedčené postupy (**Bhat et al., 2015**). Počas choroby je potrebné zaviesť obmedzenia pre manipuláciu s potravinami, ak trpia rôznymi fyzickými, chemickými, biologickými, mechanickými a psychosociálnymi zdravotnými problémami na pracovisku. Na zabezpečenie osvedčených postupov v práci je nevyhnutné primerané školenie o bezpečnosti potravín pre obsluhu potravín (**Dudeja a Singh, 2017**). Richard (2008) uvádza, že ľudia, ktorí sa podieľajú na každej fáze výroby potravín od farmy po stôl musia prevziať zodpovednosť za prevenciu infekcií a zničenie patogénov. Zamestnanci by mali byť vyškolení o tom, ako zaobchádzať s potravinami, ako aj s hygienickými postupmi a technikami umývania rúk. **Shojaei et al. (2006)** sa domnievajú, že aj keď výrobcovia potravín tvrdia, že budú dodržiavať osobnú hygienu, bez systematického monitorovania dodržiavania pravidiel osobnej hygieny takéto výskumné štúdie nemusia mať žiadny pozitívny účinok na zamestnancov, ktorí sa môžu dôkladného umývanie rúk zdráhať. Cieľom práce, v nadväznosti na vyššie uvedené, bolo analyzovať vplyv jednotlivých nečistých úkonov na znečistenie rúk a kontamináciu mäsa.

METODIKA PRÁCE

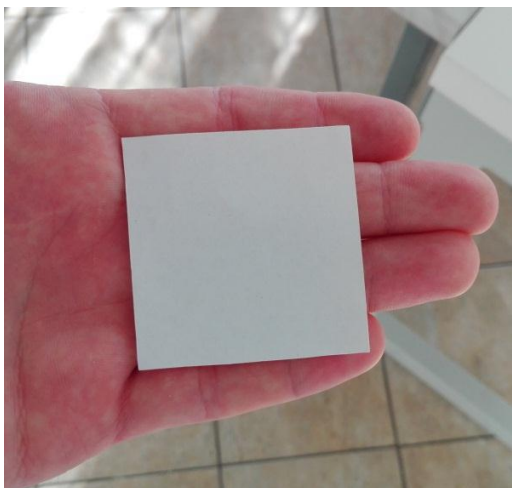
V laboratórnych priestoroch Katedry hygieny a bezpečnosti potravín sme odoberali stery z rúk a mäsa v piatich opakovaniach ($n = 5$). Spolu sme odobrali 50 sterov (10 pred kontamináciou/kontrola a 40 z kontaminovaného mäsa a nečistých rúk). *Zamerali sme na tieto 4 typy znečistenia:* neumytie rúk po použití WC (A), po kašľaní (B), po dotyku kľučiek na dverách (C) a po kontakte s odpadom (D). Pred prvým znečistením sme odobrali ster z čistých rúk pre kontrolu (K). Kontrola u rúk spočívala v umytých rúk mydlom a vysušených jednorazovou utierkou. U mäsa predstavovala kontrola mäso umyté. Následne sme ho úmyselne kontaminovali znečistenými rukami. Pri mäse sme zisťovali aj vplyv kontaminácie mäsa po dotyku s čistými rukami (E). Hodnotili sme prítomnosť celkového počtu mikroorganizmov (CPM), koliformných baktérií (KB) a vlákňitých mikroskopických húb (VMH) na rukách a mäse v závislosti od druhu znečistenia.

Sledované ukazovatele a ich charakteristika:

- **Stanovenie celkového počtu mikroorganizmov (STN ISO 4833, 2004)**
 - PCA agar (Plate count agar),
 - Kultivačná doba 72 hodín pri teplote 30 °C,
 - Kolónie v počte 15 – 300.
- **Stanovenie koliformných baktérií (STN EN ISO 4832, 2009)**
 - VČŽL agar (živná pôda s kryštálovou violetou, neutrálnou červeňou, žlčovými soľami a laktózou),
 - Kultivačná doba 24 hodín pri teplote 30 °C,
 - Kolónie v počte 10 – 150.
- **Stanovenie počtu vlákňitých mikroskopických húb (STN ISO 21527-1, 2010)**
 - DRBC agar (živná pôda s dichlóranom, bengálskou červeňou a chloramfenikolom),
 - Kultivačná doba 5 – 7 dní pri teplote 25 °C,
 - Kolónie v počte 10 – 150.

