

Úvod

Cestovný ruch patrí medzi odvetvia, ktorý za posledné obdobie vo viacerých mestách zaznamenal progresívny rozvoj, tým ovplyvnil v značnej miere nielen rozvoj v príslušnom meste, ale zvýšil aj ponuku pracovných miest. Jedným z týchto miest je aj tretie najväčšie mesto východného Slovenska, najväčšie mesto regiónu Spiš a tiež 10 najväčšie mesto na Slovensku - mesto Poprad.

Mesto Poprad disponuje zariadeniami rôzneho druhu, ktoré poskytujú ubytovacie služby návštevníkom Popradu a regiónu. Okrem 10 hotelov rôznej kvalitatívnej skupiny a 3 turistických ubytovní to sú predovšetkým ubytovania v súkromných domoch, priváty a penzióny, ktorých počet výrazne prekračuje všetky ostatné ubytovacie zariadenia.

K rozvoju cestovného ruchu v meste Poprad neprispieva len samotné mesto, štát, ale aj rôzni investori. Jedným z najvýznamnejších je aj zahraničný investor a majiteľ veľkého zábavno - rekreačného komplexu aquaparku Aquacity Poprad. Dôvodov prečo si tento investor vybral práve mesto Poprad je niekoľko, avšak najväčším bola skutočnosť, že ľudia už neradi jazdia na pláže, kde ich je tisíc na jednom metri štvorcovom. Do popredia sa dostáva aktívna dovolenka. A práve v Poprade majiteľ aquaparku vidí úžasné príležitosti.

Aquapark predstavuje zábavný park, ktorý zahŕňa vodné plochy, napríklad vodné šmýkačky, vodné ihriská, umelé rieky, teplé, studené bazény alebo iné prvky.

Aquapark v Poprade je spojením relaxu a oddychu, zábavy, ale ponúka aj možnosti športového vyžitia. Komplex je rozložený na viac zón, ktoré sú navzájom prepojené. V interiéri sa nachádza plavecký 50 m bazén, parná sauna, detský bazén, Vitálny svet, Blue Diamond, Blue Sapphire, gastronomické zariadenia (ku ktorým patria reštaurácia, fastfood, kaviareň, a viacero barov), masáže, fitnesscentrum a 3 - a 4 - hviezdičkový hotel, Oskarov detský kútik, Kongresové centrum a Kryocentrum. V exteriéroch je sedací, relaxačný, plavecký, detský bazén, tobogány a Mayská pyramída.

Najväčšie dve komodity mesta – voda a energia sú pozitívnym predpokladom ďalšieho napredovania nielen aquaparku, ale aj samotného mesta.. Kým ropa, vo viacerých svetových mestách, sa časom spotrebuje, termálne voda, ktorou disponuje Aquacity, posluží a vráti sa naspäť do zeme. Ide vlastne o nevyčerpatelné bohatstvo, ktoré mesto Poprad a hlavne zariadenie Aquacity má zadarmo.

Predpokladá sa, že Aquacity sa stane dôležitým pilierom v rámci rozvoja cestovného ruchu v regióne Poprad. V súčasnosti má už veľmi dobré postavenie a na základe plánov do budúcnosti bude trend vývoja len progresívne rásť.

1 Prehľad o súčasnom stave riešenej problematiky

1.1 Definícia pojmu cestovný ruch

Jednu z prvých definícií cestovného ruchu formuloval rakúsky ekonóm Hermann v. Schullard (1910), ktorý povedal, že cestovný ruch je súhrnom operácií, hlavne ekonomickej povahy, ktoré sa priamo vzťahujú na vstup, pobyt a pohyb cudzincov mimo alebo vnútri určitej krajiny, mesta alebo regiónu.

Borman (1931) definuje cestovný ruch ako cesty, ktoré sa podnikajú za zotavením, zábavou, obchodom a povoláním alebo z iných príčin, pričom sa dočasne mení miesto bydliska. Nepatrí sem však dochádzanie za prácou.

Glucksmann (1935) uvádza, že cestovný ruch je suma vzťahov medzi ľuďmi, ktorí sa nachádzajú v nejakom mieste prechodne, a medzi obyvateľmi tohto miesta.

Technické aspekty cestovného ruchu zdôrazňujú Hunziker - Krapf (1942), ktorí cestovný ruch definujú ako súhrn vzťahov a fenoménov, vznikajúci pri cestovaní a pobyte cudzincov, ktorí svoj pobyt neodôvodňujú vytváraním stáleho bydliska ani zárobkovými aktivitami.

Alliance Internationale de Tourisme (1953) definuje cestovný ruch ako úhrn zmien miesta a z toho vyplývajúcich činností, ktorými sa každému človeku prejavuje v tej či onej miere vlastný migračný pud.

Wahab (1971) charakterizuje cestovný ruch ako ľudské aktivity, ktoré vytvárajú spojenie medzi ľuďmi bez geografických hraníc štátov. Zahrňuje dočasné premiestnenie ľudí do iného regiónu, krajiny alebo kontinentu s cieľom uspokojiť ich rozličné potreby.

Podľa Kašpara (1987) cestovný ruch je cestovanie a zdržiavanie sa mimo miesta trvalého bydliska, spravidla vo voľnom čase, a to za účelom rekreácie, rozvoja poznania a spojenia medzi ľuďmi.

Svetová organizácia cestovného ruchu v Ottawe v roku 1991 zadefinovala cestovný ruch ako činnosť osoby, ktorá cestuje na prechodnú dobu do miesta mimo jej bežného životného prostredia, pričom hlavný účel cesty je iný ako vykonávanie zárobkovej činnosti v navštívenom mieste.

Kaspar (1995) charakterizuje cestovný ruch ako súhrn vzťahov a javov, ktoré vyplývajú z cestovania alebo pobytu osôb, pričom miesto pobytu nie je hlavným ani trvalým miestom bývania a zamestnania.

Novacká - Kulčáková (1996) definujú cestovný ruch ako súbor aktivít v určitom prostredí, ktoré uspokojujú potreby ľudí súvisiace s cestovaním mimo ich trvalého bydliska, bez rozdielu, či dôvodom tohto cestovania je oddych alebo nepravidelná povinnosť (služobná cesta).

Gučík (2006) charakterizuje cestovný ruch ako súbor činností zameraných na uspokojovanie potrieb súvisiacich s cestovaním a pobytom osôb mimo miesta trvalého bydliska a zvyčajne vo voľnom čase. Ich cieľom je odpočinok, poznávanie, zdravie, rozptýlenie a zábava, kultúrne a športové vyžitie, služobné cesty, t.j. získanie komplexného zážitku.

1.2 Druhy cestovného ruchu

Ananjev (1971) delí jednotlivé druhy cestovného ruchu do nasledovných skupín:

- podľa cestovného cieľa – služobné a obchodné cesty, cesty za vzdelaním, špecializované cesty odborníkov (kongresy, výstavy, veľtrhy)
- podľa dĺžky pobytu – krátkodobý, strednodobý, dlhodobý cestovný ruch
- podľa spôsobu ubytovania a iných ukazovateľov – hotelový, horský, lyžiarsky, liečebný cestovný ruch a pod.
- podľa spôsobu prepravy, charakteru cestovania – železničný, automobilový, lodný, letecký.

Gučík (2006) definuje druh cestovného ruchu ako účel (motív) cestovania a prechodného pobytu návštevníkov v cieľovom mieste.

Medzi druhy cestovného ruchu podľa Oriška (2006) patria:

tabuľka 1

Druhy cestovného ruchu	1. rekreačný	- poľovnícky a rybársky
	2. športový	- dobrodružný
		- poľovnícky a rybársky
	3. kultúrny	- náboženský (pútnický)
	4. kúpeľný	
	5. zdravotný	
	6. obchodný	
7. kongresový	- služobné cesty	
	- stimulačný	

Zdroj: Oriška. J.: Cestovní ruchu pro vyšší odborné školy a vysoké školy, 2006, vlastné spracovanie

Podľa autora sa v praxi druhy cestovného ruchu nevyskytujú v čistej podobe, ale vo vzájomnej kombinácii, pričom jeden z nich býva dominantný.

Novacká (2001) charakterizuje druhy cestovného ruchu podľa miesta realizácie a vzťahu k platobnej bilancii, pritom člení cestovný ruch na domáci a zahraničný.

Svetová organizácia cestovného ruchu (1993) premietla geografické hľadisko v kombinácii uvedených základných druhov CR do nasledujúcich kategórií:

- vnútorný CR – pozostáva z domáceho a zahraničného aktívneho CR
- národný CR – tvoria domáci a zahraničný pasívny CR
- medzinárodný CR – je kombináciou zahraničného aktívneho a zahraničného pasívneho CR.

1.3 Formy cestovného ruchu

O formách cestovného ruchu sa podľa Oriška (2006) hovorí vtedy, keď sa ako základ posudzovania cestovného ruchu vezmú rôzne príčiny, ktoré ho ovplyvňujú a dôsledky, ktoré prinášajú.

Podľa Gučíka (2000) formy cestovného ruchu umožňujú bližšie určiť podstatu cestovného ruchu z hľadiska potrieb a cieľov jeho účastníkov.

Novacká (2001) tvrdí, že každý súbor potrieb má určitú svoju charakteristiku, ktorá sa premieta v osobitných požiadavkách pre dosiahnutie daného úžitkového efektu. Ten je rozhodujúcim činiteľom, podľa ktorého sa rozlišujú jednotlivé formy cestovného ruchu. Formy cestovného ruchu vystihujú vlastnú podstatu cestovného ruchu, spôsob jeho realizácie, požiadavky účastníkov i organizátorov pri zabezpečení služieb a uspokojovaní potrieb. Podľa autorky možno vymedziť nasledovné hlavné formy cestovného ruchu:

- Rekreačný
- Kultúrno-poznávací
- Náboženský (religiózný)
- Kúpeľný a liečebný
- Športovo-turistický
- Poľovnícky a lovecký
- Vidiecky
- Poľnohospodársky (agroturizmus)
- Incentívny (ekurzívny a odborné tematické zájazdy, kongresový)
- Zážitkový
- Nákupný
- Ekoturizmus

Orieška (2006) využíva pri typológii cestovného ruchu viac klasifikačných kritérií:

Formy cestovného ruchu

tabuľka 2

Hľadisko	Formy	Podskupiny
Geografické	- domáci	
	- zahraničný	aktívny, pasívny
	- medzinárodný	aktívny zahraničný, pasívny zahraničný
	- vnútorný	domáci, aktívny zahraničný
	- národný	domáci, pasívny zahraničný
	- regionálny	CR regiónov a štátov
Podľa počtu účastníkov	- individuálny	
	- skupinový	organizovaný, neorganizovaný
	- masový	
	- ekologický	
Podľa spôsobu organizovania	- individuálny	
	- organizovaný	klubový
Podľa veku účastníkov CR	- CR detí	
	- mládežnícky	
	- rodinný	
	- seniorský	
Podľa dĺžky účasti	- výletný	
	- krátkodobý (víkendový)	
	- dlhodobý	
Podľa prevažujúceho miesta pobytu	- mestský	
	- prímestský	
	- vidiecky	
	- horský a vysokohorský	
	- prímorský	
Podľa ročného obdobia	- sezónny	
	- mimosezónny	
	- celoročný	
Podľa použitého dopravného prostriedku	- motorizovaný	
	- karavaning	
	- železničný	
	- letecký	
	- lodný	
Z hľadiska dynamiky	- pobytový	
	- putovný	
Zo sociologického hľadiska	- návštevy príbuzných a známych	
	- sociálny	
	- etnický	

Zdroj: Orieška, J.: Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy, 2006, vlastné spracovanie

1.4 Trh cestovného ruchu

Cestovný ruch sa realizuje na trhu cestovného ruchu. Trh cestovného ruchu, ako ho chápe Sládek (1997), je súčasťou trhu tovarov v širšom ponímaní a rovnako aj trhom služieb. V širšom chápaní predstavuje súhrn predajov a nákupov tovaru a služieb ubytovacích, pohostinských zariadení, cestovných kancelárií a osobnej dopravy bez ohľadu na to, pre koho, kde, kedy a v akom rozsahu sa realizujú. V užšom chápaní pod trhom cestovného ruchu autor rozumie ekonomické vzťahy medzi miestom, resp. miestami, ktoré návštevníkov – turistov prijímajú vo svojich zariadeniach a poskytujú im hmotné statky a služby na jednej strane a miestami odkiaľ turisti prichádzajú a prinášajú kúpny fond na druhej strane. Trh cestovného ruchu teda podľa autora predstavuje stretnutie ponuky a dopytu, súhrn ponúk a predajov, ciest a pobytov a ich nákup zo strany návštevníkov, teda nie stálych obyvateľov miesta.

Podľa Kaspara (1995) snaha o uspokojenie potrieb vyvoláva konkrétny dopyt po statkoch a službách. Proces uspokojenia potrieb prebieha z ekonomického hľadiska vždy v etapách: potreba – dopyt – ponuka – spotreba. Z toho vyplýva, že trh cestovného ruchu je tvorený dopytom a ponukou.

Iný pohľad na trh cestovného ruchu poskytuje Novacká (1993), ktorá uvádza, že trh má svoje špecifiká, ktoré vyplývajú predovšetkým z rozmanitosti činností a komplexu rozličných služieb, ktoré sa koncentrujú v jeho rámci. Služby sú pritom poskytované viacerými realizátormi, ktorí vystupujú na strane ponuky samostatných trhov kumulujúcich sa do trhu cestovného ruchu. Z uvedených dôvodov je možné podľa autorky trh cestovného ruchu označiť ako multitrh. V rámci multitrhu služieb cestovného ruchu autorka zaraďuje nasledovné služby:

- trh dopravných služieb,
- trh stravovacích služieb,
- trh sprievodcovských a tlmočnických služieb,
- trh poisťovacích služieb,
- trh kultúrnych služieb,
- trh služieb cestovných kancelárií,
- trh iných služieb.

Trh predstavuje ekonomické prostredie, v ktorom sa konfrontuje ponuka s dopytom, prípadne s potrebami zákazníkov a cena s kúpnu silou. Keďže potreby a dopyt zákazníkov

i ich možnosti sú rozdielne, aj ponuka by mala byť zodpovedajúco diferencovaná (Foret - Foretová, 2001).

Podľa Jarábkovej (2007) trh cestovného ruchu možno klasifikovať z rôznych hľadísk. Klasifikácia obyčajne závisí od členenia cestovného ruchu na jednotlivé formy a druhy. Autorka na základe kritéria druhu cestovného ruchu rozlišuje nasledovné trhy:

- trh rekreačného cestovného ruchu
- trh kultúrneho cestovného ruchu
- trh kúpeľného cestovného ruchu
- trh športového cestovného ruchu
- trh kongresového športového ruchu

1.4.1. Dopyt v cestovnom ruchu

Na základe tvrdenia Kopša (1985) je dopyt formou prejavu potrieb a záujmov obyvateľov o účasť na cestovnom ruchu, pričom náklady spojené s jeho realizáciou si hradia účastníci cestovného ruchu zo svojich peňažných príjmov.

Podľa Jarábkovej (2007) dopyt po cestovnom ruchu vzniká až na určitom stupni uspokojenia potrieb.

Vo všeobecnosti podľa Kaspara (1995) objem dopytu závisí aj od príjmov a hospodárskej situácie. V prípade relatívne nízkych a vysokých príjmov je pružnosť dopytu po cestovnom ruchu nižšia ako pri priemerných príjmoch. Vyššia pružnosť príjmov existuje v pasívnom cestovnom ruchu.

Podľa Novackej (1993) dopyt predstavuje sumu tovarov a služieb cestovného ruchu, ktoré účastníci cestovného ruchu chcú alebo skutočne spotrebujú v určitom čase, v určitom priestore a za určitú cenu. Subjektom dopytu je účastník cestovného ruchu, t. j. zákazník, klient, spotrebiteľ. Dopyt cestovného ruchu má svoje špecifiká, vyplývajúce zo základnej charakteristiky cestovného ruchu a jeho produktu:

- reálny dopyt po medzinárodnom cestovnom ruchu sa v období posledných 20 rokov prejavoval predovšetkým vo vyspelých krajinách,
- dopyt po produkte cestovného ruchu sa v ekonomicky vyspelých krajinách neustále zvyšuje,
- dopyt cestovného ruchu je heterogénny, nakoľko rozličné dôvody podnecujú účastníkov cestovať a spektrum ponuky sa neustále rozširuje,

- napriek maximálnej snahe využívať materiálo-technickú základňu počas celého roka je dopyt cestovného ruchu naďalej sezónny,
- dopyt je v prevažnej miere segmentovaný teritoriálne.

Podľa Orišku (2006) subjekt cestovného ruchu je nositeľom dopytu a reprezentuje ho účastník cestovného ruchu. Z ekonomického hľadiska je ním každý, kto uspokojuje svoje potreby spotrebou statkov cestovného ruchu v dobe cestovania a pobytu mimo miesta trvalého bydliska a obvykle vo voľnom čase.

Gučík (2006) definuje subjekt cestovného ruchu ako podsystem cestovného ruchu, návštevník (turista, výletník, stály obyvateľ), ktorý uspokojuje potreby počas cestovania a pobytu mimo miesta trvalého bydliska spotrebou statkov cestovného ruchu.

