

Projekt vyššej využiteľnosti kina v meste Prievidza

Bc. Lenka Čičmancová

Diplomová práca
2010



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav podnikové ekonomiky

akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VYKONU)

Iméno a příjmení: **Lenka ČIČMANCOVÁ**
Osobní číslo: **M081145**
Studijní program: **N 6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**

Téma práce: **Projekt vyšší využitelnosti kina ve městě Prievidza**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Zanalyzujte marketingový výzkum, jeho metody, projektové řízení, financování veřejného sektoru a popište hlavní důvody, proč lidé potřebují průmysl volného času a zábavný průmysl.

II. Praktická část

- Zanalyzujte současný stav nabídky a poptávky průmyslu volného času a zábavného průmyslu a kina v městě Prievidza.
- Formulujte z výše uvedeného bodu projekt vyšší využitelnosti kina ve městě Prievidza.
- Vypracujte a zhodnoťte projekt vyšší využitelnosti kina ve městě Prievidza.

Závěr

Rozsah diplomové práce: cca 70 stran
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

- [1] BEDNARČÍK, Z. Marketingový výzkum. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2008. 176 s. ISBN 978-80-7248-489-8.
- [2] COOPER, D.R. Business research methods. Boston: McGraw-Hill/Irwin, 2008. 746 s. ISBN 978-0-07-340175-1.
- [3] DOLEŽAL, J. a kol. Projektový management podle IPMA. Praha: Grada Publishing, 2009. 507 s. ISBN 978-80-247-2848-3.
- [4] HALÁSEK, D. Veřejná ekonomika. Opava: Optys, 2007. 207 s. ISBN 978-80-85819-60-1.
- [5] PETRUSEK, M. Základy sociologie. Praha: Akademie veřejné správy, 2009. 189 s. ISBN 978-80-87207-02-4.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.
Ústav podnikové ekonomiky
Datum zadání diplomové práce: 29. března 2010
Termín odevzdání diplomové práce: 3. května 2010

Ve Zlíně dne 29. března 2010


doc. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka




prof. Ing. Jiří Polách, CSc.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit dílo – diplomovou/bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně 3.5.2010

Lenka Čižmancová

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Cieľom diplomovej práce je vytvoriť projekt vyššej využiteľnosti kina v meste Prievidza. Teoretickú časť tvoria základné informácie o problematike priemyslu voľného času a zábavného priemyslu, dôvody potreby tohto priemyslu, možnosti trávenia voľného času a jeho financovanie. Je tu tiež spomenutý marketingový výskum a projekty.

Analytická časť sa zaoberá analýzou súčasného stavu dopytu a ponuky priemyslu voľného času a zábavného priemyslu v meste Prievidza a dotazníkovým šetrením. Výsledky dotazníkového šetrenia sú pre lepšie pochopenie znázornené pomocou grafov. Z tohto šetrenia vyplynulo o aké zmeny majú respondenti záujem, ktoré služby im v ponuke chýbajú apod.

Táto analytická časť bude podkladom pre projektovú časť, ktorej cieľom bude vyššia využiteľnosť kina v meste Prievidza. Bola prevedená časová implemetácia projektu, stanovené náklady, riziková a prínosová analýza.

Kľúčové slová: priemysel voľného času a zábavný priemysel, marketingový výskum, projekt, časová implemetácia, náklady, riziková analýza.

ABSTRACT

The aim of this thesis is to project the higher efficiency of the cinema in the town Prievīdza. The theoretical part deals with the basic information about the industry of free time and show business, reasons for necessary of this industry, possibilities of spending free time and his financing. There is also mentioned the marketing research and projects. The analytical part is concerned with the present state of the demand and supply of the industry of free time and show business in the town Prievīdza and the questionnaire analysis. For better understanding the analysis results are then represented graphically. Consequently, that changes visitors want and that services fail in supply.

As regards the results of this analytical part, there are projected the higher efficiency of the cinema in the town Prievīdza. There are also time implementation of the project, expenses, risk and benefit analysis.

Keywords: industry of free time and show business, marketing research, project, time implementation, expenses, risk analysis.

Moje poďakovanie patrí vedúcej diplomovej práce, pani Ing. Zuzane Tučkovej, Ph.D., za odborné vedenie, cenné informácie a pripomienky, ktoré mi pri spracovaní diplomovej práce poskytla.

Prehlasujem, že odovzdaná verzia diplomovej práce a verzia elektronická nahraná do IS/STAG sú totožné.

OBSAH

ÚVOD	11
I TEORETICKÁ ČASŤ	12
1 SOCIOLOGIA	13
1.1 DÔVODY POTREBY PRIEMYSLU VOĽNÉHO ČASU A ZÁBAVNÉHO PRIEMYSLU	13
1.2 PRIEMYSSEL VOĽNÉHO ČASU A ZÁBAVNÝ PRIEMYSEL.....	15
1.3 MOŽNOSTI TRÁVENIA VOĽNÉHO ČASU.....	18
1.4 FINANCOVANIE PRIEMYSLU VOĽNÉHO ČASU A ZÁBAVNÉHO PRIEMYSLU.....	19
2 MARKETINGOVÝ VÝSKUM	22
2.1 SEGMENTÁCIA TRHU.....	22
2.2 SPRACOVANIE VÝSKUMU.....	23
2.3 REALIZÁCIA VÝSKUMU.....	23
2.3.1 Dopytovanie	23
2.4 SPRACOVANIE SPRÁVY A INTERPRETÁCIA ZÍSKANÝCH POZNATKOV	25
2.5 SWOT ANALÝZA.....	25
2.5.1 Silné a slabé stránky	26
2.5.2 Príležitosti a ohrozenia.....	26
3 PROJEKT	28
3.1 CIELE PROJEKTU	29
3.2 ČASOVÉ PLÁNOVANIE PROJEKTU	30
3.3 PLÁNOVANIE NÁKLADOV.....	31
3.4 ANALÝZA RIZÍK.....	32
II PRAKTICKÁ ČASŤ	35
4 ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU DOPYTU A PONUKY PRIEMYSLU VOĽNÉHO ČASU A ZÁBAVNÉHO PRIEMYSLU V MESTE PRIEVIDZA	36
4.1 ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU DOPYTU PRIEMYSLU VOĽNÉHO ČASU A ZÁBAVNÉHO PRIEMYSLU V MESTE PRIEVIDZA	36
4.2 ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU PONUKY PRIEMYSLU VOĽNÉHO ČASU A ZÁBAVNÉHO PRIEMYSLU V MESTE PRIEVIDZA	38
5 DOTAZNÍKOVÉ ŠETRENIE	42
5.1 NÁVŠTEVNOSŤ MOŽNOSTÍ PRIEMYSLU VOĽNÉHO ČASU A ZÁBAVNÉHO PRIEMYSLU	43
5.2 NÁVŠTEVNOSŤ KINA BANÍK V PRIEVIDZI.....	43
5.3 HODNOTENIE ÚROVNE KINA BANÍK V PRIEVIDZI	46
5.3.1 Úroveň služieb v kine Baník v Prievdzi.....	46
5.3.2 Úroveň vybavenia v kine Baník v Prievdzi.....	47

5.3.3	Úroveň cien v kine Baník v Prievidzi	49
5.3.4	Úroveň programu v kine Baník v Prievidzi	50
5.4	ZHRNUTIE DOTAZNÍKOVÉHO ŠETRENIA A DOPORUČENIE	52
6	PROJEKT VYŠŠEJ VYUŽITELNOSTI KINA V MESTE PRIEVIDZA	55
6.1	CIELE PROJEKTU	55
6.2	NÁVRH ZMIEN SÚČASNÉHO STAVU KINA BANÍK V PRIEVIDZI.....	56
6.2.1	Zvýšenie návštevnosti kina Baník v Prievidzi	56
6.2.2	Zlepšenie doprovodných služieb	60
6.3	SWOT ANALÝZA KINA BANÍK V PRIEVIDZI ZA SÚČASNEJ SITUÁCIE	62
6.4	PERSONÁLNE OBSADENIE POTREBNÉ PRE ZMENY V KINE BANÍK V PRIEVIDZI.....	63
6.5	NÁKLADY PROJEKTU	64
6.6	FINANČNÁ PODPORA PROJEKTU	68
6.7	ČASOVÁ IMPLEMENTÁCIA PROJEKTU	69
6.8	ANALÝZA RIZÍK A PRÍNOSOV	71
6.8.1	Analýza rizík	71
6.8.2	Analýza prínosov.....	73
6.9	ZHRNUTIE PROJEKTU	74
	ZÁVER	75
	ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	76
	ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK.....	78
	ZOZNAM OBRÁZKOV	79
	ZOZNAM TABULIEK	80
	ZOZNAM PRÍLOH.....	81

ÚVOD

Voľný čas je časťou ľudskeho života mimo čas pracovný a tzv. čas viazaný, ktorý zahrňuje biofyzické potreby človeka, chod rodiny, prevádzku domácnosti, starostlivosť o deti, dochádzku za prácou a ďalšie nutné mimopracovné povinnosti. Voľný čas je dobou, ktorú má po splnení týchto potrieb a povinností človek k dispozícii pre činnosti sebaurčujúce a sebavytvárajúce, ako je odpočinok a zábava, rozvoj záujmovej sféry, zlepšenie kvalifikácie a účasť na verejnom živote. Podľa klasifikácie SK NACE patrí priemysel voľného času a zábavný priemysel do sekcie umenie, zábava a rekreácia. V tejto sekcii sa nachádza množstvo aktivít s cieľom uspokojiť záujmy širokej verejnosti v oblastiach kultúry, zábavy a rekreácie.

Práca sa skladá z teoretickej a praktickému časti. Praktická časť je rozdelená do dvoch na seba naväzujúcich celkov, a to analytického a projektového.

V teoretickej časti sú obsiahnuté východiská pre praktickú časť práce. Je v nej vymezovaný pojem priemysel voľného času a zábavný priemysel, dôvody potreby tohto priemyslu, možnosti trávenia voľného času a jeho financovanie. Okrem iného som spomenula marketingový výskum a s tým spojené dotazovanie, SWOT analýzu, je tu zahrnutá i problematika projektov.

Ďalšia analytická časť sa zaoberá analýzou súčasného stavu dopytu a ponuky priemyslu voľného času a zábavného priemyslu v meste Prievidza, ktorá je doplnená o dotazníkové šetrenie.

Táto analytická časť bude podkladom pre projektovú časť, ktorej cieľom bude vyššia využiteľnosť kina v meste Prievidza.

Cieľom diplomovej práce je posúdenie súčasnej situácie a navrhnutie takých opatrení, ktoré súčasné podmienky zlepšia. To je možné len spoločným úsilím predstaviteľov a obyvateľov mesta.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1 SOCIOLÓGIA

Pojem sociológia po prvýkrát použil francúz Auguste Comte, podľa ktorého sa jedná o vedu o spoločnosti, ktorá zahrňuje všetky spoločenskovedné disciplíny, ako je história, právo, ekonómia, etika, estetika ai. Je im nadradená, lebo poskytuje všeobecné teoretické východiská a hlavne metodológiu. [12]

Medzi dve základné požiadavky, ktoré sociológiu určujú patria:

- prvým rysom je snaha sociológie o zakotvenie jej poznania v realite, dôsledná väzba sociologickej teórie s empiriou a dôraz na metodológiu,
- druhým rysom je zameranie sociologického poznania na možnosť prakticky uplatniť výsledky vedeckého skúmania. [12]

Iné poňatie sociológie prináša Emile Durkheim, ktorý predmet skúmania zužuje na sociálne javy. Sociálne javy možno identifikovať ako skutočnosti, ktoré tlačia na človeka a on sa im prispôsobuje. Poňatie sociálneho javu tiež znamená, že spoločnosť, respektíve (ďalej len resp.) sociálne skupiny, nie sú zoskupením jedincov, ale úplne novou skutočnosťou vysvetliteľnou len zo seba samej a na kvalitatívne vyššej úrovni. [12]

1.1 Dôvody potreby priemyslu voľného času a zábavného priemyslu

Zvláštnym pojmom v štruktúre spoločenského vedomia je pojem kultúra. Jeho výklad je veľmi zložitý, existujú rôzne definície, avšak v podstate sa jedná o sociálny jav, lebo sa rodí, funguje, vplýva na iné spoločenské javy a prekonáva transformácie v procese vzájomného pôsobenia osobnosti a spoločenských skupín. Zábava a šport je časť duchovnej nadstavby, ktorá má určitú funkciu nielen v oblasti nadstavby, ale aj vo všetkých oblastiach spoločenského života. Tieto kultúrne javy skúma osobitné odvetvie sociológie, nazvané sociológiou voľného času. [4]

Náš každodenný život má tri základné dimenzie:

- povinný pracovný čas,
- čas odpočinku a spanie,
- voľný denný čas. [4]

Človek tieto dimenzie nemôže rozdeliť podľa seba, pretože je povinný pracovať určitý počet hodín denne, musí si rezervovať určitý počet hodín na odpočinok a zostane mu k dispozícii posledná tretia dimenzia – dimenzia voľného času. Táto dimenzia sa stáva stále významnejším faktorom v ďalšom vývine spoločnosti, najmä pokiaľ ide o všestranný rozvoj. Existujú rôzne spôsoby využívania voľného času a rôzne prostriedky, pomocou ktorých môžeme realizovať záľuby jednotlivcov. [4]

V podstate existujú dva druhy zábavy:

- amatérske záujmy o rôzne odvetvia vedy a umenia (maľovanie, čítanie, účasť v ochotníckych krúžkoch a iné – ďalej len ai.),
- alebo rôzne druhy zábavy a športu.

Spôsob využívania voľného času závisí od mnohých okolností:

- od postavenia, ktoré ľudia majú v spôsobe výroby a od ich zárobku,
- od stupňa vzdelania a kultúrnej úrovne,
- od návykov získaných v detstve a v mladosti,
- od prostredia, v ktorom človek žije a od skupiny ľudí, s ktorými sa ten človek najčastejšie stretáva,
- od miesta bývania a práce,
- od ideálov a perspektív, ktoré si jednotlivci a určité skupiny vytyčujú vo svojom živote,
- od psychického a fyzického založenia jednotlivých individuí, čo zas môže byť podmienené rôznymi životnými komponentmi. [4]

Správne spojenie samosprávy výrobcov vo výrobe a pozitívneho využívania voľného času sú dva základné sociálne predpoklady pre uskutočnenie sebarealizácie človeka. Keď sa na význam voľného času pozeráme takto, môžeme spraviť záver, že spoločenstvo má voči jednotlivcovi dve podstatné povinnosti:

- zabezpečiť prácu ako zdroj existencie,
- zabezpečiť voľný čas ako zdroj rozptýlenia a rozvoja. [4]

1.2 Priemysel voľného času a zábavný priemysel

Podľa odvetvovej klasifikácie ekonomických činností **SKNACE** patrí priemysel voľného času a zábavný priemysel do sekcie umenie, zábava a rekreácia. V tejto sekcii sa nachádza množstvo aktivít s cieľom uspokojiť záujmy širokej verejnosti v oblastiach kultúry, zábavy a rekreácie. Okrem iného sem patria aj živé predstavenia, činnosť múzeí, herní, športové a rekreačné činnosti. [20]

Túto sekciu môžeme ďalej rozdeliť na divízie:

- **Tvorivé, umelecké a zábavné činnosti** – patrí sem hlavne prevádzkovanie zariadení a poskytovanie služieb na uspokojenie záujmov zákazníkov v oblastiach kultúry a zábavy, produkciu, propagáciu a účasť na živých predstaveniach, udalostiach alebo výstavách, poskytovanie umeleckých, tvorivých a technických skúseností na výrobu umeleckých produktov a živých predstavení. Niektoré jednotky zabezpečujúce kultúrne, zábavné a rekreačné zariadenia a služby patria i do iných divízií ako sú napríklad (ďalej len napr.): výroba filmov, videozáznamov a ich distribúcia, premietanie filmov, rozhlasové a televízne vysielanie.
- **Činnosti knižníc, archívov, múzeí a ostatných kultúrnych zariadení** – spadá sem činnosť knižníc a archívov, prevádzka múzeí, botanických a zoologických záhrad, prevádzka historických budov a činnosti súvisiace s prevádzkovaním prírodných rezervácií. Takisto sem môžeme zaradiť činnosti súvisiace s ochranou a prevádzkou objektov, miest a prírodných zaujímavostí, ktoré sú z historického, kultúrneho alebo výchovného hľadiska hodnotné.
- **Činnosti herní a stávkových kancelárií** – sem zaraďujeme prevádzku herní ako sú napr.: kasína, bingo haly, terminály videohier, poskytovanie služieb stávkovými kancelárkami ,to je (ďalej len t.j.) organizovanie lotérií a prijímanie stávk.
- **Športové, zábavné a rekreačné činnosti** [20]

Voľný čas je čas, keď človek nevykonáva činnosti pod tlakom záväzkov, ktoré vyplývajú z jeho sociálnych úloh, obzvlášť z deľby práce a nutnosti zachovať a rozvíjať svoj život. Niekedy sa vymedzuje ako čas, ktorý ostáva po splnení pracovných i nepracovných povinností, t.j. ostatková, reziduálna teória voľného času. Presnejšie sa však jedná o činnosť, do ktorej človek vstupuje s očakávaniami, účastní sa jej na základe svojho slobodného rozhodnutia a prináša mu príjemné zážitky a uspokojenie. Medzi hlavné funkcie voľného času patria:

- **odpočinok** – regenerácia pracovných síl,
- **zábava** – regenerácia duševných síl,
- **rozvoj osobnosti** – spoluúčasť na vytváraní kultúry. [7]

V dejinách ľudskej spoločnosti existovalo a dodnes existuje veľa názorov na problematiku voľného času. Ucelenejšie poňatie tohto problému sa po prvý raz objavuje v prácach gréckych filozofov, ktorí nazývali voľný čas scholé. Tento termín prekladá slovník ako voľný čas, prestávka, odpočinok, nedostatok práce, vyplnenie voľných chvíľ prácou, rozhovormi, štúdiom a podobne (ďalej len apod.). [19]

Až v priebehu 19. storočia sa začína pomaly a postupne oddeľovať voľný čas. Avšak pomer medzi pracovným a mimopracovným časom bol celkom iný než dnes.