Matematicko-štatistické spracovanie výsledkov:

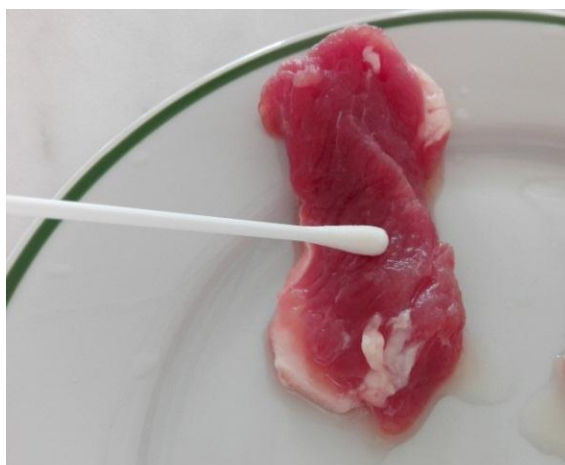
- Vypočítali sme základné matematicko-štatistické ukazovatele ako aritmetický priemer ($\bar{x}$), smerodajná odchýlka (s_x), minimálnu hodnotu ($x_{\min}$), maximálnu hodnotu ($x_{\max}$), medián a variačný koeficient ($V_x \%$) (ANOVA).
- Vplyv kontaminácie rúk a mäsa na výskyt jednotlivých mikroorganizmov sme hodnotili podľa F-testu, ktorý sme doplnili o Scheffeho test. Scheffeho test bol použitý na hladine významnosti $\alpha = 0,05$ pre porovnanie rozdielu medzi znečisteniami.
- Pearsonov korelačný koeficient (r_{xy}) odráža stupeň lineárneho vzťahu medzi jednotlivými skupinami mikroorganizmov.