1.4.2. Ponuka v cestovnom ruchu

Jarábková (2007) definuje ponuku ako súbor prvkov (voľné statky, služby a tovar), ktoré ovplyvňujú konečný efekt cestovného ruchu. Konečný efekt sa hodnotí zo strany účastníka cestovného ruchu, ktorému prináša úžitok prostredníctvom uspokojenia jeho potrieb t.j. úžitkový efekt a na druhej strane z pohľadu zariadení cestovného ruchu, ktorými prináša hodnotu v podobe napr. tržieb t.j. hodnotový efekt.

Pre vznik ponuky cestovného ruchu, podľa Poláčka et al. (1983), sú rozhodujúce prírodné a kultúrno-historické predpoklady (podnebie, prírodné krásy a zaujímavosti, kvalita prostredia, kultúrne a umelecké hodnoty) a hospodársko organizačné predpoklady (vzdialenosť miest dopytu a ponuky, organizácia dopravnej siete, organizácia materiálo-technickej základne atď.).

Podľa Orišku (2006) je nositeľom ponuky objekt cestovného ruchu. Podľa autora je objektom cestovného ruchu všetko, čo sa môže stať cieľom zmeny miesta pobytu účastníka cestovného ruchu. Ide o prírodu, kultúru, hospodárstvo a spoločnosť. Objektom cestovného ruchu sú cieľové miesta kde vyvíjajú činnosť podniky a inštitúcie cestovného ruchu, ktoré produkujú statky cestovného ruchu ako predmet ponuky na uspokojovanie dopytu návštevníkov.

Ponuka cestovného ruchu pozostáva z primárnej a sekundárnej ponuky (Jarábková, 2007).

Gučík (2006) tvrdí, že potenciál, v rámci primárnej ponuky, je daný prírodnými podmienkami alebo vytvorený človekom (antropogénna ponuka), ktorý tvoria kultúrno-

historické podmienky a organizované podujatia. Prírodné podmienky sú geomorfologické, klimatické, hydrologické a biogeografické. Kultúrno-historické podmienky zahŕňajú architektonické pamiatky, umelecko-výtvarné diela, hmotný a duchovný folklór, archeologické náleziská zbierky, historické miesta svetových a národných dejín, rodiská a pôsobiská národných dejateľov, kultúrno-osvetové zariadenia. Organizované podujatia majú kultúrny, športový, politicko-spoločenský a obchodný charakter.

Babinský, J. - Babinský, M. (2004) charakterizujú primárnu ponuku ako prírodné a kultúrno-historické podmienky cieľového miesta, vrátane organizovaných podujatí pre turistov. Primárna ponuka je daná prírodou: arboréta a botanické záhrady, chránené územia, jaskyne, minerálne a termálne pramene, náučné chodníky, prírodné a umelé vodné plochy, vodné toky. Primárna ponuka vytvorená človekom: hrady, zámky a kaštiele, sakrálné stavby a pamiatky, ostatné architektonické pamiatky, pamätníky, pamätné objekty a izby, objekty ľudovej architektúry a skanzeny, archeologické náleziská, technické pamiatky a organizované podujatia.

Primárna ponuka podľa Kaspara (1995) je popísaná nielen prírodnými danosťami, ale zaraďujú sa sem aj sociálno-kultúrne vzťahy a tiež všeobecná infraštruktúra, ako je základná vybavenosť užitočnými zariadeniami, ktoré umožnia rozvoj rozsiahlych hospodárskych a spoločenských aktivít.

Podľa Mariota (2000) tvoria primárnu ponuku prírodné a kultúrne podmienky v danej krajine, pričom rozmanitosť prírodného prostredia je výsledkom pôsobenia viacerých prírodných činiteľov ako sú reliéf, podnebie, vodstvo, rastlinstvo a živočíšstvo.

Sekundárnu ponuku cestovného ruchu Gučík (2006) charakterizuje ako súčasť ponuky cestovného ruchu a prostriedok na dosiahnutie cieľa cestovania. Utvára podmienky na využívanie primárnej ponuky a prispôsobuje sa jej. Ide o súbor zariadení a ich služieb nevyhnutných na to, aby sa návštevník mohol v cieľovom mieste ubytovať, stravovať a vykonávať najrôznejšie rekreačné a kultúrne aktivity typické pre cestovný ruch. Sekundárna ponuka vytvára ekonomickú činnosť, ktorá ovplyvňuje návštevnosť cieľového miesta a využívanie primárnej ponuky.

Patúš (1997) tvrdí, že sekundárnu ponuku tvorí rôznorodá štruktúra, ktorá z vecného hľadiska predstavuje súbor zariadení a ich služieb, nevyhnutných na to, aby sa účastník cestovného ruchu mohol v navštívenom stredisku cestovného ruchu ubytovať, stravovať, vykonávať najrôznejšie rekreačné a kultúrne aktivity typické pre cestovný ruch.

Sládek (1997) uvádza, že ubytovacie a pohostinské zariadenia sú súčasťou sekundárnej ponuky.

Podľa Kaspara (1995) zahrňuje sekundárna ponuka všetky služby, ktoré musia byť k dispozícii na použitie v cestovnom ruchu. Spomenutá ponuka je dôležitejšia v prípade prestížnej motivácie a motivácie podmienenej postavením účastníka.

Sekundárna ponuka zahrňuje:

- zariadenia na zmenu miesta
- pobytové zariadenia, t.j. ubytovacie, stravovacie a zábavné zariadenia
- zariadenia na rekreačno-športové činnosti
- zariadenia ekonomickej činnosti (usporadúvanie kongresov, kurzov a možnosti nakupovať)
- sprostredkovateľské zariadenia (cestovné agentúry, združenia cestovného ruchu)

1.5 Faktory účasti na cestovnom ruchu

Faktory podľa Novackej (2001), ktoré podmieňujú účasť na cestovnom ruchu, sú predovšetkým nasledovné:

a) kultúrne – sú dôsledkom úrovne uspokojovania širokého spektra potrieb v závislosti od historických, geografických, národnostných, náboženských a ďalších podmienok. Kultúrne vplyvy majú dynamickú povahu (napr. zblížovanie kultúr, zmeny v hierarchii hodnôt, túžba po vysokom životnom štandarde, rastúci význam využívania voľného času).

b) spoločenské – pôsobia celoplošne, čiastočne podmieňujú účasť obyvateľstva na cestovnom ruchu (vzdialenosť úroveň obyvateľstva, rast počtu obyvateľstva, migrácia obyvateľstva, základná zdravotná a sociálna starostlivosť štátu o obyvateľstvo, stupeň ochrany životného prostredia, stupeň urbanizácie, rozsah a úroveň spoločenskej spotreby

c) ekonomické – nehľadiac na existenciu spoločenských vrstiev je zrejmé, že bezprostrednou podmienkou účasti na cestovnom ruchu všetkých skupín obyvateľstva je:

- *dostatok finančných prostriedkov (kúpneho fondu)
- *dostatočný rozsah voľného času (okrem cestovného ruchu motivovaného povinnosťami účastníka).

d) osobné – sú podmienené hierarchiou hodnôt, ktoré človek používa pre voľbe, oceňovaní určitého objektu alebo určitého spôsobu. Každý subjekt má svoj hodnotový

rebríček, svoje individuálne preferencie. Životný štýl sa intenzívne premieta vo forme i rozsahu účasti na cestovnom ruchu.

e) psychologické – tvoria najmä motivácia, vnímanie, predstava a postoj.

Všeobecne známe teórie motivácie (napr. Freudova teória, Solonumova teória...) sú aplikovateľné i na vyjadrenie motivácie účastníkov cestovného ruchu.

Kaspar (1995) klasifikuje a diferencuje nasledovné motivačné skupiny:

- fyzická motivácia – zotavenie, liečenie, šport,
- psychická motivácia – únik z každodennej izolácie, rozptýlenie, túžba po zážitkoch, preferovanie vzdialených krajín, individualizmus,
- motivácia na základe ľudských vzťahov – návšteva priateľov a známych, družnosť, sociálne kontakty, návrat k prírode, únik od civilizácie,
- kultúrna motivácia – poznávanie iných krajín, ich obyčajov, zvykov a jazykov,
- stavovská a prestížna motivácia – osobnostný rozvoj, túžby po ocenení, povinnosť cestovať vyplývajúca z funkcie v zamestnaní.

Podľa motivačných faktorov Szarkovej (1998) možno naznačiť účasť na nasledovných formách cestovného ruchu:

- rodinného typu – napr. rekreačný pobyt s rodinou na vidieku, v horách alebo pri mori
- pracovno-výkonového typu – napr. exkurzie, účasť na kongresoch a pod.
- sebarealizačného typu – napr. poľovnícky a lovecký cestovný ruch, zážitkový cestovný ruch a pod.

Orieška (2006) pri charakteristike cestovného ruchu ako otvoreného systému zdôrazňuje význam vplyvu okolia na jeho štruktúru a vývoj. Ekonomické, politické, sociálne, technicko-technologické a ekologické prostredie nemá k cestovnému ruchu výlučný vzťah, ale cestovný ruch viac alebo menej ovplyvňuje. Zároveň je aktuálna aj spätná väzba, t.j. vplyv cestovného ruchu na jeho okolie. Sila tejto väzby závisí obyčajne na stupni kooperácie všetkých zainteresovaných na rozvoji cestovného ruchu.

1.6 Stredisko cestovného ruchu a jeho kvalifikácia

Kopšo (1985) definuje stredisko cestovného ruchu ako sídelný útvar alebo súbor objektov a zariadení rozličnej veľkosti a územnej funkcie, ktorý svojou polohou a vybavenosťou je prirodzeným jadrom rekreačného priestoru.

Za stredisko cestovného ruchu pokladá Mariot (1983) lokalitu mimo intravilánu obce, ale v rámci rekreačného priestoru, ktorá má pestrejšiu štruktúru materiálno-technickej základne a z hľadiska cestovného ruchu určité centrálné postavenie oproti svojmu okoliu.

Kaspar (1995) označuje stredisko cestovného ruchu za miesto kryštalizácie turistického diania, ktoré sa stáva prostredníctvom faktorov atraktívnosti stredobodom pozornosti a cieľovým miestom v cestovnom ruchu.

Podľa Biegera (1996) je stredisko cestovného ruchu geografický priestor súvisiaci s určitým sídlom, ktorý si vybral hosť ako svoj cestovný cieľ. Stredisko obsahuje všetky potrebné zariadenia na pobyt, ako sú ubytovacie, stravovacie, zábavné a ďalšie zariadenia. Je produktom a konkurenčnou jednotkou v cestovnom ruchu, a preto má byť riadený ako strategická obchodná jednotka.

Podľa svetovej organizácie cestovného ruchu (WTO, 1993) je možné stredisko cestovného ruchu charakterizovať ako miesto, ktoré si návštevník zvolil na svoj pobyt, s atraktivitami a s tým spojenými zariadeniami služieb cestovného ruchu, ktoré na trhu ponúkajú producenti služieb.

Základnou územnou jednotkou, ktorá vytvára predpoklady na vznik stredísk cestovného ruchu, je rekreačný priestor (Patúš, 2004).

Franke (1980) uvádza, že v hierarchickej sústave územných celkov cestovného ruchu a rekreácie zaujíma najvýznamnejšie miesto rekreačný priestor a jemu zodpovedajúca príslušná jednotka stredisko cestovného ruchu.

Kopšo (1985) chápe rekreačný priestor ako geograficky menšie územie s priaznivými, relatívne rovnakými prírodnými podmienkami, nenarušenými, resp. minimálne narušenými negatívnymi vplyvmi priemyselnou, poľnohospodárskou a inou výrobnou činnosťou, so schopnosťou realizácie aktivít cestovného ruchu.

Podľa Sládka (1966) vznik a rozvoj cestovného ruchu na určitom mieste, kde sú danosti vhodné na zapojenie do cestovného ruchu, nastáva iba vtedy, ak sa toto miesto vybaví tak, aby všestranne mohlo slúžiť pobytu návštevníkov. Každé takéto miesto treba vybaviť materiálno-technickou základňou. Tvorí podmienku pre to, aby sa návštevník na danom mieste mohol zdržovať, ubytovať, stravovať, aby mohol čo najviac využívať prírodné danosti, vidieť, liečiť sa, cestovať, t.j. aby pobyt bol pohodlný, účelný, zábavný, aby bol po telesnej a duševnej stránke rekreačným zážitkom.

Kopšo et al. (1989) tvrdí, že základňu cestovného ruchu tvorí samostatné, obyčajne jednoúčelové zariadenie v rekreačnom priestore. Výstavbou ďalších zariadení základňa môže

prerásť na úroveň strediska cestovného ruchu. Stredisko cestovného ruchu sa skladá z koncentrovanej základnej vybavenosti materiálno-technickou základňou. Dobudovaním môže prerásť na úroveň komplexného strediska. Komplexné stredisko cestovného ruchu tvorí najvyššiu vybavenosť materiálno-technickou základňou, t.j. zariadenia, ktoré zabezpečujú všetky potreby účastníkov cestovného ruchu.

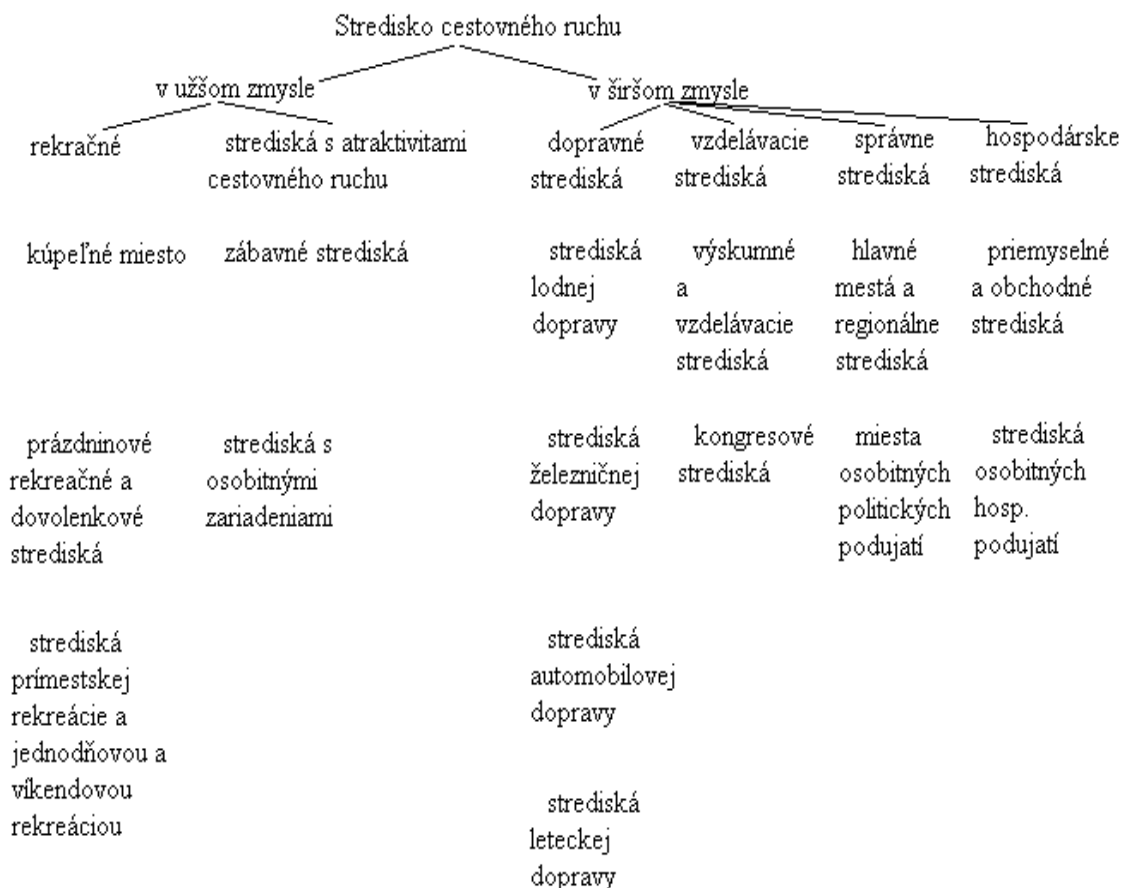
Konečná (1999) hovorí o vyznačení obce za stredisko cestovného ruchu až potom, keď produkuje priamo na účely cestovného ruchu, vytvorí tzv. sekundárnu ponuku, ktorá predstavuje základ pre vedomé vystupovanie na trhu cestovného ruchu.

Podľa Patúša (2004) sú strediská cestovného ruchu členené nasledovne:

- Mestské strediská cestovného ruchu (kultúrno-historické, administratívno-správne, obchodné a priemyselné centrá)
- Kúpeľné miesta (termálne, klimatické)
- Strediská zotavenia a cestovného ruchu (strediská kúpania a vodných športov v nížine, strediská turistiky a vodných športov v podhorskej krajine, strediská turistiky a zimných športov v horskej krajine)
- Rekreačné obce (výlučne s rekreačnou funkciou, s prevládajúcou rekreačnou funkciou, s doplnkovou rekreačnou funkciou)
- Chatoviská (chatové lokality) pri vodnej ploche a inde.
- Výletné miesta s atraktivitami (prírodnými, civilizačnými, spoločenskými)

Pre potreby vybavenia miest materiálno-technickou základňou v správnej veľkosti a štruktúre Sládek (1966) všetky strediská cestovného ruchu zatriedil do 4 skupín:

- letné stredisko kúpania a vodných športov v nížine,
- podhorské stredisko rekreácie a vodných športov,
- horské stredisko rekreácie a turistiky,
- vysokohorské stredisko turistiky a zimných športov.