Na začiatku 20. storočia bol pracovný čas taký dlhý, že voľný čas predstavoval veľmi nepatrnú časť dňa. Mimopracovný čas sa vlastne redukoval len na uspokojenie najnevyhnutnejších fyziologických potrieb, na zaobstaranie najpotrebnejších prostriedkov na čiastočnú obnovu pracovnej sily a života rodiny. Trávenie času voľna na iné účely bolo v podstate vyhradené len majetnej, vládnucej triede. Mnohohodinová ubíjajúca práca, predčasné fyzické vyčerpanie, nemožnosť normálnej reprodukcie pracovnej sily a silné ekonomické prinútenie k práci menilo každú voľnú chvíľu na ďalšiu oblasť nutnosti. S nástupom kapitalizmu sa oddeľuje aj mimopracovný čas. [19]

S rozvojom techniky sa skracuje pracovný čas, zároveň sa predlžuje mimopracovný čas a vzniká istý fond voľného času, čo ovplyvňuje rozvoj priemyslu voľného času. Postavenie a význam voľného času na začiatku 21. storočia predznamovali dokumenty a aktivity prijaté a realizované v predchádzajúcich storočiach. Za jednu z najdôležitejších možno

považovať **Chartu výchovy pre voľný čas**, schválenú predstavenstvom svetového združenia pre rekreáciu a voľný čas v decembri 1993. [7]

Charta výchovy pre voľný čas má za úlohu informovať vlády, nevládne organizácie a vzdelávacie systémy o význame a prínosoch voľného času, výchovy vo voľnom čase a výchovy pre voľný čas. Z hľadiska charakteristiky voľného času sú dôležité nasledujúce state:

- voľný čas a voľnočasové aktivity predstavujú špecifickú oblasť ľudského života, prinášajú pre človeka prospech – radosť zo slobody, priestor pre tvorivosť, uspokojenie, radosť, potešenie, šťastie, ako i možnosť sebavyjadrenia a činnosti, ktoré obsahujú telesné, duševné, sociálne, umelecké a duchovné prvky,
- voľný čas predstavuje jeden z najdôležitejších zdrojov osobnostného, spoločenského a ekonomického rozvoja a prispieva ku kvalite života,
- voľný čas podporuje celkové zdravie a pohodu,
- voľný čas je základným ľudským právom a nikomu nesmie byť odopieraný na základe pohlavia, sexuálnej orientácie, veku, rasy, náboženstva, zdravotného stavu, postihnutia alebo ekonomického postavenia,
- rozvoj voľného času napomáha zabezpečeniu základných životných podmienok, ako je bezpečie, obydlie, strava, zdroj finančných prostriedkov, vzdelanie, rovnosť a sociálna spravodlivosť,
- ľudská spoločnosť je zložitý a vzájomne prepojený systém a voľný čas nemožno oddeliť od iných životných cieľov,
- pre mnoho súčasných spoločností je charakteristická rastúca nespokojnosť, nuda, nedostatok pohybu, strata tvorivosti a odcudzenie medzi ľuďmi, všetky tieto problémy možno odstrániť voľnočasovými aktivitami. [13]

Význam voľného času pre jednotlivca i spoločnosť je daný funkciami, ktoré má a ktoré je potrebné v praxi rešpektovať a realizovať:

- **zdravotno-hygienická** – (kompenzačná, odpočinková, resp. rekreačná) jej obsahom sú aktivity umožňujúce regeneráciu psychických a fyzických síl, ktoré človek vynakladá pri plnení svojich povinností (práca, štúdium),

- **formatívno-výchovná** – vo voľnom čase taktiež prebieha výchovno-vzdelávací a sebvzdelávací proces, nadväzuje na výchovu v rodine, v škole a v iných edukačných prostrediach,
- **sebarealizačná** – voľný čas nám umožňuje uspokojovanie špecifických a individuálnych potrieb a záujmov,
- **socializačná** – tým, že sa človek v rámci voľného času stáva členom sociálnych skupín, nadväzuje nové sociálne vzťahy, čím sa jeho proces socializácie spestruje, prehľbuje a skvalitňuje,
- **preventívna** – zmysluplným využívaním voľného času sa zabraňuje rôznym sociálno-patologickým javom, ktoré ohrozujú nielen jednotlivca, ale aj ostatných členov spoločnosti. [6]

1.3 Možnosti trávenia voľného času

Voľnočasové aktivity prenikajú už do preškolského veku. Účastníkom tým umožňujú vstupovať skôr do nových prostredí a zvládať rôzne obsahy a spôsoby aktivít s nimi súvisajúcich ako tomu bolo v minulosti. Týmto sa aj predlžuje socializačná fáza vývoja mladého človeka až na koniec druhého desaťročia jeho života. Vo veku detí a mládeže majú voľnočasové aktivity za podpory dospelých pozitívny vplyv na rozvoj osobnosti, vytváranie vzťahov k okoliu i na prípravu na individuálne a spoločenské uplatnenie v rodine, práci i v samotnom voľnom čase. V seniorskom období sa vo voľnom čase uskutočňujú aktivity primerané veku. V dnešnej dobe dochádza k predlžovaniu ľudského veku a v dôsledku toho rast počtu seniorov na celkovej populácii, preto je potrebné jej venovať pozornosť. So vzrastajúcim vekom rastie potreba venovať pozornosť vlastnej osobe, udržiavať svoj telesný a duševný potenciál. Voľný čas teda hrá vo všetkých týchto smeroch významnú úlohu a jeho aktivity sa s rastúcou variabilitou, účinnosťou a významom stávajú celoživotnou dimenziou jednotlivcov i celej populácie. [6]

Medzi aktívne prežívanie voľného času môžeme zaradiť:

- **športové a rekreačné aktivity** – okrem budovania fyzickej sily a zdatnosti, nám šport umožňuje mať radosť z pohybu, hry a bytia s priateľmi a spolupracovať s inými v rámci kolektívnych športov, taktiež by sme nemali zabudnúť na pobyt v prírode, turistiku a výlety.

- **záujmové aktivity** – slúžia na uspokojenie záujmov a potrieb jednotlivca buď individuálnou, alebo skupinovou formou, môžu súvisieť s akademickými predmetmi alebo sa môžu týkať umeleckých, spoločenských či technických odvetví od maľovania, hrania, spievania cez divadlo, návštevy koncertov, múzeí až po domáce majstrovanie.
- **vzdelávacie aktivity** – dávajú nám príležitosť na ďalšie vzdelávanie, nepatria sem len špecifické kurzy a školenia, ale aj čas venovaný aktívnemu vyhľadávaniu informácií – na internete, v knihách, novinách a časopisoch či v televízii, dôležitú úlohu pri spostredkovaní informácii zohrávajú knižnice.
- **socializačné aktivity** – byť sám nám umožňuje usporiadať si myšlienky, byť s priateľmi je zas zdieľanie radostí a starostí všedného života, ale aj rozvoj sociálnych a komunikačných zručností.
- **komunitné aktivity** – jedná sa o aktívne prežitie voľného času v prospech tých, s ktorými zdieľame životný priestor širší ako okruh rodiny – môže ním byť dedina, mestská štvrť, ulica alebo celé mesto.

Možností, čo robiť vo voľnom čase je veľmi veľa, dôležité je však neprepadnúť pasivite a vedieť prežiť svoj voľný čas aktívne. Aktívne prežívanie voľného času má pozitívny vplyv na rozvoj vedomostí, zručností, psychických a fyzických síl, pomáha osobnej harmónii, ktorá vedie k duševnej pohode, lepším výkonom a buduje vzťahy. [21]

1.4 Financovanie priemyslu voľného času a zábavného priemyslu

Priemysel voľného času a zábavný priemysel môže byť finančne podporený z vnútorných zdrojov:

- podnikateľské subjekty,
- rozpočty samospráv.

alebo z vonkajších zdrojov:

- štátny rozpočet a štátne fondy,
- dotácie,
- zdroje Európskej únie (ďalej len EÚ),

- zahraniční investori a
- ostatné vonkajšie zdroje. [2]

1. Vnútorne finančné zdroje

Medzi najdôležitejšie vnútorné zdroje patrí združovanie prostriedkov prostredníctvom podnikateľských subjektov, ktoré sa zameriavajú hlavne na:

- marketingové aktivity,
- financovanie činností združení cestovného ruchu (ďalej len CR),
- zabezpečení doplnkových služieb a prevádzku tých zariadení, ktoré nie sú ziskové, ale z hľadiska cestovného ruchu potrebné. [2]

Významnú úlohu tiež zohráva finančná podpora z rozpočtu miest a obcí. Napriek tomu, že mestá a obce zápasia s nedostatkom peňazí, bude potrebné, aby aspoň časť prostriedkov získaných z priemyslu voľného času a zábavného priemyslu investovali späť do neho. Keďže nepôjde o objemy umožňujúce väčšie investičné akcie, bude potrebné znovu združovanie prostriedkov miest a obcí a podnikateľských subjektov. [2]

2. Vonkajšie finančné zdroje

Najvýznamnejšie postavenie medzi vonkajšími finančnými zdrojmi mal doteraz štátny rozpočet a naň naviazané štátne fondy. Tieto prostriedky smerovali najmä do technickej infraštruktúry a do určitej miery vytvárali podmienky pre rozvoj cestovného ruchu. Nutnosťou je pripraviť sa na využitie predvstupových fondov EÚ:

- PHARE,
- SAPARD,
- ISPA.

Taktiež využiť aj ďalšie formy finančnej pomoci:

- zdroje UNDP,
- UNSAID,
- Pilotná grantová schéma pre rozvoj CR,
- Štrukturálne fondy apod. [2]

Na úseku priemyslu voľného času a zábavného priemyslu si to vyžaduje:

- sústrediť dostatok vlastných zdrojov na spolufinancovanie projektov podľa stanovených kritérií,
- pripraviť dostatok kvalitných projektov v dostatočnom časovom predstihu, ktoré môžu mať úspech vo výberovom konaní,
- vytvoriť kontakty potrebné pre lobbovanie na príslušných orgánoch doma i v zahraničí.

Tieto tri oblasti je potrebné podrobne rozpracovať na detailné kroky, vrátane personálneho zabezpečenia. [2]

3. Zahraničné investície

Pre reálny vstup zahraničného kapitálu sú dôležité potrebné podklady, projekty a ľudia schopní presadiť v našich podmienkach oprávnené požiadavky zahraničných investorov.

[2]

2 MARKETINGOVÝ VÝSKUM

Marketingový výskum predstavuje systematické plánovanie, zhromažďovanie, analýzu a zhodnocovanie informácií, ktoré sú potrebné na účinné riešenie konkrétnych marketingových problémov. Podnik ho realizuje vtedy, keď informácie získané z interných zdrojov alebo z marketingového spravodajstva nie sú dostatočné na efektívne a racionálne marketingové rozhodovanie. [1]

2.1 Segmentácia trhu

Segmentácia trhu je základom tvorby úspešnej marketingovej stratégie.. Segmentácia trhu je v podstate rozdelenie trhu na rôzne skupiny kupujúcich – trhové segmenty, ktoré používajú rôzne produkty alebo marketingové programy. [1]

Výhodami segmentácie sú:

- ľahšia identifikácia jednotlivých skupín zákazníkov, zistiť ich potreby, a tak vytvárať ponuky,
- menej konkurentov v danom tržnom segmente,
- možnosť zaistiť si vysoký tržný podiel a ziskovú maržu,
- vyvolať podnety na vývoj nových výrobkov, alebo zdokonaľovanie už existujúcich výrobkov a služieb. [1]

Tento proces sa začína určením kritérií segmentácie. Používame pri tom tieto kritéria: geografické, demografické, psychografické a behaviorálne kritéria.

Geografická segmentácia je segmentácia trhu podľa geografických kritérií, napr. podľa štátov, regiónov, krajov, miest, mestských častí apod.

Demografická segmentácia delí trh podľa veku a životných fáz, pohlavia, príjmov, povolania a dosiahnutého stupňa vzdelania, náboženstva, etnickej príslušnosti a národnosti.

Psychografická segmentácia rozdeľuje kupujúcich podľa príslušnosti k spoločenským triedam, podľa životného štýlu alebo osobnostných charakteristík.

Behaviorálna segmentácia (segmentácia podľa správania) člení zákazníkov do skupín na základe ich znalostí, postojov . [1]

2.2 Spracovanie výskumu

Výskum je plánom realizácie a kontroly marketingového výskumu. [9]

Určuje predovšetkým:

- typy údajov, ktoré budú zhromažďovať,
- spôsob ich zberu,
- metódy ich analýzy,
- rozpočet výskumu,
- úlohy pre jednotlivých zamestnancov,
- vypracovanie časového harmonogramu činností,
- kontrolu plánu. [9]

2.3 Realizácia výskumu

Táto fáza sa zaoberá zhromažďovaním, spracovaním a analýzou informácií. Jedná sa o najnáročnejšiu a najdrahšiu časť. Na začiatku podnik pracuje so sekundárnymi údajmi, ich výhodou je, že sa dajú rýchlo a lacno získať. Nevýhodou je, že nemusia byť relevantné a aktuálne. V prípade, že podniku nestačia sekundárne informácie, pristupujú k zberu primárnych informácií. Primárne informácie sa zozbieravajú prvýkrát na daný výskumný účel, získavame ich pomocou troch výskumných metód: **pozorovanie, dopytovanie a experiment**. Marketingový výskum podľa výberu metódy vhodnej na zhromažďovanie primárnych informácií sa delí na **kvantitatívny** (na vzorke respondentov) a **kvalitatívny** (otázky motivácie a psychologické aspekty). [1]

2.3.1 Dopytovanie

Dopytovanie je najpoužívanejšia metóda zberu informácií o činnostiach a postojoch ľudí. Informácie získava prostredníctvom odpovedí respondentov na rôzne otázky. Výhodou je flexibilita a použiteľnosť v rôznych situáciách. Nevýhodou je neochota respondentov spolupracovať. [1]

Metódy dopytovania možno klasifikovať nasledovne:

1. Podľa stupňa štandardizácie:

- **štandardizované dopytovanie** – striktné dodržovanie obsahu dotazníka so stanoveným počtom, poradím otázok a možnosťami odpovedí.
- **neštandardizované dopytovanie** – využíva takzvaný (ďalej len tzv.) hĺbkový, resp. skupinový rozhovor.

2. Podľa spôsobu kladenia otázok:

- **priame dopytovanie** – priame otázky,
- **nepriame dopytovanie** – odosobnená forma kladenia otázok.

3. Podľa formy komunikácie:

- **písomné dopytovanie,**
- **telefonické dopytovanie,**
- **osobné dopytovanie,**
- **elektronické dopytovanie. [1]**

Dotazník sa používa pri zaznamenávaní informácií získaných formou odpovedí na otázky. Výhodou je široké použitie a vcelku jednoduché spracovanie informácií. [14]

Dotazník by mal obsahovať:

- identifikačné údaje,
- požiadavky na spoluprácu – vysvetľujúce účel dotazníka,
- inštrukcie pre výskumníka a respondenta ako vyplniť dotazník,
- požiadavky na informácie – otázky,
- klasifikačné údaje týkajúce sa respondenta (vek, pohlavie, vzdelanie, príjem). [14]

Podstatu dotazníka tvoria otázky, ktoré by mali byť jednoducho, jasne, zrozumiteľne a logicky usporiadané. Dotazník obsahuje nasledujúce typy otázok:

- **Kontaktné (uvádzacie) otázky** – nadviazať kontakt s respondentom, pomôcť mu preniknúť do témy výskumu a motivovať ho k spolupráci,

- **Filtračné otázky** – zistiť či otázky budú kladené správnym respondentom,
- **Analytické otázky** – otázky, ktoré sa týkajú skúmaného problému,
- **Kontrolné otázky** – overiť pravdivosť otázok, ktoré sú dôležité pre vyriešenie problému,
- **Klasifikačné otázky** – demografické charakteristiky respondenta. [14]

Iným kritériom členenia otázok v dotazníku je počet variantov odpovedí. Na základe toho rozoznávame:

- **Otvorené otázky** – dávajú respondentovi voľnosť pri vyjadrení názoru, čím možno získať viac informácií, na druhej strane je veľmi náročné ich spracovanie,
- **Uzavreté otázky** – respondent má určené odpovede, z ktorých vyberá podľa neho tú správnu. Výhodou je rýchle a jednoduché spracovanie,
- **Škály** – slúžia na vyjadrenie a meranie postojov a názorov respondentov, prevádzajú nemerateľné znaky na merateľné. Na tento účel slúži hodnotiaci škála, kde respondent vyjadruje svoj názor zvolením určitej kategórie na stupnici. [14]

2.4 Spracovanie správy a interpretácia získaných poznatkov

Marketingový výskum sa nekončí realizáciou výskumu, teda zberom, zhromaždením, spracovaním a analýzou údajov. Získané informácie a poznatky musia byť prístupné manažérom a zamestnancom, ktorí robia dôležité rozhodnutia. Na tento účel sa vypracúva záverečná správa, výsledky, ktorej sú potom interpretované a bližšie vysvetlené v kruhu zainteresovaných zamestnancov. Záverečná správa predstavuje ústnu prezentáciu alebo písomnú správu objasňujúcu výsledky výskumu a z toho vyplývajúce odporúčania a návrhy. [1]

2.5 SWOT analýza

SWOT analýza vychádza z auditu trhu. Jedná sa o zoznam kritických faktorov úspechu na danom trhu, ktorá hodnotí silné a slabé stránky v zrovnaní s konkurenciou, ale tiež nevyužitú príležitosť a hrozby. [8]

2.5.1 Silné a slabé stránky

Silná stránka je důležitá pro konkurenční schopnost, mohou to být různé schopnosti, kterými podnik disponuje. Mezi silné stránky zařadíme:

- výjimečné technologické schopnosti,
- lepší poznání zákazníků,
- schopnost vyrábět za nižší náklady než konkurence,
- schopnost pravidelně inovovat výrobky,
- osvědčený management,
- lepší organizační schopnosti,
- zručnosti, kompetence, zdroje. [16]

Slabá stránka představuje to, čemu podnik chybí, nebo to dělá slabou v porovnání s konkurenčním. Příkladem slabých stránek může být:

- vyšší jednotkové náklady v porovnání s klíčovým konkurentem,
- neschopnost financovat změny pro výzkum, vývoj, zavádění nových produktů,
- zlé vedení, nejasné příkazy,
- špatný imidž u zákazníků, nedůvěra v značku,
- slabá distribuční síť,
- podprůměrné marketingové zručnosti, závislost tržeb jen od jednoho zákazníka, úzke nebo široké spektrum produktů. [16]

