

REGIONALIZÁCIA A STRATÉGIA CESTOVNÉHO RUCHU NA SLOVENSKU

EUBOMÍR KMECO

Abstract: **Regionalization and Strategy of Tourism in Slovakia**

The regionalization of tourism and strategy of tourism count among the most important documents which have impact on development of tourism in Slovakia in the present time. The current regionalization of tourism was preceded by regionalization of tourism, arranged for the whole Czechoslovakia in the years 1960–1961 and by the actualization of regionalization of Slovakian tourism from the year 1981. The present regionalization of tourism reflects the changes that had taken place after 1989 and the subsequent establishment of independent Slovakian Republic. On basis of the regionalization, 21 regions of tourism have been designated which are divided into 4 categories (international, national, supra-regional and regional importance) on the basis of their importance. In each of these regions, the main activities have been settled, to which the given region has convenient potential. In 2013, the Strategy of tourism development until 2020 had been prepared in Slovakia, sanctioned by the Government of SR by means of its resolution no. 379/2013 and which came into effect.

Key words: regionalization of tourism in Slovakia, regions of tourism, activities of tourism in the regions, strategy of Slovakian tourism, analysis of the tourism development

Klíčová slova: regionalizácia cestovného ruchu Slovenska, regióny cestovného ruchu, aktivity cestovného ruchu v regiónoch, stratégia cestovného ruchu Slovenska, analýza vývoja cestovného ruchu

DOI: 10.14712/23366478.2016.44

V súčasnej dobe žijeme v období, keď sa cestovný ruch stal v podmienkach nielen Slovenska, ale aj ostatných krajín fenoménom, rozvoj ktorého je spájaný s mnohými pozitívnymi účinkami v ľudskej spoločnosti. Cestovný ruch je významným faktorom poznávania iných spoločností, mierového spolunažívania medzi národmi ap., má pomerne rozsiahle účinky na národné hospodárstvo, ako je napr. tvorba zamestnanosti, tvorba HDP, multiplikačný efekt ap. Treba však zdôrazniť že na to, aby sa cestovný ruch stal dôležitým faktorom rozvoja hospodárstva, je nevyhnutá jeho systematická podpora a zabezpečenie jeho rozvoja vhodnými nástrojmi politiky cestovného ruchu. K významným počinom v usmerňovaní a plánovaní rozvoja cestovného ruchu na Slovensku na národohospodárskej úrovni patrí regionalizácia cestovného ruchu a stratégia cestovného ruchu. Oba tieto dokumenty patria v súčasnosti medzi najdôležitejšie nástroje politiky cestovného ruchu na Slovensku.

REGIONALIZÁCIA CESTOVNÉHO RUCHU SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Regionalizácia cestovného ruchu predstavuje základné východisko územného plánovania rozvoja cestovného ruchu v Slovenskej republike. Súčasná regionalizácia cestovného ruchu nie je nič nové, už v rokoch 1960–1961 sa v rámci vtedajšieho Československa spracovala Rajonizácia cestovného ruchu ČSR, ktorú vypracoval Štátny ústav pre rajónové plánovanie na podnet vtedajšieho vrcholného orgánu riadenia cestovného ruchu, ktorým bol Koordinačný výbor pre otázky cestovného ruchu.¹ Rajonizácia cestovného ruchu ČSR bola jedinečným dokumentom aj v medzinárodnom prostredí. Jeho metodiku využili v rôznych krajinách, ako napr. v Bulharsku, Rumunsku, Maďarsku, Keni.² Po tom, ako bol tento dokument Uznesením Vlády ČSR č. 992/1962 schválený, stal sa základným záväzným normatívnym dokumentom pre všetky orgány štátnej správy a organizácie pri plánovaní a riadení cestovného ruchu v Československu. V tomto dokumente sa najväčší dôraz kládol na prírodné a antropogénne podmienky (kultúrno-historické pamiatky, zariadenia cestovného ruchu, dopravné zariadenia ap.), ktoré vytvárali potenciál cestovného ruchu jednotlivých regiónov. Na základe zhodnotenia potenciálu cestovného ruchu bolo územie celej Československej republiky rozdelené na územia, ktoré boli vhodné a ktoré neboli vhodné pre rozvoj cestovného ruchu. V územiach, ktoré boli vhodné pre rozvoj cestovného ruchu sa vyčlenilo 67 oblastí (47 v Českej republike, 20 v Slovenskej republike). Následne sa určili hlavné smery rozvoja krátkodobej rekreácie obyvateľstva mestských sídiel a prímestských aglomerácií ako aj prípustné zaťaženie územia, poradie komplexného dobudovania a výstavby infraštruktúry cestovného ruchu vo vymedzených oblastiach.³

