

**UNIVERZITA MATEJA BELA V BANSKEJ BYSTRICI
EKONOMICKÁ FAKULTA**

**NÁVŠTEVNOSŤ KULTÚRNYCH ATRAKTIVÍT
CESTOVNÉHO RUCHU V ORAVSKOM REGIÓNE
BAKALÁRSKA PRÁCA**

3990d3b7-0818-4863-b1f9-41125587508b

**UNIVERZITA MATEJA BELA V BANSKEJ BYSTRICI
EKONOMICKÁ FAKULTA**

**NÁVŠTEVNOSŤ KULTÚRNYCH ATRAKTIVÍT CESTOVNÉHO
RUCHU V ORAVSKOM REGIÓNE**

Bakalárska práca

3990d3b7-0818-4863-b1f9-41125587508b

Študijný program: cestovný ruch

Študijný odbor: cestovný ruch

Pracovisko: Katedra cestovného ruchu a spoločného stravovania

Vedúci bakalárskej práce: Ing. Jana Sokolová



Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici
Ekonomická fakulta

ZADANIE ZÁVEREČNEJ PRÁCE

Meno a priezvisko študenta: Monika Hricová
Študijný program: cestovný ruch (Bakalársky I. st., denná forma)
Študijný odbor: cestovný ruch
Typ záverečnej práce: Bakalárska záverečná práca
Jazyk záverečnej práce: slovenský
Sekundárny jazyk: anglický

Názov: Návštevnosť kultúrnych atrakcií cestovného ruchu v Oravskom regióne
Anotácia: Práca sa zaoberá návštevnosťou kultúrnych atrakcií cestovného ruchu v Oravskom regióne. Predpokladaným výsledkom je analýza návštevnosti vybraných kultúrnych atrakcií cestovného ruchu v Oravskom regióne.

Vedúci: Ing. Jana Sokolová
Katedra: KCRaSS-EF - Katedra cestovného ruchu a spoločného stravovania
Vedúci katedry: doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD.
Dátum zadania: 23.03.2016

Dátum schválenia smerovej katedry: 09.09.2016 doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD.
vedúci katedry

EKONOMICKÁ FAKULTA
Univerzity Mateja Bela
Katedra cestovného ruchu
a spoločného stravovania
Tajovského 10
975 90 Banská Bystrica

Čestné vyhlásenie

Vyhlasujem, že som bakalársku prácu na tému „Návštevnosť kultúrnych atraktivít cestovného ruchu v Oravskom regióne,, vypracovala samostatne, pod odborným vedením vedúcej bakalárskej práce Ing. Jany Sokolovej. Použitú odbornú literatúru som v práci vyznačila a uviedla v priloženom zozname použitej literatúry.

Banská Bystrica 19. jún 2017

.....

vlastnoručný podpis

Pod'akovanie

Chcela by som poďakovať vedúcej bakalárskej práce Ing. Jane Sokolovej za pripomienky a pomoc pri spracovaní bakalárskej práce.

ABSTRAKT

HRICOVÁ, Monika: Návštevnosť kultúrnych atraktivít cestovného ruchu v Oravskom regióne. [Bakalárska práca] / Monika Hricová. - Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici. Ekonomická fakulta; Katedra cestovného ruchu a spoločného stravovania. - Vedúci: Ing. Jana Sokolová, - Stupeň odbornej kvalifikácie: Bakalár. - Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, 2017. 49 s.

Cieľom bakalárskej práce je preskúmať návštevnosť vybraných kultúrnych atraktivít v Oravskom regióne. Objektom skúmania sú kultúrne atraktivity ako prvky primárnej ponuky cestovného ruchu a subjektom skúmania je návštevník ako nositeľ dopytu po cestovnom ruchu. Práca analyzuje a porovnáva sekundárne zdroje, získané z odbornej literatúry a informácií zverejnených na internetových stránkach a primárne údaje získané dotazníkovým prieskumom.

Prvá kapitola bakalárskej práce je rozdelená na dve hlavné podkapitoly a je zameraná na vymedzenie teoretických východísk skúmania návštevníka ako nositeľa dopytu po cestovnom ruchu a kultúrnych atraktivít ako prvkov primárnej ponuky cestovného ruchu. Prvá podkapitola sa zaoberá dopytom po cestovnom ruchu, vymedzením kvalitatívnych a kvantitatívnych údajov návštevnosti a charakteristikou návštevníka v cestovnom ruchu a návštevníka v kultúrnom cestovnom ruchu. Druhá podkapitola obsahuje charakteristiku ponuky v cestovnom ruchu, atraktivít cestovného ruchu všeobecne a kultúrnych atraktivít cestovného ruchu.

Druhá kapitola sa venuje charakteristike Oravského regiónu a jeho kultúrnemu potenciálu, preskúmaniu a zhodnoteniu návštevnosti ôsmich kultúrnych atraktivít, ktoré sú súčasťou Oravského múzea P. O. Hviezdoslava.

Predpokladaným prínosom práce je analýza návštevnosti vybraných kultúrnych atraktivít v Oravskom regióne. Zámerom analýzy je zistiť, ako sa vyvíjala návštevnosť od roku 2010 do roku 2015, aké segmenty návštevníkov kultúrne atraktivity navštevujú, a aké faktory, motívy a prekážky ovplyvňujú dopyt po vybraných kultúrnych atraktivitách. Výsledky sú užitočné najmä pre prevádzkovateľov skúmaných kultúrnych atraktivít cestovného ruchu.

Kľúčové slová: Návštevník. Návštevník v kultúrnom cestovnom ruchu. Atraktivita. Kultúrna atraktivita.

ABSTRACT

HRICOVÁ, Monika: Visits of Cultural Tourist Attractions in the Orava Region. [Bachelor thesis] / Monika Hricová. – Matej Bel University, Banská Bystrica. Faculty of Economics; Department of tourism. – Supervisor: Ing. Jana Sokolová, – Qualification degree: Bachelor. – Banská Bystrica: Faculty of Economics, MBU, 2017. 49 p.

The bachelor thesis is focused on the visits of cultural tourist attractions in the Orava region. The aim of the bachelor thesis is to examine the visits of selected cultural tourist attractions in the Orava region. The object of exploration are cultural attractions as elements of the primary tourism offer, and the subject of the survey is a visitor as the bearer of demand for tourism. The work analyzes and compares the secondary sources obtained from the literature and information published on the websites of selected cultural attractions and the primary data obtained from the questionnaire survey.

The first chapter of the bachelor thesis is divided into two main subchapters and is aimed at defining the theoretical backgrounds of exploring the visitor as a bearer of demand for tourism and cultural attractions as elements of the primary tourism offer. The first subchapter deals with the demand for tourism, the definition of qualitative and quantitative data of visits, the characteristics of a visitor in tourism and a visitor in cultural tourism. The second subchapter contains characteristics of tourism offer, tourism attractions in general and cultural tourism attractions.

The second chapter focuses on the characteristics of the Orava region and its cultural potential, the review and evaluation of the attendance of the eight cultural attractions that are part of Oravské múzeum P. O. Hviezdoslava and the identification of the factors, themes and obstacles affecting the visits of selected cultural attractions.

The expected contribution of the work is to analyze the visits of selected cultural tourism attractions in the Orava region from 2010 to 2015. The result of the analysis is to find out how the visitors have developed during the period under review, what segments of visitors of cultural attractions are visiting and what factors, themes and obstacles influence demand for selected cultural attractions. The results are particularly useful for operators exploring the cultural attractions of tourism.

Keywords: Visitor. Cultural Visitor. Attractions. Cultural Tourist Attractions.

OBSAH

ABSTRAKT	5
ABSTRACT.....	6
OBSAH.....	7
ZOZNAM TABULIEK A ILUSTRÁCIÍ	8
ÚVOD.....	9
1. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ SKÚMANIA NÁVŠTEVNOSTI	
KULTÚRNYCH ATRAKTIVÍT	10
1.1. Návštevník ako nositeľ dopytu po cestovnom ruchu	10
1.1.1. Návštevník v cestovnom ruchu	13
1.1.2. Návštevník v kultúrnom cestovnom ruchu	15
1.2. Kultúrne atraktivity ako objekt primárnej ponuky cestovného ruchu	16
1.3. Metodika spracovania bakalárskej práce	21
2. NÁVŠTEVNOSŤ VYBRANÝCH KULTÚRNYCH ATRAKTIVÍT V	
ORAVSKOM REGIÓNE	24
2.1. Charakteristika Oravského regiónu	24
2.1.1. Kultúrny potenciál Oravského regiónu	26
2.1.2. Charakteristika vybraných kultúrnych atraktivít	27
2.2. Návštevnosť expozícií Oravského múzea v rokoch 2010 - 2015.....	34
2.3. Vyhodnotenie dotazníkového prieskumu	37
2.4. Zhodnotenie návštevnosti Oravského múzea	42
ZÁVER	44
SUMMARY	45
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	46
PRÍLOHY	50

ZOZNAM TABULIEK A ILUSTRÁCIÍ

Tabuľka 1 Členenie kultúrnych atraktivít z hľadiska účelu ich vytvorenia.....	20
Tabuľka 2 Návštevnosť jednotlivých expozícií Oravského múzea v rokoch 2010-2015.....	35
Tabuľka 3 Podiel návštevnosti vybraných atraktivít na celkovej návštevnosti Oravského múzea v sledovanom období.....	36
Tabuľka 4 Počet dní, ktoré strávili respondenti v Oravskom regióne	39
Tabuľka 5 Vplyv jednotlivých atraktivít na rozhodovanie o návšteve Oravského regiónu	40
Tabuľka 6 Vplyv jednotlivých motívov na návštevnosť vybraných kultúrnych atraktivít..	42
Tabuľka 7 Prekážky návštevnosti vybraných kultúrnych atraktivít	42
Graf 1 Návštevnosť Oravského múzea v rokoch 2010 - 2015.....	34
Graf 2 Podiel návštevnosti Oravského hradu na celkovej návštevnosti Oravského múzea	36
Graf 4 Podiel návštevnosti jednotlivých atraktivít na návštevnosti Oravského múzea.....	37
Graf 5 Návštevnosť vybraných atraktivít respondentmi.....	38
Graf 6 Faktory, ktoré ovplyvnili návštevnosť Oravského múzea P. O. Hviezdoslava.....	41
Obrázok 1 Delenie kultúrnych atraktivít podľa Richardsa	19

ÚVOD

V bakalárskej práci venujeme pozornosť návštevnosti vybraných kultúrnych atraktivít cestovného ruchu v Oravskom regióne. Oravský región je bohatý na kultúrne atraktivity, medzi ktoré môžeme zaradiť hrad, múzeá, galérie, sakrálne pamiatky a mnohé ďalšie. Rozmanitosť kultúrnych atraktivít, ktoré sa nachádzajú v krásnej oravskej prírode je dôvodom, prečo sme sa rozhodli spracovať bakalársku prácu na túto tému.

V prvej časti práce sa venujeme teoretickému vymedzeniu návštevnosti, návštevníkov v cestovnom ruchu, návštevníkov v kultúrnom cestovnom ruchu, atraktivít cestovného ruchu a kultúrnych atraktivít cestovného ruchu. V druhej časti práce charakterizujeme jednotlivé kultúrne atraktivity, ktoré patria pod správu Oravského múzea P. O. Hviezdoslava: Oravský hrad, Oravská lesná železnica, Literárna expozícia P. O. H., Florinov dom, Čaplovičova knižnica, dom Martina Kukučina, expozícia Milo Urban a Hviezdoslavova hájovňa a analyzujeme návštevnosť týchto kultúrnych atraktivít v rozpätí rokov 2010 až 2015. Návštevnosť týchto kultúrnych atraktivít je ovplyvnená mnohými faktormi, motívami, a prekážkami, ktoré v práci identifikujeme. Zároveň zisťujeme, či sú tieto kultúrne atraktivity primárne, sekundárne alebo terciárne navštevované. Na základe tohto rozdelenia je možné ďalej určiť, či návštevníci majú záujem o spoznávanie kultúry alebo je návšteva kultúrnych atraktivít spojená len s aktívnym využitím voľného času a nedostatkom iných možností v okolí.

Práca je určená pre návštevníkov aj predstaviteľov vybraných kultúrnych atraktivít v Oravskom regióne. Návštevníci sa dozvedia základné informácie o Oravskom regióne aj o vybraných kultúrnych atraktivitách. Predstaviteľom kultúrnych atraktivít môže skúmaná problematika objasniť, aké sú motívy a faktory návštevnosti, aké segmenty návštevníkov navštevujú vybrané kultúrne atraktivity, čo návštevníkov od návštevy odrádza a s kým kultúrne atraktivity navštevujú. Vďaka týmto informáciám môžu predstavitelia pružnejšie reagovať na dopyt a prispôbiť mu ponuku.

1. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ SKÚMANIA NÁVŠTEVNOSTI KULTÚRNYCH ATRAKTIVÍT

Cestovný ruch je otvorený a dynamicky sa vyvíjajúci systém, ktorý tvoria dva podsystemy, a to subjekt/účastník cestovného ruchu a objekt cestovného ruchu. Účastník cestovného ruchu je nositeľom dopytu a vystupuje ako spotrebiteľ produktu cestovného ruchu. Objekt cestovného ruchu je nositeľom ponuky produktu, ktorý je predmetom spotreby a tvorí ho cieľové miesto, podniky a inštitúcie cestovného ruchu (Gúčík, 2000, s.8).

1.1. Návštevník ako nositeľ dopytu po cestovnom ruchu

Dopyt predstavuje súhrn všetkých statkov a služieb, ktoré požadujú spotrebiteľia pri danej cene. Pokiaľ sú želania a rozhodnutia spotrebiteľov podložené dostatočnými finančnými prostriedkami, hovoríme o efektívnom kúpyschopnom dopyte. V prípade, že spotrebiteľia nemajú dostatočné finančné prostriedky, ich túžby sa nikdy nepremenia na kúpyschopný dopyt (Horeháiová, Marasová, 2007). Ako uvádzajú Jurečka a kol. (2010), o tom, čo a v akom množstve sa bude vyrábať rozhodujú spotrebiteľia, pretože vytvárajú dopyt po daných tovaroch a službách. Dopyt je vyjadrený vzťahom medzi cenami tovaru a množstvom, ktoré spotrebiteľia chcú a sú schopní kúpiť pri daných cenách.

Kaspar (1995) charakterizuje dopyt po cestovnom ruchu ako ochotu návštevníka zameniť peňažné prostriedky za statky a služby cestovného ruchu. Podľa Songa a Witta (2011 In Pompurová, 2013a, s.16) je dopyt po cestovnom ruchu možné definovať ako množstvo produktov určitého cieľového miesta, ktoré si chcú spotrebiteľia v konkrétnom období za určitých podmienok kúpiť. Rozdielny názor majú Jafari a kol. (2000, heslo Demand), podľa ktorých je dopyt po cestovnom ruchu definovaný množstvom všetkých ľudí, ktorí sa zúčastňujú cestovného ruchu. Títo ľudia majú záujem o tovary, služby a miesta cestovného ruchu. Z uvedených definícií je možné vidieť, že charakteristika dopytu po cestovnom ruchu nie je jednotná a autori k definovaniu tohto pojmu pristupujú z rôznych hľadísk.

Ako uvádza Malachovský (2016) dopyt po cestovnom ruchu nadpriemerne rastie. K jeho realizácii dochádza v miestach, kde návštevníci dokážu uspokojiť svoje potreby najlepšie alebo tam, kde sa podporujú podmienky pre vznik a rozvoj cestovného ruchu výrazným spôsobom. Petrík (2008 In Gúčík, 2010) uvádza, že dopyt po cestovnom ruchu

ovplyvňujú rôzne faktory a rozdelil ich na ekonomické, demografické, geografické, sociálne, psychologické a administratívno - politické. Gúčík (2010) uvádza, že tieto faktory dokážu v rozličnej miere ovplyvňovať návštevníkov v cestovnom ruchu. Majú vplyv na správanie návštevníkov aj na rozhodovanie o ich účasti na cestovnom ruchu. Autor dodáva, že okrem týchto faktorov je potrebné pri skúmaní vplyvu na dopyt po cestovnom ruchu venovať pozornosť aj biologickým, kultúrnym, ekologickým a technologickým faktorom.

K ekonomickým faktorom patrí napr. hrubý domáci produkt, ceny tovarov a služieb, príjmy obyvateľstva, nezamestnanosť. K demografickým faktorom, ktoré ovplyvňujú dopyt po cestovnom ruchu patrí: veková štruktúra obyvateľstva, rodinné štruktúry, podiel seniorov ako návštevníkov v cestovnom ruchu a rast počtu zdravotne znevýhodnených návštevníkov v cestovnom ruchu. K sociálnym faktorom, ktoré ovplyvňujú dopyt po cestovnom ruchu sa zaraďuje najmä voľný čas, vzdelanie a kultúra. K psychologickým faktorom, ktoré ovplyvňujú dopyt po cestovnom ruchu zaraďujeme ľudské potreby a motívy. K ekologickým faktorom, ktoré ovplyvňujú dopyt po cestovnom ruchu patrí najmä kvalita životného prostredia. Technologické faktory ovplyvňujú dopyt po cestovnom ruchu vďaka inováciám a technickému pokroku v ekonomike a spoločnosti. Technologický pokrok má veľký vplyv napr. na rozvoj dopravy, rozvoj informačných a komunikačných technológií a infraštruktúrnej vybavenosti v cestovnom ruchu. K politickým faktorom, ktoré ovplyvňujú dopyt po cestovnom ruchu, patria najmä mierové zahraničné a hospodárske vzťahy. V súčasnosti je za významný politický faktor považovaná bezpečnosť cestovania v súvislosti s terorizmom. Obavy z cestovania vyvolávajú aj prírodné katastrofy (Gúčík, 2010).

Návštevnosť je pojem, ktorý vyjadruje počet návštevníkov určitého miesta resp. objektu za určité časové obdobie. Skladá sa z kvantitatívnych a kvalitatívnych údajov. Kvantitatívne údaje sú zamerané na vývoj počtu návštevníkov. Pri skúmaní týchto údajov je dôležité charakterizovať, kto je návštevník a vytvoriť základnú charakteristiku návštevníkov. Kvalitatívne údaje poskytujú komplexnejší obraz o návštevníkoch a zameriavajú sa na dôvody a príčiny chovania, postoje a motiváciu. Odpovedajú na otázku prečo a ako navštevujú návštevníci určité objekty (Kesner, 2005).

