

DOMÁCI CESTOVNÝ RUCH V REGIÓNOCH ÚZEMNEJ SAMOSPRÁVY

Ing. Juraj Kerekeš
externý prac. Katedry služieb a cestovného ruchu
OF EU BA

Nová stratégia rozvoja cestovného ruchu do roku 2013 charakterizuje úlohy so zameraním sa na zvýšenie atraktívnosti Slovenska ako dovolenkového cieľa. Jednou z úloh je aj vypracovať Program podpory domáceho cestovného ruchu, ktorého prvotným marketingovým nástrojom bude Národný jednotný informačný systém cestovného ruchu Slovenskej republiky na internete a ktorý bude odo dňa spustenia neustále generovať informácie o atraktívnej ponuke domáceho cestovného ruchu.

Pre rozvoj miestneho územného rozvoja cestovného ruchu je nevyhnutné v prvom rade udržať vidiecku populáciu, a to za predpokladu zabezpečenia jej plnohodnotnej kvality života. Jedným zo základných predpokladov zlepšenia kvality života je umožniť obyvateľstvu spoločne rozhodovať o svojej budúcnosti a vytvoriť podmienky pre trvalo udržateľný sociálno-ekonomický rozvoj v miestnej samospráve. V tomto zmysle sa možno zamerať na:

- Ekonomickú základňu stavať na trvalo udržateľnom rozvoji malého a stredného podnikania a jeho všestrannej podpore miestnou samosprávou.
- Podnikateľské aktivity musia byť v prvom rade založené na využití miestnych zdrojov – prírodných, materiálnych, kultúrnych a historických.
- Miestny územný cestovný ruch, rozvoj terciálnej ekonomickej sféry a finalizáciu zdrojov vrátane podpory rozvoja remesiel chápať ako tvorbu pridanej hodnoty a následne zamestnanosti a príjmov predstavujúcich oblasti, ktoré pomôžu riešiť súčasné ekonomické problémy územnej samosprávy.
- Rozvíjať miestne územno-samosprávne spoločné podnikanie, vrátane možnosti rozvíjať podnikateľské aktivity v rámci združení obcí podľa § 20a zákona č. 396/1990 Zb. v znení zákona č. 453/2001 Z.z. o obecnom zriadení, a to najmä v oblasti sociálnych vecí, starostlivosti o životné prostredie (predovšetkým zhromažďovanie, odvoz a spracúvanie komunálneho odpadu, odvádzanie a čistenie odpadových vôd), miestnej dopravy, oblasti školstva, kultúry a miestneho cestovného ruchu.
- Podporovať sebazamestnávanie a podporovať rozvoj tradične znevýhodnených skupín – mládeže, žien alebo menšín – etnických alebo spoločenských a pripravovať pre ne špeciálne programy rozvoja podnikania v cestovnom ruchu.
- Venovať pozornosť podnikaniu žien a využívať ich schopnosti pre inovácie a invencie, ako aj schopnosti budovať vzťahy, siete a tak multiplikovať získané skúsenosti a vedomosti, rovnako ako aj ich motiváciu, ktorou sú deti, rodina a vlastná obec. Tým im poskytnúť väčší priestor zúčastniť sa nielen tvorbe spoločných hodnôt ale aj spoločne rozhodovať o budúcnosti obce.
- Podporovať rozvoj inštitúcií, ktoré slúžia rozvoju podnikania v cestovnom ruchu a poskytujú poradenstvo, informácie a vzdelávanie, ako aj finančné zdroje. Tu zvlášť uprednostňovať tie, ktoré pripravujú produkty vyhovujúce vidieku – ako poradenstvo a vzdelávanie na lokálnej úrovni - priamo na mieste, alebo v prípade finančných inštitúcií – mikropôžičkové alebo malé pôžičkové schémy.
- Podporovať zavádzanie miestnych (lokálnych) finančných nástrojov a ich tvorbu tak, aby spĺňali podmienku adresnosti, pružnosti, flexibilitnosti, transparentnosti, individuálneho prístupu a akcieschopnosti.
- Nástroje na národnej úrovni alebo na úrovni Európskej únie vytvárať tak, aby boli administratívne nenáročné a jednoduché, transparentné a ich použitie v miestnej územnej

samospráve efektívne. Zavádzať nástroje ktoré majú pôsobenie dovnútra územia a sú vertikálneho pôvodu a decentralizované.

