

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO

PRAHA

MAGISTERSKÉ

PREZENČNÉ ŠTÚDIUM

2014 – 2016

DIPLOMOVÁ PRÁCA

Jakub Halás

**Ekonomické aspekty a potenciál cestovného ruchu na
Slovensku**

Praha 2016

Vedúci diplomovej práce: Doc. Ing. Ilona Švihlíková Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER

FULL-TIME STUDIES

2014 - 2016

DIPLOMA THESIS

Jakub Halás

**Economic aspects and the potential of tourism in
Slovakia**

Prague 2016

Diploma Thesis Work Supervisor: Doc. Ing. Ilona Švihlíková Ph.D.

Prehlásenie

Prehlasujem, že vypracovaná diplomová práca je mojim pôvodným autorským dielom, ktoré som vypracoval samostatne. Použitú literatúru a ďalšie zdroje, z ktorých som čerpal v práci citujem podľa predložených pravidiel a sú uvedené v zozname použitých zdrojov.

Súhlasím s prezenčným sprístupnením svojej práce v univerzitnej knižnici.

V Prahe dňa: 10.3.2016

.....

Pod'akovanie

Na tomto mieste by som sa rád poďakoval vedúcej diplomovej práce Doc. Ing. Ilone Švihlíkovej Ph.D. za cenné rady, odbornú pomoc a konzultácie, ktoré mi boli poskytnuté pri vypracovaní diplomovej práce.

Anotácie

Cieľom diplomovej práce je analýza ekonomických aspektov a potenciálu cestovného ruchu na Slovensku. V práci je vysvetlené a štatisticky doložené ako cestovný ruch ovplyvňuje národné hospodárstvo. Zvláštna pozornosť je venovaná potenciálu vybraných faktorov a atraktivít v rámci cestovného ruchu Slovenska. Súčasťou práce je aj SWOT analýza Slovenska ako turistickej destinácie.

Kľúčové slová

Cestovný ruch, Slovensko, potenciál, atraktivity, SWOT analýza, trendy, regióny.

Annotation

The aim of the thesis is an analysis of the economic aspects and the potential of tourism in Slovakia. In this thesis it is explained and statistically documented how tourism affects the national economy. Special attention is paid to the potential of selected factors and the attractions within the tourism in Slovakia. Part of the thesis is also a SWOT analysis of Slovakia as a tourist destination.

Keywords

Tourism, Slovakia, potential, attractiveness, SWOT analysis, trends, regions.

ÚVOD.....	9
1 VÝVOJ A CHARAKTERISTIKA CESTOVNÉHO RUCHU	11
1.1 Historický a ekonomický vývoj turizmu	11
1.2 Charakteristika turizmu a pojmov	13
1.3 Priemysel a ekonomika cestovného ruchu	16
1.3.1 Trh cestovného ruchu	17
1.3.2 Produkt cestovného ruchu	18
1.3.3 Spotreba v cestovnom ruchu	19
1.3.4 Ponuka v cestovnom ruchu.....	20
1.4 Konkurencieschopnosť cestovného ruchu.....	22
1.4.1 Konkurenčná výhoda a potenciál cieľového miesta	24
2 EKONOMICKE ASPEKTY CESTOVNÉHO RUCHU	25
2.1 Význam cestovného ruchu v ekonomike	26
2.1.1 Príjmy a multiplikačný efekt	27
2.2 Satelitný účet cestovného ruchu v Slovenskej republike	28
2.2.1 Platobná bilancia cestovného ruchu.....	29
2.2.2 Štatistické ukazovatele cestovného ruchu na Slovensku.....	30
2.2.3 Vplyv cestovného ruchu na HDP Slovenska	32
2.2.4 Priama pridaná hodnota cestovného ruchu na Slovensku	32
2.2.5 Zamestnanosť v odvetví cestovného ruchu na Slovensku	33
2.2.6 Vnútoraná spotreba v cestovnom ruchu na Slovensku	35
2.2.7 Výdavky na vnútorný cestovný ruch Slovenska	36
3 VYMEDZENIE CESTOVNÉHO RUCHU NA SLOVENSKU.....	38
3.1 Slovenská agentúra pre cestovný ruch	39
3.2 Postavenie Slovenskej republiky v medzinárodnom cestovnom ruchu	40
3.3 Atraktivnosť cestovného ruchu Slovensku	43
3.4 Trendy v cestovnom ruchu	45
3.4.1 Najvyhľadávanejšie cieľové destinácie Slovenska	47
4 POTENCIÁL CESTOVNÉHO RUCHU NA SLOVENSKU	48
4.1 Turistické regióny Slovenska	48
4.2 Potenciál prírodných atraktivít Slovenska	51
4.2.1 Podnebie.....	51
4.2.2 Najvýznamnejšie prírodné atraktivity.....	53
4.3 Kultúrno – historický potenciál Slovenska.....	61
4.3.1 Najvýznamnejšie kultúrno-historické pamiatky.....	61

4.3.2 Gastronómia a vínne cesty	63
4.4 Infraštruktúra v cestovnom ruchu Slovenska	64
4.5 SWOT analýza cestovného ruchu Slovenska.....	65
4.5.1 Silné stránky.....	66
4.5.2 Slabé stránky.....	66
4.5.3 Príležitosti	67
4.5.4 Hrozby.....	68
4.6 Zhrnutie potenciálu cestovného ruchu.....	68
ZÁVER	70
Zoznam použitej literatúry a iných zdrojov	72
Zoznam použitých skratiek	79
Zoznam tabuliek	80
Zoznam grafov.....	80
Zoznam obrázkov.....	80
Zoznam schém.....	80
Zoznam príloh.....	81
Bibliografické údaje	86

ÚVOD

Cestovný ruch má v dnešnej dobe veľmi významné postavenie v mnohých krajinách. Predovšetkým vďaka narastajúcemu fondu voľného času, životnej úrovni a zmenám životného štýlu sa stal významnou zložkou spotreby obyvateľstva. Z ekonomického hľadiska sa podieľa na rozvoji národných ekonomík, čo dokazuje rada štatistických ukazovateľov. Vytvára mnohé pracovné miesta, či už v priamych oboroch ale nepriamych. Stimuluje podnikateľské a investičné aktivity, podieľa sa na tvorbe hrubého domáceho produktu, privádza do ekonomiky devízové príjmy a vytvára finančné prostriedky pre rozpočty územných celkov.

Závislosť ekonomík na cestovnom ruchu sa líši naprieč celým svetom. Krajiny, najčastejšie s prímorskou polohou alebo významnými historickými pamiatkami majú ekonomiku postavenú výhradne na odvetví cestovného ruchu, zatiaľ čo krajiny ako napríklad Slovensko sa venujú tomuto odvetviu len okrajovo. Nedá sa povedať, že by Slovensko nemalo záujem o rozvoj cestovného ruchu, no pre krajinu od začiatku jej vývoja nebol prvoradým. Život na Slovensku aj správanie a nátura ľudí sú výrazne ovplyvnené jeho históriou. Keďže cestovný ruch, jeho potenciál a ekonomické aspekty nie sú prvoradou témou na Slovensku či už v médiách alebo v bežnom živote, táto diplomová práca je ukázkou toho, že aj krajina akou je Slovensko môže plnohodnotne využiť a rozvíjať potenciál tohto odvetvia.

Cieľom práce je zhodnotenie ekonomických aspektov cestovného ruchu, ich štatistický prehľad za posledné roky a zanalyzovanie hlavných faktorov, predpokladov a atraktivít, ktoré tvoria potenciál tohto odvetvia na Slovensku.

Prvá kapitola práce je venovaná stručnému historickému prehľadu odvetvia cestovného ruchu a jeho predstaveniu v rámci medzinárodného trhu. Zdôraznený je jeho veľký potenciál na vplyv ekonomík krajín od počiatku jeho vzniku. Súčasťou tejto kapitoly je aj vymedzenie hlavných teoretických pojmov, ktoré sú v práci používané.

Druhá kapitola práce sa venuje ekonomickým aspektom cestovného ruchu. Úvod tejto časti je venovaný priamym a nepriamym vplyvom cestovného ruchu na národnú

ekonomiku krajín. Jadrom kapitoly sú jednotlivé štatistické ukazovatele odvetvia cestovného ruchu, ktoré ovplyvňujú národné hospodárstvo Slovenskej republiky.

Predposledná kapitola sa venuje vymedzeniu cestovného ruchu na Slovensku a jeho postaveniu na medzinárodnom trhu tohto odvetvia. Súčasťou tejto kapitoly je SWOT analýza cestovného ruchu na Slovensku.

V poslednej, štvrtej kapitole sú popísané najhlavnejšie faktory, predpoklady a atraktivity, ktoré pre SR predstavujú najväčší potenciál v rámci rastu odvetvia cestovného ruchu a prilákania návštevníkov do tohto regiónu. V závere tejto kapitoly, na základe SWOT analýzy, dotazníka a subjektívnych názorov autora sú zhodnotené návrhy a riešenia momentálnej situácie cestovného ruchu Slovenska.

Na spracovanie práce bolo využitých množstvo zdrojov. Teoretická časť práce sa opiera o české a slovenské knižné zdroje. Vzhľadom k aktuálnosti témy sú informácie v praktickej časti čerpané prevažne z internetových zdrojov, no v niektorých prípadoch aj z vlastných skúseností autora a postrehov respondentov z dotazníku, ktorý bol vyhotovený k účelom tejto práce a jeho dáta sú spracované v prílohe tejto práce.

1 Vývoj a charakteristika cestovného ruchu

1.1 Historický a ekonomický vývoj turizmu

Cestovný ruch je relatívne mladým odvetvím v hospodárskej činnosti človeka. U nás, ale aj vo svete je stále považovaný za oblasť podnikania, ktoré je mladá, no aj napriek tomu sa považuje za jednu z najdynamickejších. Z tohto dôvodu je teda evidentné, že v posledných rokoch sa neustále rozvíja a naberá tak na význame v svetovom hospodárstve.¹

Pokiaľ ide o pôvodný význam cestovného ruchu, dá sa považovať ako iný výraz pre cestovanie. S postupom času je cestovný ruch spájaný s aktívnym využívaním voľného času, rekreáciou a tiež s poznávaním nových destinácií, respektíve oblastí. Vznik a vývoj cestovného ruchu je prejavom dvoch ľudských potrieb, a to potreby rekreácie a oddychu a potreby bezprostredného poznávania. Keďže už v minulosti pracovali mnohí ľudia ťažko a v nepriaznivých pracovných podmienkach, potreba oddychu a rekreácie sa stala dôležitou súčasťou ich osobného života. Spolu s priemyselnou revolúciou sa objavili ďalšie významné zmeny v spoločnosti, ktoré mali neopomenuteľný dopad na cestovný ruch. V prvom rade došlo k zmenám v štruktúre rodín na vidieku a odchodu vidieckeho obyvateľstva za prácou do väčších miest. Ďalšou zmenou bola aj revolúcia, ktorá priniesla túžbu po poznaní a vzdelávaní spojenú s poznávaním nových spôsobov výroby a rozličných spôsobov života.

Vývoj cestovného ruchu úzko súvisí so stupňom životnej úrovne v spoločnosti. Keď má obyvateľstvo istý základ a množstvo finančných prostriedkov, a tiež primeraný fond voľného času je evidentné, že sa môže aktívne na cestovnom ruchu podieľať. V minulosti mali tieto možnosti najmä ľudia z vyšších vrstiev, akými bola šľachta a bohatí priemyselníci, zatiaľ čo na druhej strane stáli robotníci a roľníci, ktorí získali možnosti podieľať sa na cestovnom ruchu až po vzniku moderného veľkopriemyslu. Z tohto dôvodu je teda jasné, že cestovný ruch nevznikol len z túžby človeka po cestovaní a ani v dôsledku migračného "pudu" ľudí. Vznikol aj na základe určitého stupňa vývoja v spoločnosti, a to najmä materiálnych a ekonomických podmienok života. Vývojom

¹ PLESNÍK P. *Vymedzenie a ocenenie regiónov cestovného ruchu*. Bratislava: EKONÓM, 2008, s. 5. ISBN 978-80-225-2476-6.

výrobných a ekonomických síl sa nezrodila iba potreba po cestovnom ruchu, ale vznikli aj základné podmienky, ktoré túto potrebu uspokojovali.²

Nasledujúca tabuľka popisuje jednotlivé etapy novodobého turizmu a jeho vývoja vo svete. Zachytáva obdobia približne od roku 1850 až do súčasnosti. K časovým etapám sú priradené najvýstižnejšie charakteristiky účastníkov cestovného ruchu, ich motivácie k cestovaniu a typické používané dopravné prostriedky. Pokrok je evidentný hlavne v dopravných prostriedkoch a účastníkoch, ktorý sa na tejto činnosti podieľajú.