Návštevnosť môže mať rastúci, stagnujúci alebo klesajúci charakter. V snahe udržať rastúcu návštevnosť je dôležité zamerať sa na rozšírenie skupiny návštevníkov a zvýšiť počet návštev už existujúcich zákazníkov. Návštevnosť však nemá vždy len rastúci charakter, ale môže mať aj stagnujúcu alebo klesajúcu tendenciu. Z tohto dôvodu je potrebné zistiť príčiny, ktoré odrádzajú potenciálnych návštevníkov od návštevy (Kesner a

kol., 2008). Poznanie týchto bariér a snaha o ich odstránenie môže pomôcť zvýšiť návštevnosť miest a objektov. Vymedzeniu prekážok návštevnosti sa venuje Kesner (2005), ktorý prekážky rozčlenil na praktické (dostupnosť, informovanosť o existencii a ponuke atraktivity, cena, množstvo voľného času) a psychologicko-kultúrne (záujem, vnímanie atraktivity a jej ponuky, kultúrne kompetencie návštevníka). Praktické prekážky sú viac známe ako psychologicko-kultúrne a je jednoduchšie ich ovplyvniť, resp. zmeniť.

Dostupnosť ako prekážku je možné chápať z dvoch hľadísk. Prvým je zlá dopravná dostupnosť (nedostatočný počet dopravných spojení, problémy s parkovaním, nedostatočné označenie dopravnými značkami a pod.) a druhým hľadiskom je nevyhovujúci prístup pre rôzne skupiny telesne postihnutých občanov (nie je umožnený bezbariérový prístup, v objekte sa nenachádzajú výťahy, nevyužívajú sa špeciálne expozície pre nevidiacich a pod.). Sprístupniť objekty pre rôzne skupiny telesne postihnutých občanov nie je vždy možné, kvôli dispozičnému riešeniu objektov, ktorých pôvodný vznik nesúvisel s cestovným ruchom (Kesner, 2005).

Kesner a kol. (2008) uvádzajú, že informovanosť o existencii a ponuke atraktivity môže byť bariérou návštevnosti aj v dnešnom technologicky vyspelom svete. Jedným z dôvodov je, že informácie sú dostupné len určitým sociálnym a vekovým skupinám, ktoré sa vedú orientovať v moderných médiách. Ďalším dôvodom môže byť problém získať potrebné informácie o špeciálnej ponuke, expozíciách a výstavách, ktoré sú aktuálne. Množstvo atraktivít nevenuje aktualizovaniu informácií pre návštevníka potrebnú pozornosť.

Cena vstupného je dôležitou prekážkou pri rozhodovaní o návšteve konkrétneho objektu. Cena vstupného dokáže návštevníkov odrádzať od potenciálnej návštevy hlavne v spojení s ostatnými nákladmi, ktoré sa s návštevou atraktivity spájajú, ako napr. náklady na dopravu, náklady na stravovanie, v niektorých prípadoch aj náklady na ubytovanie (Kesner, 2005).

Voľný čas je mimopracovný čas a čas na odpočinok. Nedostatok voľného času je prekážka, ktorá je väčšinou spojená aj s inou prekážkou návštevnosti, nebýva rozhodujúcou bariérou samostatne. Pokiaľ je návštevník dostatočne motivovaný, vynaložený voľný čas pre neho nezohráva dôležitú rolu. Pokiaľ je motivácia slabá a prevažujú pochybnosti, zohráva vynaloženie voľného času dôležitú úlohu v neprospech návštevy atraktivity (Kesner, 2005).

Vnímanie atraktivity a jej ponuky môže byť tiež negatívne a v tom prípade hovoríme o psychologicko-kultúrnej prekážke. V takomto prípade návštevník vníma atraktivitu ako nudnú a nezaujímavú. Na túto prekážku majú vplyv aj skúsenosti a spomienky z

predchádzajúcej návštevy, ako napr. nepríjemný zamestnanec, špinavé toalety, nezaujímavá výstava (Kesner, 2005).

Prevádzkovatelia kultúrnych atraktivít by mali byť oboznámení s prekážkami, ktoré môžu ohroziť ich návštevnosť a snažiť sa dostupnými možnosťami o ich elimináciu. Je potrebné brať do úvahy segment a motívy návštevníkov, ktorí kultúrnu atraktivitu navštevujú, poznať svoje nedostatky, finančné možnosti a hlavne charakter kultúrnej atraktivity.

1.1.1. Návštevník v cestovnom ruchu

Nositeľom dopytu po cestovnom ruchu je subjekt cestovného ruchu t. j. návštevník. Za návštevníka sa považuje každá osoba, ktorá uspokojuje svoje potreby počas cestovania a pobytu mimo miesta trvalého bydliska. Návštevník spotrebúva statky cestovného ruchu, pričom účel jeho cesty musí byť iný, ako vykonávanie zárobkovej činnosti (Gúčík a kol., 2004, heslo Návštevník). Toto je vymedzenie subjektu z ekonomického hľadiska. S touto definíciou súhlasí Oriška (2011a), ktorý dopĺňa, že k uspokojovaniu potrieb návštevníkov dochádza zvyčajne vo voľnom čase a účelom je získať komplexný zážitok podmienený odpočinkom, ale aj poznávaním, zdravím, spoločenským kontaktom, rozptýlením a zábavou, športovým alebo kultúrnym vyžitím.

Pre použitie v praxi je dôležité rozdelenie návštevníkov zo štatistického hľadiska, ktoré bolo formulované na medzinárodnej konferencii v Ottawe. K návštevníkom zahrňovaným do štatistík patria stáli obyvatelia, turisti a výletníci. K cestujúcim nezahrňovaným do štatistiky cestovného ruchu patria tranzitne cestujúci, pracovníci v pohraničí, dočasní imigranti, kočovníci, utečenci, príslušníci armády v zahraničných posádkach, diplomati a predstavitelia konzulátov. Stály obyvateľ resp. rezident je v domácom cestovnom ruchu chápaný ako osoba, ktorá žije v istom mieste aspoň šesť po sebe nasledujúcich mesiacov a až potom cestuje do iného miesta, na dobu kratšiu ako šesť mesiacov. Výletník je charakterizovaný ako jednodňový návštevník, ktorý cestuje na dobu kratšiu ako 24 hodín bez prenocovania. Turista je návštevník, ktorý v navštívenom mieste prenocuje aspoň jedenkrát (Gúčík a kol., 2006).

Oriška (2011b) diferencuje návštevníkov v cestovnom ruchu podľa pôvodu na tuzemských a zahraničných. Rozdiel medzi tuzemským a zahraničným návštevníkom spočíva vo vystupovaní a správaní, nárokmi na štandard služieb a požiadavkami na

gastronómiu. Výhodou tuzemského návštevníka je spoločný jazyk, ktorý mu umožňuje bezproblémovú komunikáciu. Občas má však neprimerane vysoké požiadavky.

Podľa iných kritérií rozdeľujeme návštevníkov podľa pohlavia, veku a motivácie účasti na cestovnom ruchu (Orieška, 2011b). Rôzne vekové skupiny návštevníkov majú rôzne požiadavky a rozličné spotrebiteľské chovanie. Diferenciácia návštevníkov podľa veku nie je v literatúre jednotná. V snahe určiť vekový segment návštevníkov sme vybrali kritérium na základe rozdelenia cestovného ruchu podľa veku návštevníkov od Palatkovej a Zichovej (2014). Autorky návštevníkov delia na deti, mládež, rodiny s deťmi, osoby v produktívnom veku a seniorov. Medzi detských návštevníkov zaraďujeme deti do 15 rokov, ktoré sa cestovného ruchu zúčastňujú prostredníctvom organizovaných zájazdov, vždy pod dozorom dospelých osôb, ktorými nie sú ich rodičia. Pobyty môžu byť realizované napr. v podobe školských výletov a letných táborov. Podľa Gúčika (2010) deti nie sú nositeľmi dopytu po cestovnom ruchu, pretože sú závislé na rodičoch alebo výchovných inštitúciách. Pri skúmaní návštevnosti kultúrnych atraktivít však treba brať ohľad na to, že v štatistikách sú do návštevnosti zaraďované aj organizované detské skupiny. Medzi mládež zaraďujeme mladých ľudí vo veku od 16 do 24 rokov, ktorí cestujú samostatne a nemajú vlastné rodiny. Ako uvádza Pompurová (2013b), mladí ľudia sa v posledných rokoch osamostatňujú v čoraz vyššom veku a zaraďila do tejto skupiny ľudí do 34 rokov. V posledných rokoch mladí ľudia odkladajú založenie rodiny kvôli štúdiu, kariére, ekonomickému zabezpečeniu, nedostatku peňažných prostriedkov a pod. Mladí ľudia, ktorí majú viac ako 24 rokov a nemajú deti, by z tohto hľadiska neboli zaradení do žiadnej vekovej skupiny návštevníkov. Preto je potrebné vekovú hranicu cieľovej skupiny mladí ľudia stanoviť na 16 - 34 rokov. Rodiny s deťmi cestujú individuálne v rámci svojej rodiny. Požiadavky týchto návštevníkov sú prispôsobené hlavne deťom. Za osoby v produktívnom veku sú považované osoby, ktoré necestujú s deťmi, majú dostatok voľného času aj disponibilných prostriedkov. Seniori sú osoby v postproduktívnom veku, ktoré sú na dôchodku. Stanovenie vekovej hranice je problematické, pretože v rôznych štátoch je rozdielna veková hranica na odchod do dôchodku. Väčšina organizácií v cestovnom ruchu považuje za seniorských návštevníkov osoby, ktorých veková hranica je vyššia ako 55 rokov. S ohľadom na toto vymedzenie budeme za seniorov považovať osoby staršie ako 55 rokov (Palatková, Zichová, 2014). Linderová, Jandáčková a Macková (2013) konštatujú, že cestovanie seniorov vykazuje v cestovnom ruchu rastúci trend. Značný potenciál predstavujú hlavne pri rozložení turistických prúdov do dlhšieho časového obdobia vrátane medzisezóny.

Z hľadiska kvalitatívnych údajov návštevnosti je dôležité poznať motiváciu návštevníkov. Ako uvádza Oriška (2011b) návštevníkov môžeme členiť aj podľa motivácie, resp. dôvodu, pre ktorý sa zúčastňujú konkrétneho druhu cestovného ruchu. Podľa toho, na ktorom druhu cestovného ruchu sa zúčastnia, rozlišujeme návštevníkov v rekreačnom cestovnom ruchu, návštevníkov v športovom a dobrodružnom cestovnom ruchu, návštevníkov v kultúrnom cestovnom ruchu, návštevníkov v zdravotnom a kúpeľnom cestovnom ruchu, návštevníkov v gastronomickom cestovnom ruchu, návštevníkov v obchodnom cestovnom ruchu, návštevníkov v nákupnom cestovnom ruchu a návštevníkov v politickom cestovnom ruchu. Ďalej sa budeme venovať len charakteristike návštevníkov v kultúrnom cestovnom ruchu.

1.1.2. Návštevník v kultúrnom cestovnom ruchu

Za návštevníkov v kultúrnom cestovnom ruchu považujeme každú osobu, ktorá uspokojuje svoje potreby spojené s kultúrnym vyžitím vo voľnom čase, počas cestovania a pobytu mimo miesta trvalého bydliska. Ako uvádza Kesner (2005) návštevníci v kultúrnom cestovnom ruchu sa profilujú na základe demografických a psychografických faktorov, ktoré ovplyvňujú ich účasť na návšteve kultúry. Na základe demografických faktorov je možné návštevníkov v kultúrnom cestovnom ruchu charakterizovať ako vzdelanejších ľudí s vyššími príjmami, s vyšším sociálnym statusom, pričom na návšteve kultúry majú väčší podiel ženy a etnické skupiny sú zastúpené len marginálne. Psychografické faktory, ktoré ovplyvňujú kultúrnych návštevníkov sa členia na psychosociálne faktory a osobné poznanie a minulosť. Z psychosociálnych faktorov je veľmi dôležité ovplyvnenie referenčnou skupinou ľudí, s ktorou sú návštevníci v kontakte. Osobné poznanie či história je ovplyvnené najmä predchádzajúcimi skúsenosťami z návštevy kultúrnych atraktivít.

Návštevníci kultúrnych atraktivít sú rôzni a dôvody ich návštevy sa líšia. Na jednej strane ide o turistov a prázdninových návštevníkov, pre ktorých návšteva kultúrnych atraktivít nie je prvoradým cieľom a na druhej strane hovoríme o návštevníkoch, ktorí majú veľký záujem o umenie alebo objekty kultúry a ich návštevou uspokojujú svoje potreby. Najmä návšteva kultúrnych objektov ako hrady a zámky je zameraná skôr na relax, a teda na prvom mieste nie je záujem o kultúru či umenie (Kesner, 2005). Keďže preferencie jednotlivých návštevníkov sa líšia, môžeme povedať, že nie každý návštevník kultúrnej atraktivity je návštevníkom kultúrneho cestovného ruchu. Dôvodom tohto

tvrdenia je, že návštevnosť kultúrnych atraktivít je ovplyvnená aj inými ako kultúrnymi motívmi návštevníkov.

Návštevníkov v cestovnom ruchu pri rozhodovaní o návšteve ovplyvňujú ich osobné motívy. Motív je pohnútkou, resp. podnet, ktorý vedie k činnosti na dosiahnutie uspokojenia potrieb (Gúčík, 2000). Ako uvádza Page (2007 In Gúčík, 2010) motívy cestovného ruchu môžeme rozdeliť na fyzické motívy (zotavenie, šport a pod.), kultúrne motívy (poznávanie kultúry, záujem o umenie a pod.), medziľudské motívy (návšteva priateľov a známych, sociálne kontakty a pod.) a motívy prestíže (túžba po uznaní). Podľa Kaspara (1995) môžeme takéto členenie rozšíriť ešte o psychické motívy, kde autor zaraďuje útek od všedného dňa, túžbu po zážitkoch, rozptýlenie a pod. Gúčík (2010) člení motívy cestovného ruchu na dovolenkové resp. turistické a neturistické. Za turistické motívy sa považuje útek od všedného dňa, sebazdokonaľovanie, hľadanie nových sociálnych kontaktov, oddych a uvoľnenie, aktívne využitie voľného času, zdravie, zážitok a dobrodružstvo. Za neturistické motívy cestovného ruchu považujeme obchodno - hospodárske, politické a náboženské motívy. Uvedené dovolenkové motívy môžeme zaradiť do skupín, ktoré vyčlenili Page (2007 In Gúčík 2010) a Kaspar (1995). Takouto kombináciou môžeme za fyzické motívy považovať okrem športu a zotavenia aj oddych a uvoľnenie, aktívne využitie voľného času, dobrodružstvo a zdravie. Skupina kultúrnych motívov je obohatená o sebazdokonaľovanie a medziľudské motívy obsahujú aj hľadanie nových sociálnych kontaktov.

1.2. Kultúrne atraktivity ako objekt primárnej ponuky cestovného ruchu

Ponuka vyjadruje, ako sa výrobcovia správajú, aby dosiahli maximálny zisk. Ponuka predstavuje súhrn všetkých statkov a služieb, ktoré chcú výrobcovia pri danej cene vyprodukovať a zároveň dodať na trh (Horehájová, Marasová, 2005).

Ako uvádza Jakubíková (2012), ponuka v cestovnom ruchu sa člení do dvoch okruhov a to na primárnu a sekundárnu. Pre primárnu ponuku je charakteristická miestna a časová viazanosť na konkrétny priestor a čas (Gúčík, 2010). Predstavuje ju predovšetkým rekreačný priestor, ktorý pozostáva z prírodných a umelo vytvorených atraktivít. Sekundárna ponuka zabezpečuje uspokojenie dodatočných potrieb návštevníkov. Tvorí ju napr. infraštruktúra cestovného ruchu, turistická supraštruktúra a všeobecná infraštruktúra.

Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR (2014) charakterizuje atraktivitu cestovného ruchu ako významné stredisko, objekt, zariadenie cestovného ruchu,

ktoré je voľne prístupné a navštevované účastníkmi v cestovnom ruchu. Gúčík a kol. (2004, heslo Atraktivita cestovného ruchu) definujú atraktivitu cestovného ruchu ako objekt záujmu návštevníkov. Predstavuje zaujímavú súčasť prírody, športový, kultúrny alebo spoločenský objekt, kultúrnu, športovú, spoločenskú alebo inú udalosť, ktoré vyvolávajú v ľuďoch potrebu vidieť resp. navštíviť ju (Pásková a Zelenka, 2002, s.26, heslo Atraktivita cestovného ruchu). Má tak schopnosť vyvolať záujem a podnietiť návštevníka k prekonaniu vzdialenosti, obetovaniu voľného času a peňažných prostriedkov a vždy sa spája s určitou aktivitou (Maráková, 2001).

Atraktivity môžeme deliť z rôznych uhlov pohľadu, a to na (1) prírodné a spoločenské, (2) hmotné a nehmotné, (3) na atraktivity medzinárodného, národného a miestneho významu, (4) na atraktivity s potenciálom nižších rádov a na atraktivity s potenciálom vyšších rádov (Pásková a Zelenka, 2002, s.26, heslo Atraktivita cestovného ruchu). V literatúre (Gúčík a kol., 2004, heslo Atraktivita cestovného ruchu; Gúčík, 2010) sa však najčastejšie stretávame s delením atraktivít podľa pôvodu na prírodné a antropogénne. Kým za prírodné atraktivity sa považujú hlavne geomorfologické, hydrologické a biologické atraktivity (pramene riek, geomontánny park, gejzír a pod.), antropogénne atraktivity sú vytvorené človekom a členia sa na kultúrno-historické atraktivity a organizované podujatia. Za kultúrno-historické atraktivity sa považujú archeologické, architektonické pamiatky, pamätné izby, pamiatky ľudového umenia. Organizované podujatia predstavujú folklórne slávnosti, koncerty, festivaly a jarmoky (Gúčík a kol., 2004, heslo Atraktivita cestovného ruchu). Atraktivita je široký pojem, pre potreby spracovania bakalárskej práce sa ďalej budeme venovať konkrétnej kategórii a to kultúrnym atraktivitám.

