PREŠOVSKÁ UNIVERZITA V PREŠOVE

FAKULTA MANAŽMENTU

KATEDRA MANAŽMENTU

MARKETINGOVÝ PROJEKT

Využitie prameňa termálnej vody obce Kaluža za účelom zvýšenia atraktivity obce a regiónu.

Seminárna práca

MARKETING VO VEREJNEJ SPRÁVE

Ing. Juraj Tej, PhD.

Martin Mach

Martin Kožuch

Gabriela Rusková

Tünde Butkyová

V. ročník, MnTv

2007

Obsah

1	**Charakteristika obce Kaluža**	3
2	**Účel marketingového projektu**	4
3	**Situačná analýza**	5
3.1	Realizačný tím	5
3.2	Poslanie obce	6
4	**Vnútorné a vonkajšie prostredie obce**	6
4.1	SWOT analýza obce	7
5	**Analýza trhu a konkurencie**	8
6	**Marketingové ciele**	9
6.1	Krátkodobé ciele	9
6.2	Dlhodobé ciele	9
7	**Marketingový mix**	10
7.1	Produkt	10
7.2	Cena	10
7.3	Propagácia	10
7.4	Miesto	11
7.5	Marketingová komunikácia	11
9	**Hodnotenie výsledkov marketingového projektu**	12
Zoznam bibliografických údajov		13
Prílohy		14

1 Charakteristika obce Kaluža

Obec Kaluža leží v severnej časti Východoslovenskej nížiny, na južnom úpätí Vihorlatu, ktorý sa znižuje do Podvihorlatskej priekopovej prepadliny, ktorú dnes zapĺňa Zemplínska šírava. Nadmorská výška je 120 metrov nad morom v strede obce a 106 až 820 v chotári. Obec sa nachádza 10 km severovýchodne od mesta Michalovce, v centre rekreačnej oblasti a tvorí vstupnú bránu do strediska Kaluža. Reliéf strediska a jeho infraštruktúra je mimoriadne vhodná pre rekreáciu v karavanoch. Na západe sa nachádza Senderov, na severe pohorie Kyjov, na východe Klokočov. Južne sa nachádzajú pôvodné Blatá, ktoré dnes zaliala Zemplínska šírava. Obcou preteká regulovaný potok, ktorý obec delí na dve ulice.

Kataster celej obce má rozlohu 993 ha, z toho je 136 poľnohospodárskej pôdy, 522 ha lesa. Intravilán je 49 ha, z čoho zastavanú plochu tvorí 24 ha. Prvá písomná zmienka podľa dostupných materiálov o obci Kaluža je z roku 1336, avšak podľa niekedy existujúcej grécko-katolíckej kroniky obce vznikla už v 12. storočí súbežne s obcou Vinné a Vinianskym hradom. Súčasný názov obce sa datuje od roku 1920. Dnes má obec 145 domov a 375 obyvateľov. Na katastrálnom území obce v rekreačnej oblasti je v prevádzke sedem hotelov, desiatky väčších rekreačných zariadení – bývalé podnikové chaty a vyše 500 súkromných rekreačných chatiek a zariadení. Obec prostredníctvom SCR obhospodaruje celý rad rôznych prevádzkových a ubytovacích zariadení.

2 Účel marketingového projektu

Účelom tohto projektu je zabezpečiť využitie nedávno objaveného termálneho prameňa v obci Kaluža, ktorý vyviera v bezprostrednej blízkosti rekreačnej oblasti Zemplínska Šírava.

Prameň chceme využiť na výstavbu zábavno-športového centra – Aquapark Kalužka, ktorý prispeje k tomu, aby ubytovacie a stravovacie zariadenia na Zemplínskej šírave mohli byť otvorené nielen v letnej sezóne, ale počas celého roka, čím zároveň výrazne podporíme atraktívnosť obce pre širokú verejnosť.