Časový horizont Rajonizácie cestovného ruchu ČSR bol cca 20 rokov. Začiatkom 80. rokov 20. storočia sa vzhľadom na nové skutočnosti, ktoré nastali vo vývoji spoločnosti, rozvoji cestovného ruchu a aj v územnom rozvoji rajonizácia z roku 1962 aktualizovala. Vznikli však už dva dokumenty. Aktualizáciu rajonizácie pre Českú republiku spracoval Terplan – Státní ústav pro územní plánování v Prahe⁴ a aktualizáciu rajonizácie pre Slovenskú republiku spracoval Výskumný ústav cestovného ruchu v Bratislave. Pri spracovaní oboch dokumentov sa využívala jednotná metodika. Aktualizácia rajonizácie cestovného ruchu SSR bola po schválení Vládou SSR na základe Uznesenia č. 76/1981 záväzným právnym dokumentom pre všetky zainteresované štátne orgány a organizácie, ktoré ju museli rešpektovať pri vypracúvaní dlhodobých programov a územno-plánovacej dokumentácie podľa Zákona č. 50/1976 Zb. o územnom plánovaní a stavebnom poriadku.⁵

Pri aktualizácii rajonizácie išlo hlavne o spresnenie hraníc oblastí cestovného ruchu, spresnenie a klasifikáciu územných hodnôt v rámci oblastí cestovného ruchu, určenie nových perspektívnych rekreačných území a vymedzenie rekreačných priestorov mimo

¹ VYSTOUPIL, J. a kol.: *Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR*. Brno, 2007, s. 7.

² GÚČIK, M.: *Manažment cestovného ruchu*. Banská Bystrica, 2010, s. 133.

³ Tamtiež.

⁴ VYSTOUPIL, J. a kol.: *Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR*. Brno, 2007.

⁵ GÚČIK, M.: *Manažment cestovného ruchu*. Banská Bystrica, 2010, s. 135.

oblastí cestovného ruchu.⁶ Podobne ako v rajonizácii z roku 1962, aj v aktualizácii sa v jednotlivých oblastiach sa analyzovali lokalizačné podmienky cestovného ruchu a na základe toho sa určili funkcie oblastí v rozvoji cestovného ruchu. Oblasti boli rozdelené na štyri kategórie:

- I. kategória: oblasti mali najvýznamnejší prírodný potenciál pre rozvoj cestovného ruchu a mali široké spektrum funkcií z celoštátneho a medzinárodného hľadiska so širokým časovým využitím (Bratislavská oblasť, Vysokotatranská oblasť ap.),
- II. kategória: oblasti s veľmi kvalitnými prírodnými predpokladmi, širokým spektrom funkcií celoštátneho a medzinárodného významu so zníženým časovým využitím (oblasť Slovenského krasu, Košická oblasť ap.),
- III. kategória: oblasti s kvalitnými prírodnými predpokladmi a užším spektrom funkcií väčšinou oblastného až celoštátneho významu a so zníženým časovým využitím (Prešovská oblasť ap.),
- IV. kategória: oblasti, ktoré mali menej vhodné prírodné predpoklady s významnejším vplyvom faktorov, ktoré vylučovali rekreačné využitie, s funkciami prevažne oblastného významu a časovo obmedzenou využiteľnosťou (Juhoslovenská oblasť, Laborecká oblasť ap.).

Okrem oblastí sa hodnotil aj význam mestských sídiel a kúpeľných miest v cestovnom ruchu a na jeho základe sa tieto sídla tiež kategorizovali. Mestá sa rozdelili do troch kategórií:

- I. kategória: mestá s mimoriadnym významom pre cestovný ruch, či už z pohľadu atraktivít alebo nadpriemernou úrovňou vybavenosti (najvýznamnejšie historické mestá a mestské pamiatkové rezervácie, ako napr. Trnava, Nitra, Žilina, Košice),
- II. kategória: mestá s priemernou úrovňou atraktivít a vybavenosti (ďalšie historické mestá, resp. východiská do rekreačných oblastí (napr. Zvolen, Spišská Nová Ves),
- III. kategória: všetky ostatné mestá, ktoré sa mohli uplatniť v cestovnom ruchu (napr. Trebišov, Nové Mesto nad Váhom).

Aj kúpeľné mestá sa rozdelili do troch kategórií, a to:

- I. kategória: kúpeľné mestá prvoradého spoločenského a medzinárodného významu (Piešťany, Trenčianske Teplice, Bardejovské kúpele ap.),
- II. kategória: (Sklené Teplice, Turčianske Teplice ap.),
- III. kategória: (Čič, Štós ap.).