Obr. 1 Plocha pre ster z ruky 10 cm²



Obr. 2 Ster z kontaminovanej ruky



Obr. 3 Ster z kontaminovaného mäsa

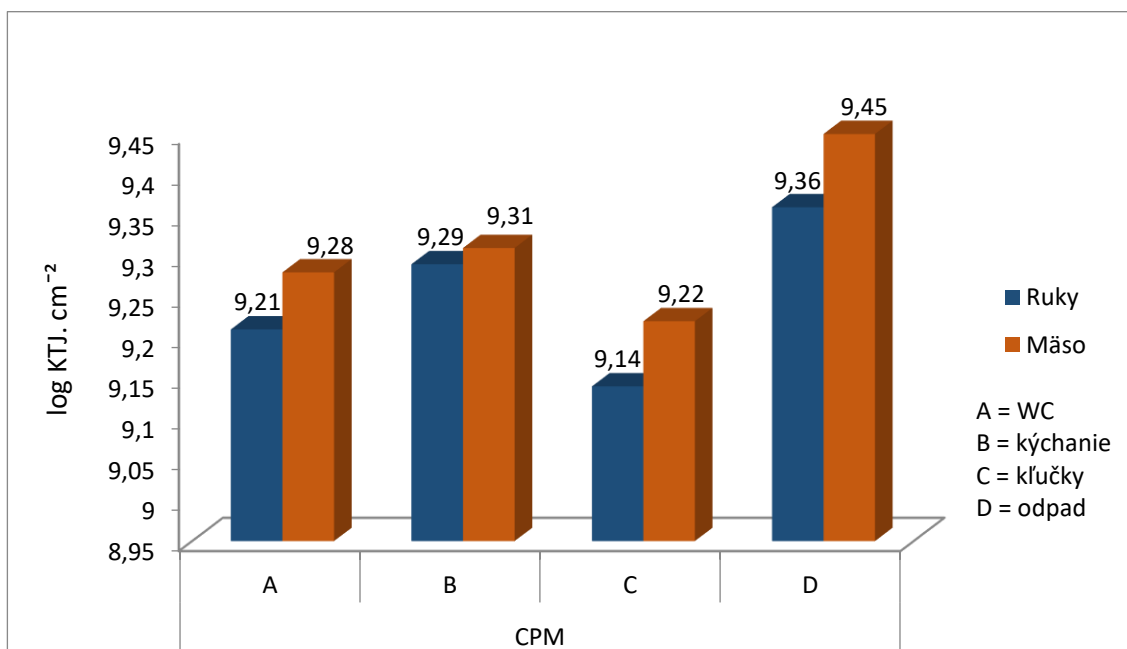
VÝSLEDKY PRÁCE A DISKUSIA

Hygiena rúk je definovaná ako akt umývania rúk s mydlom a vodou alebo s dezinfekčným prípravkom na odstránenie patogénov (Neo et al., 2016). Hygienickú dezinfekciu rúk je treba vykonávať denne pred začatím práce, pri práci s patogénne zmeneným alebo infikovaným materiálom, po použití WC a vždy keď je to nevyhnutné. Ruky je potrebné umývať vodou a mydlom s dezinfekčnou prísadou, nechťové záhyby vyčistiť kefou, riadne opláchnuť, vysušiť a

naniest' dávku dezinfekčného prípravku, rozotrieť a nechať zaschnúť. Regeneráciu a ochranu rúk treba vykonať nanášaním malej vrstvy krému, ktorý sa rozotrie a nechá vstrebať do pokožky (Klymenko a Kampf, 2015).

Ako už bolo uvedené, v piatich opakovaníach našich pokusov ($n = 5$) sme odoberali ster z ruky a následne z mäsa, ktoré sme zámerne kontaminovali rôzne znečistenými rukami.

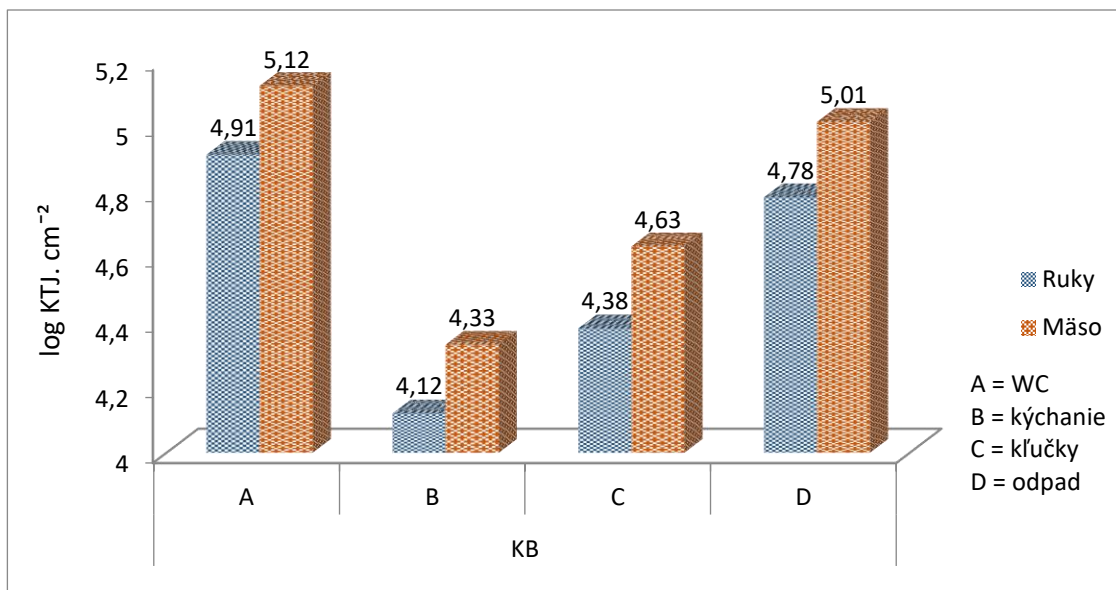
Hodnoty CPM na rukách boli najvyššie po kontakte s odpadom. Na rukách CPM dosiahol hodnotu $9,36 \log \text{KTJ.cm}^{-2}$ a na mäse $9,45 \log \text{KTJ.cm}^{-2}$. Z hľadiska hlbšej analýzy, hodnoty CPM pred znečistením rúk dosahovali $1,25 \pm 0,70 \log \text{KTJ.cm}^{-2}$. Po zámernej znečistení rúk danými úkonmi sa hodnoty pohybovali od $9,14 \pm 0,12 \log \text{KTJ.cm}^{-2}$ (znečistenie rúk dotykom kľúčiek – C) do $9,36 \pm 0,15 \log \text{KTJ.cm}^{-2}$ (dotyk s odpadom – D). Hodnoty z nekontaminovaného mäsa dosahovali úroveň $1,44 \pm 0,90 \log \text{KTJ.cm}^{-2}$. Hodnoty CPM po zámernej kontaminácii mäsa sa pohybovali od $9,22 \pm 0,07 \log \text{KTJ.cm}^{-2}$, čo predstavovalo kontakt s kľúčkami (C) až do $9,45 \pm 0,09 \log \text{KTJ.cm}^{-2}$ (kontakt s odpadom – D).