Zdroj: Kaspar, C.: Základy cestovného ruchu, 1995

1.7 Služby cestovného ruchu a ich kvalifikácia

Podľa Orieku (1998) služby cestovného ruchu predstavujú užitočné činnosti nemateriálneho charakteru, ktorých výsledkom je buď individuálny alebo spoločenský efekt. Individuálny efekt, ktorý je obvyčajne súčasťou cieľa účasti na cestovnom ruchu, môže mať rôznorodý charakter podľa zvolenej formy účasti, napr. rekreačný, kultúrny, zdravotný a pod. Spoločenský efekt obvyčajne podmieňuje alebo umožňuje dosiahnutie individuálneho efektu.

Habán - Otepka (2004) uvádzajú, že základnými (hlavnými) zložkami služieb, ktorými sa zabezpečuje uspokojovanie potrieb účastníkov cestovného ruchu sú ubytovacie, stravovacie služby s primeraným štandardom, služby prepravcov (doprava) a sprievodcovské služby.

Hladká (1997) uvádza, že služby cestovného ruchu predstavujú činnosti, ktorých výsledkom je užitočný, človeku prospešný efekt buď individuálny, alebo spoločenský.

S rastom životnej úrovne rastú aj výdaje za služby cestovného ruchu. Okrem tohto nezanedbateľnými činiteľmi sú tu aj iné, ktoré ovplyvňujú účasť na cestovnom ruchu, napr. urbanizácia, zhoršovanie sa životného prostredia, rast počtu obyvateľstva, vzdelanie, ekonomické faktory, fond voľného času, ponuky cestovných organizácií.

Pre vznik dopytu po službách cestovného ruchu je podľa Poláčka et al. (1983) rozhodujúca ekonomická úroveň tej - ktorej krajiny (rozvinuté výrobné sily, vysoká úroveň osobných príjmov) a nevyhnutné sociálno-politické predpoklady, najmä dostatočný fond voľného času ako aj sociálna a politická stabilita.

Podľa Rendoša (1984) služby, ktoré sa poskytujú v cestovnom ruchu, uspokojujú dve skupiny potrieb:

- cieľové potreby, ktoré sú základom účasti na cestovnom ruchu. Do tejto skupiny patria potreby rekreácie, športu, turistiky, poznávania, kultúrneho vyžitia, atď.
- potreby, ktoré nie sú cieľom účasti na cestovnom ruchu, ale podmieňujú efektívnu realizáciu cieľových potrieb. Patria sem potreby dopravy, bývania, stravovania a iné potreby (služby) cestovného ruchu.

Habán - Otepka (2004) uvádzajú, že služby možno rozdeliť z hľadiska hierarchie uspokojenia potrieb na základné a doplnkové. K základným službám podľa autorov patria:

- ❖ ubytovacie služby
- ❖ stravovacie služby

Sládek (1997) tvrdí, že ubytovacie zariadenia a ich služby nie sú cieľom cestovania a pobytu, tento cieľ je prevažne mimo hotelov, v prostredí cieľového miesta.

Stravovacie služby poskytované v malých ubytovacích zariadeniach sú zamerané na uspokojovanie výživových potrieb hlavne ubytovaných hostí. Niektoré zariadenia však poskytujú tieto služby aj náhodným, neubytovaným hosťom, tzv. pasantom (Patúš, 1999).

Rendoš (1984) člení služby v CR nasledovne:

tabuľka 3

Základné členenie služieb	základné
	doplňkové
Priestorové členenie služieb	Služby poskytované v mieste trvalého bydliska
	Služby poskytované počas prepravy do rekreačných priestorov a späť do miesta trvalého bydliska
	Služby poskytované počas prechodného pobytu v rekreačných priestorov
Funkčné členenie služieb	sprostredkovateľské
	dopravné
	ubytovacie
	stravovacie
	športovo-rekreačné
	kultúrno-spoločenské
	kúpeľné
	obchodné
	komunálne
	horské
	zmenárenské
	služby štátnych orgánov

Zdroj: Rendoš, L.: Ekonomika služieb, 1984, vlastné spracovanie

Rozsah doplnkových služieb, podľa Kopša (1989), sa stáva jedným z najúčinnejších faktorov propagácie zariadenia, ovplyvňujúcim jeho návštevnosť a využitie. Budovaním ubytovacích zariadení s väčšou kapacitou nastáva zvýšenie koncentrácie účastníkov cestovného ruchu, čo sa prejavuje aj vo zvýšení nárokov na objem služieb a na ich rôznorodosť. Medzi najdôležitejšie faktory, ktoré ovplyvňujú rozsah, štruktúru a úroveň doplnkovej vybavenosti ubytovacích zariadení patria kategória, trieda a kapacita ubytovacích zariadení. Okrem toho ju ovplyvňuje aj umiestnenie zariadenia a podiel zahraničných hostí.

1.7.1 Hodnotenie kvality služieb v cestovnom ruchu

Rozhodujúcim činiteľom je kvalita služieb. Habán – Otepka (2004) pod kvalitou služieb rozumejú všetko, čo s produktom cestovného ruchu súvisí, nielen kvalitu ubytovacích a stravovacích zariadení. Kvalita podľa autorov vyjadruje súhrn užitočných vlastností a znakov služieb (tovarov), ktoré jej dávajú schopnosť uspokojovať potreby a očakávania zákazníka. Znakom kvality sú užitočné vlastnosti.

Horner – Swarbrooke (2003) tvrdia, že univerzálna definícia kvality neexistuje, ale

určité zásady sa všeobecne považujú za správne. Jedna z nich znie, že kvalita sa týka prvkov a vlastností produktu, ktoré ovplyvňujú jeho schopnosť uspokojovať potreby a želania zákazníka. Za druhú autori považujú „vhodnosť pre daný účel“, kedy sa kvalita posudzuje podľa miery, do ktorej produkt spĺňa svoj účel, ktorý sa obvykle definuje súborom potrieb zákazníka. Autori ďalej uvádzajú, že štátne orgány hrajú dôležitú úlohu v oblasti kvality v cestovnom ruchu, službách pre využitie voľného času, ubytovacích a stravovacích službách, a to vo viacerých smeroch. Medzi normy kvality v spomínaných oblastiach patria napríklad:

- Oficiálna štátna klasifikácia hotelov, napríklad hviezdíčkový, korunkový systém.
- Úradné povolenie na prevádzkovanie zariadení, napríklad reštaurácie, ktoré potvrdzuje, že spĺňajú potrebné zdravotné normy.
- Úradné povolenie na prevádzkovanie cestovných kancelárií, ktoré potvrdzuje, že majú dostatok finančných zdrojov.
- Úradné povolenie na vykonávanie sprevádzania turistov, ktoré potvrdzuje, že majú dostatočné znalosti k uskutočňovaniu tejto činnosti.

Podľa autorov existujú rôzne normy kvality, s rôznym účelom a riadiacimi sa rôznymi kritériami. Niektoré z nich sú tak veľmi subjektívne, prevažne systémy klasifikácie hotelov, kde v rôznych európskych krajinách sa používajú rôzne symboly /hviezdičky, korunky, písmená abecedy/, ale rôzne sú tiež kritéria hodnotenia. Môžu k nim patriť:

- cena,
- zariadenia hotelov a jednotlivých izieb,
- umiestnenie hotelov,
- dostupné služby a časy ich dostupnosti,
- veľkosť zariadení.

Babinský (2004) uvádza, že v cestovnom ruchu na Slovensku sa uplatňujú 3 koncepcie riadenia kvality:

1. Koncepcia národných štandardov
2. Koncepcia kvality podľa noriem ISO 9000
3. Koncepcia komplexného manažérstva kvality

Sládek (1997) tvrdí, že všeobecné zásady poskytovania služieb majú za cieľ zdokumentovať funkciu ľudského faktora pri poskytovaní služieb v hoteli alebo v pohostinských zariadeniach. Bez aktívneho a pozitívneho pôsobenia pracovníkov na kvalitu poskytovaných služieb a tým aj prosperitu podniku by absentoval najdôležitejší faktor predaja – kvalitné služby, ktorými sa chce podnik stať konkurencieschopným.

2 Cieľ práce

Cieľom diplomovej práce bolo zhodnotiť zapojenie Aquacity parku do aktivít cestovného ruchu v regióne Poprad.

Pre splnenie uvedeného cieľa bolo potrebné naplniť parciálne ciele:

- hodnotenie ponuky zariadenia Aquacity parku na základe nami vybraných kritérií
- hodnotenie spokojnosti zákazníkov so službami Aquacity parku

Predmetom analýzy bol Aquacity park v Poprade.

3 Metodika práce

Pre splnenie stanoveného cieľa bol zvolený nasledovný metodický postup:

- Preštudovanie a výber literárnych a právnych zdrojov a taktiež získanie konkrétnych podkladových údajov k analytickej časti práce.

- Výber objektu

Predmetom analýzy bol Aquacity park v Poprade.

- Hodnotenie ponuky zariadenia Aquacity parku na základe nami vybraných kritérií.
- Hodnotenie spokojnosti zákazníkov so službami Aquacity parku.
- Zhrnutie výsledkov analýzy a dotazníkového prieskumu
- Návrhy a riešenia pre ďalší rozvoj Aquacity parku.

3.1 Metódy práce

Za účelom dosiahnutia vytýčeného cieľa boli v práci použité:

- *Metódy skúmania* zohľadňujúce možnosti, ktoré sú dané dostupnou vedeckou a odbornou literatúrou z oblasti cestovného ruchu a aquaparkov.
- *Metóda vedeckej abstrakcie*, ktorej podstatou je abstrahovanie menej dôležitých, resp. nepodstatných informácií od množstva informácií, ktoré majú priamy alebo nepriamy vzťah k riešenému problému.
- *Analyticko – syntetická metóda* bola použitá v analytickej časti práce a pri syntéze výsledkov z dotazníkového prieskumu.

- *Metóda opytovania* formou dotazníkového prieskumu medzi návštevníkmi Aquacity parku.

Pre hodnotenie ponuky Aquacity parku sme použili nasledovné kritéria:

Štruktúra kritérií:

Základná charakteristika zariadenia

- lokalizácia, prevádzka podnikania,

Ponuka zariadenia

- počet a charakteristika jednotlivých zón v rámci zariadenia,
- počet a vybavenosť ubytovacích zariadení,
- počet a vybavenosť stravovacích zariadení.

Cenová politika

- ceny vstupov do jednotlivých zón,
- ceny ubytovania,
- ceny stravovania,
- ceny doplnkových služieb,

Ekologický prístup zariadenia

Hodnotenie spokojnosti zákazníkov

- dotazníkový prieskum medzi návštevníkmi Aquacity parku

3.2 Zdroje údajov

Informácie k spracovaniu diplomovej práce sme získali z nasledovných zdrojov:

- z mestského úradu Mesta Poprad
- interné materiály Aquacity parku
- dotazníkový prieskum medzi návštevníkmi Aquacity parku
- internetová stránka mesta Poprade a Aquacity parku

4 Výsledky

4.1 Charakteristika územia



Približne na 49 stupni severnej zemepisnej šírky a 20 stupni východnej zemepisnej dĺžky sa rozkladá tretie najväčšie mesto východného Slovenska, najväčšie mesto regiónu Spiš a tiež 10 najväčšie mesto na Slovensku - mesto Poprad. Je súčasťou Prešovského kraja a okresu Poprad. Nachádza sa v nadmorskej výške 672 m n. m..

obrázok 2



Zdroj: www.mapy.sk

Poprad, o ktorom sa zachovala prvá písomná zmienka z roku 1256, bol 690 rokov, teda celý stredovek a novovek (až do roku 1946) len jedným z miest, ktoré tvoria dnešné 55-tisícové mesto. Ďalšími boli jeho dnešné mestské časti:

- Matejovce (1251), ktoré sa vyvinuli z potočnej radovej výstavby, neskôr zmenenej na hromadnú cestu,

- Spišská Sobota (1256), ktorá je architektonickým skvostom mesta Poprad, jej urbanistický vývoj bol podmienený obchodnými a hospodárskymi aktivitami pôvodne slovanskej trhovej osady zoskupenej okolo farského kostola,

- Veľká (1268) vznikla ako samostatná sídelná jednotka so sieťovým pôdorysom a širokým námestím, cez ktoré tečie Veľický potok,

- Stráže pod Tatrami (1276) sa pôvodne nazývali Stráže, maďarsky Strázsa, nemecky Michelsdorf a latinsky Michaelis Villa. Najstarším je slovenský názov, ktorý dokazuje, že

mestečko bolo pôvodne slovenskou strážnou osadou,

- Kvetnica (1950) je najmladšou časťou mesta, nachádzajúca sa v chotári mesta a bola založená ako kúpele. V lesoch boli nájdené základy malej fortifikácie a podľa písomných záznamoch by sa tu mal nachádzať veľký Popradský hrad.

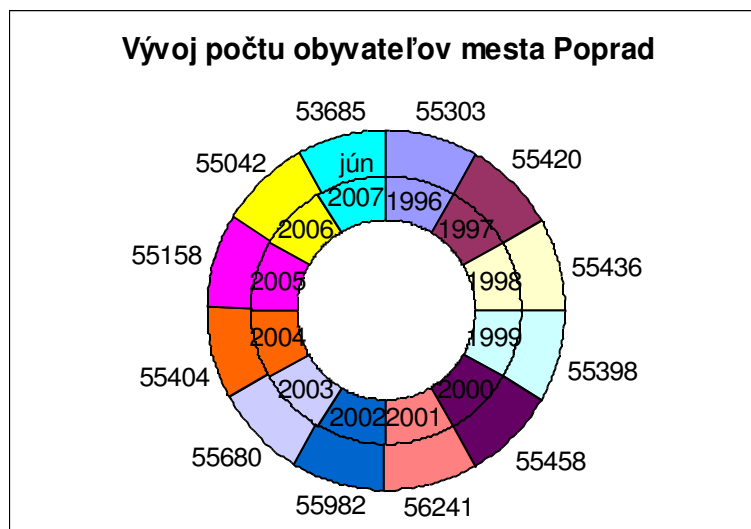
Prírodné zdroje

Mesto Poprad leží v širokej rovnomennej, vysoko položenej Popradskej kotline na oboch stranách rieky Poprad. Kataster má nepravidelný hviezdicovitý tvar s rozlohou 63,05 km². Na sever od mesta sa rozprestiera masív Vysokých a Belianskych Tatier, na východ Levočské pohorie, na juh nízka pahorkatina Kozích chrbtov a na západ pahorkatina Štrbského rozvodia. Pomerná blízkosť hlavného hrebeňa Tatier tvorí mestu nádhernú kulisu.

Demografický potenciál

V júni 2007 podľa demografických štatistických údajov žilo na katastrálnom území mesta Poprad 53 685 obyvateľov. Počet obyvateľov mesta má každým rokom klesajúcu tendenciu.

graf 1



Zdroj: PHSR mesta Poprad, vlastné spracovanie

Hustota obyvateľstva na km² dosahovala v Poprade 852 obyvateľov/km² v júni 2007. Mesto má stabilizovanú národnostnú štruktúru, pri sčítaní (v roku 2001) sa 94,14 % obyvateľstva prihlásilo k slovenskej národnosti, 2,09 % ku rómskej, k českej národnosti sa

hlásilo 1 % obyvateľstva a podiel ostatných národností neprevýšil 1 %.

Podľa sčítania obyvateľov, domov a bytov z roku 2001 sa k rímsko-katolíckemu vyznaniu prihlásilo 65,9 % obyvateľstva, k evanjelickej cirkvi 7,18 %, grékokatolíkov bolo 3,73 % a k pravoslávnomu vierovyznaniu sa prihlásilo 0,8 % obyvateľstva, bez náboženského vyznania bolo 16,82 % populácie a 5,58 % obyvateľov mesta sa nevyjadriilo.

Ekonomický potenciál

Dominantné postavenie v priemyselnej základni Popradu má strojársky priemysel, ktorého reprezentujú najväčšie priemyselné organizácie v okrese, čo do objemu produkcie, ako aj zamestnávania pracovníkov (Tatravagónka, a. s. Poprad, Tatramat, a. s. Poprad, Whirpool Slovakia, s. r. o. Poprad, Quassar Tatramat, a. s. Poprad). Svoje zastúpenie má aj potravinársky priemysel (Tatracon, s. r. o. Poprad, pivovar Tatran, a. s. Poprad, Perkins, a. s. Poprad, BOP, a. s. Poprad). Okrem uvedených odvetví má Poprad zastúpenie aj v odvetví palív a energetiky (SPP, odšt. závod Poprad, Východoslovenská energetika, prevádzka Poprad).

Technická a sociálna infraštruktúra

technická infraštruktúra

Mesto Poprad je zásobované elektrickou energiou diaľkovými elektrickými vedeniami prostredníctvom elektrickej stanice v Spišskej Novej Vsi, ktorá zásobuje aj niekoľko okresov severovýchodného Slovenska. Elektrické stanice v Poprade ako napájacie body zásobuje elektrickou energiou 110 kV vysokonapäťová sústava. Poprad so svojim spádovým územím má dve elektrické stanice s transformátormi napätia. Ide o stanicu v juhovýchodnej časti mesta nachádzajúcu sa v priemyselnom areáli Stráže pod Tatrami a ďalšia je umiestnená mimo katastrálneho územia mesta a nachádza sa v katastri obce Spišská Teplica.