Vzhľadom na radikálnu zmenu spoločensko-ekonomických podmienok, ku ktorým došlo koncom 80. rokov 20. storočia, v dôsledku ktorých došlo k významným zmenám v štátoprávnom usporiadaní, administratívnom členení, štruktúre národnej ekonomiky ap. bolo treba vypracovať novú rajonizáciu/regionalizáciu cestovného ruchu. Potreba vypracovať novú regionalizáciu cestovného ruchu na Slovensku sa premietla do Národného programu rozvoja cestovného ruchu, ktorý v roku 2001 schválila Vláda SR svojím Uznesením č. 185/2001. Tejto úlohy sa zhostil Ústav turizmu, s r.o. Bratislava spolu so spoločnosťou Aurex, s.r.o., ktoré v roku 2005 pre Ministerstvo hospodárstva SR

⁶ Tamtiež, s. 133.

spracovali Regionalizáciu cestovného ruchu v Slovenskej republike. V regionalizácii sa vymedzili nové regióny (odlišné od oblastí, ktoré boli známe v rajonizácii a jej aktualizácii) na základe vnútorných väzieb a homogenity potenciálu cestovného ruchu, ktoré rešpektovali hranice katastrov podľa obcí. Na území Slovenska bolo takýmto spôsobom vymedzených 21 regiónov cestovného ruchu (napr. Bratislavský, Oravský, Tatranský). Mnohé oblasti z rajonizácie a jej aktualizácie sa v novom dokumente už neocitli, ako napr. Kysucká oblasť, Piešťansko-trenčianska oblasť, ktorá sa rozdelila na Strednopovažský a Dolnopovažský región cestovného ruchu ap. Podobne ako v predchádzajúcich dokumentoch, aj v novej regionalizácii cestovného ruchu sa regióny rozdelili na štyri kategórie, a to:

- I. kategória: sú v nej zaradené štyri regióny s medzinárodným významom (Bratislavský, Podunajský, Liptovský, Tatranský),
- II. kategória: sedem regiónov s prevažne národným významom (napr. Strednopovažský, Turčiansky, Oravský, Košický),
- III. kategória: päť regiónov s nadregionálnym významom (napr. Hornonitriansky, Gemerský, Spišský),
- IV. kategória: päť regiónov s regionálnym významom (napr. Hornozemplínsky, Ipeľský, Záhorský).

Vzhľadom na to, že v niektorých regiónoch sa nachádzajú časti územia, ktoré svojim významom presahujú význam samotného regiónu, v rámci regiónov sa vyčlenili aj podoblasti, ku ktorým patrí napr. Zemplínska Šírava v Dolnozemplínskom regióne.⁷

Pri rozdelení jednotlivých regiónov do vyššie uvedených kategórií sa analyzoval potenciál regiónov (prírodný a antropogénny), dopravná dostupnosť, vzdialenosť dopytových centier ap. Stanovili sa kritériá hodnotenia potenciálu regiónov, pričom hodnota potenciálu je vyjadrená bodovou hodnotou. Pre každý región sa hodnotilo 19 najčastejších aktivít, ktoré sú typické pre cestovný ruch na Slovensku. Tieto aktivity sa rozdelili do troch skupín podľa toho, s čím súvisia:

1. aktivity cestovného ruchu súvisiace s prírodným potenciálom (pobyť/rekreácia pri vode, pobyt/rekreácia pri termálnej vode, pobyt/rekreácia v lesnom/horskom prostredí, pobyt/rekreácia na vidieku, vodné športy, vodná turistika, pešia turistika, cykloturistika, horolezectvo, závesné lietanie, návštevy jaskýň, poľovníctvo, rybolov, iné športové aktivity, zjazdové lyžovanie, bežecké lyžovanie, lyžiarska turistika),
2. aktivity súvisiace s antropogénnym potenciálom (pobyť/rekreácia v kúpeľoch, poznávanie pamiatok, návšteva múzeí a galérií, poznávanie miestnych tradícií, návšteva kultúrnych, športových a náboženských podujatí, účasť na kongresoch a konferenciách, návšteva veľtrhov a výstav, obchodný cestovný ruch),
3. aktivity, ktoré súvisia s poskytovaním služieb prechodného ubytovania a turistickými informačnými kancelármi.⁸

Potenciál, ktorý majú regióny v rozvoji cestovného ruchu sa hodnotil štyrmi stupňami, a to:

⁷ GÚČIK, M.: *Manažment cestovného ruchu*. Banská Bystrica, 2010, s. 135–136.

⁸ Tamtiež, s. 136.