Tabuľka 1: Etapy vývoja novodobého turizmu

Etapa	Obdobie	Dopravný prostriedok	Motivácia	Účastníci
Pred – fáza	Do cca r. 1850	chôdza, kôň, čiastočne loď	Pútnicke cesty, križiacke výpravy, obchod, vzdelanie, objaviteľské cesty	Elita: šľachta, vzdelanci, obchodníci
Počiatková fáza	1850 – 1914	Parná loď, železnica	Zotavenie, rekreácia	Nová stredná trieda
Rozvojová fáza	1915 – 1945	Železnica, automobil, autobus, lietadlo (líniové)	Liečenie, rekreácia, komerčné účely	Pracujúci s vyššou životnou úrovňou
Vrcholná fáza	Od r. 1945	Automobil, lietadlo (charter)	Regenerácia, oddych, voľný čas	Všetky vrstvy (vo vyspelých krajinách)

Zdroj: PALÁTKOVÁ M., ZICHOVÁ J. *Ekonomika turizmu*, vlastné spracovanie

Rozvoj turizmu môžeme chápať aj v kontexte celkového spoločensko-ekonomického vývoja. To platí nielen pre domáci, ale aj pre medzinárodný turizmus. Prvé dve etapy novodobého turizmu sa vyvíjali paralelne s etapami svetovej ekonomiky, ktoré sú charakteristické aj dobudovaním klasického kolonializmu a ekonomickým rastom v metropolách. Po druhej svetovej vojne nastalo rozdelenie sveta na dve rozdielne politicko-ekonomické systémy. Na jednej strane stál kapitalistický a na druhej socialistický systém. Toto rozdelenie malo dopad aj na turizmus, ktorý sa v týchto rozdielnych systémoch vyvíjal a realizoval oddelene.³

² PETRU Z. *Základy ekonomiky cestovného ruchu*. 2. upravené vydanie. Praha: IDEA SERVIS, 2007, s. 5-6. ISBN 978-80-85970-55-5.

³ PALÁTKOVÁ M., ZICHOVÁ J. *Ekonomika turizmu*. Praha: GRADA Publishing, 2011, s. 15. ISBN 978-80-247-3748-5

1.2 Charakteristika turizmu a pojmov

Z dôvodu lepšieho pochopenia problematiky je dôležité najprv objasniť niektoré základné pojmy týkajúce sa cestovného ruchu. Základom je zadefinovať samostatný pojem cestovný ruch. Jednou z úplne prvých bola charakteristika cestovného ruchu, ktorú vyjadril v roku 1910 ekonóm rakúskeho pôvodu Hermann v. Schullard. Uviedol, že cestovný ruch je *„súhrnom operácií, hlavne ekonomickej povahy, ktoré sa priamo vzťahujú na vstup, pobyt a pohyb cudzincov mimo alebo vnútri určitej krajiny, mesta alebo regiónu.“*⁴ Podľa Svetovej organizácie cestovného ruchu (UNWTO) sa cestovný ruch (tourism) vymedzuje ako: *„spoločenský, kultúrny a ekonomický fenomén, ktorý zahŕňa pohyb osôb do krajín alebo miest mimo ich prirodzené životné prostredie pre osobné alebo obchodné/profesijné účely.“* V roku 1991 sa uskutočnila Medzinárodná konferencia o štatistike cestovného ruchu, kde práve UNWTO skonštatovala, že cestovný ruch je v prítomnej dobe nielen významným faktorom v medzinárodnom obchode, ale aj významným faktorom ekonomického, sociálneho a kultúrneho rozvoja národných celkov.⁵

Francová Eva uvádza vo svojej publikácii definíciu, kde popisuje cestovný ruch nasledovne: *„pokiaľ ide o jeho pôvodný význam, dá sa považovať za iný výraz pre cestovanie. Cestovný ruch je spájaný s využitím voľného času, poznávaním a rekreáciou. Zahŕňa aktivity osôb, ktoré cestujú a pobývajú v miestach mimo ich obvyklé prostredie po dobu nepresahujúcu jeden rok. V prevažnej väčšine prípadov za účelom vyplnenia ich voľného času. Všeobecnými rysmi cestovného ruchu sú: zmena miesta, dočasnosť pobytu, nezárobková činnosť v navštívenej zemi.“*⁶

Autori Pásková a Zelenka vo svojom výkladovom slovníku cestovného ruchu uvádzajú rozšírenie o štatistické vymedzenie cestovného ruchu UNWTO a cestovný ruch definujú ako: *„komplexný spoločenský jav ako súhrn aktivít účastníkov cestovného ruchu, súhrn procesov budovania a prevádzkovania zariadení so službami pre účastníkov cestovného ruchu vrátane aktivít osôb, ktoré tieto služby ponúkajú a zaisťujú, aktivít*

⁴MICHALOVÁ V. *Služby a cestovný ruch*. 1. vydanie. Bratislava: SPRINT, 1999. s. 253. ISBN 80-88848-51-2.

⁵UNWTO. *Understanding Tourism: Basic Glossary* unwto.org [online]. 2015 [cit. 2015-11-16]. Dostupné z: <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>

⁶FRANCOVÁ E. *Cestovní ruch*. 1. vydanie. Olomouc: Ediční řada – Skripta, 2003, s.12. ISBN 80-244-0719-1.

*spojených s využívaním, rozvojom a ochranou zdrojov pre cestovný ruch, súhrn politických a verejno–správnych aktivít, reakcie miestnej komunity a ekosystémov na uvedené aktivity.*⁷

Z ekonomického hľadiska definuje autor Gúčík cestovný ruch ako formu spotreby, pomocou ktorej si návštevníci uspokojujú potreby v podobe odpočinku, kultúrneho a športového vyžitia, zábavy a pod. Priebeh tejto spotreby sa uskutočňuje v inom ako bežnom prostredí a je spojený s cestovaním a pobytom v inom mieste ako je miesto trvalého bydliska, či pracoviska a predstavuje inú formu účelného využívania voľného času. Taktiež sa nespája so zárobkovou činnosťou.⁸

V roku 1933 bolo publikované odporúčenie ku štatistike v turizme (RTS – The recommendations on Tourism Statistics, 1993), ktoré sa tak stalo prvým zoceleným medzinárodným materiálom čo sa týka definícií, klasifikácie a podstatných ukazovateľov v turizme. V roku 2008 boli všetky definície re-evidované a obsiahnuté v novom dokumente s názvom Medzinárodné odporúčenie pre štatistiku turizmu (IRTS – International Recommendations for Tourism Statistics 2008). Pre účely sledovania ekonomických dopadov turizmu a štatistického sledovania v turizme je nesmierne dôležité, aby sa vychádzalo práve z tohto aparátu.⁹ Vytvorenie týchto definícií je krokom vpred k jednotnému medzinárodnému ponímaniu problematiky cestovného ruchu a k jednoduchšiemu spracovávaní informácií a štatistík v tejto oblasti.

Pre štatistickú evidenciu je nesmierne dôležité zdefinovať účastníka cestovného ruchu. Francová Eva uvádza, že podľa UNWTO je ním každá osoba, ktorá sa nachádza a pobýva prechodne mimo miesta svojho obvyklého bydliska, a to za predpokladu, že sa daná osoba účastní niektorého druhu a formy cestovného ruchu. Napríklad pre zábavu, za účelom vybavenia rodinných záležitostí, zlepšenia zdravotného stavu alebo účasti na rôznych akciách, akými sú športové a náboženské podujatia, konferencie apod. Účastníkov cestovného ruchu ďalej môžeme rozlíšiť aj na základe dĺžky pobytu stráveného v mieste jeho návštevy. Výletník je návštevník, ktorý sa na tomto mieste zdrží iba jeden deň bez toho aby tam prenocoval, zatiaľ čo turista sa v navštívenom mieste

⁷ PÁSKOVÁ M., ZELENKA J. *Cestovní ruch výkladový slovník*. Česká republika, Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. s. 45.

⁸ GÚČIK M. *Manažment regionálneho cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Dali – BB, 2007 s. 5. ISBN 80-967649-1-8.

⁹ PALATKOVÁ M., ZICHOVÁ J. *Ekonomika turizmu*. Praha: GRADA Publishing, 2011, s.12 ISBN 978-80-247-3748-5.

alebo krajine zdrží minimálne jednu noc, no doba návštevy nesmie trvať dlhšie ako jeden kalendárny rok. Z pohľadu hostiteľskej krajiny delíme návštevníkov na domácich a zahraničných.¹⁰

Kvôli prehľadnejšej orientácii v typológii cestovného ruchu sa kolektív autorov z MMR ČR a MPSV ČR vo svojej publikácii zhodol na typoch cestovného ruchu a definoval ich ako: „súbor aktivít cestovného ruchu majúcich konkrétnu podobu a určitý svojbytný charakter. Aktivity sú už priamo využiteľné pri tvorbe produktov cestovného ruchu a je možné podstúpiť priame kroky k ich rozvoju“.¹¹ Kategorizácia jednotlivých typov je však komplikovanejšia ako by sa na prvý pohľad zdalo. Z tohto hľadiska Palatková M. a Zichová J. rozdeľujú jednotlivé typy turizmu podľa miesta realizácie (domáci, výjazdový, príjazdový), dĺžky pobytu (jednodenný, krátkodobý, dlhodobý), prevažujúceho prostredia (mestský, vidiecky, v strediskách turizmu), vzťahu k platobnej bilancii (aktívny a pasívny), podľa platcu nákladov (komerčný, sociálny), spôsobu zabezpečenia cesty (organizovaný, neorganizovaný), ďalej podľa prevažujúceho motívu na osobný, (dovolenka, návšteva príbuzných a rodiny, vzdelanie a škola, zdravotný, náboženský a pútnický, tranzitný) a obchodný. Posledné rozdelenie je podľa veku účastníkov (deti, mládež, rodiny s deťmi, osoby v produktívnom veku, seniori.)¹²

Potenciál cestovného ruchu závisí najmä od podmienok, ktoré navštevované miesto alebo krajina ponúka. Pomocou rôznych situácií a aspektov sa cestovný ruch rozvíja odlišne v každej oblasti jeho pôsobenia. Medzi základné podmienky jeho rozvoja patrí predovšetkým rozvoj výrobných síl, ktorý ovplyvňuje nielen smer rastu, ale aj jeho rýchlosť po prípade stagnáciu. Ďalšou základnou podmienkou pre blahobyt a rozvoj v odvetví cestovného ruchu sú mierové podmienky života a aktuálna politická situácia na svete. Bez pozitívnych mierových podmienok je rozvoj cestovného ruchu nemožný. Okrem týchto dvoch základných predpokladov existuje celá rada ďalších činiteľov, ktoré vo svojej publikácii autorka Z. Petrů rozdelila nasledovne: ekonomické činitele, ku ktorým patrí najmä celková ekonomická úroveň krajiny vyjadrená hrubým domácim

¹⁰ FRANCOVÁ E. *Cestovní ruch*. 1. vydanie. Olomouc: Ediční řada – Skripta, 2003, s.18. ISBN 80-244-0719-1.

¹¹ Kolektív autorov. *Průmysl cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : MMR ČR a MPSV ČR, 2008. s. 71. ISBN 978-80-87147-06-1.