Z 17 915 (z toho 723 neobývaných) domácností na základe štatistického zistenia v roku 2001 je zásobovaných plynom 16 156 domácností čo predstavuje 93,97%.

Dĺžka vodovodu je 206 km, dĺžka vodovodných prípojok je 44 km. Dĺžka kanalizácií je 66 km, dĺžka kanalizačných prípojok je 29 km.

Odpadové vody sú odvádzané jednotným kanalizačným komplexom mesta Poprad, ktorý spravuje Podtatranská vodárenská spoločnosť, a.s. a boli čistené v mechanicko-biologickej čistiarni odpadových vôd, ktorá bola uvedená do prevádzky v roku 1969. Situácia sa zlepšila dostavbou a sprevádzkovaním ČOV Matejovce.

Socio - ekonomicky - geograficky význam mesta vyplýva z jeho výhodnej dopravnej polohy na ceste medzinárodného významu E50. Z Popradu vedú cesty do Poľska (67), Starej Ľubovne (67) a (77), do Vysokých Tatier (534) a cez Vernár (67) do Banskej Bystrice či Rožňavy. Poprad je taktiež dôležitým železničným uzlom, leží na trase paneurópskeho koridoru č. 5. Zo železničného smeru Žilina - Košice sa odtiaľto dá cestovať do Vysokých Tatier, kam vedie trať č. 183 Tatranských elektrických železníc a do Starej Ľubovne (trať č.185). Trať medzi Popradom a Starým Smokovcom je prvou elektrickou železničnou traťou na Slovensku (otvorená 17. decembra 1908). Tiež je hlavným železničným ťahom Košice – Bratislava s prepojením na ČR a Ukrajinu. Železničná stanica v súčasnosti prešla kompletnou rekonštrukciou a modernizáciou. MHD je zabezpečovaná autobusmi. Letisko Poprad-Tatry bolo otvorené v roku 1938, avšak pravidelná civilná doprava začala až v roku 1943. Je najvyššie položeným medzinárodným letiskom v Európe (718 m n. m.), slúži aj ako základňa vrtuľníka leteckej záchrannej zdravotnej služby.

sociálna infraštruktúra

Štatistické údaje o počte dokončených bytoch za mesto Poprad hovoria viac menej o kolísavom vývoji. V roku 2004 bolo dokončených 50 bytov v roku 2005 to bolo 154 bytov a v roku 2006 to bolo 67 bytov. Sledujúc hodnoty rozostavaných bytov môžeme predpokladať, že v roku 2007 sa počet dokončených bytov v meste Poprad opäť priblíži úrovni roku 2005.

Nemocnica s poliklinikou v Poprade je najväčším poskytovateľom zdravotníckych služieb v regióne. V poliklinickej časti NsP sa nachádzajú štátne ambulancie špeciálnej zdravotne starostlivosti v počte 51. NsP je poverená zabezpečením lekárskej služby prvej pomoci v ambulanciách pre dospelých, detskej a stomatologickej ambulancii, zabezpečuje Rýchla zdravotná pomoc a Rýchla letecká pomoc. Ostatné zdravotnícke zariadenia v meste sú neštátne a majú ambulantný a prevádzkový charakter. V meste bolo evidovaných ku koncu roka 2006 celkom 20 lekární.

V súčasnosti je v zriaďovateľskej pôsobnosti Mesta Poprad :

- 13 materských škôl (z toho 5 MŠ pri ZŠ)
- 11 zariadení školského stravovania pri materských školách
- 12 základných škôl (z toho 5 ZŠ s MŠ)
- 12 školských klubov detí pri základných školách
- 11 zariadení školského stravovania pri ZŠ
- 1 výdajná školská kuchyňa pri MŠ

- 1 základná umelecká škola
- 1 centrum voľného času
- 1 stredisko služieb škole

Mesto Poprad má vo svojej ponuke kultúrneho vyžitia nielen moderné kino Tatroan, ktoré premieta každý deň, nedávno pribudlo aj moderné trojsálové multikino CINEMAX. V centre mesta (a v mestskej časti Spišská Sobota) sa nachádza Podtatranské múzeum, v ktorom sa návštevníci môžu oboznámiť s históriou mesta a regiónu. Veľmi cennou expozíciou sú nálezy z neďalekých Gánoviec (odliatok mozgu neandertálskeho človeka). Výstavné priestory má aj Tatranská galéria v priestoroch bývalej parnej elektrárne pri železničnej stanici a vo Výstavnej sieni na Alžbetinej ulici. Najvýznamnejšou pamiatkou v Poprade je centrum Spišskej Soboty. Najväčšou pamiatkou je kostol sv. Juraja s piatimi neskorogotickými krídlivými oltármi a hlavným oltárom od Majstra Pavla z Levoče. Celé centrum Spišskej Soboty je vyhlásené za pamiatkovú rezerváciu. V centre Popradu je ranogotický kostol sv. Egídia s najstarším vyobrazením Tatier, s barokovou krstiteľnicou a neskorobarokovým oltárom s obrazom patróna mesta.

Športové a rekreačné aktivity Popradu majú dlhoročnú tradíciu. Vybavenosť pre telovýchovu a šport je sústredená medzi Popradom a Spišskou Sobotou v tzv. Grébparku, kde sa nachádza komplex Aquacity so svojou modernou plavárňou, relaxačnými bazénmi, rôznymi vodnými atrakciami a je charakteristický neustálym trendom rozširovania o zariadenia športovo rekreačného a relaxačného charakteru. V tejto športovej časti Popradu sa nachádza futbalový štadión (kde sídli FK Poprad) a hokejový štadión (ktorého súčasťou je hokejový oddiel HK Aquacity ŠKP Poprad). Ďalšou súčasťou športového diania v Poprade je aj ženský basketbalový klub.

Mesto Poprad má pre svojich návštevníkov k dispozícii mnoho hotelov na vysokej úrovni (AquaCity Mountain View, AquaCity Seasons, Satel, Poprad, Sobota, Tatra, Café Razy, Gerlach, Európa, Olympia), ale aj desiatky menších penziónov, najkvalitnejšie z nich sa nachádzajú v časti Spišská Sobota a Veľká.

4.2 Analýza zariadenia Aquacity Poprad



4.2.1 Základná charakteristika zariadenia

Obchodné meno: AQUAPARK Poprad, s.r.o.

Sídlo: Športová 1397/1, Poprad 058 01

Dátum vzniku: 18.11.2002

Dátum otvorenia: 3.7.2004

Majoritný vlastník: Ján Telenský

Predmet činnosti:

Platných od 18.11.2002

- prevádzkovanie vodného zábavného parku a geotermálnych kúpalísk
- prevádzkovanie telovýchovných zariadení a zariadení slúžiacich na regeneráciu a rekondíciu
- prenájom nehnuteľností s poskytovaním aj iných ako základných služieb spojených s prenájomom
- prenájom hnutel'ného majetku
- maloobchod a veľkoobchod v rozsahu voľných živností
- sprostredkovanie obchodu a služieb v rozsahu voľných živností
- podnikateľské poradenstvo
- organizovanie kurzov, seminárov, školení, kultúrnych, spoločenských a športových podujatí
- reklamná, inzertná a propagačná činnosť
- prieskum trhu
- marketingové služby
- prevádzkovanie odstavných plôch pre motorové vozidlá

Platných od 20.06.2004

- príprava a predaj na priamu konzumáciu nealkoholických a priemyselne vyrábaných mliečnych nápojov, koktailov, piva, vína a destilátov
- príprava a predaj na priamu konzumáciu zmrzliny, ak sa na jej prípravu použijú priemyselne vyrábané koncentráty a mrazené krémy
- príprava a predaj na priamu konzumáciu tepelne rýchlo upravovaných mäsových výrobkov a obvyklých príloh, ako aj bezmäsitých jedál

- predaj stravy pripravenej a dovezenej od oprávneného výrobcu vo výdajniach stravy, v cukrárni a v predajni lahôdok
- predaj cukrárenských výrobkov vyrobených a dovezených od oprávneného výrobcu v cukrárni
- pohostinská činnosť
- ubytovacie služby v ubytovacích zariadeniach s prevádzkovaním pohostinských činností
- masérske služby

Platných od 19.01.2008

- zmenárne- nákup peňažných prostriedkov v cudzej mene za slovenskú menu v hotovosti
- prevádzkovanie neštátneho zdravotníckeho zariadenia: polikliniky

Spoločníci: Mesto Poprad

LETHEBY & SONS LIMITED

Základné imanie: 5 000 000 Sk

Vklad spoločníkov: mesto Poprad

od: 18.11.2002 do: 18.01.2008 = 750 000 Sk Splatené: 250 000 Sk

od: 19.01.2008 = 750 000 Sk Splatené: 750 000 Sk

LETHEBY & SONS LIMITED

od: 18.11.2002 = 4 250 000 Sk Splatené: 4 250 000 Sk

História Aquacity sa začala dňa 11.10. 2002, kedy bola slávnostne podpísaná „Zmluva o združení prostriedkov a spolupráci pri výstavbe a prevádzke Aquaparku v meste Poprad“ a založený joint venture obchodná spoločnosť Aquapark Poprad, s. r. o., kde mesto Poprad má 15 %-ný a LETHEBY & SONS LIMITED (anglická obchodná spoločnosť) 85 %-ný obchodný podiel.

Podstatou podnikateľsko-spoločenského zámeru Aquapark v meste Poprad a vzájomnej spolupráce bolo:

I. etapa – sa začala rokom 1994 a naplňa sa až doteraz, uskutočnilo sa sprevádzkovanie nevyužívaného prieskumného geotermálneho vrtu odvrtaného v roku 1994 a jeho prepojenie s areálom krytej plavárne, totálna rekonštrukcia a nadstavba areálu krytej plavárne postavenej v roku 1985 (výstavba spojovacieho traktu, rekonštrukcia dvoch vonkajších bazénov,

výstavba jedného otvoreného bazéna s atrakciami, jedného krytého bazéna s atrakciami a barom, dvoch tobogánov, 100-lôžkového ***hotela, kongresovej haly, vitálneho sveta, fitnesscentra, kryoterapie, modernej kuchyne a siedmich reštaurácií a barov, osadenie nových technológií a nového prevádzkového systému, nového centrálného vstupu, terénnych úprav), súčasťou tejto etapy je aj rekonštrukcia mosta a rozšírenie odbočenia z hlavnej cesty Poprad – Kežmarok avšak tieto činnosti ešte neboli uskutočnené. Investičné náklady I. etapy predstavujú sumu cca 400 mil. Sk,

II. etapa – predstavuje len vyhlídky do budúcnosti a bude ju zahŕňať výstavba na zelenom priestranstve o celkovej rozlohe cca 12 ha nového a moderného aquacentra, vitálcentra, športcentra, 400-lôžkového ****kongresového hotela a všetky objekty spájajúcej 350 m dlhej krytej kolonády s obchodíkmi a podzemnými garážami. Investičné náklady II. etapy budú predstavovať sumu cca 2 mld.

Základom pre Aquacity bola aj je termálna voda, ktorá bola klasifikovaná v Slovthermae (referenčné centrum pre ochranu a rozvoj prírodných liečebných kúpeľov a prírodných liečivých a minerálnych vôd v Slovenskej republike) ako prírodná, slabo mineralizovaná voda, hydrouhličitanovo-síranová, vápenato-horečnatá, horúca. Fyzikálne a chemické vlastnosti obmedzujú využitie vody vo vnútornej balneoterapii. Preto jej praktické využitie je možné vo vonkajšej balneoterapii, kde je možné využiť liečivé účinky tepla a sulfátového iónu. Ostatné zložky vody majú podporný charakter. Prirodzene sa ohrieva na teplotu 49° C a obohatená o horčík, sodík, vápnik, oxid uhličitý a uhl'ovodíky, si cez termálny prameň znovu nachádza cestu na zemský povrch. Priaznivo pôsobí na regeneráciu tela a má aj priaznivé účinky pri liečení chorôb pohybového ústrojenstva, kože, ako aj nervových zakončení. Všetka voda v bazénoch a kúpeľoch je filtrovaná 6krát denne v skutočnosti sa však úplne vymení 2krát za deň. Vďaka použitiu ultrafialovej techniky čistenia, kombinovanej s našimi bazénmi z nehrdzavejúcej ocele nám v porovnaní s inými strediskami stačí použiť približne 10% chlóru.

4.2.2 Ponuka Aquacity

Komplex je rozložený na viac zón, ktoré sú navzájom prepojené.

V interiéri sa nachádza:

- ✓ plavecký 50 m bazén,
- ✓ parná sauna,

- ✓detský bazén,
- ✓Vitálny svet,
- ✓Blue Diamond,
- ✓Blue Sapphire,
- ✓gastronomické zariadenia (ku ktorým patria reštaurácia, fastfood, kaviareň, a viacero barov),
- ✓masáže,
- ✓fitnesscentrum,
- ✓3- a 4-hviezdičkový hotel,
- ✓Oskarov detský kútik,
- ✓Kongresové centrum a
- ✓Kryocentrum.

V exteriéroch je:

- ✓ sedací,
- ✓relaxačný,
- ✓plavecký,
- ✓detský bazén,
- ✓tobogány a
- ✓Mayská pyramída.

Aquacity poskytuje overené a dôveryhodné liečebné metódy:

- balneoterapia (využívanie minerálnej vody z horúcich prameňov na terapeutické účely) – vonkajšie bazény,
- masáže,
- kryoterapia (liečba chladom vo veľmi nízkych teplotách) – kryocentrum,
- chromoterapia (liečba farbami) – blue sapphire.

V celom areáli je moderný turniketový prístupový systém na princípe vodeodolných náramkových čipov, ktoré kompletne nahrádzajú klasické vstupenky, návštevník sa môže voľne pohybovať medzi jednotlivými zónami, otvárať si skrinky v šatniach a zároveň slúžia ako platobné médium v gastroprevádzkach.

4.2.2.1 Charakteristika jednotlivých zón

Plavecký bazén

AquaCity hotely Mountain View a Seasons sú prvými v Európe, ktoré sú vybavené svojim vlastným bazénom s olympijskými rozmermi (50m). Bazén je vyhrievaný vlastnou geotermálnou vodou. Perfektné miesto pre seriózne tréning alebo „plávanie v dráhach“.

Fitness centrum

Aquapark má aj svoje vlastné moderné centrum pre fitnes a posilňovanie. Je plne vybavené poslednými novinkami v oblasti fitnes, posilňovacími strojmi a strojmi pre kardiovaskulárny tréning.

Plavecký bazén a fitness centrum sú otvorené denne od 8.00 do 22.00.

Masáže

Masáže, patria medzi službu, ktorú Aquacity poskytuje, nielen svojim hotelovým hosťom, ale aj širokej verejnosti. Poskytujú ich na to vyškolení zamestnanci denne od 10.00 do 22.00.

Blue Diamond

Bazén Blue Diamond (otvorený denne od 10.00 do 22.00) sa skladá z dvoch bazénov v presklenom prevedení (Blue Diamond II. pribudol k pôvodnému v roku 2007) je dostatočne veľký na plávanie a minerálna voda v ňom má najvyššiu koncentráciu. Je v ňom k dispozícii celý rad podvodných trysiek a „bublínkových lavičiek“. Súčasťou týchto bazénov je aj bezbariérový prístup pre invalidné vozíky. Bary v bazénoch Blue Diamond počas celého dňa ponúkajú celý rad alkoholických a nealkoholických nápojov. Blue Diamond II. slúži aj na súkromné večierky pre uzavretú spoločnosť, je možné oddeliť ho od pôvodného bazénu bez ohrozenia chodu prevádzky.

Vitálny svet

Vitálny svet ponúka nasledovné služby denne od 10.00 do 22.00:

- Fínsku saunu – klasického škandinávskeho typu, obložená s doskami z ihličnatého dreva miestnosť vyhrievaná kameňmi, ktorým dáva teplo tradičná pec na drevo, kde teplota dosahuje až 100°C.

- Snežná jaskyňa – slúži na ochladenie sa po pobyte v saunách.
- Inhalačné miestnosti – súčasťou sú suché sauny s mentolovým, kvetinkovým a soľným prívlastkom, ako aj parná sauna pod názvom „pekelný kúpeľ“.
- Vírivka – slúži na relax v rámci Vitálneho sveta.
- Slniečna lúka – je to miestnosť so špeciálne skonštruovaným a úplne bezpečným UV osvetľovacím systémom, ktorý zabezpečí zdravé a žiarivé opálenie.
- Tepidárium – je miestnosť, ktorá umožňuje relax na špeciálne skonštruovaných a tvarovaných ležadlách. Ležadlá sú zvnútra mierne vyhrievané cirkulujúcou geotermálnou vodou.
- Kaldárium – je chladná miestnosť slúžiaca na relax po pobyte v ľadovom bazéne, resp. ľadovej jaskyni.

Súčasťou Vitálneho sveta je aj Vitalbar, ktorý ponúka počas celého dňa celý rad alkoholických aj nealkoholických nápojov.