Kultúrne atraktivity považujeme za nositeľov kultúry. Kultúra je chápaná ako nevyčerpatel'ný zdroj, ktorý sa môže stať objektom návštevy účastníkov cestovného ruchu (UNWTO, 1999, s. 7 In Šimončíčová, Šimončíčová, 2013, s. 48). Kultúra je produkt pokračujúceho a nekonečného vývoja ľudstva. Vyjadruje súhrn duchovných a umeleckých prejavov existencie daného spoločenstva alebo národa (Orieška, 2001, s. 10). S takýmto definovaním kultúry sa stretávame aj v organizácii UNESCO (2012), ktorá dopĺňa, že tieto prejavy zahŕňajú okrem umenia a literatúry aj spôsob života, životný štýl, hodnoty, tradície aj vieru. Gúčík a kol. (2004, heslo Kultúra) takéto vymedzenie kultúry dopĺňajú o informáciu, že za kultúru môžeme považovať výsledky ľudskej činnosti z rôznych oblastí ako napr. výchova, veda, umenie, vzdelávanie aj rozširovanie a uplatňovanie duchovných hodnôt. Kultúra má vplyv na rozvoj kultúrneho cestovného ruchu.

Kultúrny cestovný ruch rôznymi spôsobmi uspokojuje duchovné potreby ako vzdelávanie, poznávanie, zábava, rozptýlenie a pod. V praxi má podobu návštev kultúrnych atrakcií, počas ktorých sa účastníci oboznamujú okrem kultúry aj s historickou, sociálnou a ekonomickou situáciou štátu a cieľového miesta (Gúčík, 2000).

Kultúrne atraktivity cestovného ruchu predstavujú objekty, významné strediská, zariadenia cestovného ruchu, ktoré sú predstaviteľmi kultúry, sú voľne prístupné, sú vytvorené človekom a navštevované účastníkmi v cestovnom ruchu. V literatúre (UNWTO, 2005 In Šimončíčová, Šimončíčová, 2013; Richards, 2001 In Šimončíčová, Šimončíčová, 2013; Gúčík, 2011 In Palenčíková, 2015; Swarbrooke, 1995 In Nowacki, 2013; Palenčíková, 2015) sa stretávame s členením kultúrnych atrakcií z rôznych hľadísk: (1) primárne a sekundárne, (2) kultúrne atraktivity so vzdelávacou alebo zábavnou funkciou, (3) podľa charakteru ľudskej činnosti, pri ktorej vznikli, (4) podľa toho, za akým účelom boli vytvorené, (5) podľa preferencií účastníkov cestovného ruchu a (6) podľa umiestnenia v priestore.

Za primárne prvky kultúrneho cestovného ruchu sú považované atraktivity, ktoré pozostávajú z tradičných a základných prvkov kultúry. Predstavujú hodnoty kultúrneho dedičstva vzťahujúce sa k minulosti a hodnoty súčasnej kultúrnej tvorby, kde sa zaraďuje súčasná architektúra, literatúra ap. Sekundárne prvky tvoria atraktivity, ktoré predstavujú životný štýl ako napr. folklór, tradície a kreatívne priemysly, kde patrí napr. film a zábavný priemysel (UNWTO, 2005, s.16-17 In Šimončíčová, Šimončíčová, 2013, s.48-49).

Richards (2001 In Šimončíčová, Šimončíčová, 2013) delí kultúrne atraktivity späť s minulosťou alebo súčasnosťou ďalej podľa toho, či majú predovšetkým vzdelávaciu alebo zábavnú funkciu. Na obrázku 1 je znázornené jeho delenie. Skupiny 1 a 3 majú prevažne vzdelávaciu funkciu, pričom kultúrne atraktivity v skupine 1 sa vzťahujú k súčasnosti a kultúrne atraktivity v skupine 3 sa vzťahujú k minulosti. Skupiny napravo, teda skupiny 2 a 4, majú prevažne zábavný charakter. Tematické parky a umelecké festivaly v skupine 2 sa viažu na súčasnosť a na minulosť sa viažu historické sprievody v skupine 4.



Obrázok 1Delenie kultúrnych atraktivít podľa Richardsa

Prameň: Richards, 2001 In Šimončíčová, Šimončíčová, 2013, s.49.

Gúčík (2011 In Palenčíková, 2015, s.85) rozlišuje kultúrne atraktivity podľa charakteru ľudskej činnosti, pri ktorej vznikli na: (1) architektonické svetské pamiatky (hrady, zámky, kaštiele, paláce, kúrie, historické centrá miest), (2) sakrálné pamiatky (kostoly, kláštory, kalvárie, kaplnky), technické diela (mosty, veže, tunely, bane a pod.), (3) umelecko-výtvarné diela (sochy, súsošia, pomníky, obrazy, nábytok, zbrane a pod.), (4) tradičnú kultúru hmotnú (tradičné obydlia, ľudová architektúra, odev, ľudovo - umelecká výroba) a (5) nehmotnú - folklór (piesne, zvyky, tradície, ľudová slovesnosť), (6) archeologické náleziská (vo voľnej prírode aj muzeálne zbierky), (7) historické miesta bojov, (8) miesta svetových a národných dejín, (9) rodiská a pôsobiská významných osobností svetových a národných dejín, (10) kultúrno-osvetové zariadenia (divadlá, galérie, obrazárne, koncertné sieni, múzeá, hvezdárne a pod.) a (11) organizované podujatia (kultúrne podujatia, náboženské a spoločenské udalosti).

Ako uvádza Swarbrooke (1995 In Nowacki, 2013) kultúrne atraktivity môžeme tiež rozčleniť podľa toho, za akým účelom boli vytvorené: či účel vytvorenia kultúrnych atraktivít bol spojený s cestovným ruchom alebo hlavný dôvod ich výstavby nesúvisel s cestovným ruchom (tabuľka 1). Palenčíková (2015) dodáva, že kultúrne atraktivity, ktorých vytvorenie nesúviselo s cestovným ruchom sa považujú za multifunkčné. Pojem multifunkčná kultúrna atraktivita znamená, že kultúrna atraktivita si zachováva aj svoju pôvodnú funkciu, na ktorú bola vytvorená. Patria tu najmä sakrálné stavby ako kostoly a katedrály, mešity aj synagógy. Keďže tieto kultúrne atraktivity neboli vytvorené na účely

cestovného ruchu, môže mať zvyšovanie návštevnosti negatívny dopad v súvislosti s kapacitou, dostupnosťou alebo bezpečnosťou.

Tabuľka 1 Členenie kultúrnych atraktivít z hľadiska účelu ich vytvorenia

Kultúrne atraktivity, ktorých vybudovanie nesúvisí s cestovným ruchom	Kultúrne atraktivity, ktorých vybudovanie súvisí s cestovným ruchom
Katedrály a kostoly	Tematické parky
Architektonické pamiatky	Zábavné parky
Archeologické lokality a objekty	Skanzeny
Historické parky a záhrady	Centrá prezentujúce kultúrne dedičstvo
Technické pamiatky	Prístavy
Parné vlaky	Výstavné centrá
Rezervoáre	Záhradné centrá
	Továrenské prehliadky
	Safari parky
	Zábavné centrá
	Kasína a kúpele
	Rekreačné strediská
	Piknikové miesta
	Múzeá a galérie

Prameň: Vlastné spracovanie podľa Swarbrooke, 1995 In Nowacki, 2013.

Kultúrne atraktivity pôsobia ako vyvolávatelia dopytu po produktoch rôznych druhov a foriem cestovného ruchu. Pritom nedisponujú rovnakým potenciálom, ale ich potenciál sa líši v závislosti od preferencií účastníkov cestovného ruchu (McKercher, 2002, s. 31 In Šimončíčová, Šimončíčová, 2013, s.55). Na základe daného kritéria môže kultúrna atraktivita v cestovnom ruchu vystupovať ako primárne navštevovaná kultúrna atraktivita, sekundárne navštevovaná kultúrna atraktivita a terciárne navštevovaná kultúrna atraktivita. Primárne navštevovaná kultúrna atraktivita je často označovaná aj ako tzv. „must-seesights“, čo v preklade znamená potrebné vidieť. Vyznačuje sa schopnosťou prilákať návštevníkov aj z veľkej vzdialenosti. V súvislosti s ich významom sa stávajú priam národnými symbolmi a súčasťou budovania národnej identity. Sekundárne navštevovaná kultúrna atraktivita má menšiu úlohu pri rozhodovaní o výbere cieľového miesta, t. j. nie je samotným dôvodom návštevy cieľového miesta. Terciárne navštevovaná kultúrna atraktivita má veľmi malú váhu pri rozhodovaní o návšteve cieľového miesta, návšteva je skôr náhodná alebo determinovaná nedostatkom iných možností. Vo všeobecnosti nie je možné presne určiť, do ktorej kategórie daná kultúrna atraktivita patrí, keďže preferencie každého účastníka sa líšia. Väčšina kultúrnych atraktivít však patrí do sekundárnej a terciárnej kategórie (Kesner, 2008, s. 20 - 21 In Šimončíčová, Šimončíčová, 2013, s. 55). Ako uvádza Gúčík (2010), prírodný a kultúrno-historický potenciál cieľového miesta je motívom pobytu návštevníkov. Podľa vyššie uvedeného rozdelenia atraktivít môžeme vidieť, že môžu byť primárnym, sekundárnym alebo terciárnym dôvodom alebo podnetom

k návšteve cieľového miesta. Vyjadrujú teda primárny, sekundárny alebo terciárny motív návštevy. Primárny motív znamená, že návštevníci navštívili cieľové miesto najmä kvôli návšteve kultúrnej atraktivity. Pokiaľ kultúrna atraktivita nebola hlavným dôvodom pri rozhodovaní o návšteve cieľového miesta, ale jej existencia zohrala úlohu pri rozhodovaní o výbere cieľového miesta, hovoríme o sekundárnom motíve. Terciárnym motívom je návšteva kultúrnej atraktivity, ktorá bola náhodná alebo determinovaná nedostatkom iných možností.

Kultúrne atraktivity môžeme rozčleniť podľa ich umiestnenia v priestore na lineárne, uzlové a sieťové. Lineárne kultúrne atraktivity sú situované pozdĺž vymedzenej trasy, uzlové kultúrne atraktivity sú súborom kultúrnych atraktivít lokalizovaných na jednom mieste a sieťové kultúrne atraktivity sa skladajú z hlavnej kultúrnej atraktivity a siete kultúrnych atraktivít zoskupených na základe určitej témy (Palenčíková, 2015).

Poslaním kultúrnych atraktivít cestovného ruchu je predovšetkým zachovávanie a šírenie kultúrnych hodnôt. Slovensko má pritom bohatý kultúrno-historický potenciál vhodný na rozvoj cestovného ruchu. Problém je však v tom, že mnohé z kultúrnych atraktivít Slovenska nie sú vhodne využité. Často sú tieto kultúrne poklady v havarijnom stavebno-technickom stave. Kultúrne atraktivity ohrozuje plynutie času, ale aj nedostatok finančných prostriedkov a nezáujem zainteresovaných subjektov (Orieška, 2001). Dôvody, kvôli ktorým sú ohrozené kultúrne pamiatky sú napr. rozpad kameňa vplyvom znečisteného ovzdušia, preťaženie pamiatky masovým cestovným ruchom a ničenie krajiny nevhodným osídlením.

1.3. Metodika spracovania bakalárskej práce

Subjektom bakalárskej práce je návštevník ako nositeľ dopytu po cestovnom ruchu. Objektom práce sú kultúrne atraktivity ako prvky primárnej ponuky cestovného ruchu.

Cieľom bakalárskej práce je preskúmať návštevnosť vybraných kultúrnych atraktivít cestovného ruchu v Oravskom regióne. Takto vymedzený cieľ sme ďalej rozpracovali do troch čiastkových cieľov, ktoré naplníme v troch podkapitolách druhej časti bakalárskej práce:

C1: Charakterizovať Oravský región a jeho kultúrny potenciál (časť 2.1),

C2: Preskúmať a zhodnotiť návštevnosť vybraných kultúrnych atraktivít v Oravskom regióne (časť 2.2),

C3: Identifikovať faktory, motívy a prekážky ovplyvňujúce návštevnosť vybraných kultúrnych atraktivít (časť 2.3).

Pre naplnenie čiastkových cieľov sme si stanovili nasledujúce výskumné otázky :

O1: Ako sa vyvíjala návštevnosť vybraných kultúrnych atraktivít v Oravskom regióne za roky 2010-2015?

O2: Aká je štruktúra návštevníkov vybraných kultúrnych atraktivít?

O3: Aké faktory, motívy a prekážky vplývajú na návštevnosť vybraných kultúrnych atraktivít?

Základný súbor skúmania tvoria všetky kultúrne atraktivity v Oravskom regióne. Výberový súbor tvoria vybrané kultúrne atraktivity v Oravskom regióne, konkrétne kultúrne atraktivity, ktoré spravuje Oravské múzeum P. O. Hviezdoslava v Dolnom Kubíne. Súčasťou tohto múzea sú kultúrne atraktivity: Oravský hrad, Oravská lesná železnica, Literárna expozícia P. O. H., Čaplovičova knižnica, dom Martina Kukučina, Florinov dom, expozícia Milo Urban a Hviezdoslavova hájovňa. Výberový súbor sme zostavili spôsobom zámerného výberu. Výber sme uskutočnili podľa spoločného znaku kultúrnych atraktivít. Za spoločný znak sme určili príslušnosť k rovnakému múzeu, ktoré kultúrne atraktivity spravuje, pretože je použitá rovnaká metodika evidencie návštevnosti. Výsledky skúmania výberového súboru nie je možné zovšeobecňovať na všetky kultúrne atraktivity na Slovensku ani v Oravskom regióne.

V práci využívame sekundárne aj primárne zdroje údajov. Pri spracovaní teoretickej časti bakalárskej práce a charakteristike ponuky kultúrnych atraktivít cestovného ruchu v Oravskom regióne sme vychádzali z knižnej a časopiseckej literatúry a z informácií zverejnených na internetových stránkach vybraných kultúrnych atraktivít. Zber primárnych údajov sme uskutočnili metódou sociologického opytovania a zvolili sme techniku dotazníkového zisťovania. Dotazník pozostáva z uzatvorených a polozatvorených otázok. Získané údaje sme spracovali vybranými matematicko-štatistickými metódami.

Bakalárska práca sa spracúva podľa nasledovného metodického postupu:

1. Vymedzenie subjektu a objektu skúmania.
2. Formulovanie vedeckého cieľa a čiastkových cieľov.
3. Zber a štúdium sekundárnych zdrojov informácií.
4. Tvorba rámcovej osnovy práce.
5. Spracovanie teoretických východísk skúmania.
6. Formulovanie výskumných otázok /hypotéz (nepovinné).
7. Určenie výberového súboru.
8. Určenie metód a techník zberu dát.
9. Spracovanie dotazníka/ podkladov pre rozhovor (nepovinné).
10. Pretest (nepovinné).
11. Zber údajov.
12. Triedenie a spracovanie získaných dát.
13. Analýza zistení.
14. Interpretovanie výsledkov.

Pri spracovaní bakalárskej práce bolo nevyhnutné uplatniť viaceré teoretické metódy skúmania, medzi ktoré zaradíme obsahovo-kauzálnu analýzu, analógiu, abstrakciu, generalizáciu, komparáciu, analýzu a syntézu a metódu indukcie a dedukcie.

2. NÁVŠTEVNOSŤ VYBRANÝCH KULTÚRNYCH ATRAKTIVÍT V ORAVSKOM REGIÓNE

Oravský región je jedným z najchladnejších regiónov na Slovensku. Orava má bohatý prírodný i kultúrno-historický potenciál. V tejto kapitole sa budeme venovať charakteristike Oravského regiónu a jeho primárnej a sekundárnej ponuky, charakteristike kultúrneho potenciálu a zameriame sa na návštevnosť kultúrnych atraktivít, ktoré spravuje Oravské múzeum P. O. Hviezdoslava. Oravský región má nádhernú prírodu, ktorá v kombinácii s množstvom kultúrnych atraktivít láka turistov. Dopyt po atraktivitách regiónu je sezónny. V letných mesiacoch prevažuje návšteva kultúrnych atraktivít a v zimnom období návštevníkov lákajú najmä prírodné atraktivity. Jednou z konkurenčných výhod regiónu je dlhotrvajúca zima, prírodné prostredie a z kultúrnych atraktivít je najväčším lákadlom Oravský hrad.

2.1. Charakteristika Oravského regiónu

Oravský región sa rozprestiera v severozápadnej časti Slovenska, pri štátnej hranici s Poľskom. Najsevernejší bod Babia hora je zároveň hraničným bodom. Ohraničenie regiónu zo severu a západu tvorí štátna hranica, na juhovýchode hrebeň Západných Tatier a na juhu hrebeň Chočských vrchov. Najsevernejší výbežok Veľkej Fatry s vrchom Šíp tvorí juhozápadnú hranicu. Cez Veľký a Malý Rozsutec v Malej Fatre vedie západná hranica. Rozloha územia Oravy je 1661km². Oravský región patrí do Žilinského kraja a tvoria ho okresy Námestovo, Tvrdošín a Dolný Kubín (Kollár, 1999). Do týchto 3 okresov patrí dohromady 59 samosprávnych obcí a 4 mestá. Región sa aj v súčasnosti rozprestiera v povodí rieky Orava, na tejto rieke sa nachádza najväčšie vodné dielo na Orave - vodná nádrž Orava. Uprostred vodnej nádrže sa nachádzajú 2 ostrovy - Slanický a Vtáci. Región patrí k najchladnejším oblastiam na Slovensku. Územie regiónu sa vnútorne rozčleňuje na Hornú Oravu - okresy Tvrdošín a Námestovo a Dolnú Oravu - okres Dolný Kubín. Z Hornej Oravy sa ešte vyčleňuje severná časť – Biela Orava, ktorú tvorí okres Námestovo (Geografia, 2017). Počet obyvateľov k 31.12.2014 bol 136 489.

Ponuka Oravského regiónu má veľký prírodný aj kultúrno-historický potenciál. Nachádza sa tu nádherná a na mnohých miestach nedotknutá príroda. Medzi najlákavejšie prírodné atraktivity môžeme zaradiť CHKO Horná Orava, 13 Národných prírodných rezervácií, 8 prírodných rezervácií, 2 Národné prírodné pamiatky, 4 prírodné pamiatky a

chránený areál toku rieky Orava. V Oravskom regióne sa rozprestierajú aj časti chránených území Národný park Malá Fatra, Tatranský národný park a Národný park Veľká Fatra. Na území regiónu sa nachádzajú aj chránené mokrade, biotopy vodného vtáctva a chránené vtáčie územia. Lákadlom pre turistov sú aj Oravská priehrada, Roháčske plesá, Šútovský vodopád, vrch Babia hora, vrch Pilsko, aquapark AquaRelax, Meander Thermal Park Oravice, 43 zdrojov minerálnych vôd, plavba tradičnou drevenou plťou po rieke Orave a areál vodných športov na Gäceli.