¹² PALATKOVÁ M., ZICHOVÁ J. *Ekonomika turismu*. Praha: GRADA Publishing, 2011, s.19 ISBN 978-80-247-3748-5.

produktom a zložením platobnej bilancie. Ekologické činitele, ktorým sa priraduje priaznivé prírodné a celkové životné prostredie súvisiace s prírodnými atraktivitami, klímou a čistým ovzduším. Ďalšou podmienkou sú demografické činitele. Tie zahŕňujú všetky aspekty obyvateľstva ako jeho aktuálny stav, zloženie a neopomenuteľným hľadiskom je aj zdravotný stav obyvateľstva. Ďalšou podmienkou respektíve činiteľom sú materiálno-technické podmienky, kde predovšetkým patrí materiálno-technická základňa cestovného ruchu. Sú to najmä ubytovacie a stravovacie zariadenia, doprava, športovo-rekreačné zariadenia, ale aj siete obchodov a služieb všetkého druhu. Významný faktor, ktorý dokáže vysokou mierou ovplyvniť a podporiť cestovný ruch je pracovné zabezpečenie v tejto oblasti.¹³

1.3 Priemysel a ekonomika cestovného ruchu

Svetová ekonomika predstavuje skutočný sociálne-ekonomický systém, ktorého základnými prvkami sú ekonomiky národných štátov a väzby medzi nimi. Vznikla v 20. storočí, keď sa časť makroekonómie začala špecializovať na procesy v svetovom hospodárstve. Cieľom svetovej ekonomiky je spoznať ako funguje svetové hospodárstvo, čím je ovplyvňované a na tomto základe vytvoriť odporúčania pre hospodársku prax. Tieto odporúčania majú svoj význam aj v odvetví cestovného ruchu a pre vlády jednotlivých štátov, a to z dôvodu lepšej orientácie v ekonomike, či už z pohľadu investovania alebo zamerania, či smerovania ekonomiky.¹⁴

Turizmus je fenomén, ktorý je neoddeliteľnou súčasťou svetovej ekonomiky už od počiatku jej sformovania. Je jedným z odvetví, ktoré je vývojom svetovej ekonomiky priamo ovplyvňované, či už z hľadiska tempa rastu alebo z hľadiska rozloženia hlavných zdrojov trhu. Je však dôležité dodať, že aj turizmus ovplyvňuje stav svetovej ekonomiky, a to v podobe ekonomických prínosov, akými sú HDP, zamestnanosť, daňové prínosy a ďalšie.¹⁵

¹³ PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: IDEA Servis, 2007. s. 5. ISBN 978-80-85970-55-5

¹⁴ EUROEKONOM. Svetová ekonomika [online]. cit. [2015-12-15]. Dostupné z: <http://www.euroekonom.sk/ekonomika/svetova-ekonomika/>

¹⁵ PALÁTKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: GRADA Publishing, 2011. s. 12. ISBN 978-80-247-3750-8.

Zastrešujúca a vedúca organizácia starajúca sa o záležitosti cestovného ruchu je Svetová Organizácia Turizmu (UNWTO). Jej hlavnou úlohou je propagovať cestovný ruch a starať sa o jeho udržateľnosť a dostupnosť vo svetovom meradle. Jej hlavným cieľom je podpora cestovného ruchu ako nástroja hnacej sily hospodárskeho rastu a minimalizácia jeho negatívnych sociálnych a ekologických dopadov.¹⁶

1.3.1 Trh cestovného ruchu

Trh cestovného ruchu by mal byť považovaný samostatnú oblasť ekonomiky. Dochádza v ňom k výmene služieb a tovarov, zoceleniu výsledkov a činností medzi ekonomickými subjektami prostredníctvom výmeny. V jednoduchšom vymedzení sa jedná o formu vzťahov medzi tými, ktorí poskytujú služby (predávajúci) a medzi spotrebiteľmi (kupujúci). Súčasťou trhu cestovného ruchu sú podniky rôznych veľkostí, od malých podnikateľských organizácií miestneho významu až po globálne spoločnosti. Trh cestovného ruchu je zložený z celej rady spoločne pôsobiacich subjektov a faktorov, ktoré sú vzájomne previazané, a ktoré sa veľmi dynamicky menia. Medzi základné organizácie v tržnom prostredí odvetvia cestovného ruchu patria:

1. cestovné kancelárie a cestovné agentúry
2. ubytovacie zariadenia
3. stravovacie zariadenia
4. návštevnícke atraktivity
5. dopravné spoločnosti
6. komerčné a zábavné zariadenia¹⁷

Orieška (2011) zadefinoval vo svojej publikácii okrem iného aj hlavné kritéria trhu turizmu. Patria k nim územia, ktoré sa ďalej delia na svetové, národné, regionálne, miestne územia a územia stredísk cestovného ruchu. Nasledujúcim kritériom sú tovary a služby poskytované v cestovnom ruchu. Tie sa ďalej delia na čiastkové (napr. trh US) alebo agregátne (trh služieb CR). Iným kritériom sú predmety zmeny. Z tohto hľadiska

¹⁶ UNWTO. Who we are [online]. 2010 [cit. 2015-12-15]. Dostupné z: <http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0>

¹⁷ HESKOVÁ M, a kol. *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006, s. 62. ISBN 80-7168-948-3.

sa trh člení na: trh peňazí, trh produktov a služieb a trh výrobných faktorov. Poslednou klasifikáciou je segment trhu. Segmentami sú v jednoduchšom ponímaní spotrebiteľia v cestovnom ruchu (seniori, mládež, incentívny CR ap.).¹⁸

Vo finálnom ponímaní poskytuje trh cestovného ruchu efekt úžitku, teda zážitku pre spotrebiteľov a efekt hodnotový predstavujúci v cieľovom mieste pre podniky a inštitúcie zisk v podobe tržieb.

Nasledujúca schéma znázorňuje prepojenie medzi jednotlivými subjektmi trhu a interakciu medzi ponukou a dopytom v cieľovej destinácii. Dopyt s ponukou sú vzájomne prepojené spojovacími článkami:

Schéma 1: Interakcie medzi ponukou a dopytom

Dopyt	Spojovacie články	Ponuka
<ul style="list-style-type: none"> • motivačné faktory • limitujúce faktory • spotrebné správanie 	<ul style="list-style-type: none"> • doprava • cestovné kancelárie a agentúry • marketingové kanály 	<ul style="list-style-type: none"> • atraktivity • služby a tovary • supraštruktúra • infraštruktúra

¹⁹ Zdroj: Internet, vlastné spracovanie

1.3.2 Produkt cestovného ruchu

Samotný produkt turizmu je veľmi obtiažne pochopiteľný pojem bez samostatnej a ustálenej definície. Z ekonomického hľadiska je produkt výstupom produkčného procesu a podľa svojej podstaty sa delí na produkty materiálne (výrobky) alebo nemateriálne (služby).²⁰

¹⁸ ORIEŠKA J. *Služby v cestovnom ruchu*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, 2011, ISBN 978-80-89090-93-8.

¹⁹ PALATKOVÁ M., ZICHOVÁ J. *Ekonomika turizmu*. Praha: GRADA Publishing, 2011, s.75 ISBN 978-80-247-3748-5

²⁰ MANAGEMENT MANIA. Produkt [online]. 2015 [cit. 2015-12-28]. Dostupné z: <https://managementmania.com/sk/produkt>

Kotler (2007) definoval vo svojej publikácii produkt ako čokoľvek, čo sa nachádza v ponuke na trhu k preskúmaniu, získaniu, užívaniu alebo k spotrebe a môže uspokojiť potrebu a požiadavky spotrebiteľa. Sú to predmety, služby, osoby, organizácie, miesta a myšlienky.²¹

Z pohľadu účastníka cestovného ruchu sa produkt chápe ako komplexný zážitok od chvíle kedy opustí svoje obvyklé prostredie do doby návratu z navštívenej destinácie. Z pohľadu jednotlivého podnikateľského subjektu v cestovnom ruchu môže byť produkt chápaný ako služba alebo balík služieb, ktorú je schopný zabezpečiť s využitím vlastných zdrojov. Z pohľadu destinácie ako celku sa jedná o komplexný reťazec služieb a výrobkov jednotlivých poskytovateľov naviazaných na atraktivity destinácie a jej supraštruktúru a infraštruktúru.

Zostavovanie vhodného produktu sa odohráva v závislosti na type turizmu (organizovaný x neorganizovaný), a to buď účastníkom samotným alebo sprostredkovateľom, čiže touroperátorom alebo organizáciou danej turistickej destinácie. Produkt turizmu nie je homogénny, pretože jeho výsledný efekt je dotváraný takzvanými neuchopiteľnými a často neovplyviteľnými prvkami. Medzi tieto prvky patrí najmä samotný image destinácie, genius loci daného miesta, pohostinnosť a prívetivosť rezidentov a v dnešnej dobe najmä bezpečnosť daného miesta.

1.3.3 Spotreba v cestovnom ruchu

Spotrebu v cestovnom ruchu chápeme ako uspokojovanie potrieb zákazníkov. Spotrebu môžeme v cestovnom ruchu vyjadriť dvoma spôsobmi. Hmotne, teda vo fyzických jednotkách sa dá vyjadriť napríklad počtom prenocovaní, alebo počtom návštevníkom a pod. Druhým spôsobom je vyjadrenie hodnotové, ktoré sa uskutočňuje vo finančných jednotkách. Ide hlavne o spotrebné výdaje a iné ekonomické vyjadrenia v tomto odvetví, ktorým sa budem venovať v ďalších kapitolách práce. Hlavnými metódami kvantifikácie spotreby sú najmä merania Štatistického úradu v odvetví

²¹ KOTLER P. *Modrení marketing*. Praha: Grada Publishing, 2007 s. 614. ISBN 978-80-247-1545-2.

cestovného ruchu, merania objemu tržieb zariadení cestovného ruchu a výberové zisťovanie hodnotovej alebo naturálnej spotreby.²²

Spotreba sa v rámci turizmu rozlišuje priestorovo a časovo, avšak ťažisko spotreby sa nachádza najmä v cieľových destináciách turizmu. Zahŕňa najmä spotrebu v stravovacích a ubytovacích zariadeniach, služby poskytnuté s využitím voľného času (rekreácia, kultúrne a športové zariadenia, wellness služby a pod.), nákup tovarov a služieb súvisiacich s cestovným ruchom. Spotreba najčastejšie začína v mieste bydliska. Ide najmä o nákup tovarov (mapy, športové potreby atď.) a nákup služieb v podobe zmenárenských služieb, poisťovacích služieb a služieb cestovných kancelárií. K spotrebe dochádza aj v rámci premiestňovania sa medzi miestom bydliska a cieľovou destináciou, kde sa jedná najmä o prípady poskytnutia dopravných služieb alebo stravovacích a ubytovacích služieb.

1.3.4 Ponuka v cestovnom ruchu

V ekonomickej teórii predstavuje pojem ponuka súhrn ponúkaných statkov na trhu stretu s dopytom zákazníkov. V zmysle tejto definície sa jedná o agregátnu ponuku. Individuálnu ponuku potom chápeme ako objem plánovaných predajov a cien, za ktoré je jeden predajca ochotný predávať. O čiastkovú ponuku sa jedná vtedy ak je na trhu jeden výrobok alebo služba, ktoré sú ponúkané od rôznych predajcov. Formovanie trhu cestovného ruchu prebieha najmä vďaka interakcii ponuky s dopytom.²³

Ponuka v cestovnom ruchu má dve podstatné súčasti, jednou je atraktivita cieľových miest a druhou je vybavenosť cieľových miest. Tieto faktory autori často delia aj na primárne a sekundárne atraktivity.

Medzi primárne atraktivity patrí potenciál daný prírodnými podmienkami alebo potenciál vytvorený človekom, ktorý tvoria kultúrno historické atraktivity, organizované podujatia a spoločenské atraktivity.

²² PALATKOVA, M. a J. ZICHOVÁ. *Ekonomika turizmu*. Praha: GRADA Publishing, 2011, s. 48. ISBN 798-80-247-3748-5.

²³ MANAGEMENT MANIA. Ponuka v ekonómii [online]. 2015 [cit. 2015-12-28]. Dostupné z: <https://managementmania.com/sk/ponuka-v-ekonomii>

Prírodné atraktivity sú skupinou so schopnosťou pritiahnúť do cieľovej destinácie návštevníkov na dlhšie cesty. Skúma ich geografia cestovného ruchu. Z hľadiska cestovného ruchu sa jedná o:

1. Geomorfologické pomery – povrch a rozličné typy reliéfu, vodopády, jaskyne, krasové planiny a iné.
2. Klimatické podmienky – klíma krajiny.
3. Hydrologické podmienky – podzemné vody, pramene a ich liečivé účinky, povrchové vody.
4. Bio-geografické podmienky – fauna a flóra, najmä lesy, botanické záhrady, endemické druhy, zoologické záhrady.

Kultúrno-historické podmienky primárnej ponuky sú tvorené bohatou paletou výtvorov miestnej činnosti. Tieto atraktivity sa rozdeľujú do nasledujúcich podskupín:

1. Architektonické pamiatky – hrady, zámky, kaštiele, sakrálne pamiatky a rôzne technické diela.
2. Umelecko-výtvarné diela – sochy, pomníky, historické náradie, zbrane a pod.
3. Folklor – obydlia, odevy, tradičná výroba danej zeme a taktiež aj nehmotné pamiatky, akými sú najmä zvyky, piesne, tradície,
4. Archeologické náleziská
5. Historické miesta bojov – miesta národných a svetových dejín.
6. Kultúrno-osvetové zariadenia – divadlá, galérie, skanzeny.