Graf 1 Porovnanie priemerného počtu CPM po znečistení rúk a kontaminácii mäsa

V oboch prípadoch bol štatisticky preukazný rozdiel ($P < 0,05$) medzi kontrolou (K)/ dotykom mäsa čistými rukami (E) a ostatnými znečisteniami (A,B,C,D), no medzi jednotlivými znečisteniami štatisticky preukazný rozdiel nebol ($P > 0,05$).

Najvyššie priemerné počty KB sa vyskytli na rukách ($4,91 \log \text{KTJ.cm}^{-2}$) aj na mäse ($5,12 \log \text{KTJ.cm}^{-2}$) po kontaminácii rúk po použití WC (A). Priemerná hodnota KB nekontaminovaného mäsa bola $1,44 \pm 0,90 \log \text{KTJ.cm}^{-2}$. Hodnoty po zámernej kontaminácii mäsa sa pohybovali od $4,33 \pm 0,21 \log \text{KTJ.cm}^{-2}$ (kontaminácia mäsa kýchaním – B) až do $5,12 \pm 0,16 \log \text{KTJ.cm}^{-2}$ (neumytie rúk po WC – A).



Graf 2 Porovnanie priemerného počtu KB po znečistení rúk a kontaminácii mäsa

Štatisticky preukazný rozdiel ($P < 0,05$) bol medzi kontrolou (K) / dotykom mäsa čistými rukami (E) a ostatnými znečisteniami (A,B,C,D), ako aj medzi znečistením rúk po použití WC (A) a kýchaním (B). Naopak medzi jednotlivými štyrmi znečisteniami nebol štatisticky preukazný rozdiel ($P > 0,05$).