2.5.2 Příležitosti a ohrožení

Příležitost představuje situace na trhu, při které můžeme profitovat z konkurenční výhody, posuzujeme ji z hlediska atraktivnosti a pravděpodobnosti úspěchu. Za ohrožení můžeme považovat nevýhodný směr vývoje podniku. Mezi typické hrozby patří:

- vysoká diferenciace v odvětví,
- státní regulace,

- know-how,
- velký počet konkurentov,
- pomalý rast odvetvia,
- hrozba substitučných produktov. [16]

3 PROJEKT

Projekt je sled aktivít a úloh, ktorý má:

- špecifický cieľ,
- definovaný dátum začiatku a konca uskutočnenia,
- stanovený rámec pre čerpanie zdrojov potrebných pre jeho realizáciu. [15]

Z hľadiska časového priebehu životného cyklu projektu sa vytvára rad činností, ktorých zvládnutie je predpokladom úspešného projektu. Medzi najdôležitejšie zaradujeme:

- potreby a požiadavky zákazníka sú transformované do predmetu projektu,
- vytvorenie odhadov a predpokladov, ich prenos do termínových plánov, finančných analýz a metodických postupov, následná optimalizácia,
- vyjednávanie o zdrojoch, spracovanie podkladov a projektových dokumentov na schválenie,
- výber vhodných pracovníkov
- priradzovanie úloh a ich koordinácia v projektovom tíme,
- vedenie a motivovanie členov projektového tímu,
- kontrola plnenia plánov, zisťovanie odchýlok,
- monitorovanie rizík, zvolenie obranných opatrení,
- korigovanie vzniknutých odchýlok od plánov,
- záverečné agendy,
- odovzdanie projektových výstupov zadávateľovi. [15]

Pri projektoch zaobchádzame s tromi základnými pojmami- cieľom, časom a nákladmi, tzv. trojimperatívom projektového riadenia, ktoré musia byť previazané. [3]

Charakteristiky projektov:

- projekt zahrňuje jednotlivé ciele ukončené produktom alebo výsledkom,
- projekty sa neriešia v pôvodných organizačných líniách, lebo potrebujú vedomosti a talent z interdisciplinárnych oblastí a organizácií,
- každý projekt je unikátny a požiadavky naň kladené sú iné ako v minulosti,
- projekt je novou neznámou, pretože potrebuje novú technológiu a postupy, čo pre organizáciu signifikuje neistotu a riziko,
- projekty sú dočasné aktivity,
- projekt je proces pre úspešné dosiahnutie stanoveného cieľa. [11]

3.1 Ciele projektu

Pod pojmom ciele projektu si môžeme predstaviť budúci chcený stav čiže účel, ktorý má byť dosiahnutý pomocou realizácie projektu. Jedná sa o predmet, službu alebo ich kombinácia.

Ciele projektu majú význam v priebehu celého projektu, ale hlavne vo fázach:

- zahájenia projektu – pomáhajú pre zadanie projektu a kontrakt,
- plánovania projektu – výstupom sú všetky zásadné plánovacie dokumenty,
- ukončenia projektu – výstup z projektu je meraný, hodnotený a odsúhlasený podľa stupňa splnenia týchto cieľov. [10]

Pri stanovovaní projektových cieľov sa odporúča technika SMART. Východiskom by mal byť jeden hlavný cieľ, ktorý určuje smer projektu a jeho výsledok. Mal by v sebe zahŕňať strategickú podnikovú potrebu a jej účel. Hlavný cieľ býva dekomponovaný do podrobnejších čiastkových cieľov (subcieľov), ktoré sú viac konkrétne. [10]

3.2 Časové plánovanie projektu

Časové plánovanie projektu v sebe zahrňuje výber a aplikáciu najvhodnejších metód a techník na vypracovanie programu, ktorý splňa hlavné ciele a zámery. Cieľom je vytvorenie plánu postupu prác pri realizácii projektu s ohľadom na disponibilné zdroje, kapacity a náklady. Po naplánovaní projektu a priradení právomocí a zodpovednosti, sú jednotlivým fázam, blokom činností a úlohám pridelené parametre času, zdrojov, nákladov a predpokladaných rizík. [10]

Náročnosť a zložitosť viacerých projektov si vyžaduje dodržiavanie zásad, ktoré sú zamerané na identifikáciu a rešpektovanie všetkých logických väzieb medzi projektovými činnosťami. Čím môžeme predísť problémom, ako je včasné nedokončenie činností podmieňujúcich následné práce alebo nedostatok potrebných zdrojov, čo spôsobuje, že projekt nemôže byť včas ukončený. Kvôli tomu je potrebné:

- identifikovať všetky logické väzby medzi činnosťami,
- určiť prácnosť projektových činností,
- stanoviť čas trvania činností, z ktorých sa projekt skladá,
- určiť požiadavky na zdroje a zostaviť rozpočet nákladov.

Stanovenie časového plánu je veľmi náročné, preto sa nezaobíde bez počítačovej podpory. Opis časového plánu a grafy musia byť zrozumiteľné, no i detailne spracovaný časový plán nemusí byť konečný a nemenný. Je potrebné ho často aktualizovať a optimalizovať. [10]

Časové plány tvorí väčšinou manažér projektu s pracovníkmi, ktorí majú dostačujúce vedomosti o projektových činnostiach. Pri vytváraní časových plánov musíme brať v úvahu všetky požiadavky časového plánu, ktoré tvoria určitú štruktúru. Obsahujú:

- časový postup a priebeh projektových činností,
- časové ohodnotenie logických väzieb medzi projektovými činnosťami,
- časový plán míľnikov,
- časové priradenie požadovaných zdrojov,
- časové čerpanie plánovaných nákladov.

Už vytvorené časové plány musia byť jasné a prehľadné, no zároveň musia umožňovať aktualizáciu v reálnom čase v nadväznosti na skutočnosti, ktoré sa objavia v priebehu realizácie. [10]

3.3 Plánovanie nákladov

Pri plánovaní nákladov je našou úlohou, čo najpresnejšie určiť výšku nákladov, ktorá je potrebná na realizáciu projektu pri zohľadnení všetkých vplyvov. Zahrňuje tiež metódy, ktorých úlohou je, aby realizácia projektu bola ukončená v rámci schváleného projektu. [10]

Plánovanie nákladov sa skladá:

- Plánovanie zdrojov – určujú sa zdroje (ľudia, materiál, vybavenie, a tak ďalej (ďalej len atď.)), aké množstvo každého z nich má byť použité na splnenie plánovaných aktivít,
- Ocenenie nákladov – jedná sa o vývoj nákladov zo zdrojov potrebných na dokončenie aktivít,
- Rozpočtové náklady – pridelenie celkových nákladov k jednotlivým prácam,
- Kontrola nákladov – máme za úlohu skontrolovať zmeny na základe plánovaného rozpočtu.

Tieto procesy sa navzájom ovplyvňujú a každý z nich sa aspoň raz objaví v každej fáze plánovania. Pri menších projektoch sa plánovanie zdrojov, oceňovanie nákladov a rozpočtovanie prekrývajú. [10]

Plánovanie nákladov by sa malo realizovať dvoma etapami:

- Plánovanie celkových nákladov na projekt – čo by sme mali robiť už pred začatím projektu súčasne s vytvorením alternatívnych predbežných projektových návrhov. V tejto časti, keď sa rozhoduje, ktorú variantu projektu budeme realizovať, je veľmi dôležité stanovenie celkových nákladov.
- Plánovanie nákladov na realizáciu jednotlivých projektových činností – jedná sa o pracnejšie určovanie nákladov, používajú sa tu rôzne metódy a postupy, vrátane matematických výpočtov, kalkulácií a kvalifikovaných odhadov. [10]

Plánovanie nákladov by taktiež malo obsahovať náklady vynaložené na:

- realizáciu projektových činností,
- zabezpečenie potrebných zdrojov,
- plánovacie práce,
- riadenie projektu,
- kontrolné operácie,
- technickú a administratívnu podporu projektu,
- externé subdodávky a služby,
- podiel režijných prác,
- školenie pracovníkov, atď.

Zložitosť, jedinečnosť a charakter projektov neumožňujú vypracovať univerzálny postup na stanovenie nákladov. Projekty sa taktiež líšia ich zadávateľmi a prostredím, v ktorom sú realizované. [10]

3.4 Analýza rizík

Neoddeliteľnou súčasťou projektov je riziko. Analýza rizík sa zaoberá kvalitatívnym a kvantitatívnym sledovaním, hodnotením a predvídaním možných rizikových faktorov, javov. Podľa vzniku, pôsobenia a predvídateľnosti delíme riziká nasledovne:

- odchýlky – rozdiel medzi odhadom a skutočnou hodnotou,
- predvídateľné riziká – sú v danej oblasti bežné, ich rozsah sa dá odhadnúť,
- nepredvídateľné riziká – očakávame, že nastanú, ale nevieme kedy,
- neistota a chaotické javy – nemožno ich kvalifikovane odhadnúť. [10]

Analýza rizika projektu spočíva v identifikácii faktorov, ktoré pôsobia na projekt.

Stanovenie faktorov rizika možno uľahčiť:

- rozdelením projektu do fáz, častí, činností,
- určením oblastí zraniteľnosti projektu a potenciálnych problémov, ktoré vznikajú pomocou pôsobenia externých a interných faktorov, ale i pôsobením vzájomných vzťahov vnútri projektu,
- spochybňovaním faktorov pôsobiacich na výsledky projektu, ktoré boli pomocou minulých skúseností považované za isté. [10]

Vďaka náročnosti konkurenčného prostredia rastie počet faktorov rizika projektu. Okrem technicko-technologických faktorov, sú to predajné a cenové riziká, ekonomické riziká v podobe neistoty cien nákladových položiek. Vhodnou metódou pre vytvorenie zoznamu rizík môže byť podrobný rozpis rizík. Pri identifikácii rizík možno použiť množstvo metód, ako je:

- brainstorming,
- Delphi metóda,
- Crawfordove lístky,
- SWOT analýzu,
- poučenie z predchádzajúcich projektov atď

Kvalitatívna analýza zas posudzuje riziká z viacerých hľadísk, najdôležitejšie sú závažnosť, predvídateľnosť rizík, potenciálne väzby a vzťahy medzi jednotlivými rizikami, stupeň kontrolovateľnosti a odvrátiteľnosti. Riziko sa potom môže určiť buď v číselnej podobe, alebo nepriamo, pomocou určitých charakteristík. Postupy znižovania rizika projektu možno rozdeliť do dvoch skupín:

- odstránenie príčin vzniku rizika – má preventívny charakter, patria sem:
 - využívanie sily,
 - presun rizika,
 - kvalita informácií a úzky styk so zákazníkmi,
 - zvyšovanie kvantity a kvality zdrojového zabezpečenia,
 - vertikálna integrácia.

- snížení nepříznivých důsledků rizika – má nápravný charakter, patří sem:
 - zabezpečení flexibility projektu,
 - diverzifikácia,
 - delenie rizika,
 - uplatnenie etapových rozhodovacích postupov,
 - poistenie. [5]

II. PRAKTICKÁ ČASŤ

4 ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU DOPYTU A PONUKY PRIEMYSLU VOĽNÉHO ČASU A ZÁBAVNÉHO PRIEMYSLU V MESTE PRIEVIDZA

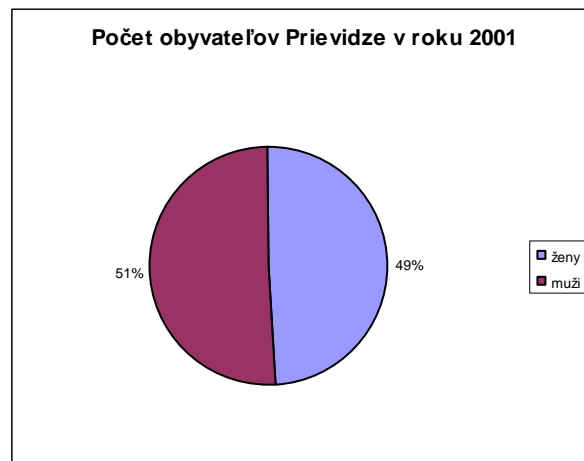
Táto kapitola sa bude zaoberať zhodnotením súčasného stavu dopytu a ponuky priemyslu voľného času a zábavného priemyslu. V analýze dopytu zhodnotím demografický vývoj v meste Prievidza a v analýze ponuky všetky možnosti zábavy a voľného času, ktoré mesto Prievidza ponúka.

4.1 Analýza súčasného stavu dopytu priemyslu voľného času a zábavného priemyslu v meste Prievidza

V analýze súčasného stavu dopytu zhodnotím demografický vývoj v meste Prievidza, popíšem jednotlivé etapy vývoja obyvateľstva od minulosti až po súčasnosť. Počet obyvateľov okresu Prievidza sa za posledných 150 rokov zvýšil takmer 3,5 krát. Zaznamenalo sa len jedno obdobie výraznej stagnácie (1921 - 1950) a jedno obdobie mimoriadne dynamického rozvoja (1950 - 1991). [17]

Do roku 1991 sa mesto vyznačovalo pomerne rýchlym rastom obyvateľstva. V tom čase malo takmer dvakrát toľko obyvateľov ako v roku 1970. Za jedno obdobie medzi dvoma za sebou sa konajúcimi sčítaniami mestu pribudlo priemerne 12 500 obyvateľov. Za nasledujúce intercenzálné obdobie (1991 – 2001) po prvý raz obyvateľov mesta ubudlo. Úbytok bol však pomerne malý – 327 osôb, čo predstavuje 0,61% populácie mesta v čase prvého sčítania obyvateľstva. Vývoj počtu obyvateľov mesta od roku 1991 má klesajúcu tendenciu. [17]

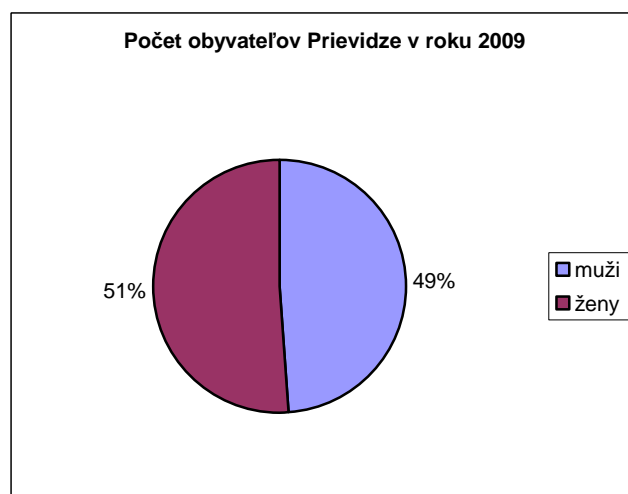
Od roku 1991 dosahuje mesto Prievidza stále prirodzený prírastok obyvateľstva, pretože každý rok sa narodí viac ľudí ako zomrie. Vývoj prirodzeného prírastku obyvateľstva mesta má však klesajúcu tendenciu. Vývoj počtu obyvateľov, a to akejkol'vek územnej jednotky, závisí nielen od zmien vyplývajúcich z ľudskej reprodukcie (prirodzený pohyb), ale aj od zmien trvalého pobytu, čiže migrácie (mechanický pohyb). Od roku 1994 má mesto Prievidza migračný úbytok obyvateľstva, lebo každý rok sa z neho odsťahuje viac osôb, ako sa doň prisťahuje. Hodnota tohto ukazovateľa do značnej miery kolíše, čo migračné správanie sa obyvateľstva robí menej pochopiteľným a vysvetliteľným ako jeho reprodukčné správanie. [17]



Obr. 1: Počet obyvateľov Prievidze v roku 2001 [17]

Z grafu číslo (ďalej len č.) 1 možno vyčítať, že k 26. 5. 2001 malo mesto Prievidza 53 097 obyvateľov, z toho 25 917 mužov, čo predstavuje 51% a 27 180 žien, čo predstavuje 49%. Podiel žien z trvalo bývajúceho obyvateľstva predstavoval 51,19 %. Ekonomicky aktívneho obyvateľstva bolo 27 317, z toho 13 783 mužov a 13 534 žien. Podiel ekonomicky aktívnych z trvalo bývajúceho obyvateľstva bolo 51,4 %. [17]

Absolútne najväčší migračný úbytok malo mesto Prievidza v roku 2004 (581 osôb), keď sa z neho odsťahovalo 1 053 obyvateľov. Je otázne, čo je dôvodom alebo dôvodmi takéhoto odlivu obyvateľstva. Do úvahy prichádza nielen sťahovanie za prácou, ale aj tzv. suburbanizácia, čiže sťahovanie mestského obyvateľstva na okolitý vidiek. [17]



Obr. 2: Počet obyvateľov Prievidze v roku 2009 [17]

Z grafu č. 2 je zřejmé, že k 1.5.2009 malo mesto Prievidza 50 484 obyvateľov, z toho 24 629 mužov, čo je 49% a 25 855 žien, čo je 51%. Podiel žien z trvalo bývajúceho obyvateľstva predstavuje 50,98%. Týmto sa mesto Prievidza zaradilo ako štvrtý najväčší okres Slovenska. Pred ním sú len okresy Nitra, Prešov a Žilina. Hustotou osídlenia výrazne prevyšuje celoslovenský priemer. [17]

4.2 Analýza súčasného stavu ponuky priemyslu voľného času a zábavného priemyslu v meste Prievidza

Možnosti priemyslu voľného času a zábavného priemyslu, ktoré mesto Prievidza ponúka sú značne široké.

Medzi športoviská zaraďujeme:

- krytú plaváreň,
- tenisovú halu Forte,
- tenisové kurty,
- squash,
- Agama golf klub,
- minigolf,
- hipocentrum Majer,
- športovú halu,
- zimný štadión,
- futbalový štadión,
- fitness klub s posilovňou,
- svet relaxu – masérske služby, sauna,
- letisko Prievidza – ponúka lety lietadlom motorovým, bezmotorovým, sólo zoskoky a tandemové zoskoky. [22]

K ďalším voľnočasovým aktivitám môžeme zaradiť:

- Hornonitriansku knižnicu,
- Regionálne kultúrne centrum v Prievidzi,
- galéria RKC,
- galéria VELVET Prievidza, s.r.o.,
- Centrum voľného času – SPEKTRUM,
- letné kino,
- Slovenská numizmatická spoločnosť pobočka Prievidza,
- kino Baník,
- Kultúrne a spoločenské stredisko Prievidza. [22]

K najznámejším pamiatkam mesta Prievidza patria:

- Piaristický rímskokatolícky kostol,
- Kostol svätého Bartolomeja,
- Rímskokatolícky kostol Nanebovzatia Panny Márie,
- socha svätého Jána Nepomuckého,
- socha svätého Floriána,
- súsošie svätého Cyrila a Metoda,
- Mariánsky stĺp,
- Trojičný stĺp,
- rušňové depo,
- pomník padlým v SNP,
- pastoračný dom Matky Františky,
- kongregácia Dcér Božej Lásky,
- Kardošov dom,
- Steinerov dom,

- budova prvej pošty.