Blue Sapphire

Bazény Sapphire sú najnovšou a najživšou atrakciou v AquaCity. Sú otvorené denne od 10.00 do 22.00. Ich súčasťou sú umelé vlny, vodné a vzdušné trysky, bublinkové a masážne sedenie, ale aj bar, ktorý ponúka rôzne alkoholické a nealkoholické nápoje. Priestor bazénov je vybavený holografickou, 3D laserovou show a 360° sensorovým „surround sound“ audio systémom. Každý večer je v bazénoch Sapphire party. V centrálnom bazéne sa nachádza „slniečna“ guľa, v ktorej je umiestnený generátor vĺn, nazvaný „Búrlivý príboj“. V krajných bazénoch si môže každý návštevník zvoliť stupeň masáže podľa vlastného uváženia. Od jemných bubliniek až po silné trysky. V bazénoch Blue Sapphire sa využíva najnovšia holistická liečba – chromoterapia (liečba farbami).

Oskarov detský kútik

Novinkou roku 2007 je aj detský kútik, kde sa deti môžu vyblázniť a rodičia si môžu nerušene užívať relax v areáli Aquacity denne od 10.00 do 22.00.

Vonkajšie termálne bazény

Súčasťou vonkajších priestorov sú:

- bazén pre plavcov, detský bazén, relaxačný bazén pre oddych so sprchami, fontánami ako aj vlnami v hojdamcom zvone,

- dva zábavné tobogány (točivé koryto „Twister“ a ohraničený tobogán so zákrutami „Čierna diera“),
- Mayská pyramída, ktorá je vysoká 20 metrov a z troch strán je obklopená 1 m hlbokými „čľapkacími“ bazénmi, konštantne zohrievanými na 30 °C, v bazénoch sú vodné fontány, sprchy a vodné hríby, na 1. poschodí pyramídy sa nachádza vstup do mierne zvlnenej rodinnej šmýkačky, vstup do strmých šmýkačiek „Kamikadze“, na 2. poschodí pyramídy sa nachádza vstup na 70 metrov dlhú trasu „Divokého riečného splavu“ so zákrutami do teplej vody čľapkacieho bazéna, po ktorej sa návštevníci môžu spustiť na vlastnom „rafte“.

Vonkajší areál tiež poskytuje tenisové kurty, volejbalové ihriská, detské ihriská, minigolf, ako i bufety na občerstvenie.

V rámci areálu Aquacity mimo vyššie charakterizovaných zón sa nachádza aj kongresové centrum a Kryocentrum.

Kongresové centrum

Hlavná kongresová sála Aquacity ponúka jedinečnú možnosť poskytnutia služieb pre skupiny od 30 až do 300 delegátov a hostí. Plán rozmiestnenia môže byť rôzne menený a prispôsobený požiadavkám zákazníkov. Kongresová sála je multifunkčného charakteru, môže byť v priebehu pár minút prestavaná na prednáškovú sálu (264 miest) alebo banketovú sálu (72 miest), pre módnu šou (250 miest), diskotéku, večerné tancovanie alebo klubovú večernú udalosť s bufetovými stolmi a sedením.

Je plne klimatizovaná a súčasťou príslušenstva je aj business centrum, úschovňa, samostatne prístupné toalety a priamy prístup k stravovacím zariadeniam.

Súčasťou kongresovej sály sú:

- 3 projektory, 3 elektronicky ovládané premietacie plátna
- DVD rekordér
- S - VHS video rekordér
- DVD prehrávač
- Video kamera 2x – použiteľná na prenos web stránok alebo video projekcia
- Monitory na pódiu a v audio - vizuálnom centre.
- Systém reprodukovajúci prírodné svetlo
- Bodové svetlá, priestorové svetlá, rotujúce (disco & módna show).

Osvetľovacie rampy s prídavným osvetlením môžu byť nahradené a dodané na základe požiadaviek.

Preklady a tlmočenia sa uskutočňujú prostredníctvom 4 tlmočníkov umiestnených v špeciálnych tlmočnických kabínach, ktoré sa nachádzajú v zadnej časti haly poskytujú simultánne tlmočenie prostredníctvom slúchadiel.

Kryocentrum

V kryoterapeutickom centre v Aquacity sa uskutočňujú kryoterapeutické procedúry pod dôkladným lekársym dozorom.

Na začiatku každej procedúry si zákazník zapožičia na recepcii Kryocentra predpísané oblečenie (krátke nohavice, tričko, špeciálnu obuv, ponožky, chrániče na uši a jednorázovú masku z tenkého papiera, ktorá zakrýva nos a ústa).

Procedúra prebieha v dvoch „studených komorách“ špeciálnej konštrukcie. Tieto komory majú rozmery približne ako malá sauna a naraz v nich môže byť šesť až osem ľudí.

Prvá miestnosť (Ante-Chamber) je ochladzovaná na teplotu -60 oC, kde zákazník pobudne 1 minútu. Druhá komora, hlavná, je ochladzovaná na -120 oC, kde zákazník pobudne 1 – 3 minúty.

Po ukončení pobytu v komorách, zákazník okamžite prechádza do kryoterapeutickej telocvične.

Je otvorené denne okrem nedele a pondelka. Lokálna kryoterapia je poskytovaná od 14.00 do 16.00 a celková kryoterapia od 16.00 do 19.00.

Ubytovacie zariadenia

Hotely Seasons* a Mountain View******

Hotel Seasons*** je zariadený v najvyššom štandarde. Komfortné a cenovo dostupné izby sú zariadené tematicky podľa ročných období. V ponuke je 31 dvojlôžkových izieb, 6 mezonetových izieb a 2 apartmány.

Vybavenie v izbách:

- satelitná TV, rádio, set na prípravu čaju a kávy,
- individuálne pripojenie na internet pre laptop alebo PDA zariadenia,
- klasický telefón s priamou miestnou alebo medzinárodnou voľbou,
- individuálne bezpečnostné schránky,
- minibar.

Súčasťou každej izby je kúpeľňa, ktorá zahŕňa sprchu, vaňu, toaletu a bidet, elektrické zásuvky pre holiace strojčeky, sušiče vlasov, uteráky a župany (za poplatok). Každý ubytovaný môže využívať služby hotela (24 hodinová služba na recepcii, hotelová služba, služby čistiarne a sušiarne).

Hotel Mountain View***** má všetky izby zariadené na vysokej úrovni a súčasťou každej izby je aj balkón.

Každá izba je vybavená vlastnou multifunkčnou LCD obrazovkou, ktorá poskytuje rádio a satelitnú TV, ako aj použiteľný na komunikáciu s recepciou. Spolu s týmto zariadením sa v každej izbe nachádzajú individuálne zásuvky pre pripojenie na internet pre notebook alebo PDA. K dispozícii je aj konvenčný telefón s možnosťou volania do miestnych aj medzinárodných sietí. Ďalším vybavením je mini bar, špeciálne zabudovaný trezor.

Na vrchnom poschodí hotela sa nachádzajú apartmány, zariadené na najvyššej úrovni, vybavené individuálnou klimatizáciou, možnosťou vzájomného prepojenia a tým ponúkajúce väčší priestor.

V kúpeľniach nechýbajú zariadenia s mnohými modernými doplnkami. Obsahujú sprchu, vaňu, toaletnú misu a bidet, sušič vlasov, uteráky a župany.

Stravovacie zariadenia

Komplex Aquacity ponúka všetkým svojim hosťom skvelý výber z vynikajúcich jedál a nápojov.

Reštaurácia „High Tatras“

Hlavná hotelová reštaurácia je otvorená každý deň od 7:00 do 22:00 hod. Návštevníkom reštaurácie sa naskytuje skvelý výhľad na panorámu Vysokých Tatier a vonkajšie termálne bazény. Ponúka raňajky, obedňajšie a večerné menu.

Café Bar

Je denný bar, ktorý poskytuje lahodné jedlá, koláče, dezerty a nápoje.

The Hollywood Suite

Predstavuje miesto v Aquacity, ktoré ponúka maximálne súkromie pre nerušené posedenie.

Harlow's Lounge

Ponúka perfektnú atmosféru hollywoodskeho nočného klubu 40-tych rokov minulého storočia.

Smokin' Joe's, biliardová herňa v americkom štýle

Biliardová herňa s barom, ktorej súčasťou je aj vzdušný hokej.

Café Bar, ktorého súčasťou sú „The Hollywood Suite“, „Harlow s Lounge“, „Smokin Joe s“, je otvorený denne od 9.00 do 01.00.

Fast Food - Rýchle občerstvenie

Návštevník má na výber viacero druhov teplých a studených jedál, nápojov a dezertov. Otvorený je denne od 10.00 do 22.00.

Lobby Bar

Je súčasťou hotela a má v ponuke značkové vína, exotické likéry, chladené pívá, soft drinky alebo kávu a čaj. Otvorený pre verejnosť, a hlavne hotelových hostí denne od 11.00 do 24.00.

Parkovanie

K dispozícií sú parkovacie miesta v okolí areálu, ako aj pri Kryocentre a pri hotelovej časti Mountain View. Celkovo má areál Aquacity k dispozícií 185 parkovacích miest, z ktorých 22 je krytých a 9 je určených pre imobilných šoférov. Parkovacie miesta sú pre návštevníkov Aquacity zdarma.

4.2.2.2 Cenová politika

Zariadenie využíva cenu ako marketingový nástroj, preto sa ceny v rámci jednotlivých zón menia niekoľkokrát počas roka.

Z dotazníkového prieskumu sme zistili že pre ľudí je Aquacity drahou „záležitosťou“, ale i napriek tomu má toto zariadenie veľký počet návštevníkov, ktorí sa tu veľmi radi vracajú.

V rámci ubytovania všetky hotelové ceny sú uvádzané za jednu izbu (alebo apartmán)

za noc, s polovičnou penziou, teda raňajkami a večerou vo forme švédskych stolov a voľným vstupom do aquaparku AquaCity. Ceny izieb sú odlišné a delené podľa sezón.

V Aquacity sa rozlišuje 6 sezón. Medzi lacnejšie sezóny patria sezóna č. 2 (07. 04. - 15. 06.), č. 4 (26. 08. - 21. 12.), medzi drahšie sezóna č. 1 (10. 01. - 06. 04.), č. 3 (16. 06. - 25. 08.). č. 5 (22. 12. - 26. 12.) a najdrahšou sezónou je sezóna č. 6 (27.12 – 09. 01.). Ceny sú uvádzané v slovenských korunách, librách a eurách. Súčasťou Aquacity je aj zmenáreň, kde majú možnosť návštevníci ako aj hoteloví hostia možnosť výmeny peňazí.

Aquapark ponúka rôzne druhy jedál, pre rôzne náročných zákazníkov, za rôzne ceny. Vo Fast Foode si návštevník môže vybrať z pestrej ponuky jedál za ceny od 30,- Sk do 150,- Sk za jedlo. V reštaurácií „High Tatras“ sú ponúkané jedlá v cenovej hladine od 60,- Sk, napr. za polievku, do 1 000,- Sk.

Kongresová sála je poskytovaná v základnom balíku, resp. v balíku all inclusive. Cena sa líši podľa časovej potreby užívania sály a to do 4 hodín a nad 4 hodiny. Dolná hranica základného balíka je 16 000,- Sk a pri balíku all inclusive sa pohybuje vo výške 24 000,- Sk. V rámci časti „Kongresová sála“ si zákazníci môžu tiež prenajať zasadaciu sálu, salónik, reštauráciu (salónik High Tatras), Coctail bar i Business centrum. Cena prenájmov priestorov pre ubytovaných hostí stanovená individuálne v závislosti od výšky celkového realizovaného obratu za pobyt.

Pri ostatných prenájmoch (predaj výrobkov, služieb, prezentácie výrobkov a pod.) v priestoroch AquaCity je stanovená sadzba 1 000,- Sk/hod.

Cena v Kryocentre zahŕňa: vstupné lekárske vyšetrenie, zapožičanie oblečenia pre vstup do kryokomory vrátane obuvi a uteráku, kinezioterapiu s inštruktorom a pitný režim.

4.2.2.3 Ekologický prístup

Využívaním geotermálnej energie v porovnaní s inými strediskami, ktoré spaľujú tradičné fosílné palivá, Aquacity každý deň ušetrí okolo 27 tón uhlíka a ročne približne 2,5 milióna eura na nákladoch na energiu.

Všetka pitná voda v AquaCity je ohrievaná geotermálnou energiou, ktorá zároveň vykuruje celé AquaCity. Tým sa sprchovanie stáva úspornejšie a ekologickejšie. Voda je používaná dvakrát: zo zeme je získavaná tepelnými čerpadlami, z tejto vody sa vyberie všetka tepelná energia na sprchovanie, bazény, podlahové kúrenie či radiátory, následne je ochladená na 22°C, vrátená do tepelných čerpadiel, kde sa opäť ohreje na 50°C a na to je opäť používaná

na vyhrievanie aquaparku. A tento spôsob získavania a používania vody robí Aquacity úspornejším oproti ostatným zariadeniam.

Na udeľovaní WORLD TRAVEL AWARDS (9. októbra 2007) – cien v oblasti CR, zvolili delegáti z vyše 190 krajín takmer 200 - tisícimi hlasmi AQUACITY za najekologickejšie stredisko na svete.

Aquacity získalo v krátkom čase tieto ocenenia:

obrázok 3



Zdroj: Aquacity Poprad

Green Globe certifikát za udržiavanie ekologických štandardov a angažovanie sa pre trvalo udržateľný cestovný ruch.

Green Hero (zelený hrdina) je nová cena za uplatňovanie najlepších environmentálnych praktík pri ochrane životného prostredia v cestovnom ruchu.

Green Apple (zelené jablko) je cena za jedinečnosť a trvalé angažovanie sa za ochranu životného prostredia

4.3 Hodnotenie spokojnosti zákazníkov v zariadení Aquacity

Pre hodnotenie spokojnosti zákazníkov v zariadení Aquacity sme použili dotazníkový prieskum, ktorého sa zúčastnilo 100 respondentov. Návratnosť bola 100 %-ná. Prieskum sa konal počas mesiaca január 2008 a to v zónach Blue Diamond, Vitálny svet, Fitness centrum a dotazníky boli rozmiestnené aj na recepcii hotela.

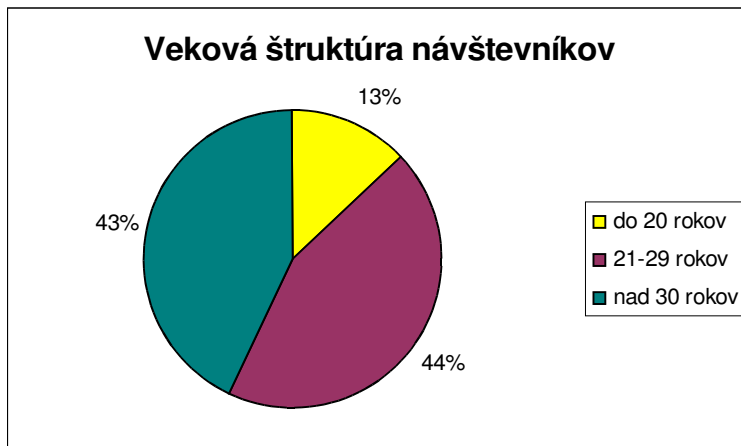
graf 2



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Zo 100 zúčastnených respondentov tvorilo 44 % žien a 56 % mužov.

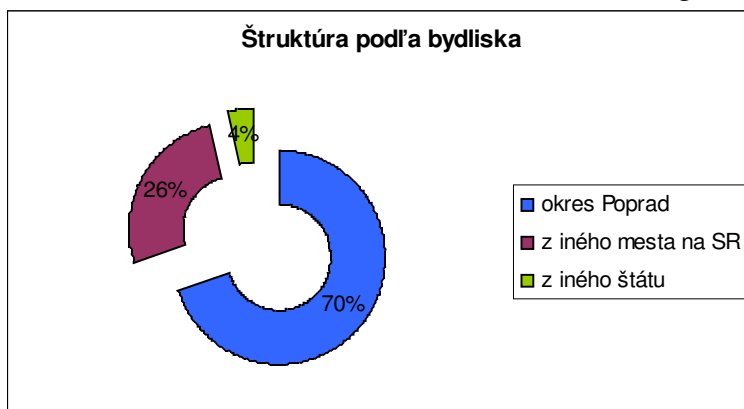
graf 3



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Najväčšiu skupinu respondentov tvorili respondenti nad 20 rokov a to 87 % z celkového počtu respondentov, z toho vo vekovej kategórii od 21 do 29 rokov bolo 44 % respondentov a nad 30 rokov 43 %, zvyšok, t.j. 13 % tvorili respondenti do 20 rokov.

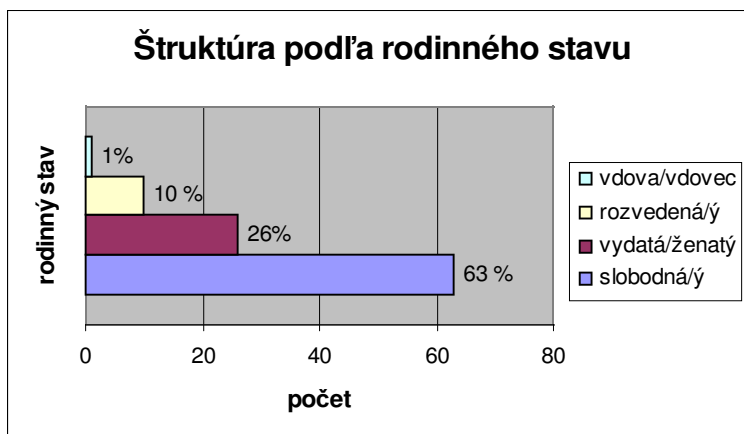
graf 4



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Z celkového počtu respondentov až 70 % boli návštevníci z okresu Poprad. Aquacity nenavštevujú len domáci obyvatelia, ale aj obyvatelia z iných častí Slovenska (26 % respondentov) a dotazníkového prieskumu sa dokonca zúčastnili aj 4 návštevníci zo zahraničia (Poľsko).