Cieľom Programu podpory rozvoja domáceho cestovného ruchu v SR je:

- skvalitniť služby v cestovnom ruchu na Slovensku
- zvýšiť povedomie obyvateľov SR o možnostiach trávenia dovolenky v SR,
- zabezpečiť vyššie využívanie existujúcich kapacít najmä v mimosezónnom období,
- skvalitniť regionálne produkty cestovného ruchu a využiť ich v rozširovaní ponuky aj v domácom cestovnom ruchu,
- vytvoriť podmienky pre účasť sociálne slabších vrstiev obyvateľstva v domácom cestovnom ruchu.

Vzhľad mesta alebo obce je jedným z najvýznamnejších faktorov, ktoré ovplyvňujú dojem návštevníka a obyvateľa. Udržiavané fasády obchodov, podnikov budov, ulice bez odpadkov, upravené záhrady a parky vyvolávajú v návštevníkovi už pri prvom kontakte s mestom alebo obcou príjemný pocit, ktorý ho môže povzbudiť na predĺženie pobytu oproti pôvodnému plánu na opakované návštevy. Navyše môže odporúčať návštevu mesta alebo obce svojim príbuzným, priateľom a známym. Toto je najlacnejšia a veľmi účinná reklama, na ktorú sa každému mestu alebo obci oplatí vynaložiť úsilie. Mnohí predstavitelia miestnej samosprávy zistili, že udržiavanie a zlepšovanie vzhľadu mesta alebo obce nielen uspokojovalo návštevníkov, ale aj posilnilo hrdosť miestnych obyvateľov. K zvýšeniu aktivít v domácom cestovnom ruchu ne možno konštatovať, že mobilizácia všetkých zainteresovaných subjektov cestovného ruchu je výnimočne dôležitá.

- Spolupráca so samosprávnymi krajinami (VÚC). V snahe priblíženia aktivít cestovného ruchu na regionálnu úroveň a posilnenie spätnej väzby z regiónov priamo od podnikateľských a nepodnikateľských subjektov cestovného ruchu, bude vhodné vytvárať detašované pracoviská na VÚC s priamym riadením a koordináciou činností z národnej úrovne, kde konkrétny zamestnanec bude koordinovať partnerské aktivity a budovať vzťahy s podnikateľskými a nepodnikateľskými subjektami.
- Ocenenie vynikajúcej domácej destinácie – regiónu cestovného ruchu. V rámci podpory propagácie domácich destinácií a zvyšovanie konkurencieschopnosti, v blízkom partnerstve s profesionálnymi „nezávislými“ združeniami“, príp. tzv. radou expertov realizovať súťaž „Ocenenie vynikajúcej domácej destinácie“.
- Grantový program rozvoja propagácie cestovného ruchu na roky 2008 - 2013. Vzhľadom na skutočnosť, že oblasť cestovného ruchu pozostáva zväčša z malých a stredných podnikov javí sa vhodné vyhlásiť grantový program k skvalitneniu propagácie produktu cestovného ruchu - na základe celkovej stratégie cestovného ruchu pre dané obdobie - tzv. destinačného manažmentu, pre každý kalendárny rok plánovaného obdobia.
- Program Rekreačné šeky. Zavedením systému rekreačných šekov budú vytvorené podmienky na trávenie dovolenky na Slovensku pre zamestnancov i ďalšie skupiny domáceho obyvateľstva. Systém rekreačných šekov prispeje k rovnomernejšiemu vyťaženiu hotelových kapacít, k zmierneniu sezónnosti, zvýšeniu príjmov podnikov cestovného ruchu, skvalitneniu životnej úrovne účastníkov domáceho cestovného ruchu a zlepšeniu ekonomiky poskytovateľov služieb. Využívanie „Rekreačných šekov“ - dovolenkových poukazov - vytvára benefit pre zamestnanca organizácie v zmysle špecifického cieľa č.2 Novej stratégie cestovného ruchu SR. (citácia [3])
- Podpora tvorby produktov domáceho cestovného ruchu. Prvotným marketingovým nástrojom bude Národný jednotný informačný systém cestovného ruchu Slovenskej republiky na internete a ktorý bude odo dňa spustenia neustále generovať informácie o atraktívnej ponuke domáceho cestovného ruchu. Takisto podpora budovania