Primárnu ponuku dopĺňa aj antropogénna ponuka v cestovnom ruchu. Ide najmä o športové podujatia národného a medzinárodného významu, kultúrne podujatia, obchodné udalosti, náboženské udalosti a spoločenské udalosti. Primárna ponuka atraktivít nie je v krajine rozmiestnená rovnomerne, avšak s ohľadom na jej jedinečnosť môže mať celoštátny až medzinárodný význam.²⁴

Sekundárna ponuka, ktorá predstavuje vybavenosť cieľových miest je nevyhnutnou na to, aby sa návštevník mohol v cieľovej destinácii ubytovať, prestravovať a vykonať rekreačné a kultúrne aktivity typické pre cestovný ruch. Sekundárna ponuka

²⁴ GUČÍK, M. *Cestovný ruch úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, s.r.o. 2010. s. 169-170. ISBN 978-80-89090-80-8.

má dve zložky, jednou je supraštruktúra a druhou infraštruktúra. Samostatný rozvoj turizmu obvykle neindukujú, ale významným spôsobom ho ovplyvňujú a podporujú. Pri rešpektovanej a únosnej kapacite územia sa sekundárna zložka môže do určitej miery viac prispôbiť ponuke. Najdôležitejšou súčasťou supraštruktúry je sektor ubytovacích a stravovacích služieb. Popri týchto dvoch sektoroch sa dajú vymenovať aj ďalšie, ktoré sú vo veľkej miere využívané nielen turistami, ale aj rezidentmi krajiny. Jedná sa najmä o športovo-rekreačné, kultúrno-historické, zmenárenské, bankové, zdravotnícke, maloobchodné a iné služby. Infraštruktúra je zložkou, ktorej hlavnou súčasťou sú automobilové a vlakové siete krajiny a verejná doprava v danej destinácii. Verejná štruktúra, ktorej súčasťou sú najmä parkovacie miesta, telekomunikácie a osvetlenie nie je primárne stavaná pre odvetvie cestovného ruchu, ale je však podstatné pripomenúť, že v dnešnej dobe kladie rozvoj turizmu zvýšené nároky aj na tieto zariadenia a služby.²⁵

1.4 Konkurencieschopnosť cestovného ruchu

Pojem konkurencieschopnosť v cestovnom ruchu je využívaný vo vysokej miere. Zahrňuje mnoho faktorov a z tohto hľadiska nie je úplne jednoznačný. Najčastejšie faktory, ktoré sa v rámci konkurencieschopnosti identifikujú sú na makroúrovni alebo mikroúrovni. Nasledovne sa identifikujú v oblastiach ekonomickej činnosti podľa trhu domáceho a zahraničného. Z ekonomického hľadiska sa potenciál krajiny v postavení na medzinárodnom trhu cestovného ruchu dá sledovať podľa medzinárodných príjmov a výdavov, príjazdov a výjazdov a jeho vplyvu na zamestnanosť alebo podielu na tvorbe HDP danej krajiny. Porovnanie môže byť uskutočnené na úrovni medzinárodnej, regionálnej alebo subregionálnej. Na hodnotenie pozície v medzinárodnom turizme sa využívajú aj rôzne iné analytické nástroje. Najčastejšími sú najmä SWOT analýza, PEST analýza alebo Porterova analýza piatich síl.

Globálny monitoring konkurencieschopnosti krajín na medzinárodnej úrovni vychádza aj z indexu TTCI (Travel & Tourism Competitiveness Index), ktorý každoročne vyhotovuje rebríček multi-faktorového zrovnávania asi v 130 krajinách

²⁵ PALÁTKOVÁ, M. *Medzinárodná cestovná ruch*. Praha: GRADA Publishing, 2011. s. 60. ISBN 978-80-247-3750-8.

sveta. Tento rebríček je každoročne uverejnený na stránkach svetového ekonomického fóra (World Economic Forum). Vyhotovuje sa na základe z väčšiny objektívnych dát, ale aj z dát subjektívnych, akými sú najmä prieskumy. Rebríček krajín je vyhotovený v indexe od 0 – 7, kde 7 je najlepšie hodnotenie. Hodnotia sa dáta, ktoré sú časovo a priestorovo zrovnateľné s výhľadom minimálne na 5 až 10 rokov do budúcnosti. Index je vyhotovený z niekoľkých pod-indexov prezentovaných v nasledujúcej schéme.²⁶

Schéma 2: Index konkurencieschopnosti krajín v oblasti cestovného ruchu.



²⁷ Zdroj: World Economic Forum, vlastné spracovanie

Slovenská republika sa celosvetovo v roku 2015 umiestnila na 61. mieste s hodnotou indexu 3,84. Jedná sa o výrazný pokles, keďže ešte v roku 2013 bola

²⁶ World Economic Forum. Travel and Tourism Competitiveness Report 2015. [online]. 2015 [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/index-results-the-travel-tourism-competitiveness-index-ranking-2015/>

²⁷ Ocean Health Index. Travel and Tourism Index [online]. 2011 [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://www.oceanhealthindex.org/methodology/components/tourism-competitiveness-index-tci>

celosvetovo umiestnená na mieste 54. Najlepší výsledok dosiahla v roku 2009, kedy bola celosvetovo umiestnená na 46. mieste.

1.4.1 Konkurenčná výhoda a potenciál cieľového miesta

Cieľová destinácia, ktorou môže byť v rámci medzinárodného cestovného ruchu štát, región alebo stredisko je vo svojej podstate podnik, kde dochádza k produkcii služieb návštevníkmi. Je decentralizovaná, ale na trhu sa nachádza ako jednotný balík, súbor alebo reťazec služieb pod jednotnou značkou. Z tohto dôvodu je nevyhnutné aby bola koordinácia záujmov všetkých nositeľov tejto ponuky (subjekty cestovného ruchu, štátna, regionálna a miestna samospráva, obyvateľstvo) zocelená. Pokiaľ k tomu dochádza, ciele rozvoja cestovného ruchu smerujú tým správnym smerom a v mnohých prípadoch sa tak naplňa a zvyšuje potenciál danej destinácie na účasti cestovného ruchu.

Konkurenčnou výhodou štátu sú zdroje obsahujúce silné stránky v porovnaní s konkurenciou. Potenciál ponuky na medzinárodnom trhu sa zvyšuje, ak štát ponúka len konkurencie schopné atraktivity a služby. Je preto potrebné, aby sa zamerlal a špecializoval práve na tú ponuku, ktorá mu prinesie relatívnu alebo absolútnu konkurenčnú výhodu.²⁸

V cestovnom ruchu je absolútnou výhodou výnimočná a nenahraditeľná atraktivita. Ako príklad uvediem pohorie Alpy, antické pamiatky v Grécku alebo Eiffelovu vežu v Paríži. Relatívne konkurenčnou výhodou je ponuka s atraktivitami, ktoré sú v porovnaní s konkurenciou dosiahnuteľnejšie alebo výhodnejšie z hľadiska dostupnosti, cenovej výhodnosti alebo komplexnosti.

Porter (1980) hovorí o troch všeobecne použiteľných stratégiách, ktoré môžu dosiahnuť konkurenčnú výhodu cieľového miesta a dajú sa využiť aj v rámci cestovného ruchu. Jedná sa o stratégiu nákladového vodcovstva, čo znamená vedúce postavenie v rámci nízkych nákladov. Druhou je stratégia diferenciacná a treťou stratégia špecializačná, ktorá sa zameriava buď na diferenciaciu produktu pre vybrané segmenty trhu alebo práve na nízke náklady.

²⁸ GUČÍK, M. *Cestovný ruch úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, s.r.o. 2010. s. 255. ISBN 978-80-89090-80-8.

2 Ekonomické aspekty cestovného ruchu

Z ekonomického hľadiska sa turizmus identifikuje z odvetvia národnej ekonomiky. Podľa priamych a nepriamych vplyvov sa delí na dve skupiny, a to na priemysel turizmu a ekonomiku turizmu. Priemysel turizmu obsahuje priame efekty turizmu, zatiaľ čo ekonomika turizmu je súhrnom priamych a nepriamych efektov turizmu.²⁹

Cestovný ruch je dôležitým zdrojom pri tvorbe devízových príjmov, vytvára pracovné miesta a je významným zdrojom pri tvorbe HDP. Vysoký význam turizmu sa kladie aj pri revitalizácii hospodársky slabších regiónov, ktoré majú potenciál pre toto odvetvie. Príjmy z turizmu sú realizované najmä pre súkromný sektor a odvody a rôzne poplatky putujú do pokladnice samosprávy a štátu. Ekonomický potenciál cestovného ruchu sa každým rokom stupňuje, a to najmä kvôli zvyšovaniu životnej úrovne v mnohých krajinách. Vďaka multiplikačnému efektu sa odvetvie cestovného ruchu považuje za odvetvie budúcnosti. Z hľadiska podielu na tvorbe HDP je cestovný ruch v jednotlivých krajinách vysoko rozdielny.

V snahe presného vyjadrenia ekonomického prínosu cestovného ruchu do národného hospodárstva je potrebné poznať jednotlivé ekonomické činnosti tohto odvetvia. Organizácia UNWTO v tejto súvislosti odporúča zostavenie satelitného účtu pre cestovný ruch. Gúčík, M. uvádza, že do predmetu skúmania ekonómie cestovného ruchu patria tieto osobitosti:

- produkcia a realizácia statkov a služieb charakteristických pre CR;
- uspokojovanie dopytu spotrebiteľa CR nastáva pred, počas cestovania a pobytu mimo miesta zvyčajného bydliska;
- na uspokojovaní dopytu návštevníkov sa podieľajú podnikateľské subjekty, inštitúcie verejného sektora, pre ktoré je poskytovanie služieb CR hlavnou alebo doplnkovou činnosťou;

²⁹ KASPAR C. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Trian, 1995. 14 – 15 s. ISBN 80-901166-5-5.

- účasť na CR, znamená pre spotrebiteľov rozhodovanie vo fáze konečnej spotreby čo znamená uskutočnenie výdavku nad rámec uspokojenia základných životných potrieb.

„Ekonomické činnosti charakteristické pre cestovný ruch, ktoré priamo a v rôznej miere uspokojujú dopyt návštevníkov v cestovnom ruchu sa označujú ako priemysel cestovného ruchu.“³⁰

Priemysel cestovného ruchu však vyvolal aj iné ekonomické činnosti, ktoré nepriamo ovplyvňujú dopyt po cestovnom ruchu. Patria k nim najmä predaj cestovných alebo iných potrieb turistom, stavebníctvo (výstavba hotelov alebo iných rekreačných zariadení), predaj pohonných hmôt, výrobky a služby, ktoré sú poskytované hotelom, verejná správa, bezpečnosť a iné.³¹

2.1 Význam cestovného ruchu v ekonomike

Vnútroň cestovný ruch je v súčasnosti jedným z najdôležitejších zdrojov príjmov v ekonomikách štátov a jednotlivých regiónov. Rozvoj cestovného ruchu priamo podporuje mnohé aspekty kvalitného života, a preto v mnohých krajinách jeho príjmy patria medzi podstatnú zložku celkových príjmov krajiny. Význam medzinárodného cestovného ruchu pre ekonomiku štátov sa meria pomocou príjmov z medzinárodného cestovného ruchu a HDP. Spomenuté údaje sa nachádzajú v platobnej bilancii a zahŕňajú rekreačné, ale aj pracovné cesty.

Najvyšší pomer príjmov z cestovného ruchu a HDP malo v roku 2013 s pomedzi členských štátov EÚ Chorvátsko (16,7 %), na druhom mieste bola Malta (14,5 %) a tretím štátom z tohto pohľadu bol Cyprus (13,2 %). Najvyššie príjmy v absolútnom vyjadrení z medzinárodného cestovného ruchu v roku 2013 zaznamenalo Španielsko (45,5 mld. EUR) a Francúzsko (42,2 mld. EUR). Príjmy Slovenskej republiky boli v tomto roku 1,88 mld. EUR. Krajinou, ktorá mala najvyššie výdavky na medzinárodný cestovný ruch bolo Nemecko. Jeho výdavky dosiahli spolu 64,7 mld. EUR. Spojené kráľovstvo zaznamenalo celkovú úroveň výdavkov 39,6 mld. EUR a v Slovenskej republike predstavovali

³⁰ GUČÍK, M. *Cestovný ruch úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, s.r.o. 2010. s. 76. ISBN 978-80-89090-80-8.