Okrem množstva prírodných krás je Oravský región bohatý aj na kultúrne atraktivity. Kultúrne atraktivity v Oravskom regióne sú späté hlavne s ľudovým umením, s významnými osobnosťami, ktoré na území Oravy žili a tvorili, s tradičnými oravskými remeslami a s folklórom (kap. 2.1.1.).

Organizované podujatia v regióne sa viažu na minulosť aj na súčasnosť a sú späté najmä s folklórom. Ľudový folklór na Orave je založený na tanci a speve. Oravské ľudové tance a hudba sa zachovali dodnes. Prezentované sú vďaka ľudovým skupinám, súborom a folklórnym festivalom. Najznámejšie podujatia sú Podroháčske folklórne slávnosti v Zuberici, Hviezdoslavov Kubín, Kubínsky jarmok, Michalský jarmok, festival ORAVA ALTERNATIVE, Námestovský pivný festival, ORAVA FEST, Pltnický deň, Rockový záber a Cestný beh SNP Roháče - Podbiel.

Supraštruktúra cestovného ruchu v Oravskom regióne sa skladá z ubytovacích a stravovacích zariadení. V roku 2015 bolo na Orave 199 ubytovacích zariadení. V okrese Dolný Kubín išlo o 46 ubytovacích zariadení s ponukou 1 749 lôžok, v okrese Námestovo sa nachádzalo 34 ubytovacích zariadení ponúkajúcich ubytovanie s kapacitou 1 233 lôžok a najväčší počet ubytovacích zariadení až 119 sa nachádzal v okrese Tvrdošín s kapacitou 3 113 lôžok. V Oravskom regióne sú zastúpené kategórie ubytovacích zariadení - hotel, penzión, apartmánový dom, turistická ubytovňa, chatová osada, kemping a ubytovanie v súkromí.

Infraštruktúru cestovného ruchu tvorí Turistická informačná kancelária Zuberec, Turisticko-informačné centrum Trstená, Turisticko-informačná kancelária mesta Dolný Kubín, cestovné kancelárie (napr. CK ORAVA TOUR a CK ITALTOUR), cestovné agentúry, zmenárne a osobné horské dopravné zariadenia, ktoré sú situované vo viac ako 20 lyžiarskych strediskách na Orave. Na území Oravského regiónu sa nachádza 5 cestných hraničných priechodov medzi Slovenskou a Poľskou republikou, v obciach Suchá Hora, Oravská Polhora, Novot', Bobrov a v meste Trstená.

V regióne sa nachádza cestná a železničná infraštruktúra, ktoré sú súčasťou všeobecnej infraštruktúry. Územím prechádza medzinárodná cesta E 77 (I/59). Táto cesta sa tiahne cez okresy Dolný Kubín a Tvrdošín. Okresom Námestovo prechádza cesta II/520. Presun obyvateľov aj návštevníkov z oravských miest, obcí či stredísk cestovného ruchu je možný aj vďaka pravidelnej autobusovej doprave zabezpečovanej dopravnými spoločnosťami. Okresmi Dolný Kubín a Tvrdošín okrem cestnej dopravy prechádza aj jednokolejová železničná trať. Vede z Kral'ovian do obce Trstená.

V regióne sa okrem dopravnej infraštruktúry nachádzajú aj ďalšie zariadenia infraštruktúry ako napr. Hornooravská nemocnica s poliklinikou, Dolnooravská nemocnica s poliklinikou Ladislava Nádaši Jégého, Oravská poliklinika Námestovo, množstvo lekární, mestské polície, pobočka colného úradu, daňové úrady, okresné súdy a prokuratúry, sociálna poisťovňa, obchodné domy, rôzne predajne, čerpacie stanice, pošty, banky, herne.

2.1.1. Kultúrny potenciál Oravského regiónu

Orava je považovaná za nevyčerateľnú pokladnicu národnej kultúry. Ľudové umenie vo forme hmotnej kultúry sa prejavuje v podobe ľudovej architektúry, pekných krojov a pod. Na tomto území sa narodilo a tvorilo aj mnoho významných kultúrnych a národných osobností. Na Hornej Orave tvorili a žili prevažne autori odborných jazykovedných diel. Dolná Orava bola bohatšia o básnikov a spisovateľov. Okrem literatúry a jazykovedy sa obyvatelia Oravy podieľali na rozvoji národno-politického aj kultúrneho života. Medzi najvýznamnejšie osobnosti Oravy patria: Anton Bernolák, Ivan Ballo, Vavrinec Čaplovič, Pavol Országh Hviezdoslav, Martin Kukučín, Janko Matúška a pod. (Škrabák, 1979).

Na celom území Oravského regiónu sa nachádza veľké množstvo kultúrnych atraktivít, ktoré majú regionálny ale aj národný a svetový význam. Do zoznamu svetového dedičstva UNESCO patria 2 kultúrne atraktivity na Orave, konkrétne 2 drevené kostoly Karpatského oblúka : rímsko - katolícky kostol v Tvrdošíne a evanjelický artikulárny kostol v Leštínach. Presný počet kultúrnych atraktivít v Oravskom regióne nie je možné zistiť, pretože mnohé kultúrne atraktivity sú v súkromnom vlastníctve, v zlom technickom stave a nie je tak možné zistiť, či sú prístupné pre návštevníkov. K významnejším kultúrnym atraktivitám môžeme zaradiť 32 objektov, z ktorých 28 sa nachádza v dobrom technickom stave, 2 v stave vyhovujúcom, 1 v nevyhovujúcom až havarijnom stave a jedna atraktivita je v rekonštrukcii (príloha 1). Medzi týmito atraktivitami sa nachádza 6 kultúrnych atraktivít

súvisiacich so životom a tvorbou významných osobností, 4 objekty sa radia do skupiny sakrálnych stavieb, 4 múzeá, 3 galérie, 1 skanzen, 1 hrad, 2 cintoríny a iné.

Pri mnohých kultúrnych atrakciách sa nevedie evidencia návštevnosti, nie sú uverejnené informácie o otváracích hodinách a všeobecné informácie o existencii niektorých kultúrnych atrakcií sú minimálne. Najväčší počet kultúrnych atrakcií je situovaný v meste Dolný Kubín a v celom jeho okrese. V okrese Námestovo a Tvrdošín sú kultúrne atrakcie väčšinou situované v prírodnom prostredí, v rôznych obciach.

Na základe analýzy kultúrno-historického potenciálu miest a obcí nachádzajúcich sa na území Oravského regiónu, sme vybrali tie kultúrne atrakcie, ktoré majú zverejnené údaje o návštevnosti. Na výpočet návštevnosti Oravského múzea P. O. Hviezdoslava a kultúrnych atrakcií, ktoré spravuje sa používa rovnaká metodika, vďaka čomu bude porovnanie údajov presnejšie.

2.1.2. Charakteristika vybraných kultúrnych atrakcií

Oravské múzeum Pavla Országha Hviezdoslava (ďalej len Oravské múzeum) sa nachádza v Dolnom Kubíne na Hviezdoslavovom námestí č.7. Špecializuje sa na oblasť dokumentácie života Goralov na Slovensku. Oravské múzeum vzniklo v roku 1980 spojením Oravského múzea v Oravskom Podzámku a Literárneho múzea P. O. Hviezdoslava v Dolnom Kubíne. Pôvodný názov múzea bol Oravské múzeum v Dolnom Kubíne. Od roku 1983 nesie dnešný názov. Poslaním múzea je na základe prieskumu a vedeckého výskumu cieľavedome zhromažďovať, ochraňovať, vedecky a odborne zhodnocovať a spracovávať hmotné dokumenty zamerané na múzejnú dokumentáciu vývoja prírody a spoločnosti, vedy a techniky, kultúry a umenia na území Oravského regiónu. Medzi úlohy, ktoré múzeum vykonáva, patrí budovanie zbierkového fondu hmotných dokumentov o prírode a spoločnosti, ktoré tvoria súčasť kultúrneho dedičstva v Oravskom regióne a živote a diele P. O. Hviezdoslava, spravovanie historického knižničného fondu Čaplovičovej knižnice, evidovanie a dokumentovanie zbierkového fondu, spolupracovanie pri vytváraní centrálnej evidencie múzejných zbierok v Slovenskej republike, ochraňovanie, odborné spracovávanie, reštaurovanie a spravovanie zbierkového fondu (Oravské múzeum, 2017a).

Pod správu múzea patria Oravský hrad, Oravská lesná železnica, Literárna expozícia P.O.H., Čaplovičova knižnica, dom Martina Kukučina, Florinov dom, expozícia Milo Urban a Hviezdoslavova hájovňa.

V roku 2015 sa Oravské múzeum umiestnilo na najvyšších pozíciách v troch kategóriách : expozícia Oravský hrad bola v roku 2015 najnavštevovanejším objektom múzeí Slovenskej republiky, Oravské múzeum bolo v roku 2015 tretím najnavštevovanejším múzeom v Slovenskej republike a zo všetkých slovenských múzeí dosiahlo Oravské múzeum druhé najvyššie tržby zo vstupného (Muzeologický kabinet Slovenského národného múzea, 2016).

Oravský hrad je národná kultúrna pamiatka, ktorá sa rozprestiera na strmom vápencovom brale, priamo nad obcou Oravský Podzámok, vo výške 112 metrov nad hladinou rieky Orava. Prvá písomná zmienka o hrade pochádza z roku 1267. Oravský hrad je historický komplex, delí sa na Malý okruh a Základný okruh, ktoré spoločne tvoria Veľký okruh. Základný okruh tvoria 4 expozície: historická expozícia, prírodovedná expozícia, etnografická expozícia, a expozícia s názvom Archeológia v citadele Oravského hradu. Historická expozícia dokumentuje architektonické slohy jednotlivých historických etáp, jeho pôvodné využitie a prestavby v duchu doby. Prírodovedná expozícia prezentuje charakteristické prvky a osobitosti prírodného prostredia Oravy. Etnografická expozícia prezentuje Oravský región ako oblasť bohatú na ľudovú kultúru v hmotnej i duchovnej podobe. Archeológia v citadele Oravského hradu ponúka návštevníkom pohľad na archeologický materiál z praveku, stredoveku ale aj novoveku (Oravské múzeum, 2017b).

Doplňkové služby, ktoré sú na Oravskom hrade ponúkané za príplatok sú fotografovanie a kamerovanie počas prehliadky, svadobné fotografovanie a kamerovanie, svadobné obrady, prenájom priestorov na hrade. Na Oravskom hrade je celoročne organizovaný veľký počet podujatí napr. : Veľká noc na Oravskom hrade, Thurzove slávnosti, Sokoliarske umenie dravých vtákov, Noc krvavej grófký, Dracula - Upír Nosferatu, Tajomný hrad - večerná prehliadka pre deti a pod.

Oravský hrad je otvorený celoročne, okrem mesiaca apríl. V mesiacoch november až marec je otvorený denne, v čase od 10:00 do 15:00, v mesiacoch máj a september denne od 8:30 do 17:00, v júni môžu návštevníci hrad navštíviť denne od 8:30 do 17:30, v júli a auguste sú otváracie hodiny denne od 8:30 do 18:00 a v októbri sú od 8:30 do 16:00. Hrad je zatvorený je v dňoch 24., 25., 26., 31. decembra a 1. januára. Vstup na hrad je povolený len so sprievodcom. Prehliadka veľkého okruhu trvá približne 2 hodiny a 45 minút, z toho 2 hodiny je prehliadka základného okruhu a 45 minút trvá prehliadka malého okruhu. Pre zahraničné skupiny je zabezpečená prehliadka buď v anglickom alebo poľskom jazyku. Vstupné je rozdielne podľa toho, aký okruh majú návštevníci záujem navštíviť. Pre návštevu základného okruhu sa vstupné člení podľa skupín návštevníkov :deti do 6 rokov

(zadarmo), deti do 6 rokov - vstup na podujatie (1 €), školské zájazdy a letné tábory (3 €), deti nad 6 rokov, študenti, dôchodcovia, ZŤP (3,50 €) a dospelí (7 €). Vstupné na malý okruh sa delí podľa skupín na vstupné pre deti do 6 rokov (zadarmo), deti do 6 rokov - vstup na podujatie (1 €), školské zájazdy a letné tábory (2,50 €), deti nad 6 rokov, študenti, dôchodcovia, ZŤP (2,50 €) a dospelí (5 €). Pre záujemcov o návštevu veľkého okruhu sa ponúka zvýhodnené vstupné : deti do 6 rokov (zadarmo), deti do 6 rokov - vstup na podujatie (1 €), školské zájazdy a letné tábory (5 €), deti nad 6 rokov, študenti, dôchodcovia, ZŤP (5 €) a dospelí (10 €). Hrad je prístupný aj pre ZŤP návštevníkov, avšak neumožňuje bezbariérový prístup.

Oravský hrad je lokalizovaný v centre obce Oravský Podzámok. Pod hradom sa nachádza turistické parkovisko. Návštevníci okrem vlastnej dopravy môžu využiť aj autobusovú a železničnú dopravu, pretože priamo v obci, v blízkosti hradu sa nachádza autobusová zastávka a železničná stanica. Pre návštevníkov je z hľadiska periodicity výhodnejšia autobusová doprava, pretože všetky autobusy, ktoré smerujú z okresu Dolný Kubín do okresov Tvrdošín či Námestovo, musia prejsť obcou.

Oravská lesná železnica je historická lesná úvratňová železnica a nachádza v blízkosti jednej z najchladnejších obcí Slovenska, Oravskej Lesnej. S obcou je spojená vedľajšou cestou dlhou 6 km. Vlaky pre návštevníkov ponúkajú vyhliadkovú jazdu, ktorá začína v stanici Tanečník. Pri stanici sa nachádza depo pre lokomotívy a vozne, múzeum, detské ihrisko, voliéra s pávmi a predajňa cestovných lístkov. Počas čakania na odchod vláčiku majú návštevníci možnosť navštíviť expozíciu o histórii Oravskej lesnej železnice. Vstupná miestnosť je venovaná vzniku a fungovaniu Oravskej lesnej železnice. Druhá resp. záverečná miestnosť zachytáva dejiny a súčasnosť Oravskej lesnej železnice.

Trať je dlhá 3 km a výstup na vrcholovú stanicu Sedlo Beskyd trvá takmer 20 minút. Počas prestávky na tejto stanici majú návštevníci možnosť vystúpiť na vyhliadkovú vežu a obzrieť si krásnu oravskú prírodu. Najnovšie je na tejto stanici otvorená aj goralská drevenica. Spolu s prestávkou a návratom do hlavnej stanice trvá vyhliadková jazda približne 1 hodinu a 10 minút (Oravské múzeum, 2017c). Oravská lesná železnica ponúka aj doplnkové služby napr. : predaj suvenírov, organizované podujatia ako Rozprávkový vláčik, Svätovánska jazda, Staň sa železničiarom, Lesnou železnicou za Mikulášom a pod.

Otváracie hodiny sú v mesiacoch január až marec denne, v čase od 11:00 do 15:45, v apríli je zatvorené okrem veľkonočných sviatkov, v máji až októbri denne, v čase od 9:30 do 17:00, v mesiacoch november a december je zatvorené, s výnimkou Mikuláša. Ceny vstupného sa líšia podľa toho, či si návštevník zakúpi jednosmerný alebo obojsmerný

lístok a aj podľa toho, či vozne a drezinu ťahá motorová alebo parná lokomotíva. Obojsmerný lístok zahŕňa jazdu vláčikom, prehliadku expozície na stanici Tanečník a goralskej drevenice. Vstupné na jazdu s motorovou lokomotívou je rozdielne pre deti do 6 rokov (zadarmo), deti do 6 rokov - podujatie (1 €), študenti, dôchodcovia, ZŤP (2,5 €), dospelí (5 €), pes, kočík, bicykel (2,5 €). Parná lokomotíva premáva iba počas organizovaných podujatí a vstupné je rozdelené pre jednotlivé skupiny : deti do 6 rokov (zadarmo), deti do 6 rokov - podujatie(1 €), študenti, dôchodcovia, ZŤP (4 €), dospelí (8 €), pes, kočík, bicykel (2,5 €).

Pri stanici Tanečník sa nachádza bezplatné parkovisko. Z verejnej dopravy môžu návštevníci využiť len autobusovú dopravu do obce Oravská Lesná. Z mesta Dolný Kubín autobusy do Oravskej Lesnej odchádzajú často, priame autobusové spojenia sú zriedkavé a väčšinou je potrebné raz prestupovať. Z Tvrdošína je potrebné prestupovať minimálne jedenkrát v Námestove.

Literárna expozícia P. O. H. sídli v budove Čaplovičovej knižnice na Hviezdoslavovom námestí, v Dolnom Kubíne. Expozícia je situovaná v troch miestnostiach a jej cieľom je návštevníkom priblížiť život a tvorbu Pavla Országha Hviezdoslava, významného realistického autora slovenskej literatúry. Návštevníci môžu počas prehliadky vidieť napr. jeho pracovňu, dary k životným výročiam, osobné predmety básnika a pod. Pred budovou sa nachádza aj socha Hviezdoslava v nadživotnej veľkosti. V priestoroch Literárnej expozície P. O. H. sa organizujú aj rôzne podujatia, najbližšie sa tam uskutoční prednáška *Život na šľachtickom dvore*.

Literárna expozícia je otvorená celoročne. V období od 1.5. do 31. 10. je otvorená od utorok do soboty v čase od 8:00 do 16:00, v nedeľu od 10:00 do 17:00 a v pondelky je zatvorená. Pre návštevníkov, ktorí majú záujem o prehliadku v období od 1. 11. do 30.4. je otvorená od pondelku do piatku, v čase od 8:00 do 16:00. Pokiaľ by v tomto období mali návštevníci záujem o návštevu počas víkendu, je potrebné si prehliadku vopred rezervovať. Vstupné do priestorov expozície je jednotné počas celého roka. Pre deti do 6 rokov je vstupné zadarmo, pre deti nad 6 rokov, študentov, seniorov, ZŤP je výška vstupného 1 € a dospelí platia za prehliadku 2 €. Pokiaľ návštevníci navštívia aj expozíciu Čaplovičovej knižnice, majú zvýhodnené vstupné. Pre školské zájazdy a letné tábory nie je uvedená cena za návštevu Literárnej expozície, pretože sa predpokladá vstup skupiny do oboch expozícií. Osoby v týchto skupinách platia za vstupné do oboch expozícií 1 €.