komplexných služieb cestovného ruchu s celoročným využitím (využitie minerálnych a geotermálnych prameňov pre rozvoj letnej a zimnej turistiky s komplexnými službami pre zákazníka, vytváranie rekreačných centier s možnosťami kultúrnych a poznávacích zájazdov spojených s predajom miestnych výrobkov napr. sklo, porcelán, výšivky, ochutnávky vín spojených s predajom a pod.) je takisto významne dôležitá.

- Vplyv internetu. Úlohou SACR by mala byť aktualizácia a skvalitňovanie portálu www.slovakia.travel, aktualizácia webovej stránky SACR, kontinuálna spolupráca pri napĺňaní webových stránok (V4, Die Donau, ETC...) Zvýšenú pozornosť je vhodné venovať pozornosť pravidelnej aktualizácii Národného jednotného informačného systému cestovného ruchu Slovenskej republiky na internete, v záujme toho skvalitňovať spoluprácu s turisticko-informačnými centrami v regiónoch s cieľom vytvorenia takej informačnej základne v minimálne 8 jazykových verziách, ktorá bude schopná v reálnom čase prijímať a implementovať informácie o nových formách, segmentoch, produktoch a aktivitách v cestovnom ruchu. Uplatňovanie internetu na aktuálne a rýchle poskytnutie informácií pre všetky trhy a cieľové skupiny, rovnako ako na posilnenia imidžu a budovania značky je veľmi dôležitá súčasť informačnej, propagačnej a marketingovej stratégie aktuálneho oslovovania potenciálnych účastníkov cestovného ruchu.
- Eurofondy 2007-2013. Pre nasledujúce obdobie budú najvýznamnejším nástrojom finančnej podpory aktivít cestovného ruchu štrukturálne fondy EÚ. V cestovnom ruchu bude vhodné zamerať pozornosť na využitie prírodného, kultúrneho a doteraz vybudovaného potenciálu pre rozvoj udržateľného cestovného ruchu, s cieľom financovať najmä rozvoj informačných služieb cestovného ruchu, prezentácie regiónov a Slovenska, vytvorenie, naplnenie a aktualizáciu informačných databáz pre potreby rozvoja kultúry a cestovného ruchu v rámci informačného systému a zvýšenie prezentácie v cestovnom ruchu na domácich veľtrhoch a výstavách. Podstatnou absorpciou eurofondov v územiach a regiónoch Slovenska by sa malo dosiahnuť zvyšovanie konkurencieschopnosti cestovného ruchu pri lepšom využívaní potenciálu so zámerom vyrovnávania regionálnych disparít a tvorby pracovných príležitostí.