V areáli aquaparku budú vybudované:

- bazény s termálnou vodou, tobogany, kĺzačky, umelé vlny,
- virtuálny svet a vnútorné bazény,
- rybník, člnky, reštaurácia, hotel, amfiteáter,
- futbalové a atletické ihrisko, štadión a objekty pre vnútorné športy.

3 Situačná analýza

Z údajov získaných zo situačnej analýzy, SWOT analýzy, ankety (ústneho prieskumu) a hydrogeologického prieskumu Humenského chrbta pre preverenie možnosti využívania geotermálnej energie sa potvrdila v obci prítomnosť termálnej vody. Termálnu vodu, ktorej prítomnosť potvrdil 600 metrov hlboký prieskumný vrt, má obec Kaluža možnosť využiť na energetické, hospodárske a rekreačné účely. Voda s teplotou necelých 35 stupňov Celzia vyviera v bezprostrednej blízkosti rekreačnej oblasti Zemplínska šírava. Z prieskumu vyplýva, že obyvatelia obce majú pozitívny postoj k využívaniu termálnej vody.

V obci existuje reálna predstava využitia v rámci energetických účelov prostredníctvom tepelných čerpadiel na vytápanie jednotlivých rekreačných zariadení, niektorých rodinných domov, verejných budov, skleníkov. Túto energiu je možné využívať celoročne.

Termálna voda znamená pozitívum aj v oblasti cestovného ruchu. Prispeje k tomu, aby ubytovanie a stravovacie zariadenia na Zemplínskej šírave mohli byť otvorené nielen v letnej sezóne, ale aj počas celého roka.

3.1 Realizačný tím

Realizátorom celého projektu je obec Kaluža. Hlavným koordinátorom činností pre realizácií a propagácií je starosta obce Ing. Ján Čuchran. Rozdeľovanie finančných prostriedkov na jednotlivé aktivity a vedenie evidencie o prijatých a použitých finančných prostriedkoch zabezpečujú pracovníčky finančného oddelenia obecného úradu.

Významnú úlohu pri vykonávaní veľkej časti prác pri realizácií zohrávajú samotní obyvatelia obce. Ich aktivita v oblasti využívania a vytvárania príležitostí, ktoré ponúka termálna voda aktivovalo potenciál na zvýšenie cestovného ruchu. Prevádzka a propagácia bude zabezpečená prostredníctvom nimi založeného občianskeho združenia „Termál“, ktoré má 5 zakladajúcich členov. Sú nimi starosta, jeden poslanec obecného zastupiteľstva a traja obyvatelia obce.

3.2 Poslanie obce

Obec ako zázemie celého projektu zastrešuje aktivity spojené so zabezpečením prípravných a projektových prác. Snahy obce by mali vyústiť do pozitívnej odozvy zo strany cieľových skupín.

4 Vnútorne a vonkajšie prostredie

Vnútorné prostredie obce poskytuje relatívne nadpriemerný potenciál na vyvíjanie činností, v oblasti turizmu, agroturizmu a rekreačných služieb, ktoré sú pozitívnym fragmentom jej funkčného určenia v minulosti. Laxný postoj k týmto možnostiam, je spôsobený vekovým priemerom jej 375 obyvateľov, ktorý v dôsledku migrácie jej predproduktívnej a produktívnej zložky za štúdiom a prácou vysoko prevyšuje celoštátny priemer. Tento potenciál a jeho neefektívne využitie jej najmarkantnejší počas letnej turistickej sezóny, kedy obec ožije a naplno sa v nej rozprúdi obchodný ruch. V poslednom čase sa v obci darí realitnej činnosti, čo je spôsobené výhodnou geografickou polohou a uvedomovaním si tejto budúcej príležitosti špekulatívnych transakcií. Kataster obce je saturovaný ubytovacími zariadeniami, z ktorých mnohé, vrátane penziónov a hotelov vyrástli v posledných piatich rokoch, čo svedčí o pozitívnych prognózach investorov týkajúcich sa ďalšieho vývoja tohto mikroregiónu v oblasti cestovného ruchu.