Dopravná dostupnosť je dobrá, pretože mesto Dolný Kubín je okresné mesto a premáva tu aj autobusová aj železničná doprava. V blízkosti námestia sa nachádza autobusová

zastávka, na ktorej stoja takmer všetky autobusy. V meste je možné využiť na prepravu taxi službu. Parkovanie osobných automobilov je možné v okolí Hviezdoslavovho námestia.

Čaplovičova knižnica sa nachádza v budove, ktorá je kultúrnou pamiatkou. Za zakladateľa knižnice sa považuje Vavrinec Čaplovič, ktorý daroval Orave svoju súkromnú zbierku 20 000 knižných diel. V zbierke knižnice sa nenachádzajú len slovenské diela ale aj európske a svetové. Na konci roka 2016 sa v knižnici nachádzalo 93 123 kníh. Čaplovičova knižnica umožňuje okrem prehliadky expozície aj iné služby a to reprografické služby, digitálne fotografovanie, skenovanie materiálov, výpožičky a sprístupňuje historický fond bádateľskej verejnosti.

Knižnica má rozdielne otváracie hodiny v mesiacoch máj - október a november - apríl. Od mája do októbra môžu návštevníci knižnicu navštíviť od utorka do soboty v čase od 8:00 do 16:00 a v nedeľu od 10:00 do 17:00. V období mesiacov november až marec je knižnica otvorená pre verejnosť od pondelka do piatku v čase od 8:00 do 16:00. Pokiaľ majú návštevníci záujem o prehliadku v sobotu alebo nedeľu, je potrebné si rezervovať návštevu. Vstupné je rozdielne pre rôzne skupiny návštevníkov. Deti do 6 rokov majú nárok na prehliadku zdarma, deti nad 6 rokov, študenti, seniori a ZŤP platia za prehliadku 1 € a dospelé osoby zaplatia 2 €. V prípade s kombinovanou návštevou Čaplovičovej knižnice a Literárnej expozície P. O. H. zaplatia deti nad 6 rokov, študenti, seniori a ZŤP sumu 1,50 €, pre dospelých je zvýhodnené vstupné v sume 2,50 €, školské zájazdy a letné tábory zaplatia 1 € na osobu.

Dopravná dostupnosť k Čaplovičovej knižnici je veľmi dobrá. Nachádza sa na Hviezdoslavovom námestí v Dolnom Kubíne. Parkovanie je možné v blízkosti námestia na viacerých parkoviskách. Atraktivita sa nachádza v centre okresného mesta Dolný Kubín, v blízkosti sa nachádza autobusová zastávka a o niečo ďalej aj železničná a vlaková stanica, v okolí ktorej sa nachádza aj parkovisko pre taxi službu. Mestom prechádzajú autobusové spojenia z rôznych častí Slovenska.

Dom Martina Kukučina sa nachádza v obci Jasenová. Spoločne s hospodárskymi budovami, s ktorými tvorí jeden celok, prezentuje prostredie, v ktorom sa narodil a vyrástol Martin Kukučín. Okrem života a tvorby tohto významného prozaika približuje návštevníkom aj život a práce obyvateľov koncom 19. storočia, dobový dedinský nábytok, pracovné náradie a nástroje využívané v domácnostiach aj v poľnohospodárstve.

Pre návštevníkov je pamätný dom Martina Kukučina sprístupnený od 15. 4. do 31. 10. V pondelky je expozícia zatvorená. V mesiacoch jún a august je sprístupnená od utorka do

nedele v čase od 8:00 do 15:00. V ostatných mesiacoch je otvorená od utorku do nedele v čase od 8:30 do 16:00. Vstupné sa delí do troch skupín na vstupné pre deti do 6 rokov, vstupné pre deti nad 6 rokov, študentov, seniorov a ZŤP a na vstupné pre dospelých. Deti do 6 rokov majú vstup zadarmo, deti nad 6 rokov, študenti, seniori a ZŤP za 1 € a dospelí majú vstup za 2 €.

Obec Jasenová sa nachádza približne 5 km od mesta Dolný Kubín. Obcou prechádza autobusová doprava, autobusy z Dolného Kubína jazdia cez Jasenovú v častých intervaloch. Do obce je možné sa dostať aj osobným automobilom, parkovanie je možné pri obecnom úrade alebo priamo na ulici, na ktorej sa nachádza dom Martina Kukučina.

Florinov dom je dvojpodlažný remeselnícky dom, ktorý je atraktívny tým, že v ňom žil Teodor Herkeľ Florin. Pre návštevníkov je sprístupnená pamätná izba s pôvodným zariadením, s jeho básnickými zbierkami a s predmetmi osobnej spotreby. V ostatných priestoroch sa organizujú krátkodobé tematické výstavy, napr. Žijem na strome a je mi dobre, Podzemné bohatstvo Oravy, Povedz mi čo čítaš, A národ oboril sa na národ a pod.

Expozícia Florinov dom je pre návštevníkov otvorená celoročne od pondelka do piatku v čase od 8:00 do 16:00. Oravské múzeum umožňuje záujemcom aj víkendové prehliadky, je však potrebné sa na ne vopred nahlásiť. V sobotu je po dohode možná návšteva v čase od 8:00 do 16:00 a v nedeľu v čase od 10:00 do 17:00. Deti do 6 rokov majú vstup zadarmo, deti nad 6 rokov, študenti, dôchodcovia a ZŤP platia 0,5 € a dospelí za prehliadku zaplatia 1 €.

Florinov dom sa nachádza v historickom centre Dolného Kubína, neďaleko Hviezdoslavovho námestia. Dopravná dostupnosť z hľadiska lokalizácie je veľmi dobrá. V blízkosti námestia sa nachádza autobusová zastávka a o niečo ďalej aj železničná a vlaková stanica, v okolí ktorej sa nachádza aj parkovisko pre taxi službu. Mestom prechádzajú autobusové spojenia z rôznych častí Slovenska. Pokiaľ návštevníci využívajú na prepravu osobný automobil, je parkovanie možné na parkoviskách v okolí námestia.

Expozícia Milo Urban sa nachádza v hájovni, v ktorej Milo Urban žil. Expozícia sa skladá z predmetov osobnej spotreby, kópie jeho pracovne z chorvátskeho Grobu, venuje sa jeho novinárskej a prekladateľskej práci i románu Živý bič. Táto expozícia bola sprístupnená v roku 2012 a nachádza sa v objekte, ktorý patrí do areálu Hviezdoslavovej hájovne.

Expozícia Milo Urban je pre návštevníkov sprístupnená od polovice apríla do konca októbra, vo všetky dni okrem pondelkov. V utorok až sobotu môžu návštevníci obdivovať expozíciu v čase od 9:00 do 16:30 a v nedeľu v čase od 10:30 do 18:00. Prehliadka je pre

deti do 6 rokov zadarmo, pre deti nad 6 rokov, študentov, dôchodcov a ZŤP za 1 € a pre dospelých za 2 €. Pre návštevníkov, ktorí navštívia aj Hviezdoslavovu hájovňu je zvýhodnené vstupné. Deti do 6 rokov majú návštevu oboch expozícií zdarma, deti nad 6 rokov, študenti, dôchodcovia a ZŤP zaplatia za návštevu oboch expozícií 1,50 € a dospelí 2,5 €. Pre školské výlety a letné tábory je vstupné na osobu pri návšteve oboch expozícií 1 €.

Expozícia Milo Urban sa nachádza v lokalite Slaná voda, približne 7 km od Oravskej Polhory. Dopravná dostupnosť je vyhovujúca len čiastočne, pretože autobusová doprava premáva len do obce Oravská Polhora. Zvyšnú trasu návštevníci musia prejsť pešo. Pre návštevníkov, ktorí cestujú osobným automobilom je odbočka na Slanú vodu nevýrazná a ľahko prehliadnuteľná. Po približne 2,5 km, pri chate Slaná voda treba auto odstaviť a pokračovať pešo. Pešiu trasu je možné absolvovať po asfaltovej ceste alebo chodníkom cez les. Pešia prechádzka je nenáročná a trvá 30 až 40 minút.

Hviezdoslavova hájovňa je prvé literárne múzeum na Slovensku, ktoré je venované konkrétnemu literárnemu dielu. Ide o dielo Hájnikova žena od autora P. O. Hviezdoslava, ktorý hájovňu v minulosti navštevoval. Expozícia Hviezdoslavovej Hájnikovej ženy predstavuje na jednej strane nádherné prostredie, z ktorého Hviezdoslav čerpal inšpiráciu a na druhej strane približuje jeho dielo. Expozíciu tvorí zrekonštruovaný obytný priestor hájnikovej rodiny, pracovný priestor Hviezdoslava s jeho rukopismi, prezentácia Hájnikovej ženy cez výtvarné, dramatické a filmové spracovanie.

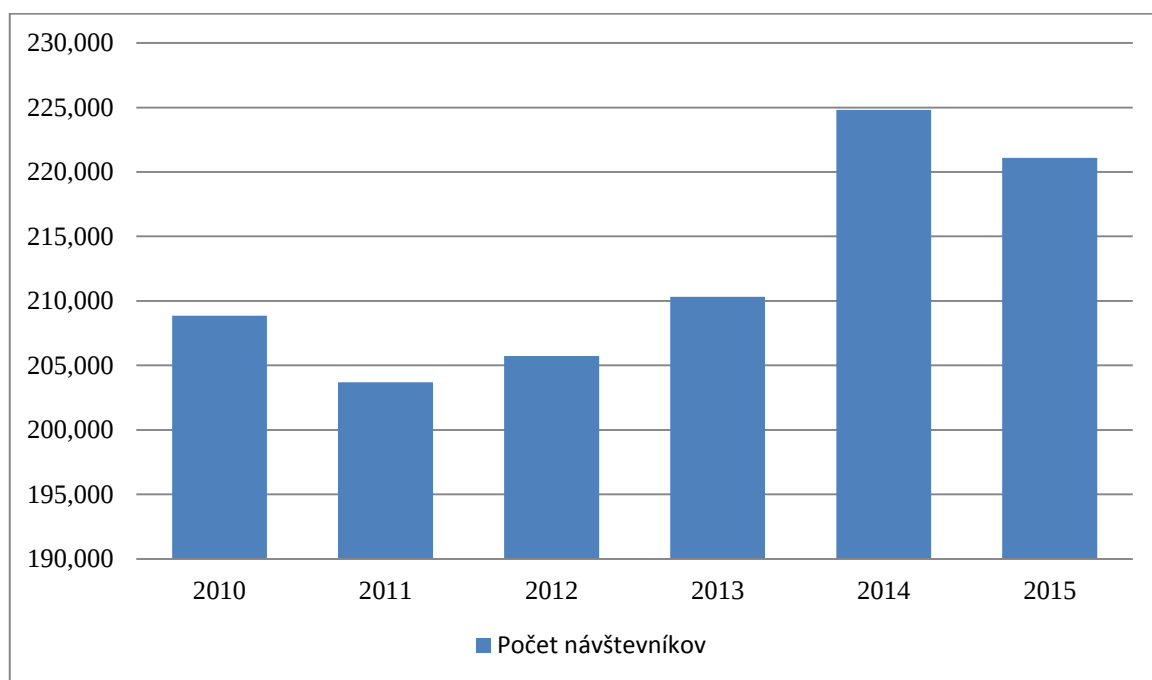
Expozícia je verejnosti prístupná od polovice apríla do konca októbra. Hájovňa je zatvorená v pondelky, od utorka do soboty je otvorená v čase od 9:00 do 16:30 a v nedeľu je návšteva možná od 10:30 do 18:00. Prehliadka je pre deti do 6 rokov zadarmo, pre deti nad 6 rokov, študentov, dôchodcov a ZŤP za 1 € a pre dospelých za 2 €. Návštevníkom, ktorí navštívia aj expozíciu Milo Urban je poskytnuté zvýhodnené vstupné : deti do 6 rokov majú návštevu oboch expozícií zdarma, deti nad 6 rokov, deti nad 6 rokov, študenti, dôchodcovia a ZŤP zaplatia za návštevu oboch expozícií 1,50 € a dospelí 2,5 €. Pre školské výlety a letné tábory je vstupné na osobu pri návšteve oboch expozícií 1 €.

Hviezdoslavova hájovňa je situovaná v lokalite Slaná voda, rovnako ako expozícia Milo Urban. Dopravná dostupnosť je vyhovujúca len čiastočne, pretože autobusová doprava premáva len do obce Oravská Polhora. Zvyšnú trasu návštevníci musia prejsť pešo. Pre návštevníkov, ktorí cestujú osobným automobilom je odbočka na Slanú vodu nevýrazná a ľahko prehliadnuteľná. Po približne 2,5 km, pri chate Slaná voda treba auto odstaviť a

pokračovať pešo. Pešiu trasu je možné absolvovať po asfaltovej ceste alebo chodníkom cez les. Pešia prechádzka je nenáročná a trvá 30 až 40 minút.

2.2. Návštevnosť expozícií Oravského múzea v rokoch 2010 - 2015

Oravské múzeum v rokoch 2010 až 2015 navštívilo 1 274 501 návštevníkov. Najvyššiu návštevnosť dosiahlo Oravské múzeum v roku 2014 (224 818 návštevníkov) a najnižšiu návštevnosť dosiahlo v roku 2011 (203 694 návštevníkov). Návštevnosť Oravského múzea v jednotlivých rokoch mala kolísavý charakter (graf 1).



Graf 1 Návštevnosť Oravského múzea v rokoch 2010 - 2015

Prameň: Vlastné spracovanie podľa Výročnej správy OM 2015, 2016a.

Jednotlivé kultúrne atraktivity Oravského múzea dosiahli najvyššiu návštevnosť v roku 2010 okrem Oravskej lesnej železnice a expozície Milo Urban. Oravská lesná železnica dosiahla najvyššiu návštevnosť v roku 2015 a expozícia Milo Urban dosiahla najvyššiu návštevnosť v roku 2014. V roku 2015 sa celková návštevnosť Oravského múzea zvýšila o 6 % oproti roku 2010. Návštevnosť jednotlivých atraktivít v roku 2015 zaznamenala oproti roku 2010 pokles. Výnimkou sú len Oravská lesná železnica a expozícia Milo Urban, ktorých návštevnosť v roku 2015 v porovnaní s rokom 2010 vzrástla. Pri Oravskej lesnej železnici návštevnosť vzrástla až o 135 %. Expozícia Milo Urban bola otvorená až v roku 2012 a jej návštevnosť v roku 2015 vzrástla oproti roku 2012 o 93% (tabuľka 2).

Tabuľka 2 Návštevnosť jednotlivých expozícií Oravského múzea v rokoch 2010 - 2015

Atraktivita/Rok	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Index 2015/ 2010
Oravský hrad	166 663	159 577	158 829	161 043	166 225	162 381	0,97
Oravská lesná železnica	15 385	22 219	24 430	27 345	33 127	36 204	2,35
Literárna expozícia P.O.H.	8 750	7 578	7 801	7 134	7 428	6432	0,74
Čaplovičova knižnica	2 096	1 890	1 526	1 583	1 735	1 639	0,78
Dom Martina Kukučina	7 031	5 633	5 916	5 270	5 972	5 144	0,73
Florinov dom	3 272	2 525	1 938	1 559	2 114	1 804	0,55
Milo Urban	0	0	1 908	3 049	3 947	3 685	1,93 ¹
Hviezdoslavova hájovňa	5 666	4 272	3 373	3 333	4 270	3 800	0,67
Spolu	208 863	203 694	205 721	210 316	224 818	221 089	1,06

Prameň: Vlastné spracovanie podľa Výročnej správy OM 2015, 2016a.

V sledovanom období najviac návštevníkov navštívilo Oravský hrad, konkrétne 974 718 návštevníkov. Z celkovej návštevnosti Oravského múzea títo návštevníci predstavujú 76%. Druhou najnavštevovanejšou kultúrnou atraktivitou bola Oravská lesná železnica, oproti Oravskému hradu však jej návštevníci tvorili len 12 % z celkovej návštevnosti Oravského múzea. Len 1 % sa na návštevnosti Oravského múzea podieľali Čaplovičova knižnica, Florinov dom a Milo Urban. Z týchto kultúrnych atraktivít návštevníci navštívili Čaplovičovú knižnicu v najnižšom počte (tabuľka 3).

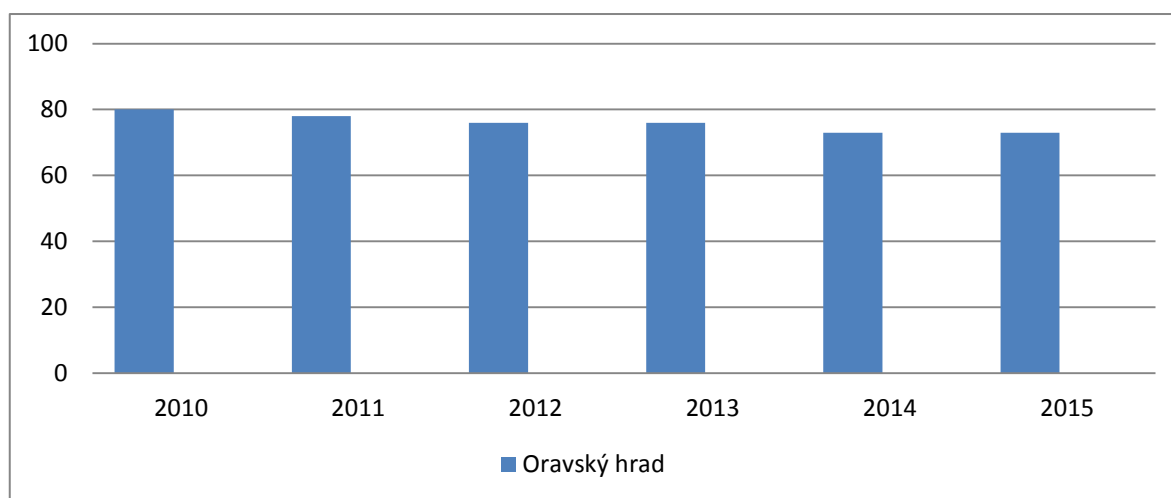
¹ Pri expozícii Milo Urban je index 2015/2012, pretože táto expozícia bola verejnosti sprístupnená až v roku 2012.