Čo sa týka zábavy, v meste sa nachádza množstvo barov, kaviarní a reštaurácií, 2 diskotéky, a to Caribic club a diskoklub Jantár. [22]

Ďalším lákadlom je **Zlatá prievidská cesta** jedná sa o prehliadkový okruh mestom Prievidza i názov projektu, ktorý mesto Prievidza zrealizovalo spolu s Turisticko-informačnou kanceláriou v Prievidzi v rokoch 2004 - 2005 z predstupových finančných zdrojov Európskeho spoločenstva. Účelom projektu bolo vytvorenie nového produktu cestovného ruchu, turisticky zaujímavého pre mesto Prievidza, a zabezpečenie profesionálnej propagácie cestovného ruchu v meste Prievidza i v regióne horná Nitra. [22]

Dva okruhy Zlatej prievidskej cesty ponúkajú prehliadku zachovalých architektonických pamiatok a pamätihodností mesta Prievidza, jej prírodných krás, významných objektov i informácie o objektoch, ktoré už neexistujú. Počas prehliadky majú turisti možnosť dozvedieť sa aj iné skutočnosti, ktoré dopĺňajú príbeh o Zlatej prievidskej ceste. Napriek tomu, že sa v Prievidzi nezachovali mnohé historicky cenné stavby - synagóga, pivovar, domy na Poštovej ulici a pod., zostalo v meste ešte dosť miest, ktoré je vhodné si pripomenúť. [22]

V blízkosti mesta Prievidza môžu návštevníci navštíviť nasledujúce atraktivity:

- Vodný svet – súkromný rybársky revír,
- Pirátska loď – oddychová zóna vsadená do takmer 30 metrov dlhého vraku starej pirátskej lode,
- Sklený sen – sklárske umenie starých majstrov,
- Prepoštská jaskyňa,
- Bojnický zámok,
- prírodno-liečebné kúpele Bojnice – liečia sa tu choroby pohybového aparátu, reumatické choroby, stavy po úrazoch a ortopedických operáciách, degeneratívne choroby chrbtice a kĺbov, nervové choroby ai,
- Zoologická záhrada Bojnice,
- Hornonitriansky banský skanzen,
- Hrad Sivý kameň,

- Golf driving range Koš,
- termálne kúpalisko Chalmová,
- stredisko Remata – ponúka množstvo značených turistických a cyklistických trás, ponuku jazdeckého klubu Navaho, v blízkosti je aj westernové mestečko, či salaš,
- Hipo Máčov – jedná sa o jazdecký klub a hipoterapeutické združenie, vytvorené so zámerom pre telesne postihnutých občanov a deti, aby mohli aktívne využívať svoj voľný čas a zlepšiť si svoj zdravotný stav.[2]

5 DOTAZNÍKOVÉ ŠETRENIE

Dotazníkové šetrenie sa týkalo analýzy súčasného stavu priemyslu voľného času a zábavného priemyslu v meste Prievidza. Údaje boli získané v období január – marec 2010.

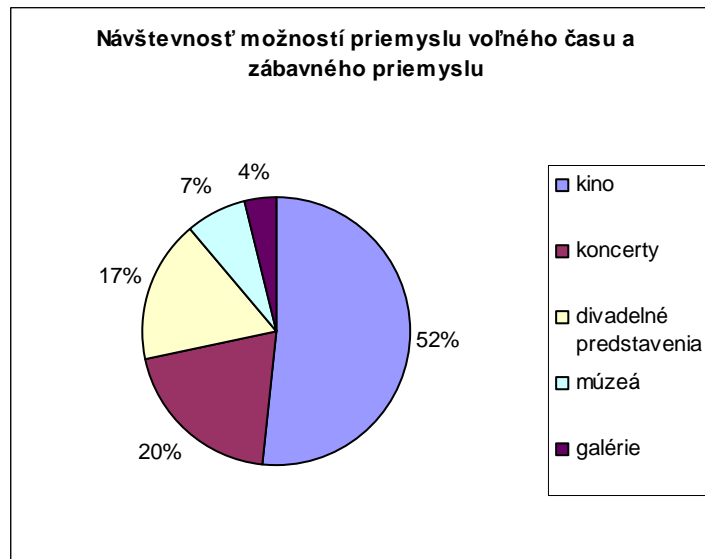
Táto analýza bola prevádzaná v rušných častiach mesta Prievidza (námestie Slobody, autobusová stanica), na stredných školách v meste Prievidza a taktiež za pomoci Kultúrneho a spoločenského strediska Prievidza.

Jednotlivé položky dotazníka sú spracované do štatistických tabuliek a pre lepšiu orientáciu znázornené graficky. Celkom bolo rozdanych 150 dotazníkov, otázky boli zamerané na tieto okruhy:

- demografické údaje: identita respondentov (pohlavie, vek, miesto bydliska, uvedené v Prílohe II, III, IV)
- spokojnosť dotazovaných s možnosťami priemyslu voľného času a zábavného priemyslu v meste Prievidza (ako najčastejšie trávia voľný čas – Príloha VI, aké inštitúcie navštevujú najčastejšie atď.),
- spokojnosť dotazovaných s využitím kina Baník v Prievidzi (ako sú spokojní so službami, vybavením, cenou, programom kina, čo im najviac chýba a aké zmeny by uvítali v kine Baník atď.).

5.1 Návštevnosť možností priemyslu voľného času a zábavného priemyslu

V tejto časti ma hlavne zaujímalo ako ľudia najčastejšie trávajú svoj voľný čas, čomu sa venuje 4. otázka: „Ktoré z uvedených možností navštevujete najčastejšie?“ Všetky údaje sú uvedené v grafe č. 3.



Obr. 3: Návštevnosť možností priemyslu voľného času a zábavného priemyslu [vlastné spracovanie]

Z grafu č. 3 vidieť, že až 52% opýtaných navštevuje kino, preto je veľmi dôležité zatraktívniť kino aj v meste Prievidza, aby to prilákalo ešte viac návštevníkov. 20% opýtaných sa zúčastňuje koncertov, čo je ďalšia výzva pre kino Baník, pretože má priestory, ktoré by mohlo využiť aj na takéto príležitosti, a tým by prilákalo väčšie množstvo nielen mladých ľudí, ale rôznych vekových kategórií. Zvyšných 28% navštevuje divadelné predstavenia, múzeá a galérie.

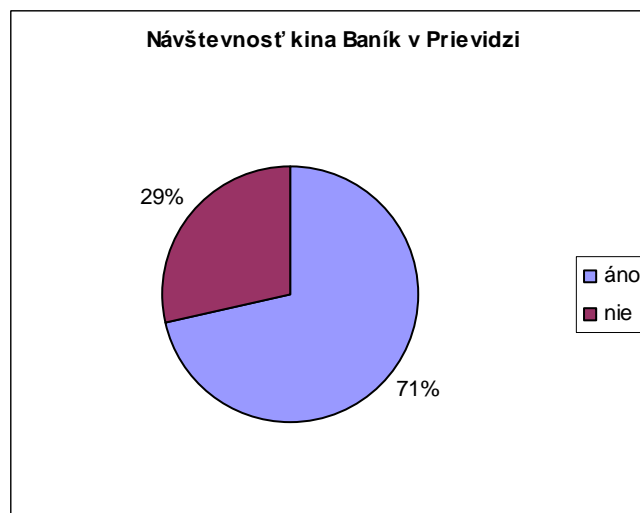
5.2 Návštevnosť kina Baník v Prievidzi

Táto časť je zameraná na návštevnosť kina Baník v Prievidzi, v dotazníku je tejto téme venovaná 5. a 6. otázka. V 5. otázke ma zaujímalo, či ľudia navštevujú kino Baník v Prievidzi. Všetky údaje sú uvedené v tabuľke č. 1, ktorá je rozdelená podľa veku a graficky znázornené v grafe č. 4, kde som ukázala, koľko percent ľudí kino navštevuje alebo nie.

Tabuľka č. 1: Návštevnosť kina Baník v Prievidzi [vlastné spracovanie]

Návštevnosť kina Baník	15-20 r.	20-30 r.	30-50 r.	50- viac r.	15-20 r. v %	20-30 r. v %	30-50 r. v %	50- viac r. v %
áno	79	23	5	0	96%	68%	20%	0%
nie	3	11	20	9	4%	32%	80%	100%
Spolu	82	34	25	9	100%	100%	100%	100%

Kino navštevuje 71% opýtaných, a to hlavne veková kategória 15-20 rokov, potom 20-30 rokov a 30-50 rokov. Len 29% opýtaných kino nenavštevuje, a to hlavne veková kategória 50- viac rokov a 30-50 rokov. Kino teda navštevujú hlavne mladí ľudia a potom ľudia v strednom veku, keďže naša populácia stárne, je veľmi dôležité venovať pozornosť seniorom a zvýšiť ich záujem o kino, lebo z dotazníku nám vyplynulo, že kino nenavštevujú a je tu teda veľký potenciál.



Obr. 4: Návštevnosť kina Baník v Prievidzi
[vlastné spracovanie]

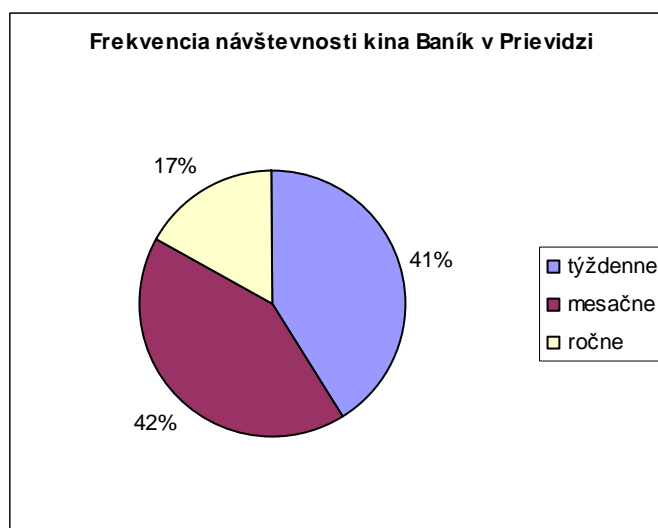
Z celkového pohľadu kino Baník v Prievidzi navštevuje 71% opýtaných, len 29% kino nenavštevuje, preto má zmysel zaoberať sa otázkou vyššej využiteľnosti kina Baník v Prievidzi.

V 6. otázke som sa pýtala ako často ľudia navštevujú kino Baník v Prievidzi. Všetky údaje sú opäť uvedené v tabuľke č. 2, ktorá je rozdelená podľa veku a graficky znázornené v grafe č.5.

Tabuľka č. 2: Frekvencia návštevnosti kina Baník v Prievidzi [vlastné spracovanie]

Frekvencia návštevnosti	15-20 r.	20-30 r.	30-50 r.	50- viac r.	15-20 r. v %	20-30 r. v %	30-50 r. v %	50- viac r. v %
týždenne	43	1	0	0	55%	4%	0%	0%
mesačne	27	17	1	0	34%	74%	20%	0%
ročne	9	5	4	0	11%	22%	80%	0%
Spolu	79	23	5	0	100%	100%	100%	0%

U vekovej kategórie 15-20 rokov je týždenná frekvencia návštevnosti najvyššia, u 20-30 ročných zas mesačná frekvencia a u 30-50 ročných ja najvyššia ročná frekvencia. Aby sme zvýšili návštevnosť aj u 20-30 ročných a 30-50 ročných, bolo by vhodné prilákať ich väčším počtom novínok a rôznymi akciami, čo by bolo výhodné aj pre kino.



Obr. 5: Frekvencia návštevnosti kina Baník v Prievidzi [vlastné spracovanie]

Z grafu môžeme vyčítať, že kino je najčastejšie navštevované mesačne 42%, nasleduje týždenná frekvencia so 41% a nakoniec ročná frekvencia so 17%. Väčšinou to však závisí od ponuky filmov, teda noviniek.

5.3 Hodnotenie úrovne kina Baník v Prievidzi

V tejto časti ľudia hodnotili pomocou stupnice 1-5 (1 najlepšia, 5 najhoršia), ako sú spokojní so službami, vybavením, cenou a programom kina, prípadne, čo by navrhovali zmeniť.

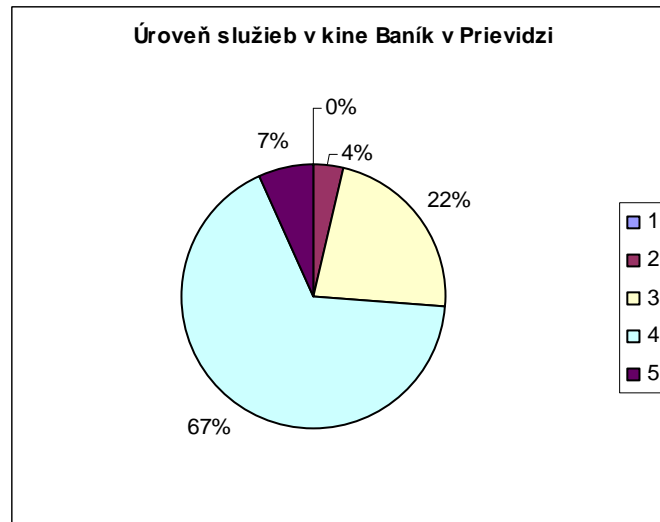
5.3.1 Úroveň služieb v kine Baník v Prievidzi

Ľudia v tejto časti hodnotili, ako sú spokojní so službami kina Baník v Prievidzi. Táto časť sa týka hlavne hodnotenia služieb bufetu, ktorý zabezpečuje občerstvenie s obmedzeným výberom, ďalej toaleta, ktorej stav nie je reprezentatívny a navyše nie je prispôsobený pre imobilných ľudí. Taktiež v okolí kina nie je dostatok parkovacích miest, čo je však čiastočne vyriešené postavením Lidla v blízkosti kina. Všetky údaje sú uvedené v tabuľke č. 3, ktorá je rozdelená podľa veku a graficky znázornené v grafe č. 6.

Tabuľka č. 3: Úroveň služieb v kine Baník v Prievidzi [vlastné spracovanie]

Úroveň služieb	15-20 r.	20-30 r.	30-50 r.	50-viac r.	15-20 r. v %	20-30 r. v %	30-50 r. v %	50-viac r. v %
1	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
2	2	1	1	0	3%	4%	20%	0%
3	18	3	3	0	23%	13%	60%	0%
4	54	17	1	0	68%	74%	20%	0%
5	5	2	0	0	6%	9%	0%	0%
Spolu	79	23	5	0	100%	100%	100%	0%

Veková kategória 15-20 rokov (ďalej len r.) hodnotila služby číslami 4, 3 a 5, podobne je to aj u vekových kategórií 20-30 rokov a 30-50 rokov. Mladí ľudia boli hlavne nespokojní s občerstvením, starším zas vadilo nereprezentatívne vybavenie toalety. Tieto faktory by sme mali zvážiť, určite by opravili verejnú mienku a prilákali viac návštevníkov.



Obr. 6: Úroveň služieb v kine Baník v Prievidzi
[vlastné spracovanie]

Z grafu je zrejmé, že služby boli najviac hodnotené číslom 4 - 67%, potom 3- 22%, 5- 7% a nakoniec 2- 4%. Aby sme zlepšili úroveň služieb, je potrebné venovať pozornosť zmenám, ktoré ľudia navrhovali, a to hlavne predaj lístkov cez internet – z dôvodu dlhých radov na lístky pri lepších filmoch, viac druhov občerstvenia, viac parkovacích miest a rekonštrukcia toalety. V kine Baník v Prievidzi chýbajú aj služby detského kútika aspoň počas víkendu, ktoré by uvítali mamičky s deťmi. Nebolo by zlé v bufete spraviť sedenie pre návštevníkov, kde by mali možnosť dať si kávu, nejaký zákusok, a tak si skrátiť čas pri čakaní na predstavenie.

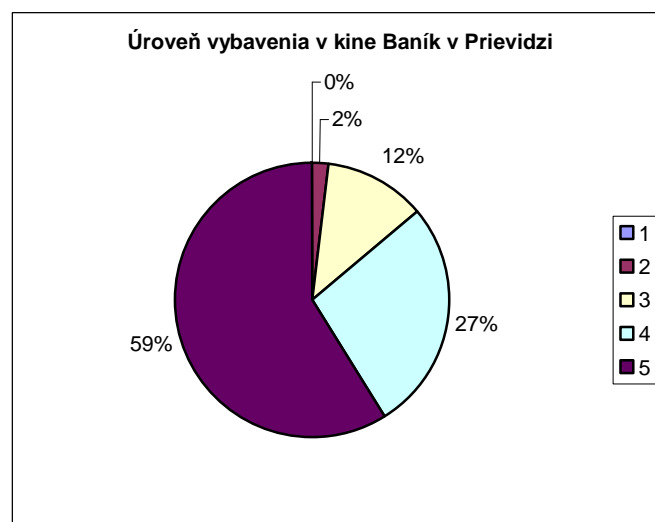
5.3.2 Úroveň vybavenia v kine Baník v Prievidzi

Táto časť sa zaoberá úrovňou vybavenia kina Baník v Prievidzi. Zozbierané údaje sú opäť uvedené v tabuľke č. 4, ktorá je rozdelená podľa vekových kategórií a graficky znázornené v grafe č. 7.