³¹ GUČÍK, M. *Cestovný ruch úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, s.r.o. 2010. s. 76. ISBN 978-80-89090-80-8.

výdavky celkovo 1,72 mld. EUR. Pre každú inú krajinu by bolo toto nízke číslo alarmujúcim a vytvárali by opatrenia na jeho nápravu, avšak na Slovensku sa cestovnému ruchu doposiaľ neprikladá až tak veľká pozornosť.³²

Cestovný ruch je podnetom pre rôzne podnikateľské aktivity a následný rast zamestnanosti. Ako príklad uvediem EÚ, kde v tomto odvetví pracuje a pôsobí (poskytovatelia služieb a zájazdov) okolo 1,8 milióna podnikateľských subjektov, najmä v malých a stredných podnikoch. Cestovný ruch tvorí 5 % HDP EÚ a je v ňom zamestnaných 5,2 % aktívneho obyvateľstva, čo predstavuje približne 9,7 miliónov osôb. V prípade, že by sme do štatistiky priradili aj úzko súvisiace hospodárske odvetvia, tento podiel by bol ešte vyšší a celkovo by predstavoval viac ako 10 % HDP a 12 % zamestnanosť, teda 13 miliónov pracovníkov.³³

V medzinárodnom poňatí je cestovný ruch z hľadiska ekonomiky jednou z najvýnosnejších činností. Dokáže kladne prispievať k priaznivej platobnej bilancii a finančnej situácii. Považuje sa za odvetvie odolné proti periodickým výkyvom a odvetvie z najefektívnejšou činnosťou na produkciu devíz. Jedná sa taktiež o odvetvie efektívne sa zapájajúce do medzinárodnej výmeny a z tohto hľadiska vie získať devízy, ktoré sú bez poistných rizík a úverovania. Z tohto pohľadu je treba považovať cestovný ruch za odvetvie so schopnosťou zvyšovať zamestnanosť a celkovú životnú úroveň regiónu cestovného ruchu a na druhej strane znižovať chudobu regiónu a predchádzať hospodárskemu úpadku.³⁴

2.1.1 Príjmy a multiplikačný efekt

Odvetvie cestovného ruchu sa štatisticky zaraďuje vo väčšine krajín sveta medzi päť odvetví, ktoré majú najväčší podiel na vývoze tovarov a pre dve pätiny krajín potom predstavuje najväčší zdroj devízových príjmov.³⁵

³² EUROSTAT. Štatistika cestovného ruchu [online]. 2014 [cit. 2016-1-4]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/statistics-illustrated>

³³ Európsky parlament. Informačné listy o Európskej únii, Cestovný ruch [online]. 2015 [cit. 2016-1-4]. Dostupné z: http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/sk/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.6.13.html

³⁴ Organizácia rozvoja vidieckej turistiky. ŠEVČÍK, M. 2010. Podstata a funkcia CR [online]. Dostupné z: <http://www.tik.sk/projekty/vidiecky-turizmus-a-agroturizmus/ikolo/zaklady-rozvoja-cestovneho-ruchu/>

³⁵ KOLEKTÍV AUTOROV. *Průmysl cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: MMR. ČR, 2008 s. 33. ISBN 978-80-87147-06-1.

Príjmy z cestovného ruchu počas pobytu alebo cesty v danom mieste predstavujú spotrebu. V ďalšej fáze, keď sa dostávajú do takzvaného ekonomického kolobehu sa premieňajú na spotrebné tovary, služby a financie. Vo svojej podstate tieto príjmy tak prejdú viacerými štádiami. Hovoríme o multiplikačnom efekte, respektíve násobiacom účinku. Multiplikačný efekt je možné skúmať na úrovni štátnej, regionálnej alebo v rámci podnikov cestovného ruchu. Jeho veľkosť býva často podnetom pre rast investícií do cestovného ruchu. K znižovaniu tohto efektu dochádza vtedy, keď podniky nakupujú tovary alebo služby od dodávateľov, ktorí sa nachádzajú mimo daného regiónu.

2.2 Satelitný účet cestovného ruchu v Slovenskej republike

Cestovný ruch zasahuje do viacerých odvetví národného hospodárstva. Niektoré oblasti ekonomiky sú pre cestovný ruch charakteristické, ale svoje služby poskytujú nielen účastníkom cestovného ruchu a zase naopak. Niektorí účastníci cestovného ruchu spotrebovávajú produkty a služby, ktoré boli vyrobené mimo charakteristických oblastí cestovného ruchu. Aj toto je jeden z dôvodov, ktorý komplikuje situáciu vyjadrenia ekonomického prínosu a znemožňuje tak odvodiť príslušné ukazovatele priamo z národného účtovníctva alebo iných štatistík v rámci odvetvia cestovného ruchu. Na uspokojovaní spotrebiteľov sa podieľajú podniky súkromného sektora, inštitúcie verejného sektora a aj mimovládne organizácie. Tvorcami dopytu a následnej spotreby sú ako domáci občania, tak aj zahraniční návštevníci.³⁶

Z uvedených dôvodov bol vyvinutý satelitný účet cestovného ruchu (Tourism Satellite Account) ako nástroj, ktorý má za úlohu komplexne skúmať odvetvie cestovného ruchu a pomáhať zaisťovať s čo najväčšou dôslednosťou obraz o význame cestovného ruchu pre národné hospodárstvo krajiny. Jeho výstupom je systém tabuliek, ktoré sú ukazovateľmi najmä týchto štatistík:

- makroekonomické ukazovatele (hrubý domáci produkt, pridaná hodnota)
- porovnanie ponuky a dopytu odvetvia cestovného ruchu
- výrobné účty jednotlivých charakteristických a špecifických odvetví

³⁶ GUČÍK, M., *Cestovný ruch politika a ekonómia*. Banská Bystrica: DALLI-BB, 2011. s. 93. ISBN 978-80-89090-98-3.

- zamestnanosť v cestovnom ruchu
- Iné nepeňažné ukazovatele (infraštruktúra, skladba návštevníkov a iné.)³⁷

Povereným orgánom zostavovania Satelitného účtu je na Slovensku Štatistický úrad Slovenskej republiky, ktorý spolupracuje a zapája aj rezortné ministerstvo a Národnú banku Slovenska.

2.2.1 Platobná bilancia cestovného ruchu

Platobná bilancia cestovného ruchu slúži na zachytávanie pohybu platobných prostriedkov účastníkov cestovného ruchu cez hranice určitého štátu.

Autorka Petrů (2007) uvádza, že: *Platobná bilancia štátu je vzťah medzi súčtom peňažných príjmov, ktoré prichádzajú do určitej národnej ekonomiky zo zahraničia a súčtom peňažných výdajov do zahraničia.*“ Platobná bilancia cestovného ruchu má vysoký význam pre štáty, ktoré sú závislé na cestovnom ruchu. V týchto krajinách je dôležité sledovať pomer ich sald platobných bilancií, ktoré sú ukazovateľmi ich vonkajšej ekonomickej rovnováhy.³⁸

Platobná bilancia vo vzťahu k zahraničnému cestovnému ruchu rozlišuje aktívny a pasívny turizmus.

Súčasťou aktívneho turizmu sú príjazdy zahraničných návštevníkov, ktorých výdaje na turizmus znamenajú príliv devízových prostriedkov a kladne (aktívne) ovplyvňujú platobnú bilanciu. Výdavky zahraničných turistov predstavujú príjmy za spotrebované služby alebo tovary a ich pobyt ako aktívnych účastníkov cestovného ruchu nesmie mať dlhšiu dobu ako je jeden rok.

Pasívny zahraničný cestovný ruch je naopak cestovanie rezidentov do zahraničia. Ich Výdavky na služby a tovary cestovného ruchu predstavujú odliv devízových prostriedkov, ktoré záporne (pasívne) ovplyvňujú platobnú bilanciu. Tento typ turizmu býva často nazývaný aj neviditeľným, pretože má rovnaký dopad ako import služieb

³⁷ MDVRR. Satelitný účet cestovného ruchu [online]. 2015 [cit. 2016-1-4]. Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=174852>

³⁸ PETRŮ Z. *Základy ekonomiky cestovného ruchu*. 2. upravené vydanie. Praha: IDEA SERVIS, 2007, s. 50. ISBN 978-80-85970-55-5.

a tovarov. Tak isto ako v aktívnom, ani v pasívnom nesmie návštevník danej krajiny ostať dlhšie ako jeden rok.

Tranzitný cestovný ruch ma rovnaký charakter pre ekonomiku štátu ako aktívny cestovný ruch. Jedná sa však len o prejazd účastníkov cestovného ruchu cez územia krajín a je limitovaný časom.³⁹

2.2.2 Štatistické ukazovatele cestovného ruchu na Slovensku

Štatistický úrad Slovenskej republiky spolu s Národnou bankou Slovenska vydal v roku 2015 informačnú správu o Satelitnom účte, kde bol doplnený časový rád základných tabuliek o roky 2011 a 2012, ktoré budú uvedené v ďalších podkapitolách práce. Doplnili tabuľku o zamestnanosti, tabuľku hrubého fixného kapitálu a tabuľku nepeňažných ukazovateľov v cestovnom ruchu.

Nasledujúca tabuľka podľa zverejnených údajov (NBS) ukazuje, že príjmy z aktívneho zahraničného cestovného ruchu Slovenskej republiky dosiahli v roku 2014 výšku 1 940,6 mil. EUR a v roku 2013 1 924,5 mil. EUR. Nárast medzi týmito rokmi dosiahol výšku 0,8 %. Na strane výdavkov išlo celkovo o medziročné zvýšenie z roku 2013 na 2014 o 4,4 %. Saldo zahraničného cestovného ruchu dosiahlo v roku 2014 sumu 80,8 mil. EUR, čo znamená že bolo aktívne, keďže v roku 2013 to bolo 142,5 mil. EUR a kleslo teda o 43,3 %.

Pokiaľ ide o návštevnosť a počet účastníkov vnútorného cestovného ruchu na Slovensku, v súčasnosti sa kvantifikujú najmä pomocou výkonov ubytovacích zariadení vykazovaných Štatistickým úradom Slovenskej republiky. Je však treba podotknúť, že ubytovacia štatistika nedokáže zachytiť jednodňových účastníkov cestovného ruchu, návštevníkov ubytovaných v rodinách a ani tranzitných návštevníkov, ktorí sú taktiež spotrebiteľmi jednotlivých statkov. Výkony ubytovacej štatistiky v priebehu rokov 2013 až 2014 predstavovali pokles o vyše 320 000 návštevníkov, čo sa premietlo aj v konečnom výsledku celkového podielu cestovného ruchu na HDP ekonomiky Slovenska. Ďalším významným ukazovateľom ubytovacej štatistiky je percentuálne využitie stálych lôžok. Slovensko sa v tomto smere nachádza v nie lichotivej pozícii, pretože vyťaženosť hotelov na Slovensku patrí už roky medzi najnižšie v EÚ. Priemerná

³⁹ PALATKOVA, M. a J. ZICHOVÁ. *Ekonomika turizmu*. Praha: GRADA Publishing, 2011, s. 21. ISBN 798-80-247-3748-5.

vyťaženosť týchto zariadení sa pohybuje už dlhodobo na úrovni 28 percent. Nízka vyťaženosť ubytovacích zariadení je jedným z najväčších problémov cestovného ruchu na Slovensku, ktorý treba bezpodmienečne riešiť.⁴⁰

Tabuľka 2: Štatistické ukazovatele cestovného ruchu na Slovensku

Ukazovateľ	Roky		Index (%)
	2013	2014	
Devízové príjmy (mil. EUR.)	1924,5	1940,6	100,8
Devízové výdavky (mil. EUR)	1782	1859,8	104,4
Saldo (mil. EUR)	142,5	80,8	56,7
Podiel CR na HDP (v %)	2,7	2,6	96,7
Podiel CR na exporte služieb (v %)	34,4	31,8	92,7
Podiel CR na exporte tovarov a služieb (v %)	2,7	2,6	95,7
Počet turistov celkovo/ubytovaných	4 048 505	3 727 710	91,1
<i>zahraniční turisti</i>	1 669 948	1 475 017	88,3
<i>domáci turisti</i>	2 378 557	2 252 693	94,7
Priemerný počet prenocovaní celkom	2,8	2,9	103,1
<i>zahraniční turisti</i>	2,6	2,6	101,9
<i>domáci turisti</i>	3,0	3,1	103,4
Počet ubytovacích zariadení CR celkom	3 485	3 318	95,2
<i>hotely, motely, botely</i>	650	632	97,2
<i>penzióny</i>	789	765	97
<i>turistické ubytovne</i>	331	315	95,2
<i>chatové osady</i>	61	57	93,4
<i>ostatné hromadné ubytovanie</i>	945	891	94,3
<i>ubytovanie v súkromí</i>	682	631	92,5
Počet izieb celkom	62 578	61 104	97,6
Počet lôžok celkom	159 857	156 053	97,6