Tabuľka 3 Podiel návštevnosti vybraných atraktivít na celkovej návštevnosti Oravského múzea v sledovanom období

Atraktivita/Počet návštevníkov	Počet návštevníkov za roky 2010 - 2015	Podiel návštevníkov za roky 2010 - 2015 v %
Oravský hrad	974 718	76
Oravská lesná železnica	158 710	12
Literárna expozícia P.O.H.	45 123	4
Čaplovičova knižnica	10 469	1
Dom Martina Kukučina	34 966	3
Florinov dom	13 212	1
Milo Urban	12 589	1
Hviezdoslavova hájovňa	24 714	2
Spolu	1 274 501	

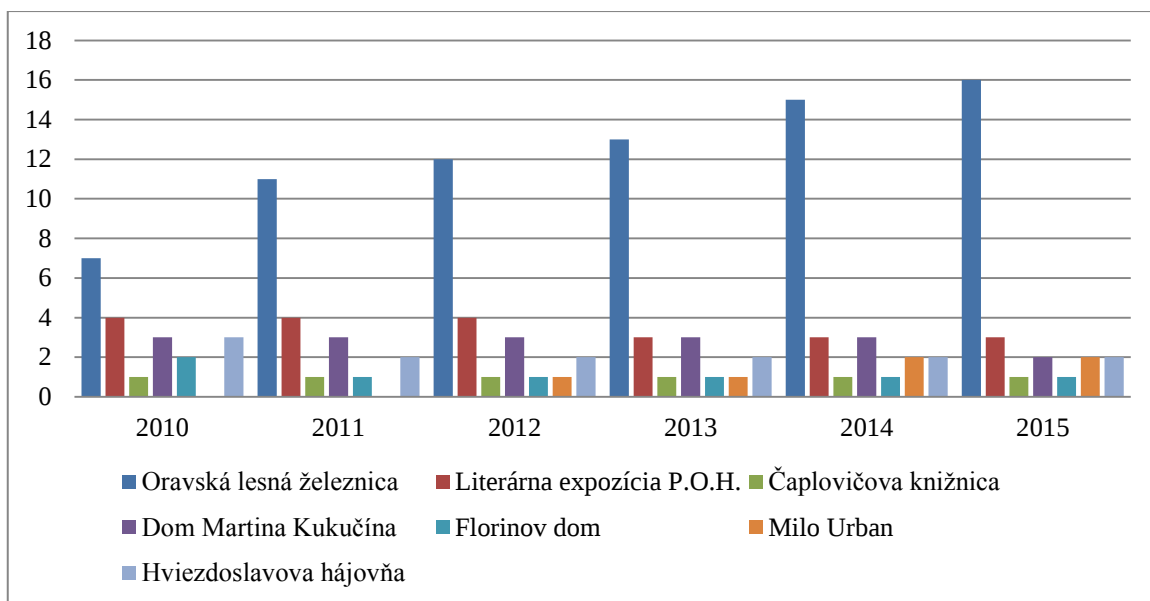
Prameň: Vlastné spracovanie, 2017.

Počas sledovaného obdobia za roky 2010 - 2015 tvorila návštevnosť Oravského hradu až 76 % z celkovej návštevnosti Oravského múzea. Od roku 2010 však jeho podiel na celkovej návštevnosti klesá. V roku 2010 bol podiel návštevníkov až 80 %, v roku 2015 sa znížil na 73 %. Ostatné kultúrne atraktivity netvoria dokopy ani 1/3 celkovej návštevnosti Oravského múzea (graf 2). Z tohto dôvodu je prehľadnejšie porovnávanie podielu na celkovej návštevnosti rozdeliť na 2 skupiny - Oravský hrad a všetky ostatné kultúrne atraktivity.



Graf 2 Podiel návštevnosti Oravského hradu na celkovej návštevnosti Oravského múzea
Prameň : Vlastné spracovanie, 2017.

Podiel všetkých ostatných kultúrnych atraktivít na návštevnosti Oravského múzea je za sledované obdobie 24 %, z toho je najviac navštevovaná Oravská lesná železnica, ktorej podiel na celkovej návštevnosti sa každým rokom zvyšuje. Ostatné kultúrne atraktivity zaznamenali za sledované obdobie minimálne zmeny. Potenciál na zvýšenie podielu na celkovej návštevnosti má expozícia Milo Urban, ktorá je otvorená len 4 roky a už ju navštívilo viac návštevníkov ako napr. Čaplovičovú knižnicu (graf 3).



Graf 3 Podiel návštevnosti jednotlivých atraktivít na návštevnosti Oravského múzea
Prameň : Vlastné spracovanie, 2017.

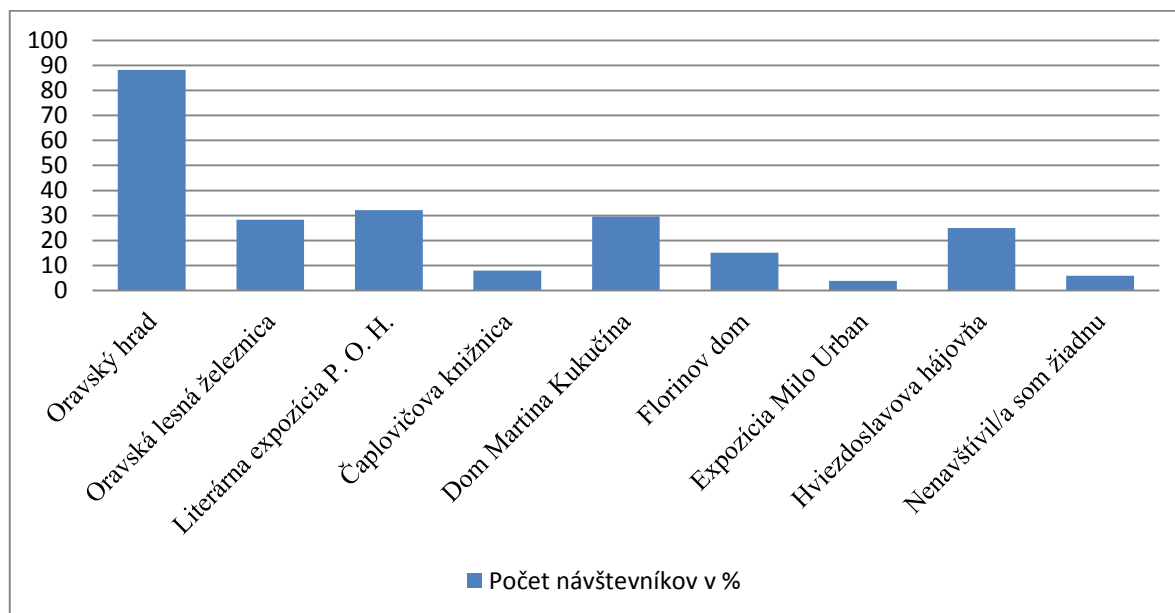
V roku 2015 boli návštevníkmi najvyhľadávanejšie podujatia, a to najmä nočné prehliadky Oravského hradu. Nočná prehliadka Dracula – upír Nosferatu v roku 2015 zaznamenala najvyššiu návštevnosť až 1 139 návštevníkov. Mikuláš na Oravskom hrade je každoročne veľmi obľúbené podujatie a v roku 2015 ho navštívilo 1 823 návštevníkov počas 4 hodín. Oravský hrad a Oravskú lesnú železnicu navštívili aj zahraničné delegácie, diplomati, novinári aj mnohé významné osobnosti (Oravské múzeum, 2016b).

2.3. Vyhodnotenie dotazníkového prieskumu

Dotazníkového prieskumu sa zúčastnilo 152 respondentov, z toho 77,6 % žien a 22,4 % mužov. Dotazník sme pripravili len pre domácich návštevníkov, otázky z ktorých pozostával uvádzame v prílohe 2. Najviac respondentov pochádzalo zo Žilinského kraja (79,6 %), z toho väčšinu zastupovali obyvatelia Oravského regiónu (62,5 %). Zvyšných 20,4 % respondentov žije v Bratislavskom (1,3 %), Trnavskom (2 %), Trenčianskom (3,9 %), Nitrianskom (2,6 %), Banskobystrickom (8,6 %), Prešovskom (1,3 %) a Košickom kraji (0,7 %). Na otázky odpovedalo 53,3 % respondentov vo veku 16 - 24 rokov, 31,6 % vo veku 25 - 34 rokov, 13,2 % vo veku 35 - 54 rokov a 1,9 % vo veku 55 a viac rokov. Na základe týchto výsledkov nemôžeme určiť, aká veková skupina návštevníkov prevláda pri návšteve vybraných kultúrnych atraktivít. Dôvodom je, že dotazník bol vyplňaný prostredníctvom internetu, v používaní ktorého prevládajú mladí ľudia. Prostredníctvom dotazníka sme zisťovali aj najvyššie dosiahnuté vzdelanie respondentov, najviac respondentov ukončilo stredoškolské vzdelanie s maturitou (56,6 %). Ďalej nasledovali

respondenti s ukončeným vysokoškolským vzdelaním I. stupňa (13,8 %), vysokoškolským vzdelaním II. stupňa (13,2 %), stredoškolským vzdelaním bez maturity (11,8 %), základným vzdelaním (3,9 %) a najmenej respondentov ukončilo vysokoškolské vzdelanie III. stupňa (0,7 %). Návšteva kultúrnych atraktivít teda nie je ovplyvnená vyšším vzdelaním respondentov. Jedným z faktorov, ktorý ovplyvňuje dopyt po cestovnom ruchu je aj príjem návštevníkov. Najviac respondentov uviedlo, že ich čistý mesačný príjem je priemerne od 0 - 200 € (30,9 %), ďalšie skupiny respondentov uviedli, že zarobia priemerne 201 - 400 € (18,4 %), 401 - 600 € (28,9 %), 601 - 800 € (8,6 %) a viac ako 800 € (13,2 %). Na základe výsledkov dotazníkového prieskumu sa nepotvrdilo teoretické vymedzenie, že kultúrne atraktivity navštevujú ľudia s vyšším vzdelaním a príjmom. Základné informácie o respondentoch uvádzame v prílohe 3.

V úvode dotazníka sme zisťovali, ktoré z vybraných kultúrnych atraktivít cestovného ruchu v Oravskom regióne respondenti navštívili. V tejto otázke bolo možné vyplniť viacero odpovedí, a to Oravský hrad (88,2 %), Oravská lesná železnica (28,3 %), Literárna expozícia P. O. H. (32,2 %), Čaplovičova knižnica (7,9 %), dom Martina Kukučina (29,6 %), Florinov dom (15,1 %), expozícia Milo Urban (3,9 %), Hviezdoslavova hájovňa (25 %) a možnosť nenavštívil/a som žiadnu z uvedených atraktivít (5,9 %) (graf 4).



Graf 4 Návštevnosť vybraných atraktivít respondentmi
Prameň : Vlastné spracovanie, 2017.

Následne sme sa respondentov pýtali, aký dlhý čas strávili v Oravskom regióne. Až 62,5 % respondentov žije v Oravskom regióne. 5,3 % respondentov nenavštívilo Oravský región, 13,8 % strávilo v Oravskom regióne jeden deň, 0,7 % dva dni, 3,3 % tri dni, 1,3 %

štyri dni, 2 % päť dní a 11,1 % návštevníkov strávilo na Orave viac ako päť dní. Z týchto výsledkov môžeme určiť, že najväčší podiel na návšteve turisti (18,4 %) a výletníci (13,8 %) (tabuľka 4).

Tabuľka 4 Počet dní, ktoré strávili respondenti v Oravskom regióne

Návštevník/Podiel na návšteve (%)	Počet dní	Počet návštevníkov (%)	Spolu (%)
Výletník	1	13,8	13,8
Turista	2	0,7	18,4
	3	3,3	
	4	1,3	
	5	2,0	
	Viac ako 5	11,1	

Prameň: Vlastné spracovanie, 2017.

V ďalšej časti dotazníka mali respondenti určiť, ktorej navštívenej atraktivity sa budú nasledujúce otázky venovať. Otázky boli zamerané na identifikáciu primárne, sekundárne a terciárne navštevovaných atraktivít, faktory a motívy ovplyvňujúce rozhodovanie respondentov navštíviť atraktivitu, s kým atraktivitu respondenti navštívili a či by odporučili návštevu aj svojim známym.

Na otázku s kým vybrané kultúrne atraktivity navštívili, respondenti odpovedali najmä s rodinou, s priateľmi a s partnerom/partnerkou resp. manželom/manželkou. S rodinou navštevujú respondenti prevažne Oravský hrad (45,9 %) a Oravskú lesnú železnicu (41,2%). S priateľmi navštívili respondenti prevažne Literárnu expozíciu P. O. H. (50 %), dom Martina Kukučina (75 %), Florinov dom (50 %) a Hviezdoslavovu hájovňu (50 %). Čaplovičova knižnica a expozícia Milo Urban sa odlišujú v odpovediach od ostatných kultúrnych atraktivít. Návštevníci expozície Milo Urban ju navštívili s partnerom/partnerkou resp. manželom/manželkou (50 %) a s deťmi (50 %). Respondenti, ktorí navštívili Čaplovičovú knižnicu ju navštívili s partnerom/partnerkou resp. manželom/manželkou (50 %) a so spolužiakmi v rámci školského výletu (50 %). V rámci školského výletu navštívili respondenti aj Oravský hrad (1 %) a Oravskú lesnú železnicu (1%) (príloha 4).

Oravský hrad (81,6 %), Oravská lesná železnica (70,6 %), Literárna expozícia P. O. H. (50 %) a dom Martina Kukučina (87,5 %) predstavovali podľa odpovedí respondentov hlavnú úlohu pri rozhodovaní o návšteve Oravského regiónu, môžeme ich teda označiť ako primárne navštevované kultúrne atraktivity. Ako sekundárne navštevované kultúrne atraktivity môžeme označiť expozíciu Milo Urban (100 %) a Hviezdoslavovu hájovňu (62,5 %). Terciárne navštevovaná kultúrna atraktivita je Florinov dom (75 %) a

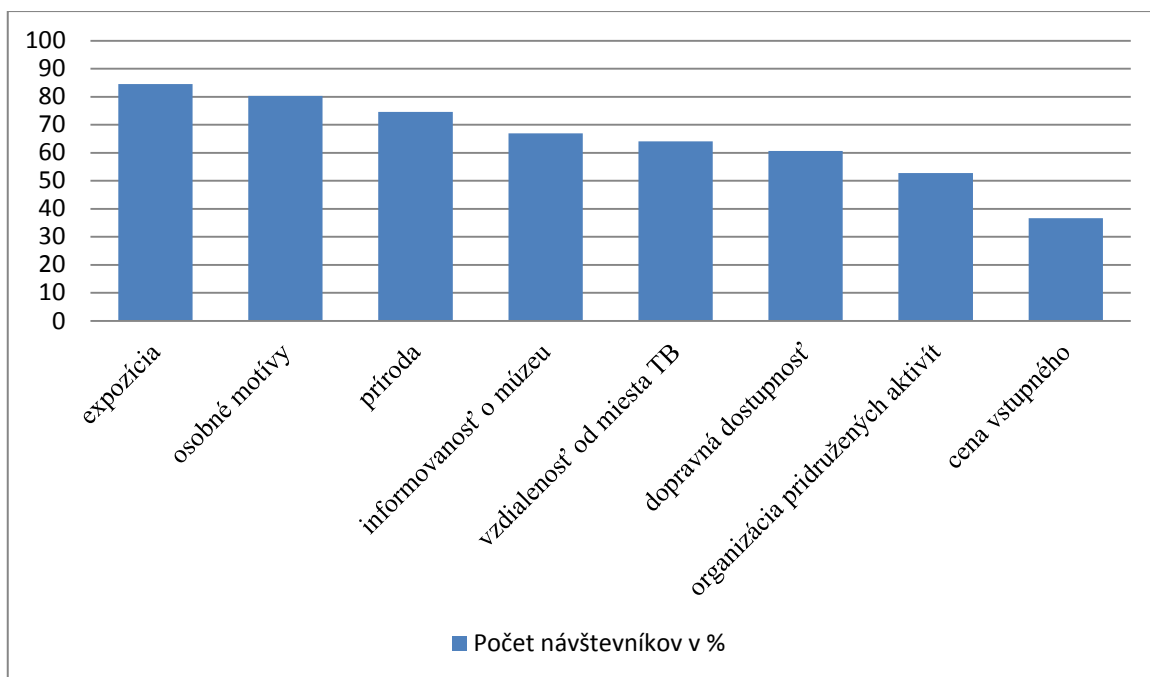
Čaplovičovú knižnicu považujú respondenti rovnako za sekundárne aj terciárne navštevovanú kultúrnu atraktivitu (tabuľka 5).

Tabuľka 5 Vplyv jednotlivých atraktivít na rozhodovanie o návšteve Oravského regiónu

Atraktivita/Dôvod návštevy (%)	Primárne navštevovaná atraktivita	Sekundárne navštevovaná atraktivita	Terciárne navštevovaná atraktivita
Oravský hrad	81,6	14,3	4,1
Oravská lesná železnica	70,6	23,5	5,9
Literárna expozícia P.O.H.	50	25	25
Čaplovičova knižnica	0	50	50
Dom Martina Kukučina	87,5	12,5	0
Florinov dom	25	0	75
Milo Urban	0	100	0
Hviezdoslavova hájovňa	37,5	62,5	0

Prameň: Vlastné spracovanie, 2017.

Na základe dotazníkového prieskumu môžeme určiť, ktoré faktory ovplyvňujú návštevnosť Oravského múzea P. O. H. Najdôležitejším faktorom je podľa respondentov expozícia (84,5 %), ďalej nasledujú osobné motívy (80,3 %), príroda v okolí (74,6 %), informovanosť o múzeu (66,9 %), vzdialenosť od miesta trvalého bydliska (64,1 %), dopravná dostupnosť (60,6 %), organizácia pridružených aktivít (52,8 %) a najmenej dôležitým faktorom pri rozhodovaní o návšteve je cena vstupného (36,6 %) (graf 5). Návštevníkov pri návšteve Oravského hradu najviac ovplyvňujú faktory ako expozícia (89,8 %), osobné motívy (82,6 %) a príroda v okolí (74,4 %), pri návšteve Oravskej lesnej železnice príroda v okolí (100%), informovanosť o múzeu (82,4 %) a osobné motívy (82,3 %). Návštevu Literárnej expozície P. O. H. ovplyvňujú najmä expozícia (75 %), dopravná dostupnosť (75 %) a vzdialenosť od miesta trvalého bydliska (75 %). Čaplovičovú knižnicu ovplyvňujú najmä dopravná dostupnosť (100 %), vzdialenosť od miesta trvalého bydliska (100 %) a osobné motívy (100 %). Pre návštevu domu Martina Kukučina sú dôležité faktory dopravná dostupnosť (62,5 %), expozícia (62,5 %) a informovanosť o múzeu (50 %). Návštevníkov pri rozhodovaní o návšteve Florinového domu ovplyvňujú faktory vzdialenosť od miesta trvalého bydliska (75 %), expozícia (75 %) a informovanosť o múzeu (75 %). Na návštevnosť expozície Milo Urban a Hviezdoslavovej hájovne majú vplyv najmä príroda v okolí (100%), osobné motívy (100 %) a expozícia (100 %).