Protipólom je vzťah obce, reprezentovanej obecným zastupiteľstvom, k jej vonkajším väzbám. Akceleračným prvkom rozvoja tohto mikroregiónu bolo rozhodnutie o rozdelení Zemplínskej šíravy, respektíve rozdelenie jej stredísk pod jednotlivé obce a vytvorenie relatívne samostatných stredísk cestovného ruchu a komerčný úspech projektu na vybudovanie troch bazénov v strediskách Kamenec, Klokočov a Paľkov, ktoré spravuje. V okolí obce je koncentrované množstvo turistických atrakcií, tak prírodného charakteru - Morské oko, Senné rybníky ako aj historické pamiatky ako Viniansky hradný vrch, Drevené kostolíky v Inovci a Ruskej Bystrej, Zemplínske múzeum v Michalovciach, či sobranecké Gitarové múzeum.

4.1 SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY	**SLABÉ STRÁNKY**
- Existujúce portfólio zariadení na poskytovanie rekreačných služieb. - Výhodná geografická poloha a infraštruktúra. - Tradícia v poskytovaní rekreačných služieb. - Spektrum ponúkaných možností využitia voľného času a doplnkových aktivít (športový rybolov, zber húb, turistické atrakcie, hudobné podujatia...). - Telekomunikačná infraštruktúra, existencia poskytovateľa internetového pripojenia v oblasti. - Existencia kompletných služieb poskytovaných niekdajšou „strediskovou obcou“. - Nízka kriminalita.	- Krátke trvanie „sezóny“ a jej závislosť na metereologických podmienkach. - Zlá kvalita vody v nádrži Zemplínska Šírava. - Slabá znalosť cudzích jazykov medzi obyvateľmi obce. - Bujná tieňová ekonomika v regióne. - Slabé podnikateľské zázemie v obci. - Nevyhovujúce sociálne zariadenia v rekreačných strediskách. - Strata dôvery klientov spôsobená nepomerom ceny a poskytovaných služieb. - Pomerne slabá propagácia regiónu na medzinárodnej úrovni. - Nezáujem o budovanie „imidžu“ poskytovateľov služieb v snahe o každoročné stretnutie s rekreantmi.
PRÍLEŽITOSTI	**OHROZENIA**
- Potvrdenie prítomnosti termálneho zdroja vody. - Blízke susedstvo troch štátnych hraníc. - Návrat migrantov za prácou do regiónu. - Vhodné prostredie pre potencionálnych investorov. - Príliv zahraničného kapitálu. - Využitie termálneho zdroja pre energetické účely obce. - Dobudovanie technickej infraštruktúry a následne skrášlenie vzhľadu obce.	- Demografická štruktúra trvale žijúceho obyvateľstva - Vysoká hladina zátopovej čiary eliminuje výstavbu objektov v tesnejšej blízkosti vodnej nádrže - Nedostatok finančných prostriedkov na regionálnej úrovni - Strata kontroly nad projektom príchodom zahraničného investora alebo investora z iného regiónu Slovenska

5 Analýza trhu a konkurencia

V oblasti existuje kúpyschopný dopyt po produktoch tohto typu reprezentovaný turistickými návštevníkmi, jeho najväčším nedostatkom je však práve jeho sezónnosť.

Analýzu konkurencie je potrebné rozdeliť do troch oblastí.

V prvom rade ide o konkurenciu v mezoregióne, teda o konkurenciu v rámci jednotlivých stredísk vodnej nádrže Zemplínska Šírava. Vďaka projektu vybudovania troch bazénov, spomínanému v analýze vonkajšieho prostredia sa práve strediská v správe obce Kaluža stali lídrom a niekdajšie turisticky najnavštevovanejšie strediská Prímestská a Medvedia Hôrka dnes svojím ruchom pripomínajú skôr zimnú kolonádu v Luhačoviciach.