1. základný potenciál, ktorého hodnota pre skúmané aktivity je nízka, aktivitu však v takom regióne možno evidovať (bodová hodnota 1),
2. priemerný potenciál s hodnotou pre dané aktivity vyššou – priemernou (bodová hodnota 2),
3. dobrý potenciál, ktorý má význam pre skúmané aktivity cestovného ruchu (bodová hodnota 3),
4. vysoký potenciál, kedy je región veľmi významný a porovnateľný s lokalitami v zahraničí (bodová hodnota 4).

Na určenie významu vyššie uvedených aktivít v cestovnom ruchu sa použilo „váženie“. Hlavným zdrojom určenia váhy jednotlivých aktivít boli informácie získané výberovým štatistickým zisťovaním o príchodovom a domácom cestovnom ruchu a rozhovormi s profesionálmi z oblasti cestovného ruchu zaoberajúcimi sa predajom produktov domáceho cestovného ruchu v zahraničí. Hodnoty váh boli od 1 do 10 a pridelili sa jednotlivým aktivitám cestovného ruchu nasledovne:

1. letné aktivity v prírodnom prostredí: pobyt/rekreácia pri vode (váha 10), pobyt/rekreácia pri termálnej vode (7), pobyt/rekreácia v lesnom/horskom prostredí (5), pobyt/rekreácia na vidieku (3), vodné športy (3), vodná turistika (3), pešia turistika (10), cykloturistika (6), horolezectvo (1), závesné lietanie – paragliding (1), návšteva jaskýň – speleológia (1), poľovníctvo (1), rybolov (1), iné športy – tenis, golf, jazda na koni ap. (5),
2. zimné aktivity v prírodnom prostredí: zjazdové lyžovanie/snowboarding (9), bežec-ké lyžovanie (3), lyžiarska turistika (4),
3. aktivity súvisiace s vybranými službami cestovného ruchu: ubytovacie služby (10), informačné služby (4).⁹

Po komplexnej analýze potenciálu jednotlivých regiónov, aktivít, ktoré sa v nich vykonávajú, stanovení ich významu a ich využiteľnosti v rozvoji cestovného ruchu môžeme 21 regiónov cestovného ruchu na Slovensku rozčleniť tak, ako to uvádzame v tabuľke č. 1.

Tabuľka č. 1: Potenciál a význam regiónov cestovného ruchu na Slovensku

Názov regiónu	Kategória	Potenciál	Strednodobý význam	Dlhodobý význam
Bratislavský	I.	vysoký	medzinárodný	medzinárodný
Podunajský	I.	priemerný	nadregionálny	Národný
Záhorský	IV.	základný	regionálny	nadregionálny
Dolnopovažský	III.	priemerný	nadregionálny	Národný
Strednopovažský	II.	priemerný	národný	Národný
Nitriansky	IV.	dobrý	nadregionálny	Národný
Hornonitriansky	III.	základný	nadregionálny	Národný
Severopovažský	II.	priemerný	medzinárodný	medzinárodný
Turčiansky	II.	dobrý	národný	medzinárodný

⁹ GÚČIK, M.: *Manažment cestovného ruchu*. Banská Bystrica, 2010, s. 136–138.

Oravský	II.	priemerný	národný	medzinárodný
Liptovský	I.	dobrý	medzinárodný	medzinárodný
Ipeľský	IV.	priemerný	regionálny	nadregionálny
Gemerský	III.	základný	nadregionálny	Národný
Horehronský	II.	dobrý	medzinárodný	medzinárodný
Pohronský	III.	priemerný	nadregionálny	Národný
Tatranský	I.	vysoký	medzinárodný	medzinárodný
Spišský	III.	priemerný	nadregionálny	medzinárodný
Košický	II.	dobrý	národný	Národný
Šarišský	II.	priemerný	národný	Národný
Hornozemplínsky	IV.	priemerný	regionálny	nadregionálny
Dolnozemplínsky	IV.	priemerný	regionálny	nadregionálny

Zdroj: Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike, 2005, s. 53 a i.

STRATÉGIA CESTOVNÉHO RUCHU NA SLOVENSKU

Stratégia cestovného ruchu je nevyhnutným predpokladom pre systémove riadenie rozvoja cestovného ruchu v krajine. Posledným koncepčným materiálom tohto druhu bola Nová stratégia rozvoja cestovného ruchu SR do roku 2013. Túto stratégiu schválila Vláda SR svojim Uznesením č. 417/2007 ako plnenie úlohy, ktorá vyplynula z Programového vyhlásenia Vlády SR na roky 2006–2010. Po schválení tejto stratégie Vláda SR prijala Uznesením č. 783/2007 návrh Zásad štátnej politiky cestovného ruchu SR. Strategickým cieľom cestovného ruchu na Slovensku bolo v zmysle týchto dokumentov zvyšovanie jeho konkurencieschopnosti pri lepšom využívaní potenciálu cestovného ruchu so zámerom vyrovnávať sociálno-ekonomický rozvoj jednotlivých regiónov súčasne s tvorbou nových pracovných miest.¹⁰ Aby bolo možné dosiahnuť tento strategický cieľ, prijalo sa 34 úloh v rámci piatich hlavných cieľov:

1. Posilnenie postavenia odvetvia cestovného ruchu v národnom hospodárstve,
2. Zvýšenie atraktívnosti Slovenska ako dovolenkového cieľa,
3. Zvýšenie objemu pobytového cestovného ruchu,
4. Zlepšenie štruktúry zahraničných návštevníkov Slovenska skvalitňovaním poskytovaných služieb,
5. Podpora tvorby nových pracovných príležitostí najmä v regiónoch s významným potenciálom re cestovný ruch.¹¹

V kontexte plnenia týchto cieľov došlo k zrealizovaniu najvýznamnejšej systémovej zmeny v cestovnom ruchu v posledných desaťročiach, a to prijatiu Zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu. Takýmto spôsobom sa vytvoril legisla-

¹⁰ Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR, Sekcia cestovného ruchu: *Stratégia rozvoja cestovného ruchu do roku 2020*. Bratislava, 2013, s. 5.

¹¹ Tamtiež, s. 5.

tívny rámec pre koordinovaný rozvoj cestovného ruchu na Slovensku na úrovni krajov a oblastí a položili sa základy destinačného manažmentu cestovného ruchu a systému spolufinancovania jeho rozvoja zo strany štátu. Po zmene vlády v roku 2010 došlo k zrušeniu vyššie uvedenej stratégie; Vláda SR ju zrušila svojim Uznesením č. 300/2011. Po parlamentných voľbách v roku 2012 a po zmene vlády vyvstala potreba vypracovať novú stratégiu cestovného ruchu v súlade s Programovým vyhlásením Vlády SR na roky 2012–2016. Stalo sa tak v marci 2013, kedy Sekcia cestovného ruchu Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR spracovala návrh Stratégie rozvoja cestovného ruchu do roku 2020. Vláda SR svojim Uznesením č. 379/2013 schválila návrh stratégie, ktorá tak vošla do platnosti.¹²

Stratégia rozvoja cestovného ruchu do roku 2020 sa skladá z troch hlavných častí, a to:

- A. Analýza vývoja cestovného ruchu,
- B. Východiská stratégie rozvoja cestovného ruchu na Slovensku do roku 2020,
- C. Stratégia do roku 2020.

ANALÝZA VÝVOJA CESTOVNÉHO RUCHU

V prvej časti stratégie sa autori najskôr zaoberajú analýzou medzinárodného cestovného ruchu a zdôrazňujú jeho význam vo svetovej ekonomike odvolávajú sa na údaje Svetovej organizácie cestovného ruchu UN WTO. V ďalšej časti sa zaoberajú cestovným ruchom v Európe a celosvetovým výzvam, ktorým čelí aj Európska únia, ako sú napr. demografické zmeny populácie a tlak na existujúce zdroje. V tejto súvislosti Európska komisia predstavila v marci 2010 stratégiu Európa 2020 na zlepšenie inteligentného, udržateľného a inkluzívneho rastu. Táto stratégia sa priamo dotýka aj cestovného ruchu, ktorý predstavuje v Európskej únii tretie najvýznamnejšie ekonomické odvetvie po obchodnom a distribučnom odvetví, a stavebníctve. Cestovný ruch v Európskej únii totižto vytvára viac ako 10 % HDP a približne 12 % pracovných miest. O význame cestovného ruchu svedčí aj skutočnosť, že Európska komisia publikovala 30. júna 2010 oznámenie Európa ako popredná svetové destinácia cestovného ruchu – nový politický rámec pre európsky cestovný ruch. Hlavným cieľom rozvoja cestovného ruchu v týchto intenciách je zvýšenie konkurencieschopnosti udržateľného, zodpovedného a etického cestovného ruchu v Európe, pričom treba zohľadniť sociálnu politiku, územnú súdržnosť a vplyv odvetvia cestovného ruchu na ochranu a podporu európskeho prírodného a kultúrneho dedičstva. V tejto deklarácii Európskej komisie sa navrhuje vykonať aktivity na podporu cestovného ruchu v týchto oblastiach:

- podnietiť konkurencieschopnosť odvetvia cestovného ruchu,
- podporiť rozvoj udržateľného, zodpovedného a kvalitného cestovného ruchu,
- upevniť obraz a zviditeľnenie Európy ako súboru udržateľných a kvalitných destinácií,
- maximalizovať potenciál politik a existujúcich finančných nástrojov EÚ na rozvoj cestovného ruchu.¹³

¹² Tamtiež, s. 5.