Graf 5 Faktory, ktoré ovplyvnili návštevnosť Oravského múzea P. O. Hviezdoslava
Prameň : Vlastné spracovanie, 2017.

Jedným z najmenej dôležitých faktorov, ktorý respondenti uviedli je cena vstupného, ktorú nevnímajú ako dôležitú ani návštevníci Oravského hradu (47%), domu Martina Kukučina (37,5 %), Florinovho domu (50 %), expozície Milo Urban (50 %) a ani návštevníci Hviezdoslavovej hájovne (62,5 %). Ďalším málo významným faktorom, ktorý ovplyvňuje návštevnosť vybraných kultúrnych atraktivít je organizácia pridružených aktivít, a to pre návštevníkov Oravskej lesnej železnice (41,1 %) a expozície Milo Urban (100%). Informovanosť o múzeu nie je rozhodujúcim faktorom ovplyvňujúcim návštevnosť Literárnej expozície P. O. H. (50 %) a prírodu v okolí nepovažujú za dôležitú hlavne návštevníci Čaplovičovej knižnice (50%).

Vzhľadom na to, že osobné motívy predstavujú druhý najvýznamnejší faktor ovplyvňujúci návštevnosť vybraných kultúrnych atraktivít, pýtali sme sa respondentov, ktoré motívy ich vedú k návšteve vybraných atraktivít. Z uvedených motívov viac ako polovica respondentov považuje za dôležité zážitok (56,3%), poznávanie kultúry (56,3%), aktívne využitie voľného času (51,4 %) a oddych a uvoľnenie (50,7 %). Z pohľadu jednotlivých atraktivít je pre návštevníkov troch kultúrnych atraktivít je najviac dôležitým motívom návštevy vzdelávanie, a to pre návštevníkov Literárnej expozície P. O. H. (75 %), Florinovho domu (75 %) a domu Martina Kukučina (75 %). Za najmenej dôležité motívy sú podľa výsledku dotazníka považované nadviazanie nových kontaktov (0,7 %), sebazdokonaľovanie (8,5 %) a odporúčanie známych/priateľov (10,6 %) (tabuľka 6).

Tabuľka 6 Vplyv jednotlivých motívov na návštevnosť vybraných kultúrnych atraktivít

Motív /Počet respondentov	Počet respondentov	Počet respondentov (%)
Zážitok	80	56,3
Poznávanie kultúry	74	52,1
Aktívne využitie voľného času	73	51,4
Oddych a uvoľnenie	72	50,7
Vzdelávanie	50	35,21
Útek od všedného dňa	25	17,6
Dobrodružstvo	24	16,9
Záujem o umenie	20	14,1
Návšteva priateľov a známych	19	13,4
Odporúčania priateľov a známych	15	10,6
Sebazdokonaľovanie	12	8,5
Nadviazanie nových kontaktov	1	0,7

Prameň: Vlastné spracovanie, 2017.

Nie všetci ľudia majú záujem o návštevu kultúrnych atraktivít, preto sme sa respondentov opýtali na ich názor, prečo ľudia nemajú záujem o návštevu vybraných kultúrnych atraktivít v Oravskom regióne. Najčastejšie odpovede boli nezáujem o kultúru (53,9 %), nedostatočná informovanosť o existencii a ponuke kultúrnej atraktivity (53,3 %) a nedostatok voľného času (42,1 %) (tabuľka 7).

Tabuľka 7 Prekážky návštevnosti vybraných kultúrnych atraktivít

Prekážka / Počet respondentov	Počet respondentov	Počet respondentov (%)
Zlá dopravná dostupnosť	28	18,4
Nie je zabezpečený bezbariérový prístup	24	15,8
Nedostatočná informovanosť o existencii a ponuke kultúrnej atraktivity	81	53,3
Vysoká cena vstupného	14	9,2
Nedostatok voľného času	64	42,1
Vnímanie atraktivity ako nudné a nepríťažlivé miesto	32	21,2
Nezáujem o kultúru	82	53,9
Človek nevie, čo má počas návštevy robiť	24	15,8

Prameň: Vlastné spracovanie, 2017.

2.4. Zhodnotenie návštevnosti Oravského múzea

Najnavštevovanejšie kultúrne atraktivity Oravského múzea sú Oravský hrad a Oravská lesná železnica, najmenej navštevovaná je Čaplovičova knižnica. Vysokú návštevnosť dosahujú kultúrne atraktivity najmä vďaka organizovaným kultúrnym podujatiam. Kultúrne atraktivity Oravského múzea navštevujú všetky vekové skupiny a preto by sa prevádzkovatelia týchto kultúrnych atraktivít nemali zameriavať len na niektoré skupiny. Návštevnosť kultúrnych atraktivít nie je ovplyvnená vyšším vzdelaním návštevníkov ani

vyššími príjmami, pretože ceny sú prijateľné. Vybrané kultúrne atraktivity navštevujú turisti, výletníci aj domáci obyvatelia Oravského regiónu. Vďaka takémuto rôznorodému zastúpeniu sa rozvíja cestovný ruch v Oravskom regióne, pretože návštevníci Oravského múzea trávajú v Oravskom regióne aj viac ako jeden deň a majú teda dostatočný fond voľného času na návštevu viacerých kultúrnych atraktivít a zariadení cestovného ruchu.

Na návštevníkov majú veľký vplyv faktory ako expozícia, osobné motívy a príroda v okolí a dôležitá nie je pre návštevníkov cena vstupného. Vďaka tomu môžeme vidieť, že múzeum ponúka zaujímavé expozície a ceny vstupného sú pre návštevníkov prijateľné vzhľadom na ich príjmy. Motívy, ktoré návštevníkov ovplyvňujú pri rozhodovaní o návšteve sú najmä zážitok, aktívne využitie voľného času a oddych a uvoľnenie. Prekážky, ktoré návštevníkov odrádzajú od návštevy sú najmä nedostatočná informovanosť o existencii a ponuke kultúrnych atraktivít, nezáujem o kultúru a nedostatok voľného času.

Podľa informácií na internete múzeum ponúka zaujímavé expozície, niektoré sa menia a pravidelne obnovujú. Informovanosť o ponuke jednotlivých kultúrnych atraktivít je dostatočná vďaka internetovej stránke múzea, kde sú všetky informácie podrobne uvedené. Pokiaľ však návštevníci nevedia o Oravskom múzeu a jeho internetovej stránke, majú problém nájsť informácie o vybraných kultúrnych atraktivitách okrem Oravského hradu a Oravskej lesnej železnice. Múzeum by sa mohlo zamerať na propagáciu ostatných kultúrnych atraktivít. Lepšou propagáciou ostatných kultúrnych atraktivít v priestoroch Oravského hradu a Oravskej lesnej železnice by sa mohla zvýšiť informovanosť o existencii a ponuke ostatných kultúrnych atraktivít Oravského múzea. Aj vďaka organizovaným podujatiam je možné zvýšiť záujem o návštevu kultúrnych atraktivít a teda aj záujem o kultúru.

ZÁVER

Najviac kultúrnych atraktivít cestovného ruchu v Oravskom regióne je situovaných v okrese Dolný Kubín. Mesto Dolný Kubín môžeme považovať za centrum kultúry v Oravskom regióne, pretože v žiadnom inom oravskom meste resp. obci sa nenachádza také množstvo kultúrnych atraktivít. Dopravná infraštruktúra je v Oravskom regióne dobrá, čo je jednou z konkurenčných výhod regiónu. Ďalšou konkurenčnou výhodou Oravského regiónu je, že má obrovský potenciál pre rast kultúrneho cestovného ruchu. Okrem antropogénneho potenciálu má tento región aj bohatý prírodný potenciál, ktorý je jedným z najdôležitejších faktorov dopytu po vybraných kultúrnych atraktivitách.

V práci sme sa zamerali na analyzovanie návštevnosti a preskúmanie kultúrnych atraktivít, ktoré paria pod správu Oravského múzea P. O. Hviezdoslava. Preskúmali sme podrobnejšie ich lokalizáciu, otváracie hodiny, vstupné, dopravnú dostupnosť a návštevnosť. Výhodou viacerých kultúrnych atraktivít Oravského múzea je, že sú návštevníkom sprístupnené celoročne za prijateľné ceny. Napriek tomu, že vybrané kultúrne atraktivity, ktoré sme skúmali patria pod správu jedného múzea, ich návštevnosť sa veľmi líši. Pamätné domy významných osobností nedokážu návštevníkov prilákať tak, ako najnavštevovanejšie kultúrne atraktivity Oravský hrad a Oravská lesná železnica. Veľkou konkurenčnou výhodou týchto dvoch atraktivít je najmä organizovanie podujatí.

Na návštevníkov majú veľký vplyv faktory ako expozícia, osobné motívy a príroda v okolí a dôležitá nie je pre návštevníkov cena vstupného. Motívy, ktoré návštevníkov ovplyvňujú pri rozhodovaní o návšteve sú najmä zážitok, aktívne využitie voľného času a oddych a uvoľnenie. Prekážky, ktoré návštevníkov odrádzajú od návštevy sú najmä nedostatočná informovanosť o existencii a ponuke kultúrnych atraktivít, nezáujem o kultúru a nedostatok voľného času.

V práci sme sa venovali prevažne kultúrnym atraktivitám, ktoré patria pod správu Oravského múzea P. O. Hviezdoslava, ale získali sme aj základné údaje o najznámejších kultúrnych atraktivitách Oravského regiónu ako napr.: lokalizácia, stav, otváracie hodiny, umiestnenie a prístup, organizovanie doplnkových služieb a zistili sme, aká bola ich návštevnosť v roku 2015.

Na záver môžeme konštatovať, že cieľ bakalárskej práce sme naplnili.

SUMMARY

The most cultural attractions of the Orava region are located in Dolný Kubín. The town of Dolný Kubín can be considered the center of culture in the Orava region, because in other town or the village is not more cultural attractions. Traffic infrastructure is good in the Orava region, which is one of the region's competitive advantages. Another competitive advantage of the Orava region is that it has tremendous potential for the growth of cultural tourism. In addition to the anthropogenic potential, this region also has a rich natural potential, one of the most important factors in demand for cultural attractions.

In this work, we focused on analyzing visits and reviewing the cultural attractions that parted under the Oravské múzeum P. O. Hviezdoslava. We have explored in more detail their location, opening hours, admission, traffic availability and visits. The advantage of several cultural attractions of the Orava Museum is that they are accessible to visitors all year round at affordable prices. Although the selected cultural attractions that we examined belong to the management of one museum, their visibility varies greatly. Memorial houses of prominent personalities can not attract visitors as the most popular cultural attractions of Orava Castle and Orava Forest Railway. A great competitive advantage of these two attractions is in particular the organization of events. Visitors to the Orava Museum spend more than one day in the Orava region and therefore have enough leisure time to visit several cultural attractions.

Visitors have a lot of influence on factors such as exposure, personal motives and nature around, and it is not important for visitors to enter the price. Topics that visitors influence when deciding about a visit are in particular the experience, the active use of leisure time and relaxation and relaxation. Obstacles that discourage visitors from visiting are, in particular, insufficient awareness of the existence and the supply of cultural attractions, lack of culture and lack of leisure.

In the work we focused mainly on the cultural attractions that belonged to the administration of Oravské múzeum P. O. Hviezdoslava, but we also obtained basic data about the most famous cultural attractions of the Orava region, such as: localization, status, opening hours, location and access, We are seeing their visits in 2015.

Finally, we can say that we have achieved the goal of bachelor work.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

1. *Geografia*. 2017. [online]. [cit. 2017-4-02]. Dostupné na internete: <<http://www.orava.sk/historia-geografia>>.
2. GÚČIK, M. 2000. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, 2000. 152 s. ISBN 80-8055-355-6.
3. GÚČIK, M. a kol. 2004. *Krátky slovník cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovného ruchu, 2004. 175 s. ISBN 80-88945-73-9.
4. GÚČIK, M. a kol. 2006. *Cestovný ruch – hotelierstvo - pohostinstvo. Výkladový slovník*. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2006. 215 s. ISBN 80-10-08360-3.
5. GÚČIK, M. 2010. *Cestovný ruch. Úvod do štúdia*. Banská Bystrica : DALI-BB, 2010. 307.s. ISBN 978-80-89090-80-8.
6. HOREHÁJOVÁ, M., MARASOVÁ, J. 2005. *Mikroekonómia*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, 2005. 138 s. ISBN 80-8083-124-6.
7. HOREHÁJOVÁ, M., MARASOVÁ, J. 2007. *Základy mikroekonomie*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, 2007. 226 s. ISBN 978-80-8083-536-1.
8. JAFARI, J. a kol. 2000. *Encyclopedia of tourism*. New York : Routledge, 2000. 720 s. ISBN 0-415-15405-7.
9. JAKUBÍKOVÁ, D. 2012. *Marketing v cestovním ruchu: Jak uspět v domácí i světové konkurenci. 2. aktualizované a rozšířené vydání*. Praha : Grada Publishing, 2012. 320 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
10. JUREČKA, V. a kol. 2010. *Mikroekonomie*. Praha : Grada Publishing, 2010. 360 s. ISBN 978-80-247-3259-6.
11. KASPAR, C. 1995. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, 1995. 142 s. ISBN 80-901166-5-5.
12. KESNER, L. 2005. *Marketing a management muzeí a památek*. Praha : Grada Publishing, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1104-4.
13. KESNER, L. a kol. 2008. *Management kulturního cestovního ruchu*. [online]. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008 [cit. 2017-05-10]. Dostupné na internete: <https://www.mmr.cz/getmedia/efcd9671-4737-427b-bab5-1b6be507e800/GetFile10_1.pdf>.
14. KOLLÁR, D. 1999. *Orava - turistický sprievodca*. Bratislava : DAJAMA, 1999. 212 s. ISBN 80-88975-02-6.

15. LINDEROVÁ, I., JANDÁČKOVÁ, M., MACKOVÁ, L. 2013. Požiadavky seniorov na služby cestovného ruchu v Českej republike. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 46, 2013, č.3. ISSN 0319-8660, s. 141-153.
16. MALACHOVSKÝ, A. 2016. Problémy v štruktúre dopytu po cestovnom ruchu na Slovensku. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 49, 2016, č.3. ISSN 0139-8660, s.132-142.
17. MARÁKOVÁ, V. 2001. Využitie múzeí v ponuke cestovného ruchu. In *Kultúra a cestovný ruch. Zborník z vedeckej konferencie*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, 2001. ISBN 80-8055-507-9. s.61-64.
18. MINISTERSTVO DOPRAVY, VÝSTAVBY A REGIONÁLNEHO ROZVOJA SR, 2014. *TECHNICKÉ PODMIENKY. OZNAČOVANIE KULTÚRNYCH CIEĽOV A ATRAKTIVÍT CESTOVNÉHO RUCHU NA POZEMNÝCH KOMUNIKÁCIÁCH*. [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné na internete: <http://www.ssc.sk/files/documents/technicke-predpisy/tp2014/tp_08_2014.pdf>.
19. MUZEOLOGICKÝ KABINET SLOVENSKEHO NÁRODNÉHO MÚZEA, 2016. *VÝROČNÉ SPRÁVY o činnosti múzeí na Slovensku za rok 2015*. [online]. [2017-04-20]. Dostupné na internete: <<http://www.snm.sk/?vyrocne-spravy-muzei-sr>>.
20. NOWACKI, M. 2013. *THE DETERMINANTS OF SATISFACTION OF TOURIST ATTRACTIONS' VISITORS*. Poznań : ACTIVE, 2013. 139 s. ISBN 978-83-937379-0-1.
21. ORAVSKÉ MÚZEUM. 2016(a). *Výročná správa OM 2015*. [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné na internete: <[http://www.oravskemuzeum.sk/?get=qmT3zI5Wq\[9MG1gG5}qiT3mT3zI5W}q9Vi5Wq0G\[95}qJ3l\[9MG1gG5Wkz}qJ3lmw1z5WV\[}qJMG}JgG5W}q0M05W9kVz9](http://www.oravskemuzeum.sk/?get=qmT3zI5Wq[9MG1gG5}qiT3mT3zI5W}q9Vi5Wq0G[95}qJ3l[9MG1gG5Wkz}qJ3lmw1z5WV[}qJMG}JgG5W}q0M05W9kVz9)>.
22. ORAVSKÉ MÚZEUM. 2016(b). Vyhodnotenie turistickej sezóny 2015 v Oravskom múzeu. [online]. [2017-05-25]. Dostupné na internete : <[http://www.oravskemuzeum.sk/?get=qmT3zI5Wq0IG1Tg5}qmw1z5YWY9}qHGLVg5WqiI5}qJ3l\[9MG1gG5Wk\[}qJ3lmw1z5WY\[\[\]qJ3l0IG1Tg5WY99}qJ3l\[9MG1G5WM}qJMG}JgG5Wq3w9GJI5}q0M05Wz9V\[>](http://www.oravskemuzeum.sk/?get=qmT3zI5Wq0IG1Tg5}qmw1z5YWY9}qHGLVg5WqiI5}qJ3l[9MG1gG5Wk[}qJ3lmw1z5WY[[]qJ3l0IG1Tg5WY99}qJ3l[9MG1G5WM}qJMG}JgG5Wq3w9GJI5}q0M05Wz9V[>)>.
23. ORAVSKÉ MÚZEUM. 2017(a). *Organizácia Oravského múzea*. [online]. [2017-04-20]. Dostupné na internete : <<http://www.oravskemuzeum.sk/?get=qm>

T3zI5Wq[9MG1gG5}qmw1z5YWi}qiT3mT3zI5W}q9Vi5Wq0G[95}qJ3l[9MG1gG5Wk9}qJ3lmw1z5WVM}q]MG}JgG5W}q0M05WzMQVz>.