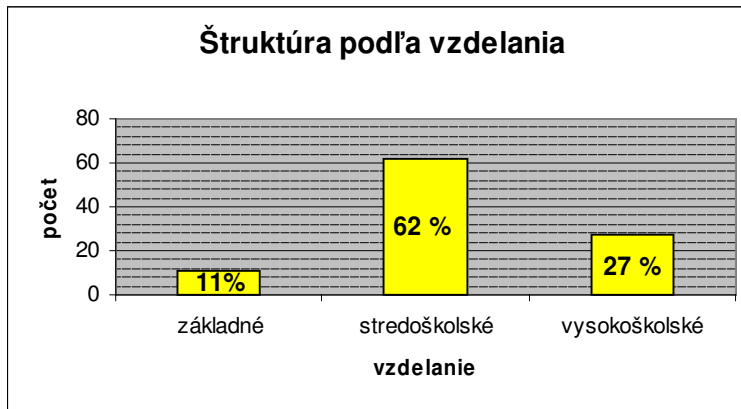
graf 5



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Z pohľadu rodinného stavu najviac opýtaných predstavovali slobodní a to 63%, 26 % respondentov tvorili vydaté ženy, resp. ženatí muži a zvyšok, ktorí navštívili Aquacity, tvorili rozvedení (10 %) a vdovci (1 %).

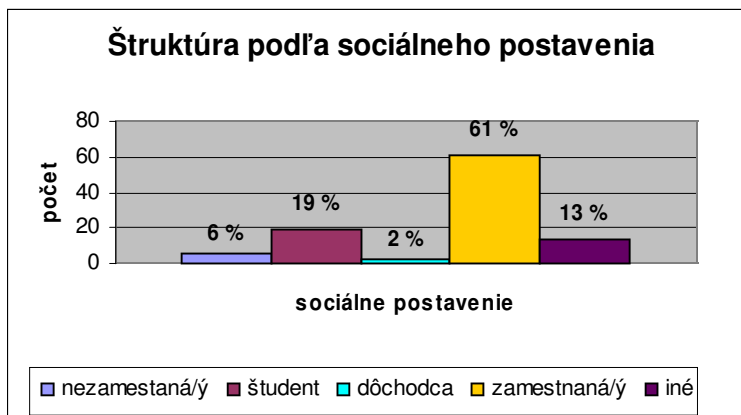
graf 6



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Najväčšiu skupinu respondentov z dotazníkového prieskumu, podľa dosiahnutého vzdelania, predstavovali respondenti so stredoškolským vzdelaním a to 62 %, 27 % s vysokoškolským a 11 % so základným vzdelaním.

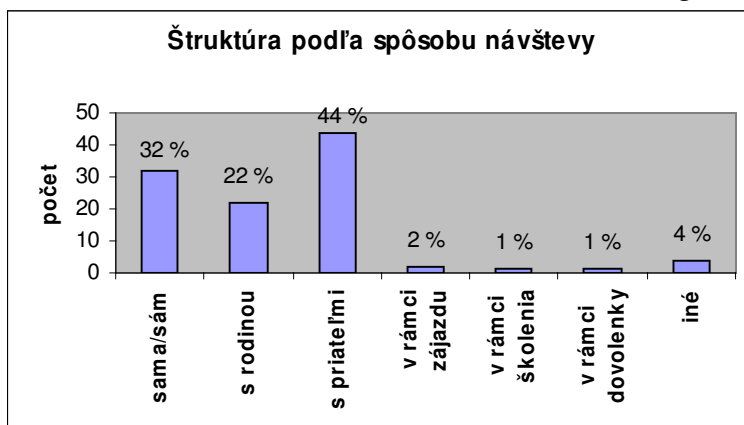
graf 7



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Zo vzorky opýtaných tvorilo 61 % zamestnaných, 19 % študentov a zvyšok dôchodcovia (2 %) a nezamestnaní (6 %).

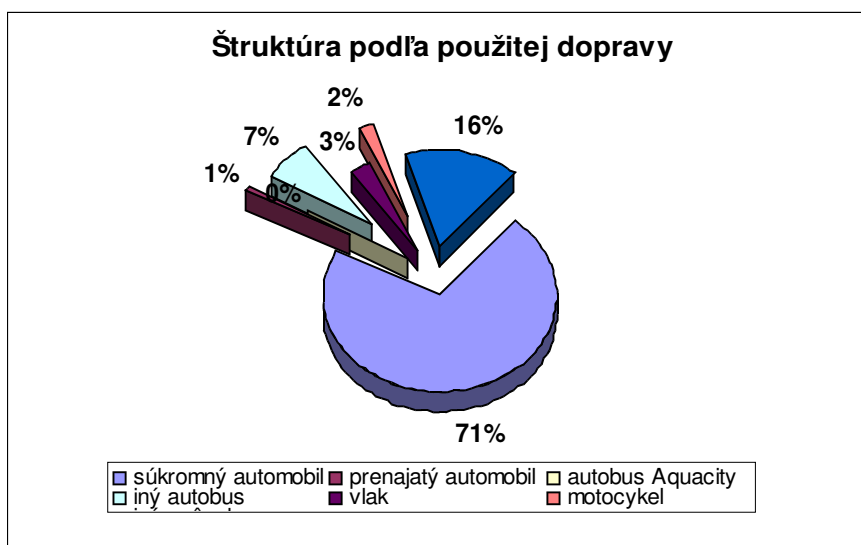
graf 8



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Priaznivé podmienky zariadenia Aquacity, najmä čo sa týka oddychu, relaxu a zábavy, spôsobili hlavne prílev respondentov s priateľmi a známymi a to 44 %, so svojimi rodinami pricestovalo 22 % respondentov a samostatne navštívilo toto zariadenie 32 % respondentov.

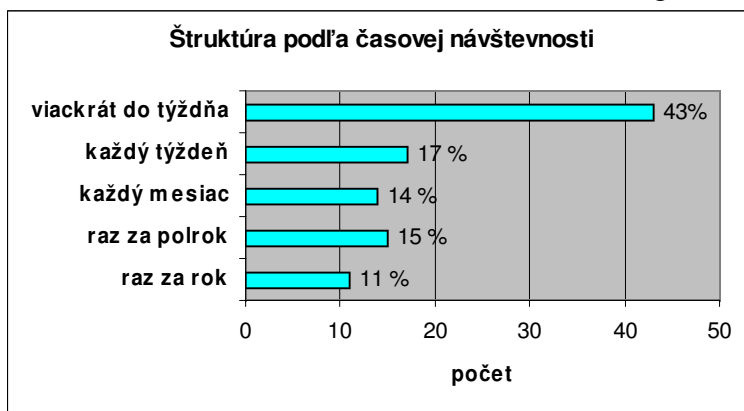
graf 9



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Výhodná dopravná poloha a priaznivé parkovacie možnosti ovplyvnili spôsob dopravy do zariadenia Aquacity. Prevažná väčšina respondentov navštívila zariadenie vlastným automobilom a to 71 %, 16 % ho navštívilo pešo a zvyšok využilo na prepravu iné dopravné prostriedky, ako napr. autobus, vlak, motocykel.

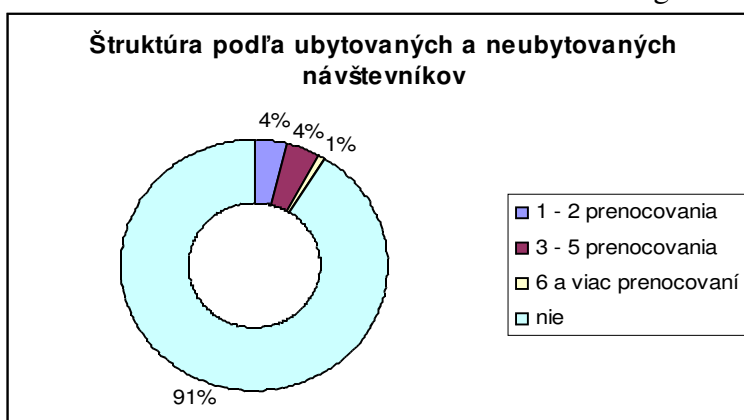
graf 10



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Z opýtaných návštevníkov až 43 % navštevuje areál Aquacity viackrát do týždňa, 17 % každý týždeň, 15 % raz za polrok, 14 % každý mesiac a zvyšok, t.j. 11 % raz za rok.

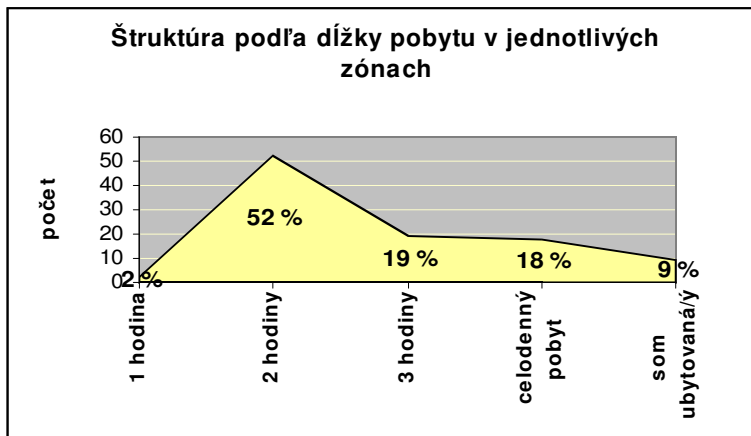
graf 11



Zdroj: dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Z hľadiska dĺžky pobytu až 91 % tvorili respondenti, ktorí nevyužili služby ubytovacích zariadení v Aquacity a 9 % predstavovali respondenti ubytovaní v hoteli.

graf 12



Zdroj: Dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Z celkového počtu neubytovaných respondentov (91 %) najväčší počet tvorili respondenti, ktorí si zakúpili vstup na 2 hodiny (52 %), 19 % respondentov z počtu neubytovaných si kúpili vstup na 3 hodiny, prednosť celodennému lístku dalo 18 % z respondentov a na 1 hodinu navštívilo areál Aquacity 2 % z celkového počtu neubytovaných respondentov.

V ďalších otázkach sme požiadali návštevníkov, aby zhodnotili kvalitu poskytovaných služieb. Z hľadiska atraktívnosti jednotlivých zón bola zóna Vital až pre 64% respondentov najatraktívnejšia. menej atraktívna bola zóna fitness a Blue sapphire, najmenej atraktívna bola pre návštevníkov zóna masáže a čo je zaujímavosťou až 45% respondentov nevedelo posúdiť atraktívnosť tejto zóny. Za neatraktívne priestory označili návštevníci aj vnútorný plavecký bazén a saunu (12% respondentov) a pre 14% respondentov bola neatraktívna aj zóna Blue Diamond.

Spokojnosť návštevníkov s jednotlivými ponúkanými zónami

tabuľka 4

	Neviem sa vyjadriť	Neatraktívne	Málo atraktívne	Atraktívne
Vnútorný plavecký bazén, sauna	9	12	33	46
Vonkajšie vírivky, vodná pyramída	13	4	29	54
Blue Diamond	14	14	24	48
Blue sapphire	17	6	24	53
Vital	12	4	20	64
fitness	8	10	22	60
masáže	45	9	14	32

Zdroj: Dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Pri hodnotení doplnkových služieb za najatraktívnejšie hodnotili respondenti služby na pokladniach, ktorých je v areáli dostatočný počet a tým pádom návštevníci nemusia čakať v radoch na zakúpenie lístkov do jednotlivých zón. Za atraktívne hodnotili aj parkovacie možnosti, ktoré sú v areáli bezplatné. Hodnotenie jednotlivých zón z hľadiska atraktivity sa pohybovalo na úrovni 40 až 50%. Naopak svoju nespokojnosť vyjadrili respondenti pri hodnotení čistoty vody (43% návštevníkov malo výhrady k čistote vody), ako aj starostlivosti o šatne (44% návštevníkov nebolo spokojných so službami v šatniach). Keďže najväčšie percento respondentov nebolo ubytovaných v ubytovacích zariadeniach v rámci komplexu, nevedeli sa vyjadriť k hodnoteniu týchto služieb.

Spokojnosť návštevníkov s poskytovanými službami

tabuľka 5

	Neviem sa vyjadriť	Neatraktívne	Málo atraktívne	Atraktívne
a. parkovacie služby	15	7	33	45
b. bezpečnostná služba	41	3	17	39
c. služby na pokladniach	16	1	23	60
d. starostlivosť o šatne	8	7	44	41
e. prístup personálu v jednotlivých zónach				
Vnútorňý plavecký bazén, sauna	31	3	16	50
Vonkajšie vírivky, vodná pyramída	32	1	20	47
Blue Diamond	29	2	17	52
Blud sapphire	29	3	16	52
Vital	30	2	15	53
fitness	23	1	22	54
masáže	47	0	13	40
f. čistota vody	8	13	43	36
g. čistota vonk. prostredia v okolí bazénov	22	4	34	40
h. stravovacie služby	31	7	36	26
i. ubytovacie služby	65	1	9	25
j. detský kútik	72	0	12	16

Zdroj: Dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Spokojnosť s cenovou hladinou bola relatívne nízka. V rámci jednotlivých zón až 71 % opýtaných sa vyjadrilo, že ceny sú vysoké a neprimerané životnej úrovni obyvateľstva, že obyvatelia Popradu a okolia by mohli byť viac zvýhodňovaní. Pri ubytovaní až 58 % opýtaných potvrdilo, že ceny sú primerané k úrovni hotela, o čom svedčí aj neustála obsadenosť hotela. Ku cenám v sektore stravovania sa 53 % z opýtaných vyjadrilo, že sú bežné a primerané a 38 %, že sú vysoké.

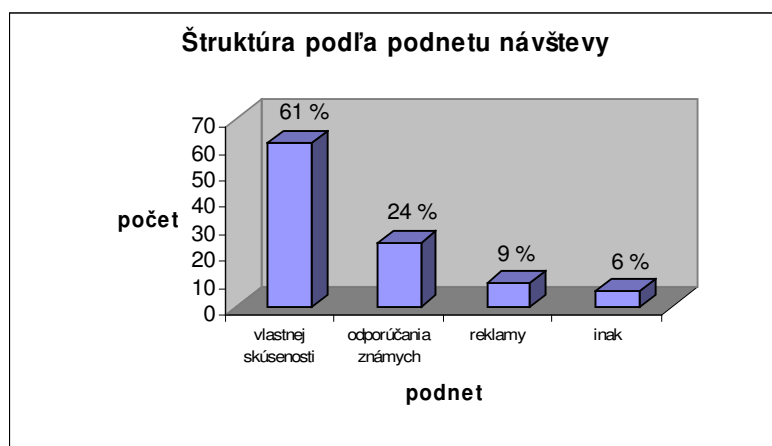
Spokojnosť s cenovou úrovňou služieb

tabuľka 6

ubytovanie	
a. primerané ceny k úrovni hotela	58
b. neprimerané ceny k úrovni hotela	14
c. neviem	28
stravovanie	
a. vysoké ceny	38
b. bežné ceny	53
c. nízke ceny	0
d. neviem	9
ceny jednotlivých zón	
a. vysoké ceny	71
b. nízke ceny	11
c. bežné ceny	18

Zdroj: Dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

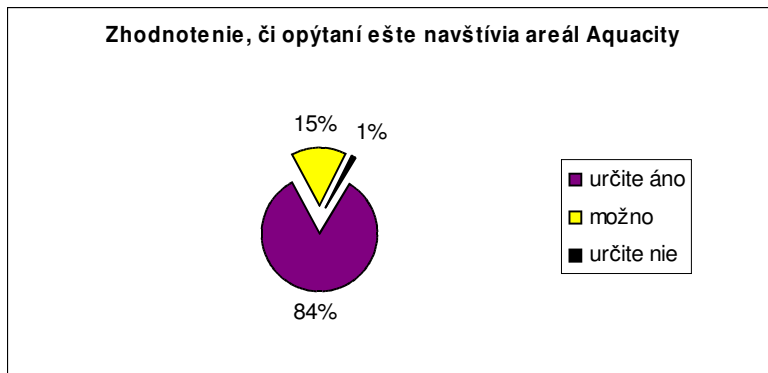
graf 13



Zdroj: Dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Až 61 % opýtaných sa rozhodlo pre návštevu Aquacity na základe vlastných skúsenosti, 24 % na základe odporúčaní známych a zvyšok na základe reklamy a iných dostupných prostriedkov.