Na základe poznatkov a porovnania opatrení na podporu domáceho ruchu v okolitých krajinách možno stanoviť osové oblasti sústredenia, na ktoré by sa mala podpora domáceho cestovného ruchu na Slovensku orientovať:

OS 1 - MOTIVAČNÁ KAMPAŇ NA PODPORU DOMÁCEHO CESTOVNÉHO RUCHU

- Výchova a motivácia obyvateľov k budúcej účasti na domácom cestovnom ruchu (zvyšovanie úrovne poznania obyvateľov o atraktivitách a možnostiach trávenia dovolenky na Slovensku formou mediálnych súťaží, odborných relácií, konferencií, zábavných podujatí)
- Využitelnosť kapacít zariadení cestovného ruchu (uskutočňovanie prieskumov zariadení cestovného ruchu, aktualizácia databázy a následné prezentácie, realizovanie mimosezónnych aktivít)
- Prezentovanie a propagovanie využívania miestnych a regionálnych zdrojov (kultúrnych, spoločenských, remeselných) pre účasť na cestovnom ruchu
- Zvyšovanie zamestnanosti v regiónoch aj formou prezentovania potrieb a činností regionálnych centier rozvoja turizmu za aktívnej podpory prezentácie foriem turizmu šetrných k životnému prostrediu

OS 2 – TVORBA PRODUKTU CESTOVNÉHO RUCHU

- Podporovať predovšetkým začínajúce a ucelené produkty cestovného ruchu s celoročným využitím (napr.: zo zdrojov SACR, VÚC, ZMOS resp. zahraničných zdrojov) a ponúknuť vo forme „balíčkov“ služieb

- Zabezpečiť komplexnú informačnú a propagačnú kampaň o produktoch prostredníctvom dostupných komunikačných kanálov a internetových stránok subjektov cestovného ruchu a Národného portálu cestovného ruchu www.slovakia.travel
- Metodicky a partnersky uskutočňovať pomoc pri tvorbe nových produktov cestovného ruchu, resp. pomoc pri prezentácii účinnosti existujúcich produktov
- Pri tvorbe produktov cestovného ruchu rozvinúť spoluprácu (kooperáciu) P-P-P súkromno-verejných subjektov (dopravné spoločnosti – zľavy na doprave, cestovné kancelárie, ubytovacie zariadenia, osvetové strediská a pod.)

OS 3 – PARTNERSTVO S REGIONÁLNYMI A MIESTNYMI ORGANIZÁCIAMI CESTOVNÉHO RUCHU

- Koordinácia marketingových aktivít regionálneho rozvojového centra turizmu/samosprávneho kraja v cestovnom ruchu
- Poradenstvo a zabezpečovanie ďalšieho vzdelávania pracovníkov cestovného ruchu
- Koordinácia a tvorba produktov cestovného ruchu v regionálnom rozvojovom centre turizmu/samosprávnom kraji
- Aktualizácia informačného systému cestovného ruchu
- Prieskum trhu cestovného ruchu v regionálnom rozvojovom centre turizmu/samosprávnom kraji
- Spolupráca pri výchove obyvateľstva s pozitívnym vzťahom k cestovnému ruchu
- Partnerstvo a spolupráca pri organizovaní informačných kampaní a marketingových aktivít
- Prezentácia tvorby a implementácie a absorpcie regionálnej politiky cestovného ruchu

OS 4 – KONKURENCIESCHOPNÝ A TRVALO UDRŽATEĽNÝ CESTOVNÝ RUCH

- Zdravá súťaživosť medzi subjektmi cestovného ruchu - aktivity smerujúce k zvýšeniu počtu domácich a zahraničných návštevníkov, predĺženiu ich pobytu na území Slovenskej republiky a zvýšeniu ich prínosu pre hospodárstvo
- Partnerská spolupráca pri vyvíjaní produktov cestovného ruchu – vytváranie súboru služieb, ktoré produkuje a ponúka cieľové miesta, podniky a inštitúcie, ktoré majú schopnosť uspokojiť potreby návštevníkov a vytvoriť tak komplexný súbor zážitkov
- Vytváranie databázy informácií, týkajúcich sa prírodných, kultúrnych a ostatných hodnôt a atraktivít územia, infraštruktúry a stredísk cestovného ruchu, zariadení a poskytovateľov služieb obvykle využívaných v cestovnom ruchu, o podujatiach týkajúcich sa cestovného ruchu