24. ORAVSKÉ MÚZEUM. 2017(b). *Základný okruh A (expozície)*. [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné na internete:
<[http://www.oravskemuzeum.sk/?get=qmT3zI5Wq\[9MG1gG5}qmw1z5YWi}qiT3mT3zI5W}q9Vi5Wq0G\[95}qJ3l\[9MG1gG5WM}qJ3lmw1z5Wmi}q\]MG}JgG5W}q0M05W\[VM\[k](http://www.oravskemuzeum.sk/?get=qmT3zI5Wq[9MG1gG5}qmw1z5YWi}qiT3mT3zI5W}q9Vi5Wq0G[95}qJ3l[9MG1gG5WM}qJ3lmw1z5Wmi}q]MG}JgG5W}q0M05W[VM[k)>.
25. ORAVSKÉ MÚZEUM. 2017(c). *Expozícia Oravskej lesnej železnice*. [online]. [cit. 2017-4-02]. Dostupné na internete:
<[http://www.oravskemuzeum.sk/?get=qmT3zI5Wq\[9MG1gG5%7DqiT3mT3zI5W%7Dq9Vi5Wq0G\[95%7DqJ3l\[9MG1gG5WY\[%7DqJ3lmw1z5Wz%7Dq\]MG%7DJgG5W%7Dq0M05WzQ\[f\]](http://www.oravskemuzeum.sk/?get=qmT3zI5Wq[9MG1gG5%7DqiT3mT3zI5W%7Dq9Vi5Wq0G[95%7DqJ3l[9MG1gG5WY[%7DqJ3lmw1z5Wz%7Dq]MG%7DJgG5W%7Dq0M05WzQ[f])>.
26. ORIEŠKA, J. 2001. Kultúra a cestovný ruch. In *Kultúra a cestovný ruch. Zborník z vedeckej konferencie*. Banská Bystrica : UMB - Ekonomická fakulta, 2001. ISBN 80-8055-507-9. s.10-16.
27. ORIEŠKA, J. 2011(a). *Služby v cestovnom ruchu 1.časť*. Banská Bystrica : Slovak - Swiss Tourism, 2011. 139 s. ISBN 978-80-89090-93-8.
28. ORIEŠKA, J. 2011(b). *Služby v cestovnom ruchu 2.časť*. Banská Bystrica : Slovak - Swiss Tourism, 2011. 150 s. ISBN 978-80-89090-94-5.
29. PALATKOVÁ, M., ZICHOVÁ, J. 2014. *Ekonomika turismu. Turismus České republiky. 2., aktualizované a rozšířené vydání*. Praha : Grada Publishing, 2014. 264 s. ISBN 978-80-247-3643-3.
30. PALENČÍKOVÁ, Z. 2015. *Produkty cestovného ruchu*. Nitra : Fakulta stredoeurópskych štúdií UKF, 2015. 102 s. ISBN 978-80-558-0963-2.
31. PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. 2002. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s. ISBN 8023901524.
32. POMPUROVÁ, K. 2013(a). Metodologické hľadiská vyjadrenia a hodnotenia dopytu po cestovnom ruchu. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 46, 2013, č. 1. ISSN 0139-8660, s. 15-29.
33. POMPUROVÁ, K. 2013(b). Dopyt mladých ľudí po organizovaných podujatiach v cestovnom ruchu. In *Folia Turistica 3. Zborník vedeckých prác*. Banská Bystrica : DALI-BB, 2013. ISBN 978-80-8141-040-6, s. 191-199.

34. ŠIMONČIČOVÁ, A., ŠIMONČIČOVÁ, M. 2013. Cestovný ruch verzus kultúra. In *Motus in verbo : vedecký časopis mladej generácie*, roč. 2, 2013, č. 1. ISSN 1339-0392, s.45-60.
35. ŠKRABÁK, P. 1979. Oravci v národnom dianí a kultúre. In *ORAVA TURISTICKÝ SPRIEVODCA*. Bratislava : Šport, slovenské telovýchovné vydavateľstvo, 1979. 208 s. ISBN 77-011-79.
36. UNESCO, 2012. *Culture: a driver and an enabler of sustainable development*. [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné na internete : <http://www.un.org/millenniumgoals/pdf/Think%20Pieces/2_culture.pdf>.

PRÍLOHY

Príloha 1 Kultúrne atraktivity v Oravskom regióne

Príloha 2 Dotazník

Príloha 3 Demografické údaje o respondentoch

Príloha 4 Skupiny, s ktorými respondenti navštívili vybrané kultúrne atraktivity

Príloha 1 Kultúrne atraktivity v Oravskom regióne

Objekt/ Atraktivita	Stav	Sezóna	Vstup	Umiestnenie	Lokalizácia	Prístup	Temat. výklady/ segment/ doplnkové služby	Návštevnosť v roku 2015
Malé podbielanské etnografické múzeum	dobrý	jún - august	neuvádzajú	stred dediny, pri hlavnej ceste	Podbiel	dobrý	žiadne	nezisťujú
Galéria Márie Medveckej	dobrý	apríl - september	Ut-Ne	okraj mesta	Tvrdošín - Medvedzie	vyhovujúci	Výstava Maliar František Jiroudek	3 591
Múzeum oravskej dediny- skanzen Brestová	dobrý	január - máj jún - september október- december	Ut-Ne Po - Ne Ut-Ne	okraj dediny, mimo zastavaného územia	Zuberec	dobrý	Večer v múzeu, Veľkonočné sviatky v múzeu, Remeslá na dedine a pod.	77 737
ART GALÉRIA Schürger	dobrý	január - december	Po - Ne	námestie	Tvrdošín	dobrý	Do neba a zase naspäť, Farby Brazílie aj pre nevidiacich, MOZAIKA a pod.	neuvádzajú
Historický cintorín	vyhovujúci	január - december	Po - Ne	centrum mesta	Dolný Kubín	dobrý	žiadne	nezisťujú
Oravská galéria	dobrý	január - december	Ut - Ne	námestie	Dolný Kubín	dobrý	Pavučina, EKOHRÝ, GPS - Ako sa nestratiť v galérii	30 835
Mestské kultúrne stredisko	dobrý	január - december	Po - Ne	námestie	Dolný Kubín	dobrý	Hviezdoslavov Kubín, Veľkonočné trhy, Kubínsky jarmok	nezisťujú
Oravský hrad	dobrý	január - december (okrem apríla)	Po - Ne	centrum obce	Oravský Podzámok	dobrý	Svadobné obrady, Noc krvavej grófký a pod.	162 381

Objekt/ Atraktivita	Stav	Sezóna	Vstup	Umiestnenie	Lokalizácia	Prístup	Temat. výklady/ segment/ doplnkové služby	Návštevnosť v roku 2015
Oravská lesná železnica	dobrý	január - marec máj - október	Po - Ne	mimo obce	Námestovo	vyhovujúci	Predaj suvenírov, Rozprávkový vláčik a pod.	36 204
Literárna expozícia P. O. H.	dobrý	január - december	UT - NE	námestie	Dolný Kubín	dobrý	Život na šľachtickom dvore	6 432
Čaplovičova knižnica	dobrý	máj - október november - apríl	Ut - Ne Po - Pia	námestie	Dolný Kubín	dobrý	Výpožičky, reprografické služby	1 639
Dom Martina Kukučina	dobrý	apríl - október	Ut - Ne	centrum obce	Jasenová	dobrý	Pozemné bohatstvo Oravy, Povedz mi čo čítaš a pod.	5 144
Florinov dom	dobrý	január - december	PO - PIA	centrum mesta	Dolný Kubín	dobrý	žiadne	1 804
Expozícia Milo Urban	dobrý	apríl - október	UT - NE	7 km od obce	Jasenová	vyhovujúci	n/a	3 685
Hviezdoslavova háčovňa	dobrý	apríl - október	UT - NE	7 km od obce	Jasenová	vyhovujúci	n/a	3 800
Archeopark - Praveká osada Mokrá kút	vyhovujúci	neuvádzajú	neuvádzajú	okraj dediny	Vyšný Kubín	vyhovujúci	Výpal keramiky, Víkendová akcia v Pravekej osade Mokrá kút	neuvádzajú
Františkova huta	havarijný	celoročne	nepretržite	okraj dediny	Podbiel	dobrý	ORAVA Alternative	nezisťujú
Izba starých materií	dobrý	január - december	STR	stred dediny, pri hlavnej ceste	Párnica	dobrý	žiadne	neuvádzajú

Objekt/ Atraktivita	Stav	Sezóna	Vstup	Umiestnenie	Lokalizácia	Prístup	Temat. výklady/ segment/ doplnkové služby	Návštevnosť v roku 2015
Múzeum šľachtických kočiarov a saní	dobrý	máj jún - august	SO - NE PO - NE	námestie	Oravský Podzámok	dobrý	žiadne	neuvádzajú
Obecné múzeum	dobrý	január - december	PO - ŠT	námestie	Vyšný Kubín	dobrý	žiadne	neuvádzajú
Drevený artikulárny evanjelický kostol	dobrý	január - december	neuvádzajú	stred dediny	Leštiny	dobrý	bohoslužby	nezisťujú
Drevený artikulárny kostol sv. Michala	dobrý	január - december	PO - NE	centrum dediny	Istebné	dobrý	bohoslužby	nezisťujú
Rímsko-katolícky Kostol Všetkých svätých	dobrý	jún - september	UT - NE	okraj mesta	Tvrdošín	dobrý	svadobné obrady	nezisťujú
3D Kino Mier	dobrý	január - december	PO - NE	centrum	Trstená	dobrý	e-Vstupenka, filmy pre školy	neuvádzajú

Objekt/ Atraktivita	Stav	Sezóna	Vstup	Umiestnenie	Lokalizácia	Prístup	Temat. výklady/ segment/ doplnkové služby	Návštevnosť v roku 2015
Socha Ježiša Krista	dobrý	celoročne	nepretržite	kopec nad obcou	Klin	dobrý	neuvádzajú	nezisťujú
Mestské múzeum - Vilčekova kúria	dobrý	neuvádzajú	neuvádzajú	centrum mesta	Trstená	dobý	Kysucký prameň z Oščadnice, Smejko a Tanculienka	neuvádzajú
Oravské kultúrne stredisko	dobrý	január - december	PO - PIA	okraj mesta	Dolný Kubín	dobrý	Strunobranie, Vesmír očami detí, Scénické čítanie	neuvádzajú
Park dejateľov	dobrý	január - december	PO - NE	námestie	Dolný Kubín	dobrý	žiadne	nezisťujú
Historický cintorín	dobrý	neuvádzajú	neuvádzajú	centrum mesta	Dolný Kubín	dobrý	žiadne	nezisťujú
Židovská synagóga - Kino Choč	v rekonštrukcii	zatvorené	zatvorené	námestie	Dolný Kubín	dobrý	žiadne	neuvádzajú

Objekt/ Atraktivita	Stav	Sezóna	Vstup	Umiestnenie	Lokalizácia	Prístup	Temat. výklady/ segment/ doplnkové služby	Návštevnosť v roku 2015
Pamätník oslobodenia	dobrý	január - december	PO - NE	námestie	Dolný Kubín	dobrý	žiadne	nezisťujú
Kolonádový most	dobrý	január - december	PO - NE	centrum mesta	Dolný Kubín	dobrý	žiadne	nezisťujú

Prameň : Vlastné spracovanie, 2017.

Príloha 2 Dotazník

Návštevnosť kultúrnych atraktivít cestovného ruchu v Oravskom regióne

Dobrý deň. Volám sa Monika Hricová a som študentka 3. ročníka na Ekonomickej fakulte UMB. Chcela by som Vás poprosiť o vyplnenie krátkeho dotazníka, ktorý slúži na vypracovanie bakalárskej práce s názvom Návštevnosť kultúrnych atraktivít cestovného ruchu v Oravskom regióne. Dotazník je krátky a anonymný. Vopred ďakujem za každú odpoveď.

1. Ktorú z uvedených kultúrnych atraktivít ste navštívili? *

- ☐ Oravský hrad
- ☐ Oravská lesná železnica
- ☐ Literárna expozícia P.O.H.
- ☐ Čaplovičova knižnica
- ☐ Dom Martina Kukučina
- ☐ Florinov dom
- ☐ Expozícia Milo Urban
- ☐ Hviezdoslavova hájovňa
- ☐ Nenavštívil/a som žiadnu

2. Aký dlhý čas ste strávili v Oravskom regióne? *

- ☐ 1 deň
- ☐ 2 dni
- ☐ 3 dni
- ☐ 4 dni
- ☐ 5 dní
- ☐ viac ako 5 dní
- ☐ som obyvateľ Oravského regiónu
- ☐ nenavštívil/a som Oravský región

3. Prosím, vyberte jednu navštívenú atraktivitu, ktorej sa budú týkať nasledujúce otázky. *

V prípade návštevy Oravského hradu a inej z uvedených atraktivít, vyberte inú ako Oravský hrad.

- ☐ Oravský hrad
- ☐ Oravská lesná železnica
- ☐ Literárna expozícia P.O.H.
- ☐ Čaplovičova knižnica
- ☐ Dom Martina Kukučina
- ☐ Florinov dom
- ☐ Expozícia Milo Urban
- ☐ Hviezdoslavova hájovňa
- ☐ Nenavštívil/a som žiadnu

4. Akú úlohu zohrala lokalizácia vybranej atraktivity pri rozhodovaní o návšteve cieľového miesta? *

- primárnu - mesto/obec som navštívil/a kvôli vybranej atraktivite
- sekundárnu –Vybraná atraktivita nebol hlavným cieľom návštevy, ale zohral pri rozhodovaní dôležitú úlohu
- terciárnu –Vybranú atraktivitu som navštívil/a kvôli nedostatku iných možností

5. Ktoré faktory ovplyvnili vaše rozhodnutie navštíviť vybranú atraktivitu? *

	áno	skôr áno	neviem	skôr nie	nie
cena vstupného	☐	☐	☐	☐	☐
vzdialenosť od miesta trvalého bydliska	☐	☐	☐	☐	☐
dopravná dostupnosť	☐	☐	☐	☐	☐
príroda v okolí	☐	☐	☐	☐	☐
informovanosť o múzeu	☐	☐	☐	☐	☐
organizácia pridružených aktivít (org.podujatia, tvorivé dielne)	☐	☐	☐	☐	☐
Expozícia	☐	☐	☐	☐	☐
osobné motívy	☐	☐	☐	☐	☐

6. Čo vás motivovalo pri rozhodovaní navštíviť vybranú atraktivitu?*

- ☐ útek od všedného dňa
- ☐ oddych a uvoľnenie
- ☐ aktívne využitie voľného času
- ☐ zážitok
- ☐ dobrodružstvo
- ☐ vzdelávanie
- ☐ sebazdokonaľovanie
- ☐ poznávanie kultúry
- ☐ záujem o umenie
- ☐ návšteva priateľov a známych
- ☐ odporúčania známych/priateľov
- ☐ nadviazanie nových kontaktov

7. S kým ste navštívili vybranú atraktivitu ? *

- sám/sama
- s partnerom/partnerkou resp. manželom/manželkou
- s deťmi
- s rodinou
- s priateľmi
- Iné: _____
-

8. Odporučili by ste návštevu vybranej atraktivity aj svojim známym? *

- ☐ áno
- ☐ nie

Prekážky návštevnosti vybraných kultúrnych atraktivít

9. Vyberte max. 3 dôvody, kvôli ktorým podľa Vás nemajú ľudia záujem o návštevu uvedených kultúrnych atraktivít v Oravskom regióne. *

- ☐ zlá dopravná dostupnosť
- ☐ nie je zabezpečený bezbariérový prístup
- ☐ nedostatočná informovanosť o existencii a ponuke kultúrnej atraktivity
- ☐ vysoká cena vstupného
- ☐ nedostatok voľného času
- ☐ vnímanie atraktivity ako nudné a nepríťažlivé miesto
- ☐ nezáujem o kultúru
- ☐ človek nevie, čo má počas návštevy robiť
- ☐ Iné: _____

Demografické údaje o respondentoch

10. Pohlavie *

- ☐ žena
- ☐ muž

11. Vek *

- ☐ 16-24
- ☐ 25-34
- ☐ 35-54
- ☐ 55 a viac

12. Kraj, z ktorého pochádzate *

- ☐ Bratislavský kraj
- ☐ Trnavský kraj
- ☐ Trenčiansky kraj
- ☐ Nitriansky kraj
- ☐ Žilinský kraj
- ☐ Banskobystrický kraj
- ☐ Prešovský kraj
- ☐ Košický kraj

13. Aké je Vaše najvyššie dosiahnuté vzdelanie? *

- ☐ základoškolské
- ☐ stredoškolské bez maturity
- ☐ stredoškolské s maturitou
- ☐ vysokoškolské I. stupňa
- ☐ vysokoškolské II. stupňa
- ☐ vysokoškolské III. Stupňa

14. Aký je Váš čistý mesačný príjem (priemerne)? *

- ☐ 0 - 200
- ☐ 201-400
- ☐ 401-600
- ☐ 601-800
- ☐ viac ako 800

Príloha 3 Demografické údaje o respondentoch

Návštevník/Počet respondentov	Počet	Počet (%)
Pohlavie		
Žena	118	77,6
Muž	34	22,4
Vek		
16 - 24	81	53,3
25 - 34	48	31,6
35 - 54	20	13,2
55 a viac	3	2
Najvyššie ukončené vzdelanie		
Základné	6	3,9
stredoškolské bez maturity	18	11,8
stredoškolské s maturitou	86	56,6
vysokoškolské I. stupňa	21	13,8
vysokoškolské II. stupňa	20	13,2
vysokoškolské III. stupňa	1	0,7
Príjem		
menej ako 200	47	30,9
201 - 400	28	18,4
401 - 600	44	28,9
601 - 800	13	8,6
viac ako 800	20	13,2
Kraj		
Bratislavský	2	1,3
Trnavský	3	2
Trenčiansky	6	3,9
Nitriansky	4	2,6
Žilinský	121	79,6
Banskobystrický	13	8,6
Prešovský	2	1,3
Košický	1	0,7

Prameň: Vlastné spracovanie, 2017.

Príloha 4 Skupiny, s ktorými respondenti navštívili vybrané kultúrne atraktivity

Atraktivita/Skupina	Sám/Sama (%)	S partnerom/partnerkou resp. manželom/manželkou (%)	S deťmi (%)	S rodinou (%)	S priateľmi (%)	Iné (%)
Oravský hrad	1,0	19,4	5,1	45,9	27,6	1
Oravská lesná železnica	0	23,5	23,5	41,2	5,9	1
Literárna expozícia P.O.H.	25,0	0	0	25,0	50,0	0
Čaplovičova knižnica	0	50,0	0	0	0	50
Dom Martina Kukučína	0	12,5	12,5	0	75,0	0
Florinov dom	25,0	25,0	0	0	50,0	0
Milo Urban	0	50,0	50,0	0	0	0
Hviezdoslavova hájovňa	12,5	12,5	0	25,0	50,0	0

Prameň: Vlastné spracovanie, 2017.