Tabuľka č. 4: Úroveň vybavenia v kine Baník v Prievidzi [vlastné spracovanie]

Úroveň vybavenia	15-20	20-30	30-50	50-viac	15-20	20-30	30-50	50-viac
	r.	r.	r.	r.	r. v %	r. v %	r. v %	r. v %
1	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
2	2	0	0	0	3%	0%	0%	0%
3	7	1	5	0	9%	4%	100%	0%
4	27	2	0	0	34%	9%	0%	0%
5	43	20	0	0	54%	87%	0%	0%
Spolu	79	23	5	0	100%	100%	100%	0%

Z tabuľky č. 4 je zrejmé, že veková kategória 15-20 rokov hodnotila vybavenie hlavne číslami 5 a 4, obdobne je to aj u vekových kategórií 20-30 rokov a 30-50 rokov. Keďže vybavenie kina je zastaralé, bolo by potrebné rozmýšľať nad kompletnou rekonštrukciou, ktorú by privítala väčšina návštevníkov, nielen kvôli pohodliu, ale aj lepšej atmosfére.



Obr. 7: Úroveň vybavenia v kine Baník v Prievidzi [vlastné spracovanie]

Graf č. 7 uvádza, že úroveň vybavenia ľudia najviac hodnotili číslom 5- 59%, 4 – 29%, 3 – 12% a 2 – 2%. Vybavenie kina bolo hodnotené najhoršie zo všetkých častí, preto je potrebné sa venovať hlavne tejto stránke. Medzi zmeny, ktoré by ľudia chceli, môžeme zaradiť nové sedačky z dôvodu nepohodlného sedenia, modernizácia interiéru a exteriéru, lepší zvuk, klimatizácia. V interiery kina chýbajú aj odkladacie priestory, kam by sa dali odložiť bundy a kabáty, aby si ich ľudia nemuseli nosiť do premietacej sály. No väčšina opýtaných by uvítala 3D kino, lebo najbližšie 3D kino je v Trenčíne, ktoré je vzdialené približne 60 kilometrov.

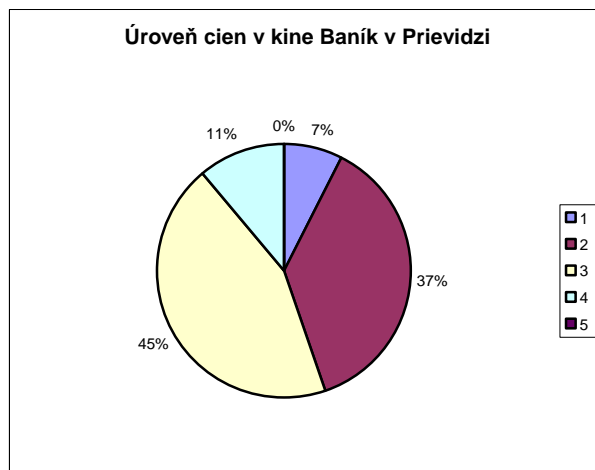
5.3.3 Úroveň cien v kine Baník v Prievidzi

Úroveň cien v kine Baník v Prievidzi bola hodnotená celkom pozitívne, čo môžeme vidieť aj v tabuľke č. 5, ktorá je rozdelená podľa veku a v grafe č. 8. Cena v kine baník je 2,50€, len v pondelok je cena nižšia, a to 1,80€.

Tabuľka č. 5: Úroveň cien v kine Baník v Prievidzi [vlastné spracovanie]

Úroveň cien	15-20 r.	20-30 r.	30-50 r.	50-viac r.	15-20 r. v %	20-30 r. v %	30-50 r. v %	50-viac r. v %
1	5	2	1	0	6%	9%	20%	0%
2	23	14	3	0	29%	61%	60%	0%
3	39	7	1	0	50%	30%	20%	0%
4	12	0	0	0	15%	0%	0%	0%
5	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Spolu	79	23	5	0	100%	100%	100%	0%

Podľa tabuľky č. 5 vidíme, že veková kategória 15-20 rokov najviac hodnotila ceny číslom 3, 2 a 4, u vekových kategórií 20-30 rokov a 30-50 rokov zas číslom 2, 3 a 1. Keďže veková kategória 50-viac rokov túto časť nehodnotila, mali by sme sa zamerať aj na ňu a prilákať ich rôznymi akciami pre seniorov. Vymedziť jeden deň pre seniorov, pripraviť im dobrú ponuku filmov a taktiež dobrú cenu. Mali by sme sa nich zamerať hlavne z dôvodu stárnutia našej populácie.



Obr. 8: Úroveň cien v kine Baník v Prievidzi
[vlastné spracovanie]

Z grafu je zrejmé, že úroveň cien bola najviac hodnotená číslom 3 – 44%, potom 2 – 37%, 4 – 11% a 1 – 8%. Aj keď sa ľudia k úrovni cien vyjadrili pozitívne, uvítali by nasledovné zmeny: akcie pre študentov, pre seniorov, zamerať sa aj na mamičky s deťmi, nižšie ceny vstupného nielen v pondelok, nižšie ceny občerstvenia. Pokiaľ by sme upravili ceny, pridali nejaké skupinové zľavy, je vylúčené, aby sa nezdvihol počet návštevníkov.

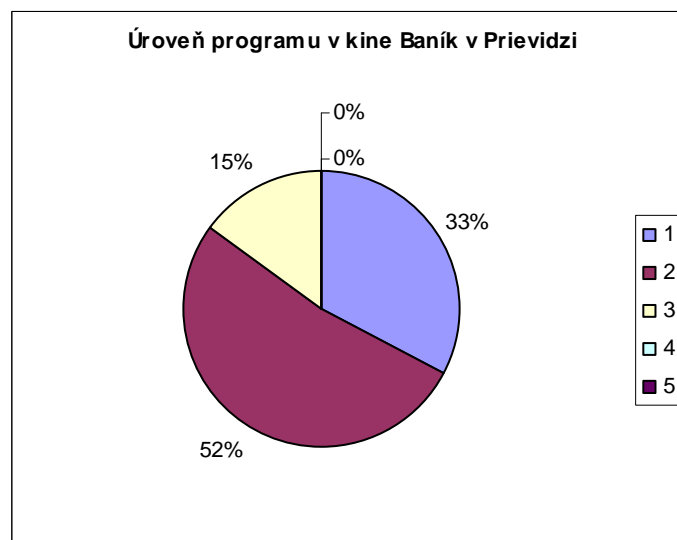
5.3.4 Úroveň programu v kine Baník v Prievidzi

Zo všetkých štyroch častí je táto hodnotená najlepšie, čo môžeme spozorovať aj v nižšie uvedenej tabuľke č. 6, ktorá je rozdelená podľa veku a v grafe č. 9.

Tabuľka č. 6: Úroveň programu v kine Baník v Prievidzi [vlastné spracovanie]

Úroveň programu	15-20 r.	20-30 r.	30-50 r.	50-viac r.	15-20 r. v %	20-30 r. v %	30-50 r. v %	50-viac r. v %
1	32	1	2	0	41%	4%	40%	0%
2	34	19	3	0	43%	83%	60%	0%
3	13	3	0	0	16%	13%	0%	0%
4	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
5	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Spolu	79	23	5	0	100%	100%	100%	0%

Program kina Baník v Prievidzi hodnotila veková kategória 15-20 rokov číslami 2, 1 a 3, rovnako ako tomu bolo aj u vekovej kategórie 30-50 rokov. Veková kategória 20-30 rokov zas číslami 2, 3 a 1. Mnoho ľudí chýba lepší výber a rôznorodosť žánrov, kino ponúka veľmi málo slovenských a českých filmov. Určite by bolo vhodné skoršie uvedenie noviniek a častejšie premietanie. V kine sa premieta každý deň 17:30 a 19:30 hodine (ďalej len hod.) Tieto časy by mohli ostať počas týždňa, no počas víkendu by som navrhovala upraviť premietacie časy a pridať k nim ešte možnosť tretieho premietania.



Obr. 9: Úroveň programu v kine Baník v Prievidzi
[vlastné spracovanie]

52% opýtaných hodnotilo program kina číslom 2, 33% opýtaných číslom 1 a 15% opýtaných číslom 3. Ako som už spomínala, táto časť je hodnotená najlepšie, no aj tak by ľudia uvítali viaceré zmeny. Určite by bolo vhodné popremýšľať nad tematickými dňami pre určité skupiny divákov, ako napríklad pre mladých ľudí, mamičky s deťmi alebo pre seniorov.

5.4 Zhrnutie dotazníkového šetrenia a doporučení

Celé dotazníkové šetrenie prebehlo v spolupráci so 150 respondentami so 100% návratnosťou. Boli tu zahrnuté obe pohlavia a všetky vekové kategórie.

Viac ako 50% respondentov vo svojom voľnom čase navštevuje kino, pritom kino Baník v Prievidzi navštevuje 71% opýtaných všetkých vekových kategórií. Je veľmi dôležité využiť tento potenciál, popracovať na ňom a zvýšiť tak návštevnosť kina Baník aspoň o 10%. Nasledujú koncerty, čo by kino Baník mohlo využiť vo svoj prospech, pretože má priestory na takéto príležitosti. Medzi ďalšie aktivity voľného času ľudia uviedli divadelné predstavenia, múzeá a galérie.

Tiež ma zaujímalo, ako často ľudia navštevujú kino Baník v Prievidzi. Z dotazníkového šetrenia vyplynulo, že kino je najčastejšie navštevované mesačne, nasleduje týždenná a ročná frekvencia, väčšinou to však závisí od ponuky filmov, teda noviniek.

Veľmi zaujímavé bolo hodnotenie úrovne kina Baník v Prievidzi. Respondenti hodnotili úroveň služieb, vybavenia, cien a programu kina. Najlepšie obstál program kina, najhoršie služby a vybavenie kina.

Služby boli najviac hodnotené číslom 4 - 67%, potom 3- 22% a 5- 7% Respondenti v tejto časti navrhovali hlavne:

- predaj lístkov cez internet,
- pridať viac pokladní,
- viac druhov občerstvenia,
- viac parkovacích miest a
- rekonštrukcia toalety.

V kine Baník v Prievidzi chýbajú aj služby detského kútika aspoň počas víkendu, ktoré by uvítali mamičky s deťmi. Nebolo by zlé v bufete spraviť sedenie pre návštevníkov, kde by mali možnosť dať si kávu, nejaký zákusok, a tak si skrátiť čas pri čakaní na predstavenie. Bude veľmi dôležité zlepšenie doprovodných služieb, pretože to pozitívne ovplyvní návštevníkov a bude to vplývať aj na zvýšenie návštevnosti.

Úroveň vybavenia ľudia najviac hodnotili číslom 5- 59%, 4 – 29% a 3 – 12% . Vybavenie kina bolo hodnotené najhoršie zo všetkých častí. Väčšina opýtaných by uvítala 3D poprípade digitálne kino, lebo najbližšie 3D kino je v Trenčíne, ktoré je vzdialené približne 60 kilometrov.

Medzi zmeny, ktoré by ľudia chceli, môžeme zaradiť:

- nové sedačky z dôvodu nepohodlného sedenia,
- modernizácia interiéru a exteriéru,
- lepší zvuk,
- klimatizácia.

V interiéry kina chýbajú aj odkladacie priestory, kam by sa dali odložiť bundy a kabáty hlavne v zimných mesiacoch.

Úroveň cien bola najviac hodnotená číslom 3 – 44%, potom 2 – 37% a 4 – 11%. Aj keď sa ľudia k úrovni cien vyjadrili pozitívne, uvítali by nasledovné zmeny:

- akcie pre študentov,
- pre seniorov,
- zamerať sa aj na mamičky s deťmi,
- nižšie ceny vstupného nielen v pondelok ,
- nižšie ceny občerstvenia.

52% opýtaných hodnotilo program kina číslom 2, 33% opýtaných číslom 1 a 15% opýtaných číslom 3. Ako som už spomínala táto časť je hodnotená najlepšie, no aj tak by ľudia uvítali viaceré zmeny. Určite by bolo vhodné popremýšľať nad tematickými dňami pre určité skupiny divákov, ako napríklad pre mamičky s deťmi alebo pre seniorov.

Mnoho ľuďom tiež chýba:

- lepší výber a rôznorodosť žánrov,
- kino ponúka veľmi málo slovenských a českých filmov.

Určite by bolo vhodné skoršie uvedenie noviniek a častejšie premietanie. V kine sa premieta každý deň 17:30 a 19:30 hod. Tieto časy by mohli ostať počas týždňa, no počas

víkendu by som navrhovala upraviť premietacie časy a pridať k nim ešte možnosť tretieho premietania.

Z dotazníkového šetrenia vyplynulo, že väčšina respondentov nie je spokojná s využitím kina Baník v Prievidzi a považujú za veľmi dôležité, aby päťdesiatistisícové mesto Prievidza malo kino v odpovedajúcej kvalite.

Výsledky dotazníkového šetrenia budú podkladom pre návrh projektu vyššej využiteľnosti kina v meste Prievidza.

6 PROJEKT VYŠŠEJ VYUŽITELNOSTI KINA V MESTE PRIEVIDZA

Projektová časť bude naväzovať na predchádzajúcu kapitolu, ktorá sa týkala dotazníkového šetrenia. Z tohto šetrenia boli zistené skutočnosti, ktoré sú podkladom pre nasledujúci projekt. Ten sa bude zaoberať zmenami v kine Baník v Prievidzi. Celý projekt bude rozdelený do nasledujúcich častí:

- ciele projektu,
- návrh zmien v kine Baník v Prievidzi,
- SWOT analýza kina Baník v Prievidzi za súčasnej situácie,
- personálne obsadenie,
- náklady projektu,
- časová implementácia projektu,
- analýza rizik a príležitostí.

6.1 Ciele projektu

Cieľom projektu je úplná zmena súčasného stavu kina Baník v meste Prievidza. Podstatou projektu je návrh zmien tak, aby boli uspokojené potreby respondentov zistené dotazníkovým šetrením a možnosti kina Baník. Konkrétne sa bude jednať o tieto zmeny, ktoré vyplynuli z podkapitoly 5.4:

- zvýšiť návštevnosť o 10%,
- zlepšiť doprovodné služby.

6.2 Návrh zmien súčasného stavu kina Baník v Prievidzi

Prvým bodom návrhu zmien bude zvýšiť návštevnosť o 10% a druhým bodom zlepšenie doprovodných služieb.

6.2.1 Zvýšenie návštevnosti kina Baník v Prievidzi

Najlepšou alternatívou pre kino by bola kompletná rekonštrukcia na 3D poprípade digitálne kino. Mojou úlohou bude vytvoriť dve alternatívy, jedna maximalistická a druhá minimalistická, použiteľná okamžite.

Maximalistická alternatíva mi umožňuje vložiť do projektu neobmedzené množstvo peňazí, čo by určite prispelo k zvýšeniu návštevnosti. Táto alternatíva sa bude týkať:

- obnova fasády kina,
- rekonštrukcia sociálnych zariadení,
- úprava premietacej sály.

Obnovu fasády kina, ktorá je veľmi stará a ošarpaná, keďže sa kino Baník od svojho vzniku ešte neobnovovalo, je veľmi dôležitá hlavne z estetického hľadiska. Tieto práce by spočívali v postavení lešenia, nahodení sieťky s jemnou omietkou a navrch ešte vonkajšia omietka, čím by kino získalo nový modernejší vzhľad. Okrem obnovy fasády by bolo potrebné spraviť aj bezbariérový vstup, ktorý by spočíval vo vybetónovaní rampy z jednej strany vstupu. Na obnovu fasády a bezbariérový vstup by sa najala stavebná firma, ktorá by vypracovala najlepšiu cenovú ponuku.

Nasleduje rekonštrukcia sociálnych zariadení, ktoré je potrebné prerobiť na bezbariérové, lebo väčšina respondentov bola nespokojná práve s vybavením sociálnych zariadení. Tu bude potrebné najskôr vyhodiť staré zariadenie, porobiť nejaké stavebné úpravy, hlavne kvôli tomu, aby tam mohla byť aspoň jedna toaleta pre imobilných. Po týchto úpravách bude potrebné nakúpiť nové zariadenie, ktoré sa tam potom nainštaluje. Na tieto práce by sa mohla opäť najat' stavebná firma.

Po všetkých týchto úpravách by mala nasledovať úprava premietacej sály. Na zasadnutí EÚ v roku 2007 sa dohodlo o zavedení digitalizácie do kín v rámci EÚ. Takáto digitálna technológia je bežná v krajinách EÚ a postupne sa dostáva aj do Čiech a na Slovensko.

Od roku 2011 musia byť kiná vybavené digitálnou technológiou, hlavne z dôvodu zmeny výroby a distribúcie filmov. V súčasnosti sa premieta z klasických 35 milimetrových (ďalej len mm) kinofilmov na bežných premietačkách, čo je náročné hlavne u chemických procesov pri výrobe kópií. Od roku 2011 sa mení celý systém na digitálny. Už nebudú filmy na kotúčoch, ale na špeciálnom harddisku. Kino Baník čaká na uvedenie premiéry približne 3-5 týždňov od premiéry v multiplexoch. Po digitalizácii môže kino súčasne s multiplexmi uviesť premiéru, pretože kópia bude dodaná na High Definition (ďalej len HD – vysoké rozlíšenie) alebo internetom a uložená na serveri, čiže bude k dispozícii podľa potreby. Taktiež bude kino schopné premietat' filmy vo formáte 3D, čo aj uviedla väčšina respondentov v dotazníku. [18]

Výhodou digitálnej projekcie je čistý obraz bez prachu a poškrabania. Nie je vidieť žiadne mechanické opotrebovanie či už je film premietaný prvýkrát alebo x-krát. Nie sú žiadne rozdiely v jase a obraz je stabilný. Digitálna projekcia umožňuje premietanie, ktoré má byť na plátne s uhlopriečkou väčšou ako 15 metrov, na rozlíšenie a kontrast úrovne rovnocenné, ak nie vyššie ako 35 mm. [18]

Jediný dodávateľ, ktorý zabezpečuje digitálnu projekciu v rámci strednej a východnej Európy je XCDATA spoločnosť s ručením obmedzeným (ďalej len spol. s r.o.) Aj keď sa jedná o jediného dodávateľa, je potrebné postupovať podľa všeobecne záväzného nariadenia (ďalej len VZN) a platnom zákone o verejnom obstarávaní, kedy verejný obstarávateľ vypíše výzvu, uverejní vo vestníku a vyhodnotí došlé ponuky. [18]

Do digitálnych kín sa filmy posielajú nasledovnými spôsobmi:

- pomocou satelitného prenosu – všetky kiná sťahujú film do kinoserveru naraz,
- pomocou internetu – sťahuje filmy zo špeciálneho serveru,
- pomocou prenosných médií – externý Hard Disk Drive (ďalej len HDD), Blu-Ray (modrý lúč) alebo High Density Digital Versatile Disc (ďalej len HD DVD) – jednoducho zabaliť a poslať poštou.