¹³ Tamtiež, s. 8.

V ďalšej časti analytickej kapitoly sa porovnávajú ukazovatele cestovného ruchu krajín V4 a Rakúska. Z porovnania počtu turistov skúmaných krajín v rokoch 2007–2010 vyplýva, že poradie v počte ubytovaných turistov je v každom roku rovnaké, tzn. na prvom mieste je Rakúsko, nasleduje Poľsko, Česká republika, Maďarsko a Slovensko. Z uvedených údajov je zaujímavé a prekvapivé, že Česká republika má pred Maďarskom pomerne „veľký náskok“ v počte ubytovaných turistov, pretože v jej ubytovacích zariadeniach sa každoročne v sledovanom období ubytovalo cca o 100 % zahraničných turistov viac ako v maďarských ubytovacích zariadeniach.¹⁴

Každá z týchto krajín využíva na podporu rozvoja cestovného ruchu rôzne nástroje. Spolkové ministerstvo hospodárstva, rodiny a mládeže Rakúskej republiky v roku 2010 prezentovalo novú stratégiu cestovného ruchu, ktorej hlavným aspektom bolo poukázať na jedinečnosti Rakúska a jeho konkurenčné výhody v cestovnom ruchu. V Maďarsku v roku 2009 znížili sadzbu DPH na ubytovacie služby na 18 % (inak 27 %), a od roku 2011 zaviedli podporu domáceho cestovného ruchu systémom zamestnaneckých benefitov (Széchenyiho karta). V Českej republike sa od roku 2010 implementuje Národný program podpory cestovného ruchu, v rámci ktorého je podprogram Cestovný ruch pre všetkých. Poľsko malo spracované strategické smerovanie rozvoja cestovného ruchu do roku 2015.¹⁵

V závere analytickej časti sa analyzuje cestovný ruch na Slovensku. Pre slovenský cestovný ruch je charakteristické, že domáci návštevníci prevažujú nad zahraničnými návštevníkmi, podobne je tomu z krajín V4 aj v Maďarsku a Poľsku. V Českej republike je to naopak, nad domácimi návštevníkmi prevažujú návštevníci zo zahraničia. Tradične najviac návštevníkov zo zahraničia prichádza na Slovensko zo susedných štátov, najdôležitejším zdrojovým trhom je Česká republika, nasleduje Poľsko, Nemecko, Maďarsko, Rakúsko ap. Najnavštevovanejšie kraje na Slovensku sú Žilinský, Prešovský a Bratislavský. Veľkým problémom slovenského cestovného ruchu je nízky priemerný počet prenocovaní.¹⁶

VÝCHODISKÁ STRATÉGIE ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU NA SLOVENSKU DO ROKU 2020

Druhá časť stratégie je venovaná koncepčným dokumentom a hlavným predpokladom socio-ekonomického rozvoja Slovenska, z ktorých stratégia vychádza a na ktoré nadväzuje. K týmto dokumentom a predpokladom patrí:

- Programové vyhlásenie Vlády SR na roky 2012–2016,
- Program stability Slovenskej republiky na roky 2012 až 2015,
- Koncepcia územného rozvoja Slovenska 2011 – Zmeny a doplnky č. 1 KURS 2001,
- Národná stratégia regionálneho rozvoja Slovenskej republiky,
- Ochrana prírody – zonácia,
- Vzdelávanie a ľudské zdroje pre cestovný ruch,

¹⁴ Tamtiež, s. 10.

¹⁵ Tamtiež, s. 10–11.

¹⁶ Tamtiež, s. 11–12.

- Kvalita poskytovaných služieb cestovného ruchu – kontrolná činnosť,
- Medzinárodná spolupráca v cestovnom ruchu,
- Podpora cestovného ruchu z prostriedkov Európskeho spoločenstva,
- Satelitný účet cestovného ruchu,
- Poznatky a skúsenosti z implementácie Zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov,
- Národná stratégia rozvoja cyklistickej dopravy a cykloturistiky v SR,
- Marketing cestovného ruchu.¹⁷

STRATÉGIA DO ROKU 2020

V podstate najdôležitejšou časťou celej stratégie je posledná časť, v ktorej je navrhnutá vízia, strategický cieľ rozvoja cestovného ruchu, hlavné druhy produktov cestovného ruchu na Slovensku a sú v nej definované oblasti a úlohy, ktoré majú viesť k naplneniu stanoveného strategického cieľa.