Zdroj: Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja, vlastné spracovanie

⁴⁰ MDVRR. Satelitný účet cestovného ruchu [online]. 2015 [cit. 2016-1-15]. Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=159221>

2.2.3 Vplyv cestovného ruchu na HDP Slovenska

Ukazovateľ priameho hrubého domáceho produktu sa používa pri stanovení výkonnosti ekonomiky a označuje peňažné vyjadrenie celkovej hodnoty novovytvorených tovarov a služieb na určitom území v danom období. Priamy hrubý domáci produkt cestovného ruchu je súčasťou hrubého domáceho produktu ekonomiky. Vyčíslili sa ako celková suma priamej hrubej pridanej hodnoty CR a čistých daní na všetky produkty cestovného ruchu.⁴¹

V roku 2012 dosiahol priamy hrubý domáci produkt v cestovnom ruchu 2,96% podiel na HDP ekonomiky Slovenskej republiky, čo v peňažnom vyjadrení znamenalo celkovo 2,06 mld. EUR. V roku 2013 dosahovalo HDP v cestovnom ruchu podiel 2,7 % a v roku 2014 opäť kleslo a dosahovalo 2,6% podiel na HDP celkovej ekonomiky Slovenskej republiky.⁴²

Podľa zverejnených štatistík WTTC sa v porovnaní s krajinami Európskeho regiónu Slovenská republika nachádza každý rok pod priemerom tohto ukazovateľa, ktorý bol v roku 2014 3,4 % a predpokladá sa, že do roku 2025 vzrastie do výšky 3,6 %, kým na Slovensku sa predpokladá, že bude dosahovať výšky 2,5 percenta.⁴³

2.2.4 Priama pridaná hodnota cestovného ruchu na Slovensku

Priama pridaná hodnota cestovného ruchu sa podieľala na celkovej pridanej hodnote ekonomiky v roku 2012 necelými tromi percentami vo výške 1840 miliónov €. Charakteristické odvetvia pre cestovný ruch sa na tejto hodnote podieľali vo výške 68,4 %, špecifické odvetvia cestovného ruchu dosahovali v roku 2012 podiel 6,2 % a podiel ostatných odvetví ekonomiky vytvoril 25,4 %. Medzi charakteristické odvetvia cestovného ruchu, ktoré najviac prispeli k tvorbe priamej pridanej hodnoty cestovného ruchu patria služby osobnej dopravy, ubytovacie a stravovacie služby, cestovné kancelárie a agentúry, športové a rekreačné služby, ostatné odvetvia špecifické pre

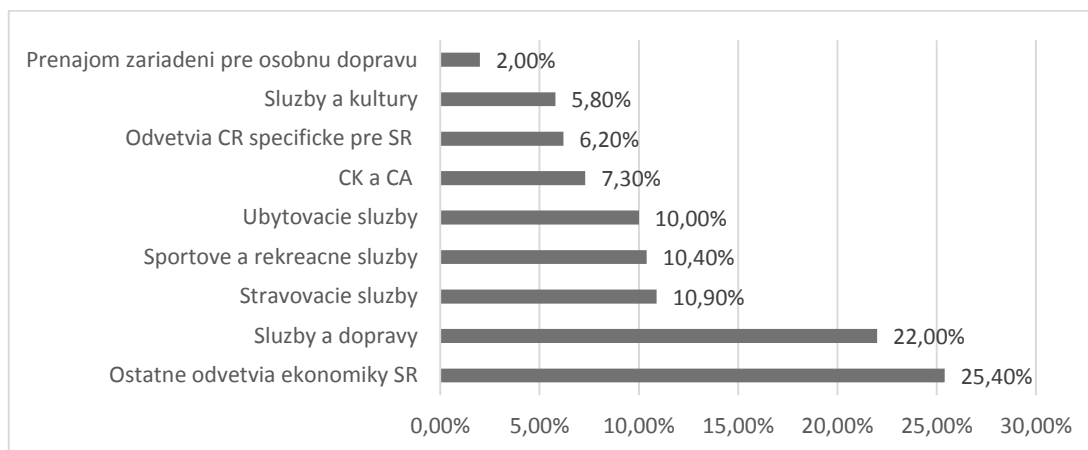
⁴¹ ČSÚ. Hrubý domáci produkt [online]. 2015. [cit. 2016-1-15]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/hruby_domaci_produk_t_-hdp-

⁴² MDVRR. Satelitný účet cestovného ruchu [online]. 2015. [cit. 2016-1-15]. Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=171849>

⁴³ WTTC. Regional reports [online]. 2015 [cit. 2016-1-20]. Dostupné z: <http://www.wttc.org/research/economic-research/benchmark-reports/regional-results/>

Slovenskú republiku. Najmenší podiel zaznamenal prenájom zariadení pre osobnú dopravu.

Graf 1: Podiel odvetví na priamej pridanej hodnote CR podľa odvetví v roku 2012



⁴⁴ Zdroj: Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR, vlastné spracovanie

2.2.5 Zamestnanosť v odvetví cestovného ruchu na Slovensku

Vplyv cestovného ruchu na zamestnanosť krajiny je vedľa HDP druhým základným sprostredkovateľom, ktorý poukazuje na postavenie cestovného ruchu v ekonomike. Zamestnanosť v cestovnom ruchu sa spája najmä so spotrebou živej pracovnej sily, kde prevláda sezónnosť a s tým súvisiace výkyvy v návštevnom účasníkoch CR.

Pri zamestnanosti je dôležité v závislosti od odvetvia cestovného ruchu rozlišovať zamestnanosť priamu a nepriamu. Priama zamestnanosť predstavuje súhrn všetkých pracovných miest v charakteristických a priamych odvetviach cestovného ruchu, zatiaľ čo nepriama zamestnanosť zahŕňa aj pracovné miesta v nepriamych odvetviach.⁴⁵

Satelitný účet uvádza, že v roku 2012 sa podarilo odvetviam cestovného ruchu vytvoriť približne 368 tisíc pracovných miest. Pracovné miesta zamestnancov cestovného ruchu tvorili 80,2 % a pracovné miesta podnikateľov, (fyzická osoba), ide o SZČO – samostatne zárobkovo činnú osobu, tvorili 19,8 %. V prepočte na hodiny spolu

⁴⁴ MDVRR. Štatistika UNWTO [online]. 2015 [cit. 2016-1-20]. Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=106930>

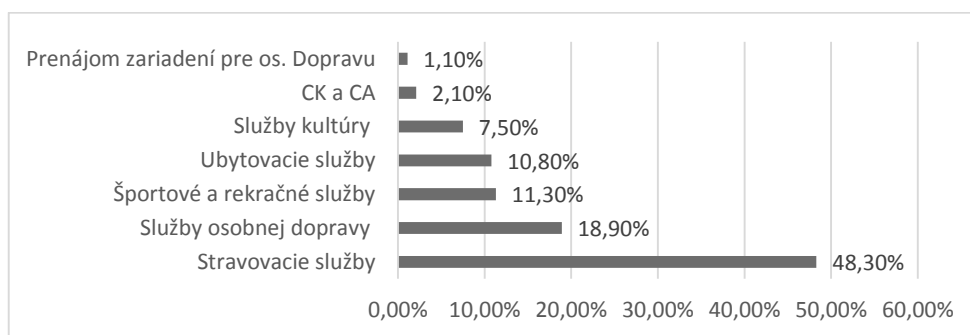
⁴⁵ PALÁTKOVÁ, M. *Medzinárodný cestovný ruch*. Praha: GRADA Publishing, 2011. s. 18. ISBN 978-80-247-3750-8.

odpracovali zamestnanci a podnikatelia celkovo 674 109 tisíc hodín, kde podiel zamestnancov tvoril 77,1 % a podnikateľov 22,9 %.

Celkový počet vytvorených pracovných miest v rámci charakteristického odvetvia cestovného ruchu bolo 18 000 pre SZČO a 114 000 pracovných miest pre zamestnancov. Ako znázorňuje graf číslo 2 najviac pracovných miest bolo vytvorených v odvetviach stravovacích služieb, služieb osobnej dopravy a v športovo rekreačných službách s rovnakým výsledkom aj pri zamestnancoch aj pri podnikateľoch. Do roku 2025 sa podľa koncepcie cestovného ruchu WTTC predpokladá, že na Slovensku bude v oblasti charakteristického odvetvia cestovného ruchu zamestnaných okolo 151 000 ľudí.⁴⁶

V spojitosti so zamestnanosťou v odvetví cestovného ruchu súvisia aj určité riziká. Na Slovensku ide najmä o sezónnosť, kde je najväčšia potreba živej práce spojená s letnou a zimnou sezónou. Najviac sa to prejavuje v službách ubytovacích a stravovacích, kde sú výrazné výkyvy v rámci príchodov turistov. Ďalším negatívnym vplyvom sú požiadavky na kvalifikáciu, ktoré často ovplyvňujú aj výšku zárobku. Podľa štatistických údajov sú mzdy v ubytovacích a pohostinských službách o 20 a niekedy až 30 % nižšie, ako priemerné mzdy v národnom hospodárstve Slovenskej republiky. Rizikom zamestnania sa v odvetví cestovného ruchu je aj nevýhodná pracovná doba. Pracovné smeny a prevádzkový čas zariadení cestovného ruchu je aj počas víkendov a sviatkov.⁴⁷

Graf 2: Podiel pracovných miest zamestnancov v charakteristických odvetviach CR v roku 2012



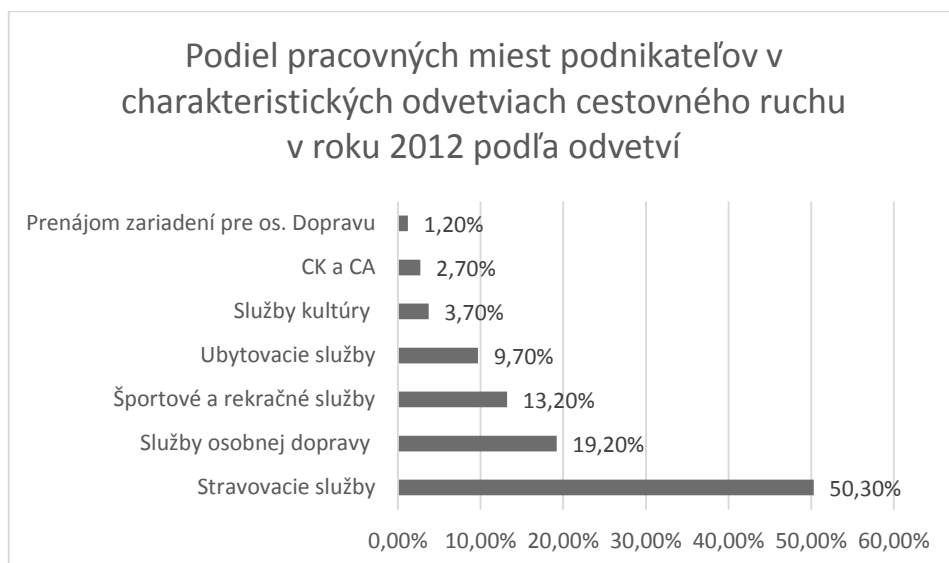
⁴⁸ Zdroj: Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR, vlastné spracovanie

⁴⁶ WTTC. Economic country reports [online]. 2015 [cit. 2016-1-20] Dostupné z: <http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/country-reports/>

⁴⁷ MDVRR. Satelitný účet cestovného ruchu [online]. 2015 [cit. 2016-1-22] Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=174852>

⁴⁸ MDVRR. Satelitný účet cestovného ruchu [online]. 2015 [cit. 2016-1-22] Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=174852>

Graf 3: Podiel pracovných miest podnikateľov v charakteristických odvetviach CR v roku 2012



⁴⁹ Zdroj: Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR, vlastné spracovanie