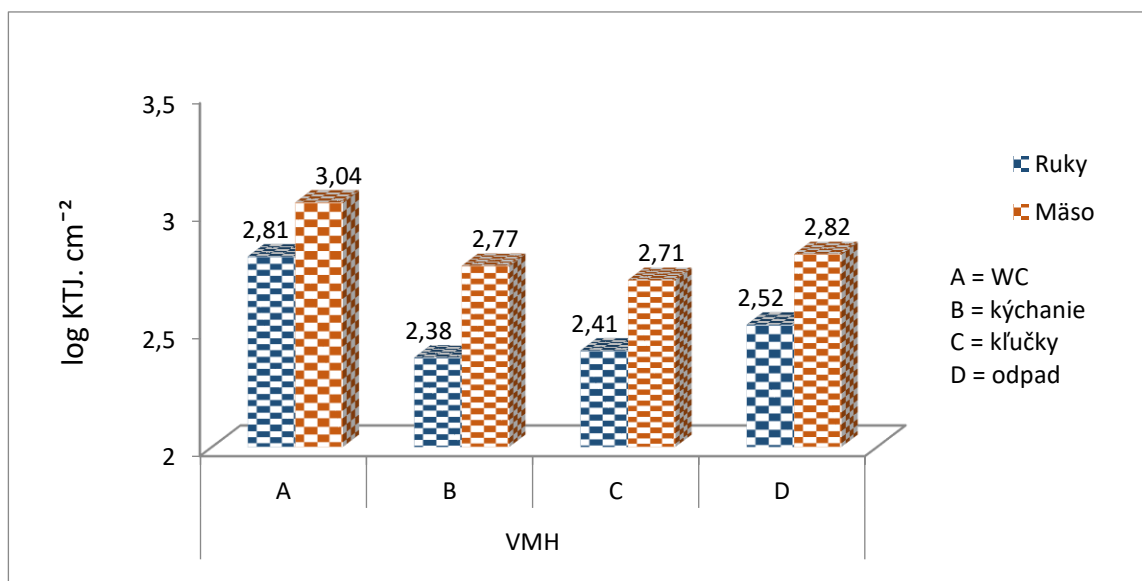
Prítomnosť črevných baktérií *E. coli* vo vode a potravinách naznačuje potenciálne nebezpečenstvo hygieny. *E. coli* bola izolovaná z množstva jedla, ako napr. fermentované mäso, zelenia, mäso, hydinové a rybie produkty, ale aj z nápojov ako môže byť čistá voda, jablkový džús, nepasterizované mlieko (EFSA a ECDC, 2015).

Filimon et al. (2010) dodávajú, že koliformné baktérie sú dôležité mikrobiologické hygienické indikátory, ktoré kladú dôraz na hygienu spracovania a manipulácie s výrobkami. V niektorých prípadoch poukazuje na rôzne tepelné úpravy (pasterizácia), ktoré sa uplatňujú pri výrobe mäsových výrobkov. **Boshell (2013)** analyzoval stav osobnej hygieny zamestnancov stravovacích služieb. Pri odberoch všetci zamestnanci nosili pracovný odev, čiapku na vlasy, topánky. 96 % zamestnancov si po použití toalety umyli ruky dezinfekčným prípravkom, zatiaľ čo iba 20 % z nich umývalo svoje ruky štandardnou metódou. Okrem toho si zamestnanci umývali ruky pred použitím jednorazovej rukavice a po jedle. Výsledky analýzy hygieny rúk zamestnancov ukázali, že priemerné hodnoty KB pred varením boli 2,95 log KTJ.cm⁻² na ruke, zatiaľ čo priemerné počty KB počas varenia v zariadeniach spoločného stravovania boli 3,29 log KTJ.cm⁻² na ruke. Priemerné počty KB boli významne znížené pred varením, ako počas varenia. Výsledkom štúdie bolo upriamenie pozornosti na dôležitosť hygieny rúk pre zamestnancov potravinárskych podnikov. Je dôležité, aby sa neustále podieľali na vzdelávaní o bezpečnosti potravín a zlepšovali svoju hygienickú úroveň.

Pri hodnotení VMH sme zistili najväčší nárast po kontaminácii rúk po použití WC (A). Na rukách dosahovali počet 2,81 log KTJ.cm⁻² a na mäse 3,04 log KTJ.cm⁻².

Počet VMH pred znečistením rúk bol $0,57 \pm 0,71$ log KTJ.cm⁻². Po znečistení rúk sa hodnoty pohybovali od $2,38 \pm 0,14$ log KTJ.cm⁻² (kýchanie – B), do $2,81 \pm 0,14$ log KTJ.cm⁻² (použitie WC – A). Pred znečistením mäsa bol počet VMH $1,33 \pm 1,01$ log KTJ.cm⁻². Počet VMH po

zámernej kontaminácii mäsa sa pohyboval od $2,71 \pm 0,09 \log \text{KTJ.cm}^{-2}$ (kontakt s kľučkami – C), až do $3,04 \pm 0,10 \log \text{KTJ.cm}^{-2}$ (neumytie rúk po WC – A).



Graf 3 Porovnanie priemerného počtu VMH po znečistení rúk a kontaminácii mäsa

Štatisticky preukazný rozdiel ($P < 0,05$) bol medzi kontrolou (K) / dotykom mäsa čistými rukami (E) a všetkými znečisteniami (A,B,C,D), no medzi jednotlivými štyrmi znečisteniami nebol štatisticky preukazný rozdiel ($P > 0,05$).