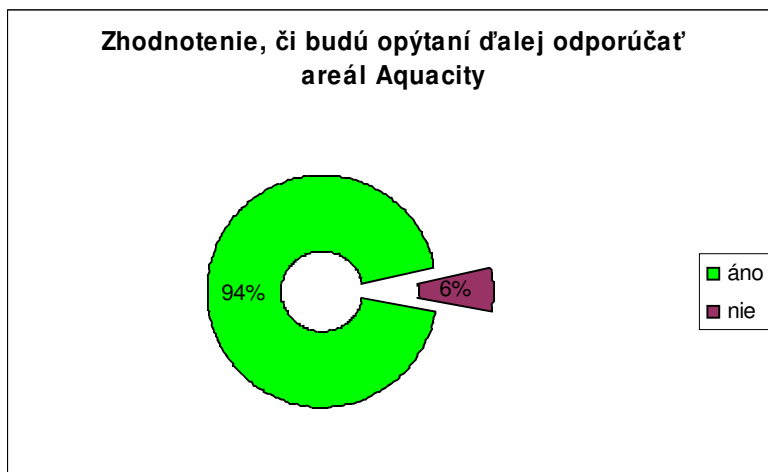
graf 14



Zdroj: Dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Pri otázke, či opýtaní ešte navštívia areál Aquacity, až 84 % potvrdilo, že áno, 15 % sa nevedelo rozhodnúť a 1 % návštevníkov určite nenavštívi opätovne Aquacity.

graf 15



Zdroj: Dotazníkový prieskum, vlastné spracovanie

Zo vzorky opýtaných 94 % bude svoju spokojnosť vyjadrovať propagovaním a ďalej odporúčať svojim známym. 6 % opýtaných areál Aquacity nebude odporúčať.

5 Návrh na využitie poznatkov

Na základe analýzy ponuky a dotazníkového prieskumu navrhujeme nasledovné opatrenia pre zvýšenie kvality poskytovaných služieb v Aquacity parku:

- rozšíriť prístupový vchod od hlavných pokladní ku prezliekacím skrinkám s doložením lavíc na sedenie
- rekonštrukcia vnútorného bazénu a jeho okolia
- zabezpečiť taký rozvod energie, aby bola zabezpečená neustála výhrevnosť vonkajších bazénov na požadovanej úrovni, ako aj celého komplexu
- zväčšiť, teda zrekonštruovať a modernizovať zónu Vital (aby nebol pre hostí obmedzený vstup a nutnosť čakania)
- zmodernizovať, rozšíriť fitnesscentrum a doplniť ho o fitnessbar, v ktorom by boli, okrem tradičných fitnessproduktov, ponúkané aj uteráky (za číповú zálohu)
- zvýšiť počet upratovačiek v areáli Aquacity (pre nízky počet nestíhajú vykonávať prácu na patričnej úrovni)
- doplniť prezliekacie chodby o sušiče plaviek, sušiče vlasov a prázdne steny skriniek o zrkadlá
- upraviť ceny do všetkých zón, hlavne pre obyvateľov mesta Poprad a okolia
- „omladiť“ a skvalitniť bezpečnostnú službu
- potrebná je aj rekonštrukcia mosta
- pre zlepšenie príchodu návštevníkov rozšíriť odbočenie z hlavnej cesty Poprad – Kežmarok
- zväčšiť parkovacie plochy
- vo fáze ďalšieho rozširovania by bolo vhodné vybudovať v Aquacity moderný discobar, ktorý by prilákal nielen hotelových hostí, ale aj obyvateľov mesta Poprad
- komplex Aquacity má množstvo atrakcií, ale ako hotel má menšie nedostatky, chýbajú mu napr.:
 - salóny pre úpravu vizáže (kaderníctvo, holičstvo, pedikúra, manikúra, solárium)
 - špeciálne masáže rôzneho druhu a pôvodu (Aquacity ponúka len klasické masáže)
 - služby animátoriek, resp. animátorov pre celý rok (Aquacity ponúka animátorské služby len cez leto)
 - sprievodcovské služby mimo zariadenia, vytváranie fakultatívnych programov pre hotelových hostí

6 Záver

Rekreačno-športové zariadenie Aquacity v Poprade sa, za doterajšie štyri roky pôsobenia, rozrástlo a zabezpečilo pre región zvýšenie ponuky práce, ako aj zvýšenie atraktivity mesta Poprad.

Prvá etapa projektu Aquacity je už pomaly na konci a druhou sa začne nová éra tohto zariadenia a to už v najbližšej budúcnosti. Odštartuje ju pavilón Vodný svet. Navrhli ho architekti zo Švédska a bude stáť cca. 12 mil. eur, čo je zhruba 450 mil. Sk. Pôjde o exotický pavilón s vodopádmi, umelými vlnami, palmami a pod.

Na rozdiel od I. fázy, ktorý stojí blízko rieky, bude II. fáza disponovať parkovacími plochami pod úrovňou zeme. Plánovaná výstavba je komponovaná okolo dominantného prvku radiálnej kolonády s priestormi pre reštauračné zariadenia, obchody a služby, výstavné galérie, s priestormi cestovných kancelárií a ordinácií.

Z kolonády budú vedené centrálné nástupné osi do príľahlých aktivít, ktoré budú tvoriť hlavnú náplň II. etapy. Sú to štvorhviezdičkový kongresový hotel pre 750 osôb, kongresové centrum pre 1500 návštevníkov, zábavné centrum Šport a hry, wellness centrum kúpeľného charakteru pre nadstavbovú zdravotnú starostlivosť, kryté tropické záhrady, zábavný aquapark so sústavou vnútorných jazier, bazénov, vodotečí a rozmanitých vodných atrakcií.

Najambicióznym projektom je plánovaná výstavba biodómu – krytého tropického pralesa priamo pod Vysokými Tatrami. Išlo by o „expozíciu tropických endemitov pod nafukovacími kupolami. Expozícia bude členená horizontálne i vertikálne.

Vyhliadkou do budúcnosti by mal byť aj chov jeseterov s produkciou kaviáru priamo v areáli Aquacity. Ďalším prínosom by mala byť aj výstavba metánovej farmy v neďalekej Spišskej Teplici, ktorá by okrem chovu zvierat, bežnej prvovýroby, výroby energie (s možnosťou úsporného vyhrievanie časti dediny), ponúkla aj nové pracovné miesta. Na tejto farme, ktorá by patrila samozrejme pod zariadenie Aquacity, by sa pestovali a chovali produkty na bio úrovni a slúžiace hlavne potrebám v kuchyni zariadenia.

Komplex Aquacity, od kedy sa začalo s jeho výstavbou, predstavovalo pre mesto Poprad pekne vyhliadky do budúcnosti. Postupom času sa tieto vyhliadky zmenili na skutočnosť a Poprad, hlavne aj vďaka zariadeniu Aquacity, má obrovský prílev návštevníkov, nabralo pozitívny smer rozvoja v oblasti cestovného ruchu, ale aj samotného rozvoja mesta. Ale treba si uvedomiť, že aquapark Aquacity svoju kapitolu ešte neuzavrelo, naďalej sa bude rozrášťať a mestu Poprad predpovedá veľmi priaznivo nasmerovanú budúcnosť.

7 Zoznam použitej literatúry

- BABINSKÝ, J. - BABINSKÝ, M. 2004. *Turistika na vidieku pre 3. ročník študijného odboru agropodnikanie*. 1. vyd. Bratislava : Proxima Press. 2004. 135 s. ISBN 80-85454-73-4.
- BAXA, Š. a kolektív 1985. *Ekonomika cestovného ruchu*. Bratislava : SPN, 1985. 43 s. ISBN 67-188-85.
- FORET, M. – FORETOVÁ, V. 2001. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha : Grada Publishing, 2001. 178 s. ISBN 80-247-0207-X.
- FRANKE, A. 1980. *Rukoveť cestovního ruchu*. Praha : Merkur, 1980.
- GUČÍK, M. 2000. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Občianske združenie Ekonómia UMB, 2000. 20 s. ISBN 80-8043-648-4.
- GUČÍK, M. a kolektív 2006. *Cestovný ruch – hotelierstvo – pohostinstvo*. Výkladový slovník. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2006. s. 22-175. ISBN 80-10-00360-3.
- HABÁN, M. - OTEPKA, P. 2004. *Agroturistika*. Nitra : SPU, 2004. 154 s. ISBN 80-8069-451-6.
- HLADKÁ, J. 1997. *Technika cestovného ruchu*. Bratislava : Grada c 1997.
- HORNER, S. – SWARBROOKE, J. 2003. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Aplikovaný marketing služeb*. Praha : Grada Publishing, 2003. s. 386-393. ISBN 80-247-0202-9.
- JARÁBKOVÁ, J. 2007. *Vybrané kapitoly z cestovného ruchu*. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, vydavateľstvo SPU, 2007. s. 16-35. ISBN 978-80-8069-950-5.
- KASPAR, C. 1991. *Fremdenverkehrslehre im Grundriss*. Paul Haupt Bern und Stuttgart, 1991. 68 s.
- KASPAR, C. 1995. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, 1995. s. 10-142. ISBN 80-901166-5-5.
- KAŠPAR, J. a kolektív 1985. *Ekonomika cestovného ruchu*. Bratislava : SPN, 1985. s. 14-16. ISBN 67-188-85.
- KONEČNÁ, A. 1999. *Rozvoj cestovného ruchu v regióne, Koncepcia rozvoja cestovného ruchu v stredisku cestovného ruchu*. Bratislava : Ekonóm, 1999. ISBN 80-225-1149-8.
- KONEČNÁ, A. 2001. *Služby a cestovný ruch*. Bratislava : SPRINT – vydavateľská, filmová a reklamná agentúra, 2001. 243 s. ISBN 80-88848-78-4.

- KOPŠO, E. 1985. *Ekonomika cestovného ruchu*. Bratislava : SPN, 1985. 123 s. ISBN 67-188-85.
- KOPŠO, E. - GÚČIK, M. - PATÚŠ, P. a kolektív 1989. *Materiálno-technická základňa cestovného ruchu a spoločného stravovania*. Bratislava : SPN, 1989. 264 s. ISBN 80-08-00070-8.
- NOVACKÁ, Ľ. 1993. *Marketingový management podnikov cestovného ruchu*. Bratislava : Elita, ekonomická literárna agentúra, 1993. 85 s. ISBN 80-85323-30-X.
- NOVACKÁ, Ľ. a kolektív 1996. *Klient v cestovnom ruchu*. Bratislava : Eurounion, 1996. 9 s.
- NOVACKÁ, Ľ. 2001. *Služby a cestovný ruch*. Bratislava : SPRINT – vydavateľská, filmová a reklamná agentúra, 2001. s. 222-235. ISBN 80-88848-78-4.
- ORIEŠKA, J. 1998. *Služby cestovného ruchu*. Knižnica cestovného ruchu 4. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, 1998. s. 4-11. ISBN 80-8055-110-3.
- ORIEŠKA, J. a kolektív 2006. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha : Nakladatelství Fortuna, 2006. s. 12-36. ISBN 80-7168-948-3.
- PATÚŠ, P. a kolektív 1999. *Výstavba a prevádzka malých a ubytovacích zariadení*. Banská Bystrica : Trian, 1999. 170 s. ISBN 80-88945-09-7.
- PATÚŠ, P. 2005. *Problémy manažmentu strediska cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, 2005. s. 8-15. ISBN 80-8055-946-5.
- PIŤOVÁ, M. – PIŤO, V. 2001. *Slovník cudzích slov*. Bratislava : Jazykové vydavateľstvo KNIHA-SPOLOČNÍK, 2001. 58 s. ISBN 80-88814-16-2.
- POLÁČEK, M. - BUŠNIAKOVÁ, E. - GUČÍK, M. 1983. *Ekonomika cestovného ruchu*. 2. vyd. Bratislava : SPN, 1983. 248 s. ISBN 67-300-83.
- SLÁDEK, G. 1966. *Zahraničný cestovný ruch*. Bratislava : Vydavateľstvo politickej literatúry, 1966. 230 s. ISBN 75-090-66.
- SLÁDEK, G. 1997. *Podnikanie v pohostinstve a hotelierstve*. Bratislava : Miroslav Mračko, 1997. 255 s. ISBN 80-8057-011-6.
- SZARKOVA, M. 1998. *Psychológia pre manažérsku prax*. Bratislava : Kart-Print, 1998. 48 s.

8 Prílohy

Príloha 1 : Chronológia dôležitých dátumov v živote krytej plavárne Poprad

Príloha 2 : Dotazník

Príloha 3 : Obrázok 4 – pôvodná plaváreň

Obrázok 5 – súčasný stav Aquacity (v kreslenej podobe)

Príloha 4 : Obrázky 6 – plavecký bazén

Obrázky 7 – vonkajšie bazény

Obrázky 8 – Mayská pyramída

Obrázky 9 – Blue Sapphire

Obrázky 10 – Blue Diamond

Obrázky 11 – Vitálny svet

Obrázky 12 – Fitness centrum

Obrázky 13 – Oskarov detský kútik

Príloha 5 : Obrázky 14 – kongresová sála

Obrázky 15 – kryocentrum

Príloha 6 : Obrázky 16 – hotela Seasons***

Obrázky 17 – hotela Mountain View****

Príloha 7 : Obrázky 18 – stravovacie zariadenia (reštaurácia, Vitalbar)

Príloha 8 : Cenník Aquacity pre jednotlivé zóny

Príloha 9 : Cenník ubytovania v zariadení Aquacity - Hotel AquaCity Seasons***,

Príloha 10 : Cenník ubytovania v zariadení Aquacity - Hotel AquaCity Mountain View****

Príloha 11 : Cenník prenájmu spoločenských priestorov a služieb v Kongresovej sále

Príloha 12 : Cenník služieb v Kryocentre

Príloha 13 : Návrh do budúcnosti

príloha 1

11.5.1979	Stavebné povolenie na výstavbu plavárne
24.10.1985	Kolaudácia plavárne
11.10.2002	Zmluva o združení L&S – mesto
18.11.2002	Vznik spoločnosti AQUAPARK Poprad, s.r.o.
24.1.2003	Vyhlásenie tendra na projekt AQUAPARKU Poprad v HN
28.2.2003	Odvzdanie štúdií AQUAPARKU Poprad – súťažné podklady
31.3.2003	Víťaz súťaže – KOPA
8.4.2003	Žiadosť o začatie konania na vydanie územného rozhodnutia I. etapy
30.4.2003	Ukončený výber dodávateľa stavebnej časti – ARPROG
5.5.2003	Rozhodnutie o umiestnení stavby – územné rozhodnutie na I. etapu
13.5.2003	OÚ ŽP – Rozhodnutie o povolení vodnej stavby – vodoprávka
23.5.2003	MsÚ Poprad – Stavebné povolenie
30.6.2003	Slávnostné otvorenie I. časti a polozenie základného kameňa.
1.7.2003	Prevod ŠSZČ na AQUAPARK Poprad s.r.o.
4.7.2003	Otvorenie I. časti – predčasné užívanie
15.9.2003	Ukončenie predčasného užívania
16.9.2003	Zahájenie rekonštrukcie - 2. časť I. etapy stavby
28.11.2003	Právoplatné územné rozhodnutie pre II. Etapu stavby Aquapark Poprad
28.6.2003	Zvolané začatie kolaudačného konania stavby AQUAPARK Poprad 1. etapa
3.7.2004	Otvorenie 1. etapy

Dotazník - Aquacity Poprad

Vážení návštevníci,
Dovoľujem si Vás požiadať o vyplnenie nasledovného dotazníka,
ktorého výsledky budú použité v mojej diplomovej práci.
Dotazník je anonymný. Ďakujem Vám za Váš čas.

Údaje o respondentovi

1. Pohlavie

- A) žena
- B) muž

2. Vek

3. Bydlisko

- A) okres Poprad
- B) z iného mesta na Slovensku
- C) z iného štátu

4. Stav

- A) slobodná/ý
- B) vydatá/ženatý
- C) rozvedená/rozvedený
- D) vdova/vdovec

5. Vzdelanie

- A) základné
- B) stredoškolské
- C) vysokoškolské

6. Sociálne postavenie

- A) nezamestnaná/ý
- B) študent
- C) dôchodca
- D) zamestnaná/ý
- E) iné

7. Areál Aquacity ste navštívili

- A) sama/sám
- B) s rodinou
- C) s priateľmi
- D) v rámci zájazdu
- E) v rámci školenia
- F) v rámci dovolenky
- G) iné

8. Druh použitej dopravy

- A) súkromným automobilom
- B) prenajatým automobilom

- C) autobusom Aquacity
- D) iným autobusom
- E) vlakom
- F) motocyklom
- G) iným spôsobom

9. Ako často navštevujete tento areál

- A) raz za rok
- B) raz za polrok
- C) každý mesiac
- D) každý týždeň
- E) viackrát do týždňa

10. Ste tu ubytovaný?

- A) áno
 - 1. 1 - 2 prenocovania
 - 2. 3 - 5 prenocovaní
 - 3. 6 a viac prenocovaní
- B) nie

11. V prípade, že nie ste ubytovaný, aká je Vaša dĺžka pobytu v zónach

- A) 1 hodina
- B) 2 hodiny
- C) 3 hodiny
- D) celodenný pobyt
- E) som ubytovaný/á

12. Ktoré zóny sú pre Vás atraktívne?

(uveďte bodové hodnotenie:

- 0 - neviem sa vyjadriť 1 - neatraktívne,
- 2 - málo atraktívne 3 - atraktívne)

- Zóna: 1.VNÚTORNÝ PLAVECKÝ BAZÉN, SAUNA
- 2.VONKAJŠIE VÍRIVKY, VODNÁ PYRAMÍDA
- 3.BLUE DIAMOND
- 4.VITAL
- 5.FITNESS
- 6.MASAŽE

13. Pre návštevu tohto zariadenie ste sa rozhodli na základe

- A) vlastnej skúsenosti
- B) odporúčania známych
- C) reklamy
- D) inak

14. Ako ste spokojný s poskytovaním služieb?

(uveďte bodové hodnotenie:

- 0 - neviem sa vyjadriť 1 - nespokojný,

2 - málo spokojný 3 - veľmi spokojný)

- 1.parkovacie možnosti
- 2.bezpečnostná služba
- 3.služby na pokladniach
- 4.starostlivosť o šatne

- 5.prístup personálu v jednotlivých zónach
 - v 1.
 - v 2.
 - v 3.
 - v 4.
 - v 5.
 - v 6.