2.2.6 Vnútoraná spotreba v cestovnom ruchu na Slovensku

Spotreba je ďalším významným ukazovateľom. Predmetom spotreby v cestovnom ruchu je tovar a najmä služby, ktoré sú prevažne osobné, no môžu byť aj vecné. Spotreba v cestovnom ruchu je vymedzená určitými zvláštnosťami. V prevažnej miere sa uskutočňuje mimo miesta trvalého bydliska a najmä vo voľnom čase. Hlavnú zložku spotreby tvoria služby a jej motívy sa odlišujú cieľom, rozsahom a štruktúrou od bežnej spotreby.⁵⁰

Spotreba v cestovnom ruchu je pojem, ktorý je rozsiahlejší ako výdavky v cestovnom ruchu. Spotreba obsahuje údaje za výdavky v domacom a v príjazdovom cestovnom ruchu, ktoré spolu vytvárajú výdavky na vnútorný cestovný ruch. Tieto výdavky predstavujú peňažné výdavky rezidentov a nerezidentov na území danej krajiny. Do spotreby sa ďalej zahŕňajú aj nepenažné výdavky návštevníkov, ktoré eviduje TSA Slovenskej republiky ako ostatné zložky vnútornej spotreby. Evidujú sa ako imputované nájomné, ktoré predstavuje náklady na udržiavanie zariadení ako sú napríklad chalupy, chaty alebo apartmány. Druhou položkou ktorá patrí pod ostatné zložky vnútornej

⁴⁹ MDVRR. Satelitný účet cestovného ruchu [online]. 2015 [cit. 2016-1-22] Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=174852>

⁵⁰ PETRU Z. *Základy ekonomiky cestovného ruchu*. 2. upravené vydanie. Praha: IDEA SERVIS, 2007, s. 43. ISBN 978-80-85970-55-5.

spotreby sú sociálne naturálne transfery vlády a neziskových organizácií. Zahŕňajú napríklad bezplatné alebo nie úplne komerčné služby, vstupné do kultúrnych zariadení a športových areálov alebo objektov, ktoré sa štát snaží udržiavať na vlastné náklady.

Štruktúru vnútornej spotreby Slovenskej republiky v roku 2012 tvorili z najväčšej časti výdavky na vnútorný cestovný ruch, ktoré spolu tvorili 91,2 % a ostatné zložky vnútornej spotreby spolu tvorili 8,8 %. Nasledujúci graf znázorňuje jednotlivé zložky vnútornej spotreby v roku 2012 na cestovný ruch:

Graf 4: Spotreba vnútorného cestovného ruchu podľa zložiek spotreby v roku 2012



⁵¹ Zdroj: Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR, vlastné spracovanie

2.2.7 Výdavky na vnútorný cestovný ruch Slovenska

V rámci platobnej bilancie eviduje satelitný účet Slovenskej republiky výdavky v podobe zdrojov, ktoré boli minuté na jej území v rámci odvetvia cestovného ruchu. Vo svojej podstate je to celkový objem peňažných výdavkov, ktoré boli utratené na nákup tovarov a služieb domácimi a zahraničnými turistami na území Slovenska. Kvôli úplnej presnosti je však nutné dodať, že výdavky na domáci cestovný ruch obsahujú aj tú časť

⁵¹ MDVRR. Satelitný účet cestovného ruchu [online]. 2015 [cit. 2016-1-22] Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=174852>

výdavkov, ktoré boli minuté na výjazdový CR na území Slovenskej republiky a vznikli ešte predtým, ako bola uskutočnená cesta do zahraničia.⁵²

Z nasledujúcej tabuľky je evidentné, že za rok 2012 vynaložili návštevníci Slovenskej republiky na služby súvisiace s cestovným ruchom celkovo 2,125 mld. EUR, zatiaľ čo domáci vynaložili na tieto služby za ten istý rok 1,899 mld. EUR. Spolu to celkovo predstavuje sumu 4,024 mld. EUR. Táto suma predstavuje celkové výdavky na vnútorný cestovný ruch. Tabuľka taktiež poukazuje na fakt, že výdavky spojené s cestovným ruchom majú tendenciu každoročne stúpať.

Tabuľka 3: Výdavky na vnútorný cestovný ruch (v mil. €) CR za roky 2010 - 2012

Forma cestovného ruchu	Rok	Turisti	Jednodenní návštevníci	Spolu
<i>Prijazdový</i>	2 010	1 356 003	288 423	1 644 426
	2 011	1 475 705	456 653	1 941 358
	2 012	1 583 239	541 916	2 125 155
<i>Domáci</i>	2 010	1 234 156	383 991	1 618 147
	2 011	1 342 464	434 776	1 772 540
	2 012	1 480 118	419 665	1 899 783

⁵³ Zdroj: Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR, vlastné spracovanie

⁵² MDVRR. Satelitný účet cestovného ruchu [online]. 2015 [cit. 2016-1-24]. Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=174852>

⁵³ MDVRR. Satelitný účet cestovného ruchu [online]. 2015 [cit. 2016-1-24]. Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=174852>

3 Vymedzenie cestovného ruchu na Slovensku

Slovenská republika je vnútrozemská krajina situovaná v strednej Európe s rozlohou 49 035,7 km². Je obklopená piatimi krajinami, z ktorých najdlhšie hranice zdieľa s Maďarskom na juhu, zo západnej strany je obklopená Českou republikou a Rakúskom, zo severu Poľskom a na východe hraničí s Ukrajinou. Slovenčina je úradným jazykom. Slovensko sa nachádza v mierne klimatickom pásme, kde priemerná teplota v zime dosahuje -2 °C a v lete 20 °C. Podľa UNWTO patrí Slovenská republika v rámci celosvetového cestového ruchu do Európskeho regiónu a jeho sub-regiónu Európskej únie, kde je spolu s ďalšími 27 krajinami.

Cestovný ruch na Slovensku môže z hľadiska jeho prírodného potenciálu a potenciálu vytvoreného ľuďmi zaujať široké spektrum návštevníkov, zaujať v národnom hospodárstve a vybudovať si v spoločnosti strategické postavenie. K tomu je však potrebná celková reštrukturalizácia rozvoja, ktorá sa musí uskutočniť na základe cieleného programu. Do popredia sa musí dostať využívanie potenciálu prírodných zdrojov, atraktivít vytvorených človekom, ale aj vybudovanie kapacít a zariadení so službami v nich poskytovaných. Cestovný ruch na Slovensku potrebuje všetky tieto požiadavky na trvalo udržateľný rozvoj. Je však treba podotknúť, že Slovensko sa momentálne nenachádza v situácii, kedy je cestovný ruch uceleným odvetvím. Jeho vstupy a výstupy zatiaľ nemožno merať v systéme národného účtovníctva, tak ako je tomu napríklad v odvetví priemyslu, poľnohospodárstva alebo iných, ktoré majú riadne zriadené ministerstvá. Pokiaľ má mať cestovný ruch väčší vplyv na ekonomiku štátu je treba zaujať stanovisko na jeho komplexnú podporu a plnenie jeho dlhodobých cieľov. Momentálne má kontrolu nad cestovným ruchom súkromný sektor. Verejný sektor má za úlohu zabezpečiť nástroje na uplatnenie a výber vhodnej stratégie, ktorá pomôže k jeho rozvoju.

Na Slovensku momentálne neexistuje samostatné ministerstvo, ktoré by sa výhradne staralo o oblasť cestovného ruchu. Pozitívne je, že oproti minulým rokom sa tejto oblasti venuje zvýšená pozornosť aj zo strany vládnych inštitúcií. Mnohé ekonomické a sociálne zmeny životného štýlu v krajine aktívne vplývajú na cestovný ruch. Z tohto hľadiska je nesmierne dôležité, aby všetky inštitúcie a subjekty vystupujúce

v oblasti cestovného ruchu pružne reagovali, rozširovali a inovovali svoju ponuku služieb, tovarov a programov. V podnikateľskej oblasti cestovného ruchu na Slovensku je vytvorené vyspelé konkurenčné prostredie malých a stredných podnikov, ktoré sú ale ekonomicky slabšie. Poskytujú najmä stravovacie a ubytovacie služby. Na Slovensku nie sú žiadne veľké spoločnosti charakteristické ako trhový vodca. Z tohto dôvodu sú stále viac nutnejšie inovácie služieb a zlepšovania obrazu Slovenskej republiky v zahraničných krajinách uskutočňované len v úzkej sfére spoločnosti.

3.1 Slovenská agentúra pre cestovný ruch

V roku 1995 bola zriadená Ministerstvom hospodárstva štátna príspevková organizácia, ktorá sa špecializuje na marketing a propagáciu cestovného ruchu Slovenskej republiky. Jej pôsobnosť trvá až dodnes a pôsobí na celoštátnej úrovni. Jej úlohou je poskytovanie informácií ohľadom možností cestovného ruchu na Slovensku, propagovanie Slovenska na medzinárodnej úrovni ako cieľovej krajiny cestovného ruchu, prispievanie k tvorbe kladného významu Slovenska v zahraničí s podporou predaja jeho služieb a tovarov v tomto odvetví. V roku 2010 dňa 1. júla došlo k prechodu kompetencií v rámci oblasti cestovného ruchu a s účinnosťou zákona č. 37/2010 Z.z., sa tieto kompetencie presunuli pod nový ústredný orgán štátnej správy, a to na Ministerstvo kultúry a cestovného ruchu Slovenskej republiky. Dňa 1. novembra 2010 nadobúda účinnosť nový zákon č. 403/2010 Z.z. Jeho účinnosť sa mení a dopĺňa zákon č. 575/2001 Z.z. o organizácii činnosti vlády a organizácii ústrednej štátnej správy v znení neskorších predpisov. Jeho nadobudnutím dochádza k prechodu kompetencií v oblasti cestovného ruchu na novo vzniknutý orgán štátnej správy, a to na Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky. Súčasťou došlo aj k SACR do pôsobnosti tohto ministerstva.⁵⁴

Aktuálne je SACR v pozícii, kedy môže oficiálne vykonávať zastúpenie Slovenska v zahraničí. Do jej kompetencií spadá vytváranie detašovaných pracovísk tak ako v tuzemsku, tak aj v zahraničí s cieľom propagačnej a prezentačnej činnosti.

⁵⁴ SACR. O nás [online]. 2016 [cit. 2016-1-2]. Dostupné z: <http://www.sacr.sk/sacr/o-nas/o-nas/>

V roku 2005 vznikol pod kompetenciami Slovenskej agentúry cestovného ruchu projekt s názvom Národný jednotný informačný systém cestovného ruchu a na jeho základe portál www.slovakia.travel. Projekt bol spolufinancovaný Európskou úniou a vytvorený v rámci opatrení 2.3 sektorového operačného programu Priemysel a služby pre SACR. Jedná sa o oficiálny turistický portál cestovného ruchu Slovenskej republiky na internete. Jeho úlohou je propagácia Slovenska ako destinácie cestovného ruchu. Prioritami a poslaním tohto projektu je poskytovanie informácií ohľadom Slovenska ako turistickej destinácie a na tomto základe motivovanie k účasti návštevníkov cestovného ruchu. Stránka je k dispozícii v 5 svetových jazykoch.⁵⁵

3.2 Postavenie Slovenskej republiky v medzinárodnom cestovnom ruchu

Každá krajina podlieha faktorom, ktoré určujú jej postavenie v medzinárodnom cestovnom ruchu a výnimkou nie je ani Slovenská republika. Postavenie krajiny závisí nielen od existencie pozitívnych predpokladov, ale aj od porovnateľnosti s ostatnými krajinami. Medzi najdôležitejšie faktory patria:

- atraktivnosť územia
- dostupnosť územia
- vybavenosť územia a úroveň poskytovaných služieb
- politika v cestovnom ruchu⁵⁶

Atraktivnosť územia sama o sebe predstavuje schopnosť územia upútať pozornosť, pritaľnúť návštevníkov a uspokojiť ich túžbu po dopyte. Atraktivnosť cieľového miesta sa považuje za konkurenčnú výhodu. Dopyt po cestovnom ruchu ovplyvňuje nielen atraktivnosť územia z pohľadu ponuky destinácie, ale aj úroveň poskytovaných služieb, ich kvalita, marketing a management, politika štátu v cestovnom

⁵⁵ Slovakia.travel. O portáli [online]. 2016 [cit. 2016-4-2]. Dostupné z <http://slovakia.travel/o-portali>

⁵⁶ PETRU Z. *Základy ekonomiky cestovného ruchu*. 2. upravené vydanie. Praha: IDEA SERVIS, 2007, s. 22. ISBN 978-80-85970-55-5.