Tab. 1 Korelačný vzťah (r_{xy}) medzi mikroorganizmami na rukách

	KB	VMH
CPM	0,87 ⁺⁺⁺	0,99 ⁺⁺⁺
KB		0,84 ⁺⁺⁺

Číselná hodnota – hodnota r_{xy} ,

+++ : štatisticky významný vzťah ($P < 0,001$)

Korelačný vzťah (r_{xy}) medzi jednotlivými skupinami mikroorganizmov vo vzťahu k znečisteniu rúk je uvedený v tabuľke 1. Vo všetkých prípadoch bol zaznamenaný veľmi silný pozitívny vzťah, štatisticky významný ($P < 0,001$). Medzi CPM a KB ($r_{xy} = 0,87^{+++}$), medzi CPM a VMH ($r_{xy} = 0,99^{+++}$) a medzi KB a VMH ($r_{xy} = 0,84^{+++}$).

Korelačný vzťah (r_{xy}) medzi jednotlivými skupinami mikroorganizmov vo vzťahu ku kontaminácii mäsa je uvedený v tabuľke 2. Bol zistený veľmi silný pozitívny vzťah medzi CPM a KB ($r_{xy} = 0,99^{+++}$), medzi CPM a VMH ($r_{xy} = 0,94^{+++}$), ako aj medzi KB a VMH ($r_{xy} = 0,94^{+++}$), vo všetkých prípadoch štatisticky preukazný ($P < 0,001$).

Tab. 2 Korelačný vzťah (r_{xy}) medzi mikroorganizmami na mäse

	KB	VMH
CPM	0,99 ⁺⁺⁺	0,94 ⁺⁺⁺
KB		0,94 ⁺⁺⁺

Číselná hodnota – hodnota r_{xy} ,

+++ : štatisticky významný vzťah ($P < 0,001$)

Zeleňáková et al. (2017) odoberali v školskom stravovacom zariadení stery z rúk a miest, ktoré potencionálne môžu vytvoriť kontamináciu. Zamerali sa na sledovanie mikrobiologických ukazovateľov ako sú *E. coli*, *Shigella*, *Citrobacter*, *Klebsiella*, *Aeromonas*, *Pseudomonas*, *Bacillus* a *Staphylococcus*. Po zhodnotení výsledkov z mikrobiologickej analýzy odberu sterov zistili, že 9 vzoriek odobratých sterov nezodpovedalo požiadavkám na zdravotnú bezpečnosť pre prítomnosť patogénnych a podmienené patogénnych mikroorganizmov. V uvedených vzorkách boli identifikované baktérie *Escherichia coli*, *Bacillus cereus*, *Bacillus* sp., *Pseudomonas* sp. Ostatné vzorky zodpovedali požiadavkám na zdravotnú bezpečnosť, prípadne boli prítomne len nepatogénne mikroorganizmy.

Po klasickom umytí rúk vodou a mydlom sa počet baktérií na rukách zníži o 90–99 % (napr. z 10 miliónov na 100 tisíc), čo nespĺňa požiadavky na dezinfekciu rúk. Navyše ani použitie čistiacich prostriedkov na ruky vyvinutých špeciálne na zničenie prechodných mikroorganizmov, ako sú antibakteriálne mydlá, umývacie vody, atď. zvyčajne neposkytuje potrebnú úroveň zníženia patogénov. Jedinou spoľahlivou metódou je dezinfekcia rúk dezinfekčnými prostriedkami na báze alkoholu. Počet jednotiek tvoriacich kolónie je znížený napr. od 1 do 10 milióna, ak sa použijú dezinfekčné prostriedky na báze alkoholu (**Assadian, 2012**).