- 6.čistota vody
- 7.čistota vonkajšieho prostredia v okolí bazénov
- 8.stravovacie služby
- 9.ubytovacie služby
- 10.detský kútik

15. Ako ste spokojný s cenovou hladinou poskytovaných balíkov služieb?

- A) ubytovanie
 - 1. primerané ceny k úrovni hotela
 - 2. neprimerané ceny k úrovni hotela
 - 3. neviem
- B) stravovanie
 - 1. vysoké ceny
 - 2. bežné ceny
 - 3. nízke ceny
 - 4. neviem
- C) ceny jednotlivých zón
 - 1. vysoké
 - 2. nízke
 - 3. bežné

16. Navštívite ešte tento areál?

- A) určite áno
- B) možno
- C) určite nie

17. Budete areál Aquacity Poprad odporúčať ďalej svojim známym?

- A) áno
- B) nie

obrázok 4 – pôvodná plaváreň



obrázok 5 – súčasný stav Aquacity Poprad



obrázky 6 – plavecký bazén



Obrázky 7- vonkajšie termálne bazény



obrázky 8 – Mayská pyramída



obrázky 9 – Blue Sapphire



obrázky 10 – Blue Diamond



obrázky 11 – Vitálny svet (fínska sauna, tepidárium)



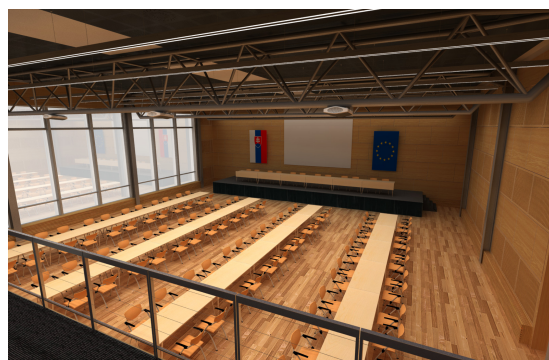
obrázky 12 – fitness centrum



obrázky 13 – Oskarov detský kútik



obrázky 14 – kongresové centrum



obrázky 15 – kryocentrum



obrázky 16 – hotel Seasons***



obrázky 17 – hotel Mountain View****



obrázky 18 – stravovacie zariadenia (reštaurácia „High Tatras“ a Vitalbar)



Cenník jednotlivých zón

Cenník AquaCity		dieťa študent senior osoba ZŤP	dospelý	
SPORT PACKET (predaj od 08.00 do 22.00 hod.) SPORT (Krytý 50m plavecký bazén, detský bazén, parné sauny)	1 hod.	35 Sk	50 Sk	
	2 hod.	50 Sk	80 Sk	
THERMAL PACKET (predaj do 17.00 hod.) (Vonkajšie termálne bazény, tobogany, vodné atrakcie) + SPORT PACKET NOVINKA - kryté relaxačné bazény Blue Sapphire	2 hod.	250 Sk	300 Sk	
	3 hod.	300 Sk	350 Sk	
	celodenný	400 Sk	500 Sk	
THERMAL PACKET PLUS (predaj po 17.00 hod.) THERMAL PACKET + 3D laser show	večerný	250Sk	350 Sk	
LASER SHOW PACKET 3D laser show v relaxačných bazénoch Blue Sapphire	30 min.	150 Sk	150 Sk	
BLUE DIAMOND PACKET (predaj do 17.00 hod.) Exkluzívne vnútorné termálne bazény s masážnymi tryskami a nápojovými barmi + SPORT, THERMAL PACKET BLUE DIAMOND PACKET PLUS (predaj po 17.00 hod.) BLUE DIAMOND PACKET + 3D laser show	2 hod.	350 Sk	450 Sk	
	3 hod.	450 Sk	550 Sk	
	celodenný	550 Sk	700 Sk	
	večerný	400 Sk	500 Sk	
VITAL PACKET (predaj od 10.00 do 22.00 hod.) Sauny, kvetinová, bylinková a soľná inhalácia, solárium, vírivka, snežný raj, vodná cesta, tepidárium + SPORT, THERMAL, BLUE DIAMOND PACKET	2 hod.	600 Sk	700 Sk	
	4 hod.	750 Sk	900 Sk	
	celodenný	1000 Sk	1200 Sk	
MASÁŽE	Celková			
	Čiastočná	45 min.	450 Sk	450 Sk
		20 min.	250 Sk	250 Sk
FITNES OSOBNÝ FITNES TRÉNER 1+1 hod. 1 osoba: 400 Sk, 2 osoba: 600 Sk, 3 osoba: 800 Sk, konzultácia: 100 Sk	FITNES + SPORT PACKET SPINNING ®	2 hod.	70 Sk	100Sk
		45 min.	100 Sk	100 Sk

Cenník ubytovania v zariadení Aquacity - Hotel AquaCity Seasons***

Sezóna č.1 (10. január až 6. apríl 2008)			
	SKK	GBP	EUR
Jednolôžková izba	4 190	90	135
Dvojlôžková izba	4 790	105	155
Apartmán	8 290	180	265
Luxusný apartmán	10 290	225	330
Mezanín / rodinná izba	6 690	145	215
Prístelka	1 540	30	50
Obed	400	9	13

Sezóna č.2 (7. apríl až 15. jún 2008)			
	SKK	GBP	EUR
Jednolôžková izba	3 190	70	100
Dvojlôžková izba	4 090	90	130
Apartmán	6 290	135	200
Luxusný apartmán	8 290	180	265
Mezanín / rodinná izba	5 690	125	185
Prístelka	1 540	30	50
Obed	400	9	13

Sezóna č.3 (16. jún až 25. august 2008)			
	SKK	GBP	EUR
Jednolôžková izba	4 190	110	140
Dvojlôžková izba	4 790	120	160
Apartmán	8 290	215	280
Luxusný apartmán	10 290	270	340
Mezanín / rodinná izba	6 690	170	220
Prístelka	1 540	40	50
Obed	400	10	15

Sezóna č.4 (26. august až 21. december 2008)			
	SKK	GBP	EUR
Jednolôžková izba	3 190	80	110
Dvojlôžková izba	4 090	110	140
Apartmán	6 290	160	210
Luxusný apartmán	8 290	215	280
Mezanín / rodinná izba	5 690	150	190
Prístelka	1 540	40	50
Obed	400	10	15

Sezóna č.5 (22. až 26. december 2008)			
	SKK	GBP	EUR
Jednolôžková izba	4 190	110	140
Dvojlôžková izba	4 790	120	160
Apartmán	8 290	215	280
Luxusný apartmán	10 290	270	340
Mezanín / rodinná izba	6 690	170	220
Prístelka	1 540	40	50
Obed	400	10	15

Sezóna č.6 (27. december 2008 až 9. január 2009)			
	SKK	GBP	EUR
Jednolôžková izba	4 990	130	170
Dvojlôžková izba	5 690	150	190
Apartmán	9 890	260	330
Luxusný apartmán	12 290	320	410
Mezanín / rodinná izba	7 890	205	260
Prístelka	1 540	40	50
Obed	400	10	15
Štedrovečerné menu	1 000	30	35
Silvestrovské menu	3 000	80	100

Cenník ubytovania v zariadení Aquacity - Hotel AquaCity Mountain View****

Sezóna č.1 (10. január až 6. apríl 2008)			
	SKK	GBP	EUR
Jednolôžková izba	4 690	100	150
Dvojlôžková izba	5 290	115	170
Luxusný apartmán	10 290	225	330
Prístelka	2 040	45	65
Obed	400	9	13

Sezóna č.2 (7. apríl až 15. jún 2008)			
	SKK	GBP	EUR
Jednolôžková izba	3 690	80	120
Dvojlôžková izba	4 590	100	145
Luxusný apartmán	8 290	180	265
Prístelka	2 040	45	65
Obed	400	9	13

Sezóna č.3 (16. jún až 25. august 2008)			
	SKK	GBP	EUR
Jednolôžková izba	4 690	120	160
Dvojlôžková izba	5 290	140	180
Luxusný apartmán	10 290	270	340
Prístelka	2 040	50	70
Obed	400	10	15

Sezóna č.4 (26. august až 21. december 2008)			
	SKK	GBP	EUR
Jednolôžková izba	3 690	100	120
Dvojlôžková izba	4 590	120	150
Luxusný apartmán	8 290	215	280
Prístelka	2 040	50	70
Obed	400	10	15

Sezóna č.5 (22. až 26. december 2008)			
	SKK	GBP	EUR
Jednolôžková izba	4 690	120	160
Dvojlôžková izba	5 290	140	180
Luxusný apartmán	10 290	270	340
Prístelka	2 040	50	70
Obed	400	10	15

Sezóna č.6 (27. december 2008 až 9. január 2009)			
	SKK	GBP	EUR
Jednolôžková izba	5 490	140	180
Dvojlôžková izba	6 190	160	210
Luxusný apartmán	12 290	320	410
Prístelka	2 340	60	80
Obed	400	10	15
Štedrovečerné menu	1 000	30	35
Silvestrovské menu	3 000	80	100

Cenník prenájmu spoločenských priestorov a služieb v Kongresovej sále

Kongresová sála (kapacita do 330 miest), cenník platný od 8. 2. 2007	
Základný balík	
cena do 4 hod.	16.000,- Sk
cena nad 4 hod.	24.000,- Sk
V cene prenájmu je zahrnuté: ozvučenie, 3 mikrofóny, premietacie plátno, spätný projektor, flipchart, laserové ukazovadlo, písacie potreby, rečnícky pult, internetové pripojenie, klimatizácia, regulovateľné osvetlenie a obsluha.	
All Inclusive	
cena do 4 hod.	24.000,- Sk
cena nad 4 hod.	36.000,- Sk
V cene prenájmu je zahrnuté: ozvučenie, 2 tlmočnicke kabínky, 3 projektory, 3 premietacie plátna, spätný projektor, flipchart, laserové ukazovadlo, písacie potreby, rečnícky pult, internetové pripojenie, klimatizácia, regulovateľné osvetlenie, scénické reflektory, DVD prehrávač, S-VHS prehrávač, 2 závesné videokamery použiteľné na videoprojekciu, internetové bezdrôtové pripojenie, klimatizácia a obsluha, využitie priestorov Business Centra s PC bez spotrebného materiálu.	

Zasadacia sála (kapacita do 60 miest)	
cena do 4 hod.	6.000,- Sk
cena nad 4 hod.	9.000,- Sk
V cene prenájmu je zahrnuté: ozvučenie, 3 mikrofóny, premietacie plátno, spätný projektor, flipchart, laserové ukazovadlo, písacie potreby, internetové bezdrôtové pripojenie, klimatizácia.	

Salónik (kapacita do 30 miest)	
cena do 4 hod.	3.000,- Sk
cena nad 4 hod.	5.000,- Sk
V cene prenájmu je zahrnuté: ozvučenie, premietacie plátno, spätný projektor, flipchart, laserové ukazovadlo, písacie potreby, internetové bezdrôtové pripojenie, klimatizácia.	

Reštaurácia – salónik High Tatras (kapacita do 40 miest)*	
cena do 4 hod.	2.000,- Sk
cena nad 4 hod.	3.000,- Sk
*Cena je uvedená bez stravy. Jedálne menu bude poskytnuté na požiadanie.	

Coctail bar (kapacita do 60 miest)	
cena prenájmu do 24:00 hod.	2.000,- Sk/hod.
cena prenájmu po 24:00 hod. do 05:00 hod.	3.000,- Sk/hod.
V cene prenájmu je zahrnuté: obsluha, ozvučenie, TV produkcia s DVD, pripojenie DJ, klimatizácia.	
Vybavenie miestnosti: 2ks biliardové stoly, 1x stolný hokej.	

Business Centrum	
cena prenájmu	2.000,- Sk/deň
V cene prenájmu je zahrnuté: PC a internetové pripojenie.	

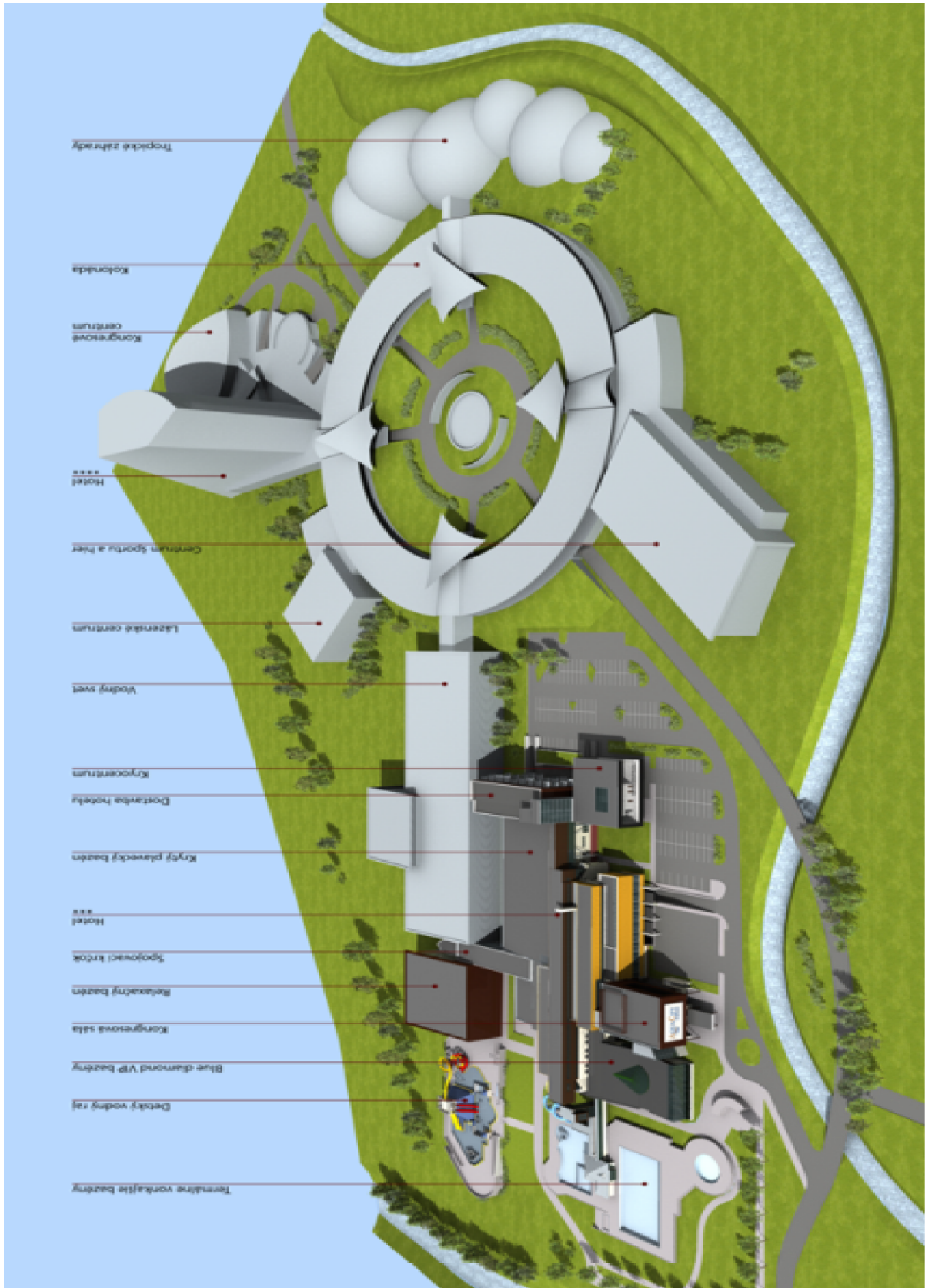
Ceny technického vybavenia konferenčných priestorov	
<i>Cena za prenájom na deň</i>	
premietacie plátno	500,- Sk
notebook	2.000,- Sk
dataprojektor	5.000,- Sk
TV	1.000,- Sk
Plazmový TV + DVD prehrávač + videorekordér VHS	2.000,- Sk
Mikrofón (viac ako 3 kusy)	500,- Sk
tlmočnicke zariadenie - 2 kabíny (kongresová sála)	3.000,- Sk
slúchadla na simultánne tlmočenie - 250 ks (kongresová sála + zasadacia sála)	100,- Sk/osobu

Služby za poplatok podľa samostatného cenníka	
tlmočnicke služby, tlač v Business Centre, faxovacie a kopírovacie služby	
občerstvenie, výzdoba	

Cenník služieb v Kryocentre

Kryokomora (Cenník platný od 13.9.2006)	<i>Jednorazový vstup</i>	<i>5 vstupov</i>	<i>10 vstupov</i>	<i>15 vstupov</i>
<i>Celotelová kryoterapia</i>	550,- Sk	2.500,- Sk	4.500,- Sk	6.500,- Sk
<i>Lokálna kryoterapia</i>	100,- Sk	450,- Sk	850,- Sk	1.200,- Sk

Návrh do budúcnosti



Zdroj: Aquacity Poprad