Konkurencia s ostatnými vodnými nádržami v celoštátnom meradle je druhým pohľadom. V tomto smere je trh pomerne stabilne rozdelený, pričom práve Zemplínska Šírava je spomedzi nich najviac vyprofilovaná ako rekreačná oblasť. Hrozbou by mohla byť zhoršená kvalita vody, naopak obrovskou výhodou je relatívna blízkosť štátnych hraníc s okolitými štátmi.

Azda najdôležitejším pohľadom na konkurenciu je v zmysle tohto projektu perspektívna vízia vybudovania aquaparku s celoročnou prevádzkou. V danom regióne neexistuje zatiaľ žiadna konkurencia. To znamená, že v regióne nie je alokovaný žiadny aquapark. Najbližšia konkurencia je AquaCity Poprad, jeho vplyv však nie je veľmi výrazný a to vzhľadom na:

- cenové podmienky pre celodenný pobyt rodiny,
- vynaložené náklady na cestovné, čas strávený cestovaním,
- a v konečnom dôsledku aj nedostatočná kapacita počas dovolenkového obdobia.

AquaCity Poprad by sa teda dal skôr ako za konkurenciu považovať za benčmarkra v tejto oblasti poskytovania služieb. Ceny služieb v spomínanom Aquaparku sa pohybujú približne od 400 do 500 Sk/celodenný pobyt vo vonkajších bazénoch od 550 –700 Sk/celodenný pobyt vo vnútorných bazénoch s masážnymi tryskami a spojenie prvých dvoch s prídavkom sáun a solárií od 1000 do 1200 Sk/celodenný pobyt. Porovnateľné služby za neporovnateľne nižšie ceny by mohli byť základnou konkurenčnou výhodou nášho projektu.

6 Marketingové ciele

6.1 Krátkodobé ciele

- Oboznámenie obyvateľov s chystaným projektom, senzibilizovanie a aktivizácia ich potenciálu.
- Naštartovanie projektov zaoberajúcich sa voľnočasovými aktivitami v obci.
- Získanie súkromného kapitálu na realizáciu projektu.
- Propagácia zámeru v širšom okolí potencionálnych rekreantov, prostredníctvom výstav, prezentácií, elektronickej inzercie atď.

6.2 Dlhodobé ciele

- Vybudovanie imidžu a dôvery u klientov
- Stabilný profit z celoročnej prevádzky rekreačného zariadenia
- Zlepšenie demografickej a kvalifikačnej štruktúry trvale žijúceho obyvateľstva
- Skorá návratnosť vynaložených prostriedkov
- Rozšírenie portfólia poskytovaných služieb a ich kvality
- Expanzia do ďalších stredísk
- Celkové oživenie a zlepšenie prostredia Zemplínskej Šíravy

7 Marketingový mix

7.1 Produkt

Produktom je výstavba zábavno-športového centra – Aquapark Kalužka, ktorý prispeje k tomu, aby ubytovacie, stravovacie a športové zariadenia mohli byť otvorené nielen v letnej sezóne, ale počas celého roka, čím zároveň podporíme oživenie cestovného ruchu v regióne.

7.2 Cena

Ceny sú odrazom zabezpečenia stabilného profitu z celoročnej prevádzky rekreačného zariadenia, v ktorom sme zohľadnili i cenovú dostupnosť pre potencionálnych klientov. Cieľom uvedených cien je zabezpečenie konkurenčnej výhody, ktorá je v tomto mikroregióne potrebná.

Cenník Aquapark Kalužka	Vstup	Dieťa, študent, senior, ZŤP	Dospelý
Využitie vonkajšej časti aquaparku: bazény s termálnou	celodenný	**200 Sk**	**300 Sk**
vodou, tobogany, kĺzačky, umelé vlny, rybník, člnky	poldenný	**150 Sk**	**250 Sk**
Využitie vitálneho sveta vo vnútorných bazénoch: sauny	celodenný	**300 Sk**	**400 Sk**
rôzneho druhu, solária, vírivka, bazény s masážnymi tryskami	poldenný	**250 Sk**	**350 Sk**
Využitie vonkajšej časti i vitálneho sveta vo vnútorných	celodenný	**500 Sk**	**700 Sk**
bazénoch plus čiastočná masáž (15 min.)	poldenný	**450 Sk**	**650 Sk**

7.3 Propagácia

Cieľom propagácie je informovať obyvateľov obce Kaluža a okolitých obcí a regiónu na objavený prameň termálnej vody.