ZÁVER

Umývanie rúk je základným preventívnym opatrením na ochranu proti šíreniu ochorenia a je jedným z primárnych postupov na zníženie prenosu baktérií, či už z človeka na človeka alebo z človeka na potraviny. Napriek tomu, že hygienické návyky získavame už v detstve, považujeme ich často za tak samozrejmé, že si ani neuvedomujeme, ako v nich môžeme chybovať. Základom pre dodržanie hygienických postupov a výrobu mikrobiologicky bezpečných potravín je potrebné vytvoriť vhodné prostredie, aby procesy prípravy a výdaja pokrmov mohli bežať plynulo a vytvorili sa účinné zábrany proti škodcom a nežiaducim mikroorganizmom.

Neustále vykonávajúce kontroly v prevádzkach, ktoré sa týkajú dodržiavania osobnej hygieny zamestnancov, dávajú akýsi varovný prst zamestnancom, že by sa mali v tejto oblasti zlepšiť. Zvyčajne sa pracovníci po prvej kontrole striktné dodržia a dávajú si pozor po nasledujúcu kontrolu. Avšak po čase, ak nepríde hrubší trest alebo pokuta, nemôžeme očakávať zlepšenie. Umývanie rúk je jednoduchý a efektívny, ale ľahko prehliadnuteľný spôsob, ako znížiť križovú kontamináciu a prenos choroboplodných patogénov. Z našich výsledkov vyplýva, že akýkoľvek druh znečistenia, ktorému sme sa venovali v našej práci, vplýva na znečistenie rúk zamestnancov a na potravinu, s ktorou manipulujú.

Literatúra

ASSADIAN, O. – KRAMER, A. – CHRISTIANSEN, B. – EXNER, M. – MARTINY, H. – SORGER, A. – SUCHOMEL, M. 2012. Recommendations and requirements for soap and hand rub dispensers in healthcare facilities. In *GMS Hygiene and infection control*, 2012, vol. 7, no. 1. Dostupné na internete: <<http://dx.doi.org/10.3205/dgkh000187>>.

- BHAT, L. – NAYAR, K.R. – MOOSAN, H. – NAIR, S. – SHAFFI, M. 2015. Hand washing and public health. In *Economic and political weekly*, 2015, vol. 11. no. 48. Dostupné na internete: <http://www.giph.in/Hand_Washing_and_Public_Health.pdf>.
- BOSHELL, P. 2013. *Hand hygiene and food safety*. 2013. Dostupné na internete: <<http://info.debgroup.com/blog/bid/226858/hand-hygiene-and-food-safety>>.
- COHEN, J. 1988. *Statistical power analysis for the behavioral sciences*, 2nd ed. New York : Academic Press, 1988. s. 590. ISBN-13: 978-0805802832.
- DUDEJA, P. – SINGH, A. 2017. Food handlers. In *Food safety in the 21st century*, 2017, pp. 269 – 280. Dostupné na internete: <<https://doi.org/10.1016/B978-0-12-801773-9.00021-2>>.
- EFSA AND ECDC. 2015. The European Union summary report on trends and sources of zoonoses, zoonotic agents and food-borne outbreaks in 2013, vol. 13, no.1, pp. 162.
- FILIMON, M.N. – BOROZAN, A. – BORDEAN, D. – RADU, F. – POPESCU, R. 2010. Microorganisms, qualitative indicators for meat products. In *Scientific papers: Animal science and biotechnologies*, 2010, vol. 43, no.2, pp. 346 – 349. Dostupné na internete: <<http://spasb.ro/index.php/spasb/article/view/904/860>>.
- KLYMENKO, I. – KAMPF, G. 2015. Systematic mistakes in hand hygiene practice in Ukraine: detection, consequences and ways of elimination. In *GMS Hygiene and infection control*. Dostupné na internete: <10.3205/dgkh000244>.
- KOREŇOVÁ, J. 2010. Hodnotenie účinnosti sanitačných prostriedkov na devitalizáciu a odstraňovanie bakteriálneho biofilmu. In *Bezpečnosť a kontrola potravín – Zborník prác z medzinárodnej vedeckej konferencie*. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita. 2010. s. 33 – 38, ISBN 978-80-552-0350-8.
- KOSTOLNÍKOVÁ, M. – KOREŇOVÁ, J. – LOPAŠOVSKÁ, J. 2007. Riziká mikrobiálnej kontaminácie potravín počas výroby. In *Trendy v potravinárstve*, 2007, č. 4, s. 12 – 13, ISSN 1336-08X.
- LAMBRECHTS, A. – HUMAN, I. – DOUGHARI, J. – LUES, J. 2014. Bacterial contamination of the hands of food handlers as indicator of hand washing efficacy in some convenient food industries in South Africa. In *Pakistan journal of medical sciences*, 2014, vol. 30, no. 4, pp. 755 – 758. Dostupné na internete: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/B3>>.
- MOERMAN, F. – MAGER, K. 2016. Cleaning and disinfection in dry food processing facilities, 2016, pp. 621 – 554. Dostupné na internete: <<https://doi.org/10.1016/B978-0-08-100155-4.00035-2>>.
- NARIADENIE Európskeho parlamentu a rady (ES) č. 852/2004 o hygiene potravín.
- NEO, J.R.J. – MARCH, R. – VIELEMEYER, O. – FRANKLIN, E. 2016. Evidence-based practises to increase hand hygiene compliance in health care facilities: An integrated review. In *American journal of infection control*, 2016, vol. 44, no. 6, pp. 691 – 704. Dostupné na internete: <<https://doi.org/10.1016/j.ajic.2015.11.034>>.
- NORDQVIST, CH. 2017. E.coli infection: Symptoms, causes, and treatment. In *Medical news today*, 2017. Dostupné na internete: <<https://www.medicalnewstoday.com/articles/php>>.
- OTOUPAL, P. 2009. Nebezpečí se mění, opatrnost zůstává. In *Výživa a potraviny : Zpravodaj pro školní stravování*. ISSN 1211-846X, 2009, č. 3, s. 41-42.