V Čechách a na Slovensku sa zatiaľ používa Digital Cinema Package (ďalej len DCP) na externých harddiskoch na zasielanie, pretože satelitný prenos je veľmi drahý a internet príliš pomalý. XCDATA spol. s r.o. má od mája 2009 super rýchly internet s optickým

prenosom, čo vyhovuje na prenos filmu do servera, pretože trvá 10-35 minút podľa dĺžky filmu. [18]

Výhodami projektu sú:

- filmy v technológii digitál bez strát,
- premiérové filmy v čase, keď je celoslovenská premiéra reklama,
- možnosť premietania reklamy a spotov za úplatu,
- zníženie dopravného za filmy sú do váhy 0,5 kg, nie 9-15 kg (zľava 50%),
- možnosť premietania 3D filmov,
- možnosť robiť projekcie z Metropolitan Opera v New Yorku a z La Scaly z Milána,
- možnosť súťaží škôl v digitálnych hrách,
- nižšie náklady na prevádzku a spotrebu elektrickej energie. [18]

Európska komisia však upozorňuje, že treba vymyslieť spôsob, ako financovať prechod na nové projektory, pretože množstvo menších kín zanikne, pretože tieto projektory stoja okolo 100 000 €. Je pravdepodobné, že na to prispesú distribútori, pretože oni prechodom na digitál ušetria najviac. Peniaze z vybraných poplatkov by potom išli do fondu, z ktorého by sa nákup projektorov dotoval. Na Slovensku by na tento účel mal slúžiť Audiovizuálny fond.

Minimalistická alternatíva, ktorá by mala byť použiteľná ihneď, by určite mala zahrňovať:

- obnova fasády kina,
- prerobenie sociálnych zariadení,
- výmena starých sedačiek.

Samotné prerobenie kina určite priláka návštevníkov, ale aby sme zvýšili návštevnosť na požadovaných 10%, bude potrebné prilákať ľudí rôznymi akciami.

Z dotazníkového šetrenia mi vyšli tri hlavné skupiny ľudí, na ktorých by som sa rada zamerala, a to:

- mladí ľudia,
- rodiny s deťmi a
- seniori.

Keďže kino Baník má jednotné vstupné pre každého, čo je 2,50 € a pondelky 1,80 €, upravila som výšku vstupného pre jednotlivé skupiny. V prípade maximalistickej alternatívy, kedy by sa do projektu vrazilo viac peňazí, by sa výška vstupného musela upraviť nasledujúcim spôsobom:

- | | |
|---|---------|
| • Dospelý | 5,00 € |
| • Študenti a deti nad 12 rokov | 4,30 € |
| • Deti do 12 rokov a seniori | 3,80 € |
| • Rodinný lístok pre 4 osoby (2 dospelí a 2 deti) | 16,00 € |
| • Rodinný lístok pre 3 osoby (1 dospelý a 2 deti) | 11,00 € |
| • 3D predstavenia | 7,00 € |

I keď sa výška vstupného zvýšila o 100%, táto cena je bežná v porovnaní s inými mestami. Taktiež, aby sa kinu Baník vyplatila investícia, je potrebné zvýšiť cenu vstupného.

V prípade minimalistickej alternatívy, by sa výška vstupného upravila nasledovne:

- | | |
|-------------------------------|---------|
| • Dospelý | 3,50 € |
| • Študenti a deti do 12 rokov | 3,00 € |
| • Deti do 12 rokov a seniori | 2,70 € |
| • Rodinný lístok pre 4 osoby | 14,00 € |
| • Rodinný lístok pre 3 osoby | 8,00 € |

Okrem horeuvedenej zmeny cien lístkov by bolo vhodné, aby kino pouvažovalo nad prilákaním jednotlivých skupín ľudí rôznymi tematickými akciami. Pre rodiny s deťmi každú alebo aspoň každú druhú sobotu „detské kino“, pre seniorov filmový pondelok so slovenskými a českými filmami. Je dôležité zamerať sa na túto skupinu ľudí, pretože oni

skoro vôbec kino nenavštevujú z dôvodu, že kino dáva väčšinou zahraničné filmy s titulkami, na ktoré nevidia. Keďže naša populácia stárne, mali by sme sa zamerať na túto skupinu ľudí. Pre školy teda mladých ľudí možnosť výberu filmov podľa vlastného prania alebo z aktuálneho programu, projekcie vhodné na doplnenie znalosti k výuke. Konanie predstavenia v dopoludňajších aj popoludňajších hodinách, učiteľský sprievod zdarma.

6.2.2 Zlepšenie doprovodných služieb

Kino Baník, čo sa týka služieb, ponúka len služby bufetu, ktorý zabezpečuje občerstvenie s obmedzeným výberom, ďalej toaleta, ktorej stav nie je reprezentatívny a navyše nie je prispôsobený pre imobilných ľudí. Parkovanie sa v poslednej dobe vyriešilo postavením Lidla v blízkosti kina. Preto som si ako druhý cieľ projektu vymedzila zlepšenie doprovodných služieb, ktoré sa budú týkať:

- zlepšenie služieb bufetu,
- predaj lístkov cez internet, poprípade pridať ešte jednu pokladňu,
- zriadenie detského kútika,
- zmena premietacích časov,
- využitie odkladacieho priestoru,
- využitie priestoru, ktoré kino ponúka.

Zlepšenie služieb bufetu by spočívalo nielen v predávaní viac druhov občerstvenia, ale aj vo využití priestoru, ktoré nám kino ponúka. Navrhovala by som dve možnosti buď zriadiť menšiu kaviareň, kde by si ľudia mohli skrátiť chvíľu, keď čakajú na predstavenie. Pre túto možnosť by bolo ideálne nájsť nejakého súkromníka, ktorý by si na vlastné náklady otvoril kaviareň a kinu by plynuli príjmy z nájmu. Alebo obstarat' automaty na teplé a studené nápoje s možnosťou posediť si pred predstavením. V tomto prípade by kino muselo zaobstarat' nejaké posedenie pre návštevníkov. Z finančného hľadiska by som navrhovala kinu, aby prenechalo priestory pre možnosť kaviarne, čomu by sa potešili aj návštevníci. Táto zmena by si v oboch prípadoch nevyžadovala veľké stavebné úpravy. Čo sa týka bufetu, v oboch spomínaných prípadoch by som ho ponechala, avšak určite by bolo potrebné nájsť nového nájomcu, poprípade dodávateľa a rozšíriť tak sortiment.

Predaj lístkov cez internet by nám ušetril čas, mali by sme to bez čakania. Avšak táto záležitosť nie je najlacnejšia, vyžadovalo by si to vytvorenie internetovej stránky a všetkých náležitostí, čo by mohlo byť veľmi nákladné. Druhou alternatívou by mohlo byť zakúpenie a **pridanie ešte jednej pokladne**, čím by sa takisto skrátil čas čakania pri kúpe lístkov.

Zriadenie detského kútika by uvítala väčšina rodín s deťmi. V prípade, že deti film alebo rozprávka nezaujímajú, môže sa zabaviť v detskom kútiku a nebude vyrušovať ostatných. Taktiež je to možnosť pre rodičov, ako si vychutnať film, bez obáv či ich deti vydržia až do konca. Detský kútik je čisto zákazková záležitosť. Zvolený priestor môže byť plocha 100 metrov štvorcových (ďalej len m^2) alebo 5 x 3 metre, záleží len na tom, kde si zriaďovateľ vyberie miesto, aby kútik nenarušil chod kina. Základom detského kútika sú detský stolík a stoličky, pretože deti si rady kreslia. Potom rôzne domčeky, tunely a preliezky, kam môžu deti liezť a schovávať sa. Materiály vhodné na detský kútik sú hlavne pevný plast, ktorý je umývateľný a nie je drahý. Drevený nábytok, na stenu detské motívy, ktoré sa tlačia na umývateľnú polyvinylchloridovú (ďalej len PVC) fóliu. Cena kútika je vecou diskusie a finančných možností, pričom sa kútik dá budovať aj po častiach. Detský kútik by sa cez týždeň nevyplatil, preto navrhujem, aby fungoval počas víkendov v dobe premietania filmov.

V kine sa premieta každý deň 17:30 a 19:30 hod. Tieto časy by mohli ostať počas týždňa, no počas víkendu by som navrhovala **upraviť premietacie časy** a pridať k nim ešte možnosť tretieho premietania. Takže po zmene by to mohlo vyzeráť nasledovne:

- prvé premietanie by bolo o 15:00 hod.,
- druhé premietanie o 17:00 hod a
- tretie premietanie o 19:00 hod.

Veľmi vhodné by bolo **využitie odkladacieho priestoru**, aby si návštevníci nemuseli nosiť bundy a kabáty do premietacej sály. Túto službu by bolo vhodné zaviesť hlavne v zimných mesiacoch a vyžadovala by si len zakúpenie vešiakov.

Po zrekonštruovaní a modernizácii kina by Kultúrne a spoločenské stredisko mohlo **využiť priestory, ktoré kino ponúka** na rôzne akcie či už prednášky, semináre, poprípade koncerty atď.

6.3 SWOT analýza kina Baník v Prievidzi za súčasnej situácie

SWOT analýza predstavuje celú radu pozitívnych a negatívnych faktorov pôsobiacich na spoločnosť. Medzi vnútorné faktory, ktoré by kino Baník malo využiť patria silné stránky a na strane druhej sú slabé stránky, ktoré by sa malo snažiť minimalizovať. V oblasti vonkajšieho prostredia by sa kino malo zamerať na príležitosti a prípadné hrozby. Potom SWOT analýza kina Baník v Prievidzi za súčasnej situácie vyzerá nasledovne:

Silné stránky

- jediné kino v meste Prievidza,
- prijateľná cenová hladina služieb a vstupného vzhľadom na ich kvalitu,
- priestor, ktorý kino ponúka.

Slabé stránky

- nedostatočná kvalita služieb,
- zastaralosť kina,
- relatívne nízka návštevnosť,
- nedostatočná orientácia pre určité vekové kategórie, hlavne pre strednú a staršiu generáciu,
- slabá propagácia kina,
- nevyužitý priestor, ktoré kino ponúka,
- vysoké náklady na prevádzku,
- nedostatočné technické zariadenie v kine.

Príležitosti

- zakúpenie digitálnej techniky,
- doriešenie dopravného napojenia Prievidze na hlavné cestné trasy,
- lepšia ponuka programu kina,
- získať zdroje z EÚ,
- využitie sponzoringu.

Ohrozenia

- negatívny demografický vývoj v meste Prievidza,
- pokles záujmu obyvateľstva o kultúru,
- zvyšovanie nezamestnanosti,
- nedostatok financií na kultúru,
- chýbajúce napojenie regiónu na hlavné dopravné trasy,
- hrozba vstupu konkurenta.

6.4 Personálne obsadenie potrebné pre zmeny v kine Baník v Prievidzi

Za celý projekt vyššej využiteľnosti kina bude zodpovedný riaditeľ Kultúrneho a spoločenského strediska Prievidza, s ktorým bude spolupracovať Mestský úrad v Prievidzi. Tento tím by mal pozostávať z aspoň 10 ľudí a 1 vedúceho (zamestnanci mestského úradu v Prievidzi), ktorí budú mať na starosti všetky činnosti spojené s vyššou využiteľnosťou kina.

Okrem iného bude potrebná aj spolupráca so stavebnou firmou, ktorá zabezpečí všetky potrebné stavebné úpravy.

Prijímanie nových pracovníkov nebude potrebné, kino Baník si vystačí s pracovníkmi, ktorí tam pôsobia doteraz.

6.5 Náklady projektu

Táto časť sa bude týkať nákladov na realizáciu projektu a zahrňuje v sebe obnovu fasády a bezbariérový vstup, prerobenie sociálnych zariadení a prechod na digitálne kino. Okrem iného uvediem tiež náklady nutné na zlepšenie doprovodných služieb, ktoré sa budú týkať predaja lístkov cez internet, zariadenia detského kútika a využitia odkladacieho priestoru.

Stanovenie týchto nákladov prevediem na základe kvalifikovaného odhadu podľa cenníkov, ktoré som získala od stavebnej firmy. Pri samotnej realizácii projektu bude nutné, aby mestský úrad v Prievidzi vyhlásil verejné výberové riadenie na dodávateľa a na základe došlých ponúk, vybral toho najvhodnejšieho.

Tabuľka č.7: Obnova fasády kina [23]

	Rozloha	Cena za m² / m³	Cena celkom
Obnova fasády	520 m ²	17,00 €	8 840,00 €
Obnova sokľa	81 m ²	17,00 €	1 377,00 €
Celkom	601 m ²	34,00 €	10 217,00 €
Vytvorenie bezbariérového vstupu	3 m ²	117,00 €	351,00 €
Celkom	—	—	10 568,00 €

Z tabuľky č. 7 možno vyčítať, že celkové náklady na obnovenie fasády predstavujú **10 217 ,00 €**. Na vytvorenie bezbariérového vstupu počítame s nákladmi okolo **351,00 €**, čiže celkové náklady predstavujú **10 568,00 €**. Táto suma zahrňuje prácu robotníkov a dostala som ju po konzultácii so stavebnou firmou. [23]

Tabuľka č. 8: Zariadenie WC [vlastné spracovanie]

	Množstvo	Cena za 1 kus / m²	Cena celkom
Toaleta	5 ks	100,00 €	500,00 €
Pisoár	2 ks	70,00 €	140,00 €
Doska na sedenie	5 ks	11,00 €	55,00 €
Svetlo	4 ks	13,00 €	52,00 €
Umývadlo	4 ks	50,00 €	200,00 €
Zrkadlo	4 ks	80,00 €	320,00€
Obklad	95 m ²	12,00 €	1 140,00 €
Dlažba	28 m ²	8,00 €	224,00 €
Deliace panely na toalety	2 ks	320,00 €	740,00 €
Batérie	4 ks	150,00 €	600,00 €
Splachovanie	5 ks	80,00 €	400,00 €
Celkom	—	—	4 371,00 €

V tabuľke č. 8 môžeme nájsť zariadenie potrebné na prerobenie sociálnych zariadení. Celkové náklady predstavujú **4 371,00 €**, v tejto cene nie je zahrnutá cena robotníkov, prerobenie vody, električky, búracie práce apod. [23]

Tabuľka č.9: Prerobenie sociálnych zariadení [23]

	Počet hodín / veľkosť	Cena za 1 hod. / m ²	Cena celkom
Búracie práce	32 m ²	1,36 €	43,52 €
Obklad + dlažba práca	123 m ²	7,60 €	934,80 €
Stropy	32 m ²	19,50 €	624,00 €
Vodárske práce	16 hod.	20,00 €	320,00 €
Prerábka električky	8 hod.	16,00 €	128,00 €
Celkom	—	—	2 050,32 €

Do tabuľky č. 9 som dala práce potrebné na prerobenie sociálnych zariadení bez zariadenia, ktoré je uvedené v tabuľke č. 8. Cena prác predstavuje **2 050, 32 €**. Celkové náklady (zariadenie+cena prác) sú **6 421,32 €**. Pri určovaní nákladov som postupovala podľa cenníkov, ktoré som získala po konzultácii so stavebnou firmou. [23]

Ďalším podbodom nákladovej analýzy je prechod na digitálne kino. Tento podbod je vzhľadom na náklady veľmi náročný. Náklady, ktoré treba vynaložiť na prechod na digitálne kino je možno odhadnúť na približne **100 000,00 €**. V tejto cene nie je zahrnutá výmena starých sedačiek, ktorá by stála okolo **40 000,00 €**. Celkové náklady teda predstavujú **140 000,00 €**. [18]

K týmto nákladom je potrebné pripočítať ešte náklady nutné na zlepšenie doprovodných služieb, ktoré sa týkajú:

- **predaj lístkov cez internet, poprípade pridať ešte jednu pokladňu** – v prípade, že by sa kino rozhodlo pre predaj lístkov cez internet, bolo by potrebné vytvorenie webovej stránky, ktorá by stála okolo **1 000,00 €** a prelinkovať to už s existujúcou webovou stránkou Kultúrneho a spoločenského strediska Prievidza. Predpokladaný obsah webových stránok by mal zahŕňať:
 - identifikačné a kontaktné údaje o kine Baník,
 - výšku vstupného pre jednotlivé skupiny,

- ponuku služieb,
- prevádzkovú dobu kina a denný program,
- harmonogram akcií organizovaných kinom,
- dôraz bude kladený na pravidelnú aktualizáciu webových stránok a ich prehľadnosť.

Ďalšou možnosťou je **zakúpenie ďalšej pokladne**, ktorá výjde okolo **1 500,00 €**, preto by som navrhovala popremýšľať nad prvou možnosťou, ktorá je už v dnešnom svete pomaly nutnosťou .

- **zriadenie detského kútika** – zahrňuje lepenie tapety na stenu, ktorá stojí približne **45,00 €** za m², pričom v cene je už aj tlač a laminovanie proti poškodeniu. Veľké hračky, preliezky a domčeky sú už v súčasnej dobe cenovo dostupné. Samozrejme treba počítať aj s cenou za montáž, ktorá sa odvíja od veľkosti hračiek. Záleží tiež na tom či prípravné práce (položenie koberca, vymaľovanie miestnosti) si kino spraví samo alebo si to dá niekomu spraviť. Najväčšou položkou býva fólia, cena hračiek sa pohybuje okolo **130,00 až 500,00 €**, podľa veľkosti. Detský kútik v kine Baník o veľkosti 8 x 4 metre vrátane hračiek by mal výjsť okolo **1 600,00 €**.
- **využitie odkladacieho priestoru** – táto možnosť si nevyžaduje žiadne veľké investície, pretože kino má priestor na odkladanie, chýba im už len zakúpenie vešiakov, ktoré by vyšli okolo **200,00 €**.

Keďže som na začiatku vytvorila dve alternatívy, maximalistickú a minimalistickú, pokúsim sa ich teraz vyčíslieť a porovnať.