Partnerstvo a spolupráca na zlepšovaní vzhľadu obce, mesta a okolia pozitívne ovplyvnila medziľudské vzťahy a celkovú kvalitu života občanov. Rozšírenie a zlepšenie existujúcich zariadení, alebo výstavba nových objektov môžu byť aj veľmi náročné na investície. Jedným zo spôsobov financovania rozvoja infraštruktúry v miestnej samospráve sú príjmy z miestnych poplatkov a podielové dane. Na Slovensku nie je jednoduché získať od bánk finančné prostriedky, pretože nie je dostatočne vytvorená sieť miestnych, resp. lokálnych bánk, doba splatnosti úverov je krátka a úrok za úvery je veľmi vysoký. Preto sa javí potreba vytvoriť takú legislatívu, ktorá by poskytla malým podnikom možnosti získavania výhodných úverov pre ich podnikateľské zámery v oblasti urbanizácie, architektúry i technickej infraštruktúry miest a obcí.

Ďalšou z možností, ako získať nové zariadenia a služby v miestnej samospráve je prilákať zahraničných investorov. Mestá a obce by sa mali snažiť o zachovanie svojho historického, architektonického a kultúrneho dedičstva, aby uchovali alebo zvýšili svoju hodnotu z pohľadu

rozvoja cestovného ruchu. Prostredníctvom decentralizácie a transformácie vlastníctva sa mnohé miestne samosprávy stali vlastníkami historických pamiatok, ako sú hrady a zámky, ktorých stav sa pohybuje od výborného až po dezolátny.

Len zvyšovaním kvality života obyvateľov v mestách, obciach, resp. regiónoch a zabezpečením istôt do budúcnosti sa dá zmierniť súčasný stav vyľudňovania mnohých vidieckych oblastí a vymieranie mnohých malých a koncových obcí na Slovensku s cieľom rozvoja cestovného ruchu. Vychádzajúc z doterajšieho vývoja cestovného ruchu na Slovensku a na medzinárodnom trhu cestovného ruchu, ako aj novo sa tvoriacej politiky cestovného ruchu v rámci EÚ, možno pre cestovný ruch stanoviť strategický cieľ, ktorým je zvyšovať jeho konkurencieschopnosť pri lepšom využívaní potenciálu, so zámerom vyrovnávania regionálnych disparít a tvorby nových pracovných príležitostí.

Formovanie a realizácia cieľov všestrannej turistiky sa nezaobíde bez vlastného, od iných odvetví a rezortov nezávislého celoštátneho orgánu cestovného ruchu, ktorý by mal jeho rozvoj koordinovať. Cestovný ruch ako najdynamickejšie priemyselné odvetvie a s tým súvisiaci regionálny rozvoj si nenárokujú výlučnosť alebo úplnosť. Dáva podnety a impulzy na jednotlivých stupňoch riadenia cestovného ruchu, pre komplexné videnie problémov tvorby a predaja produktu cestovného ruchu v našej krásnej slovenskej krajine, pre štátnu správu a územnú samosprávu, ako aj pre podnikateľov. Takisto naznačuje šírku problematiky zimnej a letnej turistiky, mestskej a kultúrno-poznávacej turistiky, kúpeľno-zdravotnej turistiky, vidieckej turistiky, kongresovej turistiky, cykloturistiky, agroturistiky, cirkevno-sakrálnej, nostalgickej, horskej, vodnej, poľovníckej, športovej, oddychovej a inej turistiky, ako aj potrebu rozsiahlej súčinnosti medziodvetvovej spolupráce inštitúcií a s tým súvisiaceho trvalo udržateľného rozvoja cestovného ruchu v Slovenskej republike.

V Bratislave, marec 2010