Vízia cestovného ruchu na Slovensku je formulovaná naozaj odvážne, pretože Slovensko bude podľa nej „... krajina s vyspelým cestovným ruchom, ktorý bude medzinárodne konkurencieschopný, s rozvinutým destinačným manažmentom, kvalitne poskytovanými službami, s dostatočne vzdelaným a kvalifikovaným personálom, v jasnej koexistencii s ochranou prírody, kultúrnymi hodnotami a zachovaním kultúrneho a prírodného dedičstva“.¹⁸ Na to, aby sa táto vízia o Slovensku, ako krajine s vyspelým cestovným ruchom naplnila, treba ciele koordinovane podporovať marketingovými činnosťami na všetkých úrovniach s využitím všetkých dostupných moderných komunikačných a prezentačných technológií.

Strategickým cieľom v rozvoji cestovného ruchu na Slovensku je „... potreba zvyšovania konkurencieschopnosti cestovného ruchu pri lepšom využívaní jeho potenciálu, so zámerom vyrovnávať regionálne disparity a vytvárať nové pracovné príležitosti.“¹⁹ Tento cieľ je možné dosiahnuť čiastkovými cieľmi, ku ktorým patrí:

- sústredenie pozornosti na inovácie už existujúcich produktov, pričom treba zohľadniť nové trendy v dopyte po cestovnom ruchu,
- lepšie využívanie prírodného a kultúrno-historického potenciálu Slovenska, pričom treba podporovať cieľové miesta, v ktorých už existuje stabilizovaný dopyt kľúčových trhov,
- podpora cieľových miest v zaostávajúcich regiónoch s vysokou mierou nezamestnanosti, ktoré majú dostatočný prírodný a kultúrno-historický potenciál.²⁰

K hlavným produktom (produktovým skupinám) cestovného ruchu na Slovensku, ktorých základom je prírodný a kultúrno-historický potenciál Slovenska patrí:

- letný cestovný ruch: pobyt pri vode, rekreácia, turistika v horských strediskách, relax, poznávanie nových miest ap.;

¹⁷ Tamtiež, s. 15–29.

¹⁸ Tamtiež, s. 29.

¹⁹ Tamtiež, s. 29.

²⁰ Tamtiež, s. 30.

- zimný cestovný ruch: zimné športy – najmä zjazdové lyžovanie a snowboarding; Rozsiahle investície do horských stredísk cestovného ruchu v posledných desať-ročiach výrazným spôsobom ovplyvnili konkurencieschopnosť ponuky zimných aktivít na stredo európskom trhu postsocialistických krajín. Pri produktoch zimného cestovného ruchu treba rešpektovať dôsledky klimatických zmien a v budúcnosti lyžiarske strediská budovať v minimálnej nadmorskej výške údolnej stanice 700–800 m n. m.;
- kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: predstavujú jeden z najvýznamnejších produktov cestovného ruchu na Slovensku. Je potrebné v ponuke služieb kúpeľného a zdravotného cestovného ruchu zohľadňovať trendy v oblasti dopytu a ponuky a zameriavať sa na wellness, beauty, anti-stress pobyty ap. V súlade s týmito trendami došlo k rozvoju ponuky týchto služieb nielen v kúpeľných miestach ale aj iných destináciách, v ktorých sa vybuďovali wellness hotely ap.;
- kultúrny a mestský cestovný ruch: napriek tomu, že Slovensko má vhodný potenciál pre rozvoj cestovného ruchu v týchto oblastiach, nedochádza k jeho významnému využívaniu. Príčiny sú rôzne, na jednej strane to je nevyhovujúci stavebno-technický stav kultúrno-historických pamiatok, na druhej strane je to aj nedostatočne rozvinutý produkt, slabá propagácia doma aj v zahraničí;
- kongresový cestovný ruch: predstavuje perspektívnu a lukratívnu záležitosť, pre ktorú sa vytvorili vhodné podmienky veľkými investíciami do modernizácie a výstavby hotelov; Tento druh cestovného ruchu má veľký potenciál pri využívaní kapacít najmä v mimo sezónnom období;
- vidiecky cestovný ruch a agroturistika: tento druh cestovného ruchu je na Slovensku zatiaľ málo rozvinutý v porovnaní so svetom; má však dostatočný potenciál na to, aby sa mohol rozvíjať,
- geoparky a geoturistika: majú na Slovensku veľmi dobré možnosti rozvoja vzhľadom na geografickú a geologickú rôznorodosť.²¹

Pri formulovaní úloh nevyhnutných pre dosiahnutie strategického cieľa autori stratégie predpokladajú, že sa do roku 2020 nebudú opakovať celosvetové hospodárske krízy, ktoré by negatívnym spôsobom ovplyvnili aj Slovensko, ale že na Slovensku bude relatívne stabilný hospodársky vývoj.