Maximalistická alternatíva:

- | | |
|--------------------------------------|---------------------|
| • obnova fasády kina | 10 568,00 € |
| • rekonštrukcia sociálnych zariadení | 6 421,32 € |
| • úprava premietacej sály | 140 000,00 € |
| • predaj lístkov cez internet | 1 000,00 € |
| • zriadenie detského kútika | 1 600,00 € |

- zakúpenie nových vešiakov **200,00 €**

Celkom **159 789,32 €**

Minimalistická alternatíva:

- obnova fasády kina **10 568,00 €**
- rekonštrukcia sociálnych zariadení **6 421,32 €**
- výmena starých sedačiek **40 000,00 €**
- zakúpenie nových vešiakov **200,00 €**

Celkom **57 189,32 €**

Rozdiel medzi maximalistickou a minimalistickou alternatívou činí cca **100 000,00 €**. Do minimalistickej alternatívy som dala len nutné opravy, ktoré by pomohli kinu Baník získať nový vzhľad. Avšak bolo by vhodné popremýšľať nad maximalistickou alternatívou, už len z toho dôvodu, že od roku 2011 musia všetky kiná prejsť na digitalizáciu, čiže je to otázka existencie kina Baník v Prievidzi a zároveň na zamyslenie pre predstaviteľov mesta či päťdesiatitisícové mesto Prievidza môže ostať bez kina.

6.6 Finančná podpora projektu

V tejto podkapitole sa budem venovať finančnej podpore projektu vyššej využiteľnosti kina Baník v meste Prievidza. Keďže kino od novembra 2009 patrí Kultúrnemu a spoločenskému stredisku Prievidza, môžeme uvažovať nad nasledujúcimi možnosťami finančnej podpory:

Buď z vnútorných zdrojov:

- rozpočty samospráv,
- podnikateľské subjekty.

alebo z vonkajších zdrojov:

- štátny rozpočet a štátne fondy,
- dotácie,

- podpora z vyššieho územného celku (ďalej len VÚC),
- zdroje EÚ,
- zahraniční investori a
- ostatné vonkajšie zdroje.

Ako som už spomínala v podkapitole 6.2.1 Európska komisia iniciuje snahu, ako nájsť spôsob na financovanie prechodu na nové projektory, pretože tieto projektory stoja okolo 100 000,00 € a predpokladá sa, že množstvo menších kín zanikne bez patričnej finančnej podpory. Je pravdepodobné, že na to prispesjú distribútori, pretože oni prechodom na digitál ušetria najviac. Peniaze z vybraných poplatkov by potom išli do fondu, z ktorého by sa nákup projektorov dotoval. Na Slovensku by na tento účel mal slúžiť **Audiovizuálny fond**.

6.7 Časová implementácia projektu

Celý projekt by mal byť naplánovaný tak, aby ukončenie jeho realizácie bolo možné maximálne do začiatku roka 2011. Tento termín je zámerný, pretože od roku 2011 musia byť kiná vybavené digitálnou technológiou, hlavne z dôvodu zmeny výroby a distribúcie filmov. V súčasnosti sa premieta z klasických 35 mm kinofilmov na bežných premietačkách, čo je náročné hlavne u chemických procesov pri výrobe kópií. Od roku 2011 sa mení celý systém na digitálny. Už nebudú filmy na kotúčoch, ale na špeciálnom harddisku.

Tabuľka č.10: Jednotlivé termíny plánované pre projekt vyššej využiteľnosti kina
[vlastné spracovanie]

Mesiac	Činnosť
Jún 2010	schválenie projektu mestským zastupiteľstvom
	uverejnenie verejnej výzvy na dodávateľa digitálnej technológie vo vestníku
	uverejnenie verejnej výzvy na stavebnú firmu vo vestníku
	vyhodnotenie došlých ponúk
	výber najlepšieho dodávateľa digitálnej technológie
	výber najlepšej stavebnej firmy
Júl 2010	objednanie digitálnej technológie (dodanie do 6-8 týždňov)
	objednanie nových sedačiek (dodanie do 4 týždňov)
	obnova fasády kina Baník (postavenie lešenia, nasieťkovanie, natiiahnutie jemnej omietky, nahodenie vrchnej omietky, omaľovanie)
	vytvorenie bezbariérového vstupu
	zakúpenie zariadenia potrebného na vybavenie sociálnych zariadení
August 2010	prerobenie sociálnych zariadení (búracie práce, vodárske práce, prerobenie elektriky, nové stropy, nová dlažba a obklad, nahodenie príslušenstva)
	úprava premietacej sály (vyhodnenie starých sedačiek, nahodenie nových sedačiek, prípravy na nainštalovanie digitálnej technológie)
	uverejnenie inzerátu na prenajatie priestoru určeného na kaviareň
September 2010	úprava premietacej sály (nainštalovanie digitálnej technológie)
	vyhodnotenie došlých ponúk

*Tabuľka č.10: Jednotlivé termíny plánované pre projekt vyššej využiteľnosti kina
[vlastné spracovanie]*

September 2010	výber najvhodnejšieho nájomcu
	začatie prác na zriadenie detského kútika (nákup potrebného vybavenia, polozenie koberca, vymaľovanie)
Október 2010	dokončenie prác na zriadení detského kútika
	začatie prác na otvorení kaviarne
November 2010	dokončenie prác na otvorení kaviarne
	vytvorenie www. stránky kina Baník
	zakúpenie vešiakov
December 2010	zaradenie www. stránky kina Baník do oficiálnej www. stránky Kultúrneho a spoločenského strediska Prievidza
	oznámenie o slávnostnom otvorení kina Baník v tlači , rozhlase a televízii
	skúšobné premietanie
	slávnostné otvorenie kina Baník v Prievidzi
Január 2011	prvé premietanie pre verejnosť

Uvedené termíny sú maximálne možné termíny, do kedy by celý projekt mal byť zrealizovaný. Je však potrebné uviesť, že sa opäť jedná o kvalifikovaný odhad.

6.8 Analýza rizík a prínosov

V tejto analýze budem definovať predpokladané riziká, ktoré sa môžu vyskytnúť, ich stupeň a samozrejme aj možné prínosy projektu.

6.8.1 Analýza rizík

Každý projekt by mal byť vytvorený tak, aby priniesol množstvo kladov a bol prínosom nielen v oblasti, pre ktorú je navrhnutý. Cieľom vyššej využiteľnosti kina je nielen rozvoj

priemyslu voľného času a zábavného priemyslu, ale aj zvýšenie návštevnosti kina a zlepšenie doprovodných služieb.

Na začiatku bude hlavnou úlohou kina Baník v Prievidzi jeho zviditeľnenie v meste a blízkom okolí. Úlohou zainteresovaných strán by malo byť sústredenie sa na vytvorenie príťažlivého imidžu, ktorý bude lákať najskôr k náhodnej návšteve zo zvedavosti a po zoznámení sa s miestom by mali návštevníci radi a pravidelne navštevovať kino Baník, ktoré im poskytne príjemné strávenie ich voľného času. Okrem získavania nových návštevníkov, je veľmi dôležité udržať si stálych návštevníkov, a to hlavne rôznymi akciami, ktoré by ich prilákali.

Na druhej strane pri tvorbe projektov je potrebné počítať s prípadnými rizikami, ktoré môžu sťažiť, spomaliť alebo úplne zastaviť ich realizáciu. Hlavným rizikom je nerealizácia projektu. Ak však predpokladáme, že projekt by zvýšil návštevnosť a zarábala viac, medzi relevantné riziká patria nasledovné (výška rizika je vyjadrená na stupnici od 1 do 10, kde 1 je považovaná za najnižší a 10 za najvyšší stupeň rizika). Dôvodom takéhoto hodnotenia rizík je ich prehľadnosť a zrozumiteľnosť.

PREDPOKLADANÉ RIZIKÁ

STUPEŇ RIZIKA

A) Nedocenenie významu projektu predstaviteľmi mesta	7
B) Neschválenie dostatočného objemu finančných prostriedkov na projekt	8
C) Prekročenie plánovaných nákladov	4
D) Prekročenie časových termínov projektu	5
E) Lahostajnosť obyvateľov mesta voči kinu Baník	10
F) Nesplnenie očakávaní kina Baník v oblasti vyššej využiteľnosti	4

(výška rizika je vyjadrená na stupnici **od 1 do 10**, kde **1** je považovaná za **najnižší** a **10** za **najvyšší** stupeň rizika)

Možná eliminácia predpokladaných rizík:

A) Nedocenenie významu projektu predstaviteľmi mesta (zo strany zastupiteľov) sa možno vyhnúť, ak si dobre preštudujú všetky potrebné materiály, ktoré nás vedú k týmto záverom.

Ďalšou možnosťou by mohla byť aktivita občanov, ktorí sa vďaka svojej iniciatíve postaví za realizáciu projektu, prípadne vyvolajú verejnú diskusiu.

B) Neschválenie dostatočného objemu finančných prostriedkov na projekt, toto riziko je veľmi pravdepodobné. Tento problém by sa dal čiastočne vyriešiť snahou získať finančné prostriedky aj z iných zdrojov ako z mestského rozpočtu, a to hlavne podnikateľské subjekty v meste, fondy EÚ, finančná dotácia z VÚC atď.

C) Prekročenie plánovaných nákladov, toto riziko je málo pravdepodobné, pretože bude potrebné striktné dodržať rozpočet. V prípade, že by došlo k prudkému nárastu nákladov, malo by to závažnejší dopad na projekt.

D) Prekročenie časových termínov projektu, časovému sklzu sa dá zabrániť striktným dodržiavaním časového plánu, dobrou organizáciou a neustálou kontrolou jednotlivých krokov z hľadiska doporučených termínov.

E) Ľahostajnosť obyvateľov mesta voči kinu Baník - tomuto riziku sa dá vyhnúť zlepšením komunikácie medzi občanmi a predstaviteľmi mesta, vysvetlením všetkých výhod, ktoré projekt prináša, pružnou reakciou na výhrady voči projektu, presvedčovaním a logickou interpretáciou. Už na začiatku je veľmi dôležité zahrnúť občanov do diskusie, umožniť im vyjadriť sa k danému projektu, čo sa pozitívne odzrkadlí v zvýšenej návštevnosti.

F) Nesplnenie očakávaní kina Baník v oblasti vyššej využiteľnosti, v tejto oblasti je veľmi dôležité reálne si určiť naše očakávania. Riziko nenaplnenia očakávaní potom spočíva ak sa zainteresované strany budú stavať k problematike kina ľahostajne, podceňovať detaily, nebudú koordinovať činnosť subjektov. Riešením by bola zmena postojov a veľká trpezlivosť na začiatku.

6.8.2 Analýza prínosov

Okrem horeuvedených rizík projekt prináša aj prínosy. Medzi prínosy môžeme zaradiť dosiahnutie cieľov projektu, a to:

- zvýšiť návštevnosť o 10%,
- zlepšenie doprovodných služieb a následná
- vyššia lojalita návštevníkov.

Tieto prínosy je možné sledovať pomocou niektorých ukazateľov, ktoré môžu vypovedať o týchto prínosoch. Medzi ukazatele, ktoré by sme mali sledovať patria napr.:

- počet predaných lístkov / počet obyvateľov
- výdavky na kino / počet obyvateľov
- podiel výdavkov rozpočtu mesta na kino / celkový rozpočet mesta
- podiel príjmov kina / celkové príjmy mesta

Základnou mernou jednotkou je počet, použitou pri všetkých výpočtoch. Časovú jednotku, ktorú berieme do úvahy je rok. Ideálne by bolo keby sú príjmy kina vyššie než výdavky, ďalej zvýšenie počtu vypredaných predstavení, častejšia návšteva kina, zvýšenie spokojnosti návštevníkov s poskytovanými službami kina a s tým spojený pokles sťažností od návštevníkov.

6.9 Zhrnutie projektu

Celý projekt ma za úlohu jednak zvýšiť návštevnosť kina o 10% a jednak zlepšiť doprovodné služby, čo by kinu prinieslo jeho vyššiu využiteľnosť. Za celý projekt by malo zodpovedať Kultúrne a spoločenské stredisko spolu s mestom Prievidza. Z najdôležitejších zmien, ktoré som navrhovala bola obnova fasády kina, prerobenie sociálnych zariadení a úprava premietacej sály. Zo služieb by som doporučovala zlepšiť služby bufetu, predaj lístkov cez internet, zriadenie detského kútika, zmenu premietacích časov, využitie odkladacieho priestoru a taktiež priestoru, ktoré kino ponúka.

Bola prevedená aj časová implementácie projektu, z ktorej vyplynulo, že projekt by mal byť zrealizovaný do začiatku roka 2011, kvôli tomu, že celý systém sa od tohto roku mení na digitálny. Stanovila som aj termíny potrebné pre dodržanie hladkého priebehu.

Celkové náklady na projekt boli stanovené pre maximalistickú a minimalistickú alternatívu. Pre maximalistickú alternatívu predstavujú 159 789,32 € a pre minimalistickú 57 189,32 €. Rozdiel teda činí približne 100 000,00 €. Avšak bolo by vhodné popremýšľať nad maximalistickou alternatívou, už len z toho dôvodu, že od roku 2011 musia všetky kiná prejsť na digitalizáciu, čiže je to otázka existencie kina Baník v Prievidzi a zároveň na zamyslenie pre predstaviteľov mesta či päťdesiatitisícové mesto Prievidza môže ostať bez kina.

ZÁVER

Metropola hornej Nitry - Prievidza - je mestom s bohatou históriou, ktorú začala písať lovecká pospolitosť sídliaca na Mariánskom vršku. Mesto je administratívnym centrom regiónu, kde sídlia štátne úrady, riaditeľstvá významných podnikov a predstavenstvá súkromných firiem. Je zároveň strediskom bankových a finančných inštitúcií, ako aj množstva školských zariadení vrátane vysokoškolských. Je tiež sídlom kultúrno-výchovných a spoločenských ustanovizní a záujmových zoskupení. I v rámci Trenčianskeho kraja, kam región hornej Nitry geograficky prináleží, patrí Prievidzi výrazné postavenie ako mestu s vysokou koncentráciou významných inštitúcií. Prievidza je zároveň mestom s najväčšou obchodnou plochou na počet obyvateľov a výraznou obchodnou sieťou, čo svedčí o jej významnom podiele na hospodárskom dianí nielen v regióne, ale i na celom Slovensku. Prievidza je i mestom s najväčším počtom športovísk, čo je nepochybne zárukou záujmu budúcich generácií.

Od novembra 2009 prevzalo kino Baník Kultúrne a spoločenské stredisko Prievidza, ktoré sa vyjadrilo, že päťdesiatistícové mesto nemôže ostať bez kina. Po rozhovore s riaditeľom Kultúrneho a spoločenského strediska pán Ing. Petrom Paulíkom, ktorý prejavil záujem o zmeny súčasného stavu kina Baník a prisľúbil mi spoluprácu na diplomovej práci, som sa pokúsila o vyššiu využiteľnosť spomínaného kina Baník v Prievidzi. Teda projekt, ktorý som navrhla, je skutočne reálny.

V analytickej časti je popísaný súčasný stav dopytu a ponuky priemyslu voľného času a zábavného priemyslu v meste Prievidza. Súčasťou bolo dotazníkové šetrenie, z ktorého vyplynulo, že väčšina respondentov nie je spokojná s využitím kina Baník v Prievidzi ani s jeho kvalitou.

Výsledky dotazníkového šetrenia boli podkladom pre zostavenie projektu. Táto časť mala za úlohu zvýšiť návštevnosť kina o 10% a zlepšiť doprovodné služby. Bola prevedená aj časová implementácia projektu, z ktorej vyplynulo, že projekt by mal byť zrealizovaný do začiatku roka 2011, kvôli tomu, že celý systém sa od tohto roku mení na digitálny.

Tiež boli stanovené náklady na dve alternatívy riešenia, a to maximalistickú a minimalistickú, nechýba ani analýza rizík a prínosov.

Predpokladám, že realizácia projektu vyššej využiteľnosti kina v meste Prievidza, bude viesť k väčšej spokojnosti návštevníkov, preto navrhnuté zmeny budú prínosom.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

- [1] CIBÁKOVÁ, Viera; BARTÁKOVÁ, Gabriela. *Základy marketingu*. 1. vyd. Bratislava : Iura Edition, 2007. 224 s. ISBN 978-80-8078-156-9.
- [2] ČIČMANCOVÁ, Lenka. *Stratégie rozvoja Hornonitrianskeho regiónu*. Praha, 2008. 74 s. Bakalářská práce. Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r.o.
- [3] DOLEŽAL, Jan a kol. *Projektový management podle IPMA*. Praha : Grada Publishing, 2009. 507 s. ISBN 978-80-247-2848-3.
- [4] FIAMENGO, Ante. *Základy všeobecnej sociológie*. 1. vyd. Bratislava : ÚV KSS, 1968. 609 s. ISBN 75-130-68.
- [5] FOTR, Jiří. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. Praha : Grada Publishing, 1999. 220 s. ISBN 80-7169-812-1.
- [6] HÁJEK, Bedřich; HOFBAUER, Břetislav; PÁVKOVÁ, Jiřina . *Pedagogické ovlivňování volného času*. 1. vyd. Praha : Portál, s.r.o., 2008. 240 s. ISBN 978-80-7367-473-1.
- [7] HOFBAUER, Břetislav. *Děti, mládež a volý čas*. 1. vyd. Praha : Portál, s.r.o., 2004. 176 s. ISBN 80-7178-927-5.
- [8] KOTLER, Philip a kol. *Principles of Marketing Fourth European Edition*. 4. vyd. Essex : Pearson Education, Inc., 2005. 992 s. ISBN 978-0273684565.
- [9] KOZEL, Roman a kol. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X.
- [10] MAJTÁN, Miroslav. *Projektový manažment*. 1. vyd. Bratislava : Sprint dva, 2009. 299 s. ISBN 978-80-89393-05-3.
- [11] NICHOLAS, John M. *Managing Business and Engineering Projects (Concepts and Implementation)*. 1. vyd. USA : Prentice Hall Int. Editions, 1990. 496 s. ISBN 978-0135518540.
- [12] NOVÝ, Ivan a kol. *Sociologie pro ekonomy*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1997. 180 s. ISBN 80-7169-433-9.
- [13] PÁVKOVÁ, Jiřina a kol. *Pedagogika volného času*. 3. vyd. Praha : Portál, s.r.o., 2002. 231 s. ISBN 80-7178-711-6.