Produkt je určený jednak v prospech obyvateľov obce na energetické využitie prostredníctvom tepelných čerpadiel na vytápanie jednotlivých rekreačných zariadení, niektorých rodinných domov, verejných budov, skleníkov. Ďalším využitím projektu je zvýšenie cestovného ruchu strediska s využitím termálnej vody na kúpeľné účely. Propagáciu aktivít zabezpečí obecný úrad v Kaluži v spolupráci s občianskym združením „Termál“.

Občianske združenie zabezpečí propagáciu najmä personálne a organizačne, no čiastočne aj finančne z prostriedkov, ktoré poskytla obec. Obecný úrad prispeje do propagácie tlačou a kopírovaním propagačných materiálov. Pre účely propagácie sa využije aj obecný rozhlas a regionálne noviny.
Nenahraditeľnou súčasťou propagácie bude aj ústne podanie, na ktoré kladieme veľký dôraz.

7.4 Miesto

Známa rekreačná oblasť Zemplínska šírava patrí k najteplejším oblastiam na Slovensku. Nebývalé množstvo tropických dní a nocí urobilo z tejto druhej najväčšej vodnej plochy na Slovensku významné turistické centrum zemplínskeho regiónu. Pre tento región je dominantným predovšetkým letný cestovný ruch. Oblasť Zemplínskej šíravy je turistickou lokalitou medzinárodného významu a poskytuje dostatok ubytovacích a rekreačných možností na letné ale aj celoročné využitie. Nachádza sa tu sedem rekreačných stredísk, ktoré sú prístupné z cesty, ktorá lemuje vodnú nádrž.

Jednou z týchto stredísk je práve obec Kaluža. V katastri obce sa nachádzajú zdroje termálnej vody. Na základe rozborov kvality sa zistilo, že táto voda je vhodná na liečenie problémov pohybového ústrojenstva, očí a kožných ochorení. Realizáciou tohto projektu sa využije tento zdroj na kúpeľné a rehabilitačné účely a vybudovanie aquaparku.

7.5 Marketingová komunikácia

Veľmi dôležitou časťou marketingovej komunikácie je priama komunikácia s občanmi. Dôvodom je získavanie verejnej podpory, vzbudiť u verejnosti záujem prispieť k rozvoju územia, informovať verejnosť o tom, čo robíme alebo i prečo niečo nerobíme. Najväčší dôraz treba v rámci marketingovej komunikácie klásť na *Public Relations.* V rámci toho sa využije informačná tabuľa obce, internetová stránka a obec vydá katalógy na propagáciu aquaparku. Počas realizácie projektu bude lokálna televízia pravidelne prinášať správy o stave riešenia projektu.

9 Hodnotenie výsledkov marketingového projektu

Najrelevantnejšie bude hodnotiť výsledky celého projektu prostredníctvom množstva návštevníkov Aquaparku Kalužka, ktorý vznikne ako výsledok iniciatívy obecného úradu a občianskeho združenia Termál na zvýšenie atraktivity tak obce, ako aj regiónu.

Zoznam bibliografických údajov :

1. http://www.kaluza.ocu.sk/sucasnost.html

2. http://www.michalovce.sk/article-zemplinska-sirava.html?s=&p=81f993bacbea09fa6fd91434b8b70975&m=620f4cdaca62901f1122702c1b89d02d&sm=96bc682b981c7150986a39f2a17b37f7

3. http://www.cestovatel.eu/slovensko/clanok.php?id_country=150