Pri napĺňaní strategického cieľa sú sformulované úlohy v troch oblastiach, a to v oblasti kvality, oblasti podpory dopytu a ponuky so zámerom prijatia prorastových opatrení, oblasti zvýšenia atraktívnosti Slovenska ako dovolenkového cieľa a rozvoja informačných služieb.²²

V oblasti kvality služieb je nevyhnutné:

- zaviesť národný systém kvality služieb v kontexte iniciatívy Európskej komisie súvisiacej so zavedením Európskej značky kvality pre cestovný ruch (ETQL),
- zvýšiť úroveň a kvalitu destinačného manažmentu,
- odstraňovať administratívne prekážky podnikania,
- motivovať subjekty cestovného ruchu k inováciám,

²¹ Tamtiež, s. 30–31.

²² Tamtiež, s. 32.

- umožniť širšiu účasť zdravotne znevýhodnených občanov na cestovnom ruchu prostredníctvom stavebno-technického riešenia,
- skvalitniť pripravenosť absolventov v rámci výchovno-vzdelávacieho procesu na ich uplatnenie v cestovnom ruchu,
- skvalitniť úroveň verejnej osobnej dopravy,
- novelizovať Zákon č. 281/2001 Z. z. o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr a o zmene a doplnení Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov v nadväznosti na revíziu Smernice 90/314/EEC o balíku cestovných, dovolenkových a výletných služieb ap.²³

V oblasti podpory ponuky a dopytu sa v stratégii navrhuje:

- vytvoriť prorastový finančný nástroj podpory subjektov pôsobiacich v príjazdovom cestovnom ruchu,
- vytvoriť finančný nástroj na podporu domáceho cestovného ruchu,
- podporiť významné projekty cestovného ruchu formou investičnej pomoci,
- podporiť podnikanie pomocou ďalších ekonomických nástrojov.²⁴

V oblasti zvýšenia atraktívnosti Slovenska ako dovolenkového cieľa a rozvoja informačných služieb je najdôležitejšou úlohou tvorba identity Slovenska so zameraním sa na jeho jedinečnosti a hodnoty, ktoré sú pre neho najcharakteristickejšie. Tvorba identity Slovenska je nevyhnutne spätá s:

- budovaním značky „Slovensko“,
- konkurencieschopnosťou národných a regionálnych produktov cestovného ruchu,
- rozvíjaním informačných a propagačno-prezentačných aktivít obcí, miest a regiónov,
- zlepšením vzhľadu Slovenska (hraničné priechody, železničné a autobusové stanice, verejné priestory – prístupové komunikácie do miest a obcí a ich centrál),
- zabezpečením vymožitelnosti ochrany pamiatok,
- marketingovou podporou cestovného ruchu,
- podporou rozvoja domáceho cestovného ruchu,
- skvalitnením navigácie návštevníkov ap.²⁵

ZÁVER

Vzhľadom na vývoj cestovného ruchu v svetovej ekonomike a v ekonomike Európskej únie je nevyhnutné venovať mu zo strany jednotlivých štátov náležitú pozornosť. Na Slovensku máme už našťastie viac-menej za sebou obdobie, kedy štátne orgány a inštitúcie zodpovedné za cestovný ruch nechávali jeho rozvoj na „slobodnej ruke trhu“ a prakticky nijakým spôsobom nezasahovali do jeho vývoja, výnimkou bolo založenie štátnej marketingovej agentúry cestovného ruchu v polovici 90. rokov. Ako sa časom ukázalo, cestovný ruch je taký dôležitý spoločensko-ekonomický jav, že je nevyhnutné venovať mu adekvátnu pozornosť a robiť všetko pre to, aby sa zabezpečil jeho optimálny rozvoj v súlade so zásadami trvalo-udržateľného rozvoja. Len tak totiž-

²³ Tamtiež, s. 33–38.

²⁴ Tamtiež, s. 38–41.

²⁵ Tamtiež, s. 41–45.

to možno očakávať, že cestovný ruch bude pre spoločnosť prínosom a na jeho rozvoji bude spoločnosť získavať. Je potešiteľné, že na Slovensku sa začali v záujme rozvoja cestovného ruchu prijímať systémové opatrenie, medzi ktoré bezpochyby patrí aj Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike a Stratégia rozvoja cestovného ruchu do roku 2020.

doc. Ing. Ľubomír Kmeco, Ph.D.
Univerzita Jana Ámose Komenského Praha
kmeco.lubomir@ujak.cz