- [14] RICHTEROVÁ, Kornélia a kol. *Marketingový výskum*. 1. vyd. Bratislava : Ekonóm, 2002. 380 s. ISBN 80-225-1493-4.
- [15] SVOZILOVÁ, Alena. *Projektový management*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2006. 354 s. ISBN 80-247-1501-5.
- [16] VICEN, Michal; KUBICOVÁ, Ľubica; MINÁROVÁ, Martina. *Strategický marketing*. 1. vyd. Nitra : SPU, 2009. 220 s. ISBN 978-80-552-0179-5.

Internetové zdroje:

- [17] *Demografický vývoj v meste Prievidza*. [online]. [cit. 2010-03-30]. Dostupné z: <http://prievidza.sk/tik/index.php?str=obsah&obsah=o-prievidzi&id=44&PHPSESSID=b754a26642b4f679c5353ee41b543429>
- [18] *Dotácia pre KD AH a.s. na rekonštrukciu kina*. [online]. [cit. 2010-04-05]. Dostupné z: <http://www.ruzomberok.eu/dokumenty/Bod-c.12-Dotacia-pre-KD-AH-a.s.-na-rekonstrukciu-kina.pdf>
- [19] *História voľného času*. [online]. [cit. 2010-03-23]. Dostupné z: <http://www.tahaky-referaty.sk/Historia-volneho-casu/3943/>
- [20] *Odvetvová klasifikácia ekonomických činností – SKNACE*. [online]. [cit. 2010-03-18]. Dostupné z: <http://www.infostat.sk/ELIS/RES/okecnace.html>
- [21] *O voľnom čase*. [online]. [cit. 2010-03-25]. Dostupné z: <http://www.erko.sk/vtzs/images/namety-vtzs.pdf>
- [22] *Zábava a voľný čas v Prievidzi*. [online]. [cit.2010-03-18]. Dostupné z: <http://prievidza.sk/?str=zabava&lang=sk>

Ostatné zdroje:

- [23] *Cenníky stavebných materiálov*. Stavebná firma.

ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK

ai.	a iné.
apod.	a podobne
atď.	a tak ďalej
CR	cestovný ruch
č.	číslo
DCP	Digital Cinema Package
EÚ	Európska Únia
HD	High Definition
HDD	Hard Disk Drive
HD DVD	High Density Digital Versatile Disc
hod.	hodina
ks	kus
m ³	meter kubický
m ²	meter štvorcový
mm	milimeter
napr.	napríklad
PVC	polyvinylchlorid
resp.	respektíve
r.	rokov
spol. s r.o.	spoločnosť s ručením obmedzeným
tzv.	takzvaný
t.j.	to je
VZN	všeobecne záväzné nariadenie
VÚC	vyšší územný celok

ZOZNAM OBRÁZKOV

Obr. 1: Počet obyvateľov Prievidze v roku 2001.....	37
Obr. 2: Počet obyvateľov Prievidze v roku 2009.....	37
Obr. 3: Návštevnosť možností priemyslu voľného času a zábavného priemyslu.....	43
Obr. 4: Návštevnosť kina Baník v Prievidzi.....	44
Obr. 5: Frekvencia návštevnosti kina Baník v Prievidzi.....	45
Obr. 6: Úroveň služieb v kine Baník v Prievidzi.....	47
Obr. 7: Úroveň vybavenia v kine Baník v Prievidzi.....	48
Obr. 8: Úroveň cien v kine Baník v Prievidzi.....	50
Obr. 9: Úroveň programu v kine Baník v Prievidzi.....	51

ZOZNAM TABULIEK

Tabuľka č. 1: Návštevnosť kina Baník v Prievidzi.....	44
Tabuľka č. 2: Frekvencia návštevnosti kina Baník v Prievidzi.....	45
Tabuľka č. 3: Úroveň služieb v kine Baník v Prievidzi.....	46
Tabuľka č. 4: Úroveň vybavenia v kine Baník v Prievidzi.....	48
Tabuľka č. 5: Úroveň cien v kine Baník v Prievidzi.....	49
Tabuľka č. 6: Úroveň programu v kine Baník v Prievidzi.....	50
Tabuľka č.7: Obnova fasády kina.....	64
Tabuľka č. 8: Zariadenie WC.....	65
Tabuľka č.9: Prerobenie sociálnych zariadení.....	66
Tabuľka č.10: Jednotlivé termíny plánované pre projekt vyššej využiteľnosti kina.....	70

ZOZNAM PRÍLOH

Příloha P I: Dotazník

Příloha P II: Pohlavie

Příloha P III: Vek

Příloha P IV: Miesto bydliska

Příloha P V: Spokojnosť s možnosťami priemyslu voľného času a zábavného priemyslu v meste Prievidza

Příloha P VI: Možnosti trávenia voľného času

PRÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Ako študentka Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně sa na Vás obraciam so žiadosťou o spoluprácu na vyplnenie dotazníku, ktorý je súčasťou mojej diplomovej práce „Projekt vyššej využiteľnosti kina v meste Prievidza“. Cieľom je získať informácie o využití voľného času v meste Prievidza, zhodnotiť úroveň služieb, vybavenia, ceny, programu kina a zistiť tak možnosti vyššej využiteľnosti kina v meste Prievidza. Z ponúkaných možností označte krížikom jednu alebo viac alternatív, prípadne napíšte svoje pripomienky. Za ochotu a spoluprácu Vám ďakuje Lenka Čičmancová.

Osobné údaje

Pohlavie: žena

muž

Vek: 15 – 20

20 – 30

30 – 50

50 – viac

Miesto bydliska: Prievidza

okres Prievidza (uved'te mesto alebo obec).....

územie SR (uved'te mesto alebo kraj).....

1. Ako ste spokojný s možnosťami priemyslu voľného času a zábavného priemyslu v meste Prievidza?

úplne spokojný spokojný nespokojný

2. S čím ste nespokojný, prípadne čo by ste zmenili?

.....
.....
.....

3. Ako najčastejšie trávite svoj voľný čas?

šport turistika kultúra iné.....

4. Ktoré z uvedených možností navštevujete najčastejšie?

divadelné predstavenia kino koncerty múzeá galérie

iné.....

5. Navštevujete kino Baník v Prievidzi?

áno nie

6. Ako často navštevujete kino Baník v Prievidzi?

týždenne mesačne ročne iné.....

7. Vyjadrite na stupnici 1 – 5 (1 najlepšia, 5 najhoršia) ako hodnotíte v kine Baník v Prievidzi nasledujúce prvky, prípadne vyjadrite, aké zmeny by ste uvítali.

služby 1 2 3 4 5

zmeny.....
.....

vybavenie 1 2 3 4 5

zmeny.....
.....

cena 1 2 3 4 5

zmeny.....
.....

program kina 1 2 3 4 5

zmeny.....
.....

8. Čo Vám najviac chýba v kine Baník v Prievidzi?

.....
.....

9. Aké zmeny by podľa Vás priniesli kinu Baník najväčšie prínosy?

.....
.....
.....

10. Podnietili by Vás tieto zmeny k častejšej návšteve kina Baník v Prievidzi?

áno nie

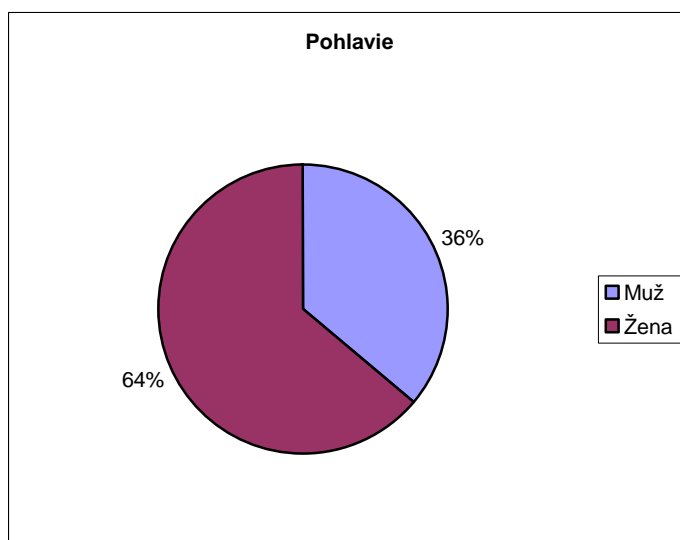
Ďakujem za spoluprácu, dotazník je anonymný a výsledky poslúžia k mojej diplomovej práci. Lenka Čičmancová

PRÍLOHA P II: POHLAVIE

Vyhodnotenie pohlavie opýtaných. Z celkových 150 predstavujú ženy 64% a muži 36%.

Pohlavie

Pohlavie	Počet	Počet v %
Muž	54	36%
Žena	96	64%
Spolu	150	100%



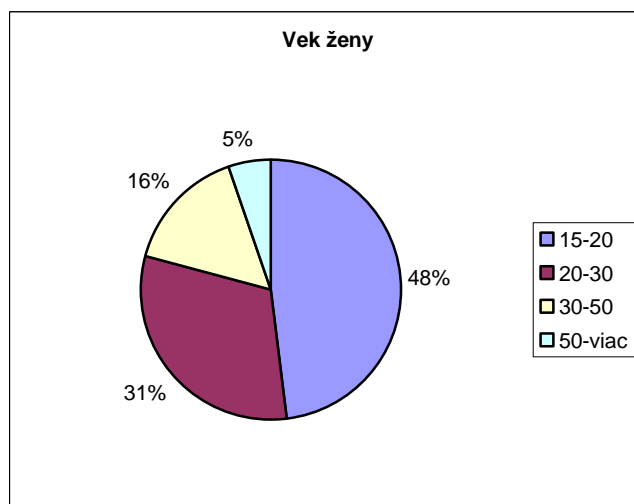
Grafické znázornenie pohlavia

PRÍLOHA P III: VEK

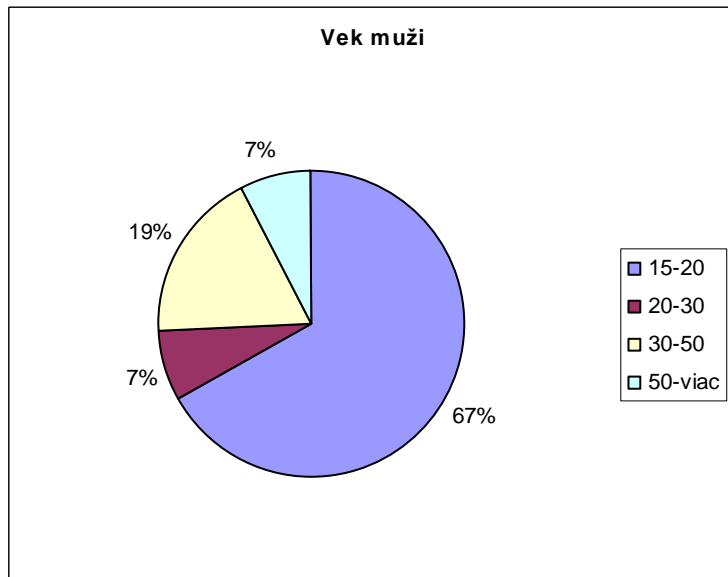
Vyhodnotenie vekového rozpätia opýtaných. U žien prevažuje vekové rozpätie 15-20 a 20-30, u mužov 15-20 a 30-50. Tabuľke rozdelím na ženy a mužov, uvediem percentá a podrobne znázorním v grafoch.

Vek

Vek	Ženy	Muži	Ženy v %	Muži v %
15-20	46	36	48%	67%
20-30	30	4	32%	7%
30-50	15	10	16%	19%
50-viac	5	4	4%	7%
Spolu	96	54	100%	100%



Grafické znázornenie veku žien



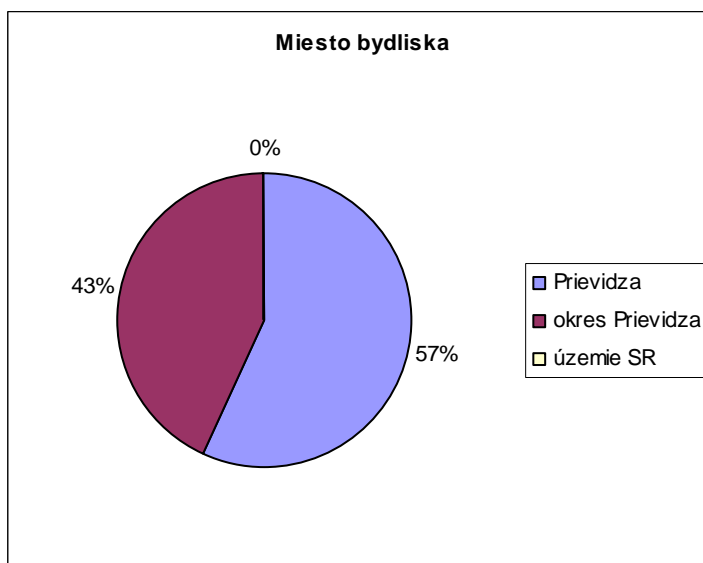
Grafické znázornenie veku mužov

PRÍLOHA P IV: MIESTO BYDLISKA

Väčšina opýtaných bola z mesta Prievidza 57%, 43% uviedlo svoje bydlisko v okrese Prievidza, a to v obciach Bojnice, Kanianka, Nedožery-Brezany, Kľačno, Oslany, Zemianske Kostol'any, Nováky, Lehota pod Vtáčnikom, Ráztočno, Nitrianske Rudno, Poruba, Čereňany, Cígeľ, Handlová.

Miesto bydliska

Miesto bydliska	Počet	Počet v %
Prievidza	85	57%
okres Prievidza	65	43%
územie SR	0	0%
Spolu	150	100%



Grafické znázornenie miesta bydliska

PRÍLOHA P V: SPOKOJNOSŤ S MOŽNOSŤAMI PRIEMYSLU VOĽNÉHO ČASU A ZÁBAVNÉHO PRIEMYSLU V MESTE PRIEVIDZA

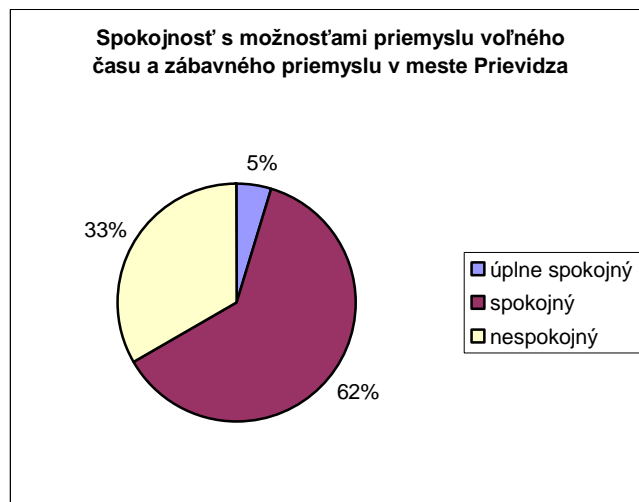
Táto časť je venovaná spokojnosti opýtaných s možnosťami priemyslu voľného času a zábavného priemyslu v meste Prievidza, v dotazníku je tejto problematike venovaná 1. a 2. otázka.

V 1. otázke som sa pýtala na spokojnosť opýtaných, všetky údaje sú uvedené v tabuľke č. 4, ktorú som rozdelila podľa veku opýtaných. 2. otázka je zameraná na to, s čím sú opýtaní nespokojní, prípadne, čo by zmenili.

Spokojnosť s možnosťami priemyslu voľného času a zábavného priemyslu

Spokojnosť	15-20 r.	20-30 r.	30-50 r.	50-viac r.	15-20 r. v %	20-30 r. v %	30-50 r. v %	50-viac r. v %
úplne spokojný	1	3	3	0	1%	9%	12%	0%
spokojný	49	19	20	5	60%	56%	80%	56%
nespokojný	32	12	2	4	39%	35%	8%	44%
Spolu	82	34	25	9	100%	100%	100%	100%

Z tabuľky je zrejmé, že veková kategória 15-20 rokov je spokojná s možnosťami priemyslu voľného času a zábavného priemyslu v meste Prievidza, obdobne je to aj u vekových kategórií 20-30 rokov a 30-50 rokov. Nespokojnosť bola spojená hlavne nedostatočnou úrovňou a vybavenosťou zábavných a športových centier a nedostatkom kultúrnych podujatí.



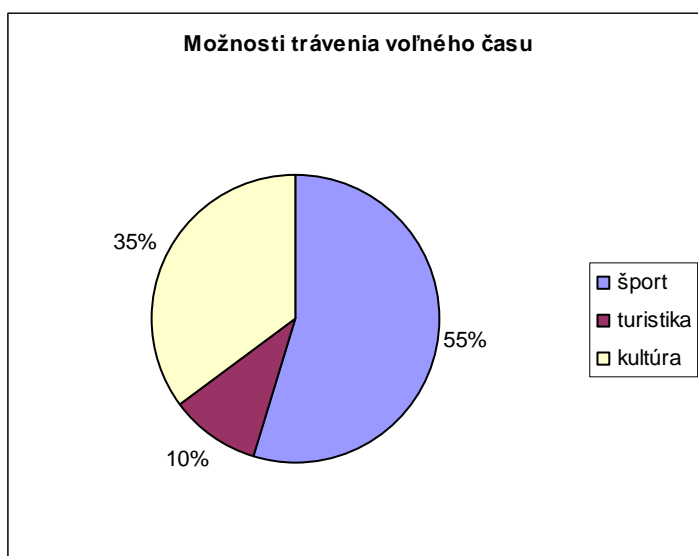
Grafické znázornenie spokojnosti s možnosťami priemyslu voľného času a zábavného priemyslu v meste Prievidza

Väčšina opýtaných 62% bola spokojná s možnosťami priemyslu voľného času a zábavného priemyslu, 33% bolo nespokojných a len 5% bolo úplne spokojných. Väčšina opýtaných by uvítala nákupné centrum, cestu pre korčuliarov, zábavný park a viac parkovacích miest.

PRÍLOHA P VI: MOŽNOSTI TRÁVENIA VOĽNÉHO ČASU

Možnosti trávenia voľného času

Trávenie voľného času	15-20 r.	20-30 r.	30-50 r.	50-viac r.	15-20r. v %	20-30 r. v %	30-50 r. v %	50-viac r. v %
šport	56	21	5	0	68%	62%	20%	0%
turistika	6	3	5	1	7%	9%	20%	11%
kultúra	20	10	15	8	25%	29%	60%	89%
Spolu	82	34	25	9	100%	100%	100%	100%



Grafické znázornenie možností trávenia voľného času