RICHARD, K. 2008. Hand-washing prevents food-borne illnesses. Food-borne illnesses kill about 5,000 people each year. In *Campus news*. Dostupné na internete: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov>>.

SHOJAEI, H. – SHOOSHTARIPOOR, J. – AMIRI, M. 2006. Efficacy of simple hand-washing in reductuon of microbial hand contamination of Iranian food handlers. In *Food research international*, 2006, vol. 39, no. 5, pp. 525 – 529. Dostupné na internete: <<https://doi.org/10.1016/j.foodres.2005.10.007>>.

ZÁKON č. 355/2007 Z. z o podpore a rozvoji verejného zdravia a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

ZELEŇÁKOVÁ, L. – KUNOVÁ, S. – LOPAŠOVSKÝ, Ľ. 2017. Hygiena v zariadeniach školského stravovania a jej vplyv na mikrobiologickú kvalitu pokrmov. In *Hygiena a technologie potravín XLVII Lenfeldovy a Höklovy dny*. 2017, Brno : VFU, s. 248 – 249. ISBN 978-80-7305-793-0.

ZELEŇÁKOVÁ, L. – ČAPLA, J. – ZAJÁC, P. 2018. *Hygiena výživy a stravovania*. Uplatňovanie hygienických zásad v zariadeniach spoločného stravovania. Vysokoškolská učebnica. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita. 303 s. ISBN 978-80-552-1806-9.

PodĎakovanie:

Práca bola uskutočnená aj vďaka finančnej podpore projektu KEGA č. 007SPU-4/2017 „Prepojenie teórie a praxe v študijnom programe Bezpečnosť a kontrola potravín implementovaním moderných didaktických technológií v rámci rôznych foriem vzdelávania“.

Kontaktné údaje:

doc. Ing. Lucia Zeleňáková, PhD., Katedra hygieny a bezpečnosti potravín, Fakulta biotechnológie a potravinárstva, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, E-mail: lucia.zelenakova@uniag.sk

doc. PaedDr. Ing. Jana Žiarovská, PhD., Katedra genetiky a šľachtenia rastlín, Fakulta agrobiologie a potravinových zdrojov, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, E-mail: jana.ziarovska@uniag.sk

Ing. Dagmar Kozelová, PhD., Katedra hygieny a bezpečnosti potravín, Fakulta biotechnológie a potravinárstva, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, E-mail: dkozelova@gmail.com