ruchu a mnohé ekonomické (ceny, príjmy) a mimoekonomické (biologické, sociálne, kultúrne, ekologické a iné.) faktory.⁵⁷

Na medzinárodnom trhu cestovného ruchu sa Slovensko nachádza v pozícii, kde môže ponúkať len také atraktivity, ktoré majú národný až nadnárodný význam. Z tohto hľadiska dokáže Slovensko osloviť mnohopočetné publikum návštevníkov. Slovensko vlastní väčšinu atraktivít cestovného ruchu, čo môže jedna krajina ponúknuť. Na jeho území sa nachádzajú mnohopočetné prírodné atraktivity, hrady a zámky, jaskyne, ľudová kultúra a architektúra, termálne pramene, pamiatky UNESCO a veľa iného. Slovensko je srdcom Európy. V oblasti pri Kremnických Baniach na strednom Slovensku sa nachádza kameň, ktorý disponuje tabuľou s nápisom, že práve na tomto mieste sa nachádza geografický stred Európy.⁵⁸

V rámci dostupnosti je Slovenská republika oproti minulosti o krok vpred. Pricestovať sa dá lietadlom, autom, vlakom, autobusom, ale i loďou. Slovensko je v rámci leteckej dopravy spojené s mnohými európskymi metropolami, ako sú Madrid, Praha, Paríž, Brusel, Londýn, Viedeň, Kyjev, Varšava, Rím alebo Riga a iné. Slovensko je tak vďaka leteckým linkám dostupné z celého sveta. Pre cestovanie v rámci Slovenska ostávajú stále tými najdôležitejšími automobilové a diaľničné siete. Prevažná časť návštevnosti krajiny sa uskutočňuje práve týmto spôsobom. Je však treba dodať, že momentálna situácia a úroveň tejto siete nie je plne vyhovujúca kvôli jej hustote a kvalite. Vlakové a diaľkové autobusové spojenia patria k jedným z najhustejších v Európe, avšak ich kvalita tak isto ako u automobilovej dopravy nespĺňa požiadavky súčasných očakávaní. Hlavným dôvodom je chronický nedostatok financií. Najväčším problémom ostávajú opotrebované a staré zariadenia a dopravné prostriedky, ktoré často krát nespĺňajú požiadavky medzinárodných turistov, ale i domácich turistov.

Z hľadiska úrovne kvality poskytovaných služieb sú na Slovensku evidované veľké rozdiely v mestách a regiónoch. Ide hlavne o nepomer ceny a kvality služieb. Úroveň niektorých základných a doplnkových služieb v cestovnom ruchu nespĺňa očakávané požiadavky turistov. Najväčším problémom v rámci aktívneho zahraničného cestovného ruchu okrem niekoľkých výnimiek, je nedostatočná jazyková pripravenosť

⁵⁷ GUČÍK, M. *Cestovný ruch úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, s.r.o. 2010. s. 262. ISBN 978-80-89090-80-8.

⁵⁸ Slovakia.travel. Unikátne Slovensko [online]. 2016 [cit. 2016-5-2]. Dostupné z: <http://slovakia.travel/o-slovensku/unikatne-slovensko>

zamestnancov. Tá sa síce zlepšuje, ale momentálne nie je komparatívna s inými turistickými destináciami sveta. Aktuálne medzinárodné požiadavky pripravenosti a kvality v poskytovaní služieb v CR sú hnacím motorom pre mnohé subjekty aj na Slovensku. Viditeľné sú najmä pokroky v profesionálnej pripravenosti a odhodlanosti poskytovania čo najlepších služieb niektorých zariadení. Za posledné roky sa dostali do popredia aj animačné služby, ktoré sú sami o sebe vo svete považované za vysoko-kvalitatívne a spájané s motívom účasti v rámci CR.

Vláda Slovenskej republiky je častokrát kritizovaná za súčasný stav cestovného ruchu na Slovensku. Vládi je vyčítaná malá podpora tohto významného odvetvia. V posledných rokoch vidíme však zlepšenie situácie, ktorú potvrdzujú vytvárané stratégie pre CR. Slovenská republika usiluje o zlepšenie svojho postavenia v rámci konkurencieschopnosti pri kvalitnejšom využívaní svojho veľkého potenciálu a tiež obmedzovaní nerovností medzi regiónmi a zvýšením počtu pracovných príležitostí v tomto odbore. Cieľmi terajšej vlády Slovenskej republiky je: „*získavanie nových trhov a optimálne uspokojovanie potrieb domácich a zahraničných návštevníkov v cestovnom ruchu v trvalo udržateľnom prostredí tak, aby sa zabezpečila a zlepšila kvalita života domáceho obyvateľstva a aby z neho malo národné hospodárstvo čo najväčší úžitok. Pri napĺňaní tohto cieľa treba podporovať účasť obyvateľstva na cestovnom ruchu a zároveň rešpektovať únosnosť krajiny a sídel v nej.*“⁵⁹

Podľa vyhotovenej marketingovej stratégie za roky 2014 – 2020 v oblasti cestovného ruchu sú hlavnými prioritami v oblasti cestovného ruchu nasledujúce kvalitatívne a kvantitatívne ciele: maximalizácia ekonomických prínosov pre národné hospodárstvo, rast účasti na domacom a aktívnom zahraničnom cestovnom ruchu, zvýšenie povedomia o Slovensku v zahraničí a posilnenie značky Slovenska ako atraktívnej turistickej destinácii, ktorá bude poskytovať konkurenčne–schopný produkt.⁶⁰

⁵⁹ EK. Regionálna politika cestovného ruchu [online] 2014. [cit. 2016-10.2]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/regional_policy/sk/policy/themes/tourism/

⁶⁰ SACR. Marketingová stratégia [online] 2016. [cit. 2016-15-2]. Dostupné z: <http://www.sacr.sk/media-a-servis-pre-novinarov/analyzy-a-statistiky/marketingova-strategia/>

3.3 Atraktivnosť cestovného ruchu Slovensku

Zlepšenie postavenia cestovného ruchu Slovenska ako nástroja, ktorý ekonomicky, sociálne a kultúrne rozvíja štát je podľa stratégie rozvoja CR do roku 2020 podmienené zvýšením atraktívnosti Slovenskej republiky ako cieľovej destinácie cestovného ruchu. Tento dokument však ďalej nešpecifikuje meradlá, ktoré by túto atraktívnosť porovnali na medzinárodnej úrovni a ani to, či je cieľom dosiahnuť zvýšenie atraktívnosti v rámci ponuky alebo dopytu. O úspechu atraktívnosti štátu okrem primárnej a sekundárnej ponuky na trhu rozhodujú aj iné faktory. Najvýznamnejším je dopyt obyvateľov z významných zdrojových trhov a ďalším je disponibilný dopyt. Atraktívnosť Slovenska ako cieľovej destinácie cestovného ruchu sa identifikuje a hodnotí podľa top 15 zahraničných zdrojových trhov, podľa štatistík ubytovacích zariadení cestovného ruchu.⁶¹

Z najnovších analýz Slovenskej agentúry cestovného ruchu vychádza, že cestovný ruch a dovolenky na Slovensku sa stávajú čoraz populárnejšími. Svedčia o tom aj štatistiky návštevnosti za rok 2015. Predbežné údaje, ktoré zverejnil štatistický úrad Slovenskej republiky v období od januára do novembra 2015 ukazujú, že dovolenku na Slovensku si vybralo celkom 4,027 milióna návštevníkov. Oproti minulému roku to je nárast o 15,7 %, čo celkovo predstavuje 545 000 ľudí. Štatistiky sa vylepšili aj v počte prenocovaní, za jedenásť mesiacov bol evidovaný nárast o 13 % na 11,6 milióna. Zvýšený záujem o Slovensko zaznamenal aj portál cestovného ruchu www.slovakia.travel, ktorého internetové stránky využilo v roku 2015 celkovo 2 532 000 ľudí, čo predstavovalo o celých 100 % viac ako to bolo za rok minulý.⁶²

Podľa posledných údajov Štatistického úradu SR v rámci ubytovacích štatistík za prvé tri kvartály roku 2015 pricestovalo na Slovensko najviac návštevníkov z Českej republiky v počte 397 585, druhou najpočetnejšou skupinou v poradí boli návštevníci z Poľska (139 150 návštevníkov). Ďalšími boli nemeckí návštevníci (122 737 návštevníkov), rakúski (59 137 návštevníkov) a maďarskí návštevníci (53 316 návštevníkov). Jeden z najväčších poklesov oproti minulému roku bol zaznamenaný

⁶¹ Dokument štúdia konkurencieschopnosti. Malachovský A. a kol. 2014 BB

⁶² ZCRSR. Slovenský cestovný ruch vo vynikajúcej kondícii 2015 [online]. [cit 2016-15-2]. Dostupné z: <http://www.zcrsr.sk/slovensky-cestovny-ruch-vo-vynikajucej-kondicii/>

u turistov z Ruska a to takmer o 35 %, čo dokopy predstavovalo 13 219 návštevníkov. Ubytovacie služby boli využívané taktiež najviac českými turistami a oproti minulému roku ide o kladnú bilanciu, celkovo o 13 %.

Slovenská republika spolu s krajinami V4 sa však zameriava aj na návštevníkov zo zámorských krajín a už niekoľko rokov sa o to snaží pomocou medzinárodnej spolupráce v rámci cestovného ruchu. Táto spolupráca je zameraná na cieľavedomé pôsobenie krajín stredoeurópskeho regiónu so zameraním sa na vzdialené trhy, ktorými sú USA, Čína, Japonsko a ázijská časť Ruskej federácie. Spolupráca prebieha od roku 2003 a ich marketingové stratégie sú spoločne zamerané na 6 hlavných produktových skupín. Sú nimi: pamiatky UNESCO, historické a hlavné mesta, kúpele, kongresový a incentívny CR a židovské pamiatky.⁶³

Návštevnosť Slovenska v rámci týchto krajín nie je zanedbateľná avšak stále nepredstavuje v národnom hospodárstve ich potenciálny prínos. Na základe štatistiky, ktorá je vykazovaná ubytovacími zariadeniami každoročne Slovensko navštívi niečo okolo 26 tisíc obyvateľov z USA, počet Japonských turistov sa každoročne pohybuje okolo 10 tisíc a návštevníkov z Číny je každoročne okolo 15 tisíc.⁶⁴

Nasledujúca tabuľka poukazuje na štatistiku top 15 zahraničných návštevníkov v ubytovacích zariadeniach cestovného ruchu v roku 2014 a v 1. - 3. štvrtroku 2015.

Tabuľka 4: TOP 15 zahraničných návštevníkov v ubytovacích zariadeniach 2014 1.-3.Q 2015

Krajina pôvodu	Počet návštevníkov		Počet prenocovaní	
	2014	2015	2014	2015
1.Česká republika	345 125	397 585	1 000 448	1 139 391
2.Poľsko	132 237	139 150	350 079	361 896
3.Nemecko	106 892	122 737	3303	3519
4.Rakúsko	49 027	59 137	100 694	115 101
5.Maďarsko	45 320	53 316	99 675	119 834
6.Spojené kráľovstvo	34 508	48 419	70 504	102 369
7.Taliansko	37 368	43 679	76 884	89 545
8.Ukrajina	44 733	40 446	164 411	129 054
9.Spojené štáty	23 769	30 358	52 336	66 495
10.Francúzsko	25 008	29 135	51 674	59 589

⁶³ Discover Centra Europe. About European Quarter 2010 [online]. [cit. 2016-16-2] Dostupné z: <http://www.discover-ce.eu/about-european-quartet/>

⁶⁴ MDVRR. Aktívny cestovný ruch 2015 [online]. [cit. 2016-16-2] Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=162906>

Krajina pôvodu	Počet návštevníkov		Počet prenocovaní	
	2014	2015	2014	2015
11.Rusko	33 666	22 240	139 580	81 266
12.Čína	10 848	21 394	17 613	31 641
13.Rumunsko	17 079	20 447	43 706	64 666
14.Španielsko	12 482	19 642	24 893	36 453
15.Izrael	13 553	18 914	85 744	104 078
TOP 15 Spolu	931 615	1 066 599	2 608 634	2 853 127

Zdroj: Marketingová stratégia SACR pre CR na roky 2014 – 2020, vlastné spracovanie

3.4 Trendy v cestovnom ruchu

Záujem o cestovný ruch zaznamenal za posledných 50 rokov vysoký nárast. Zlomovým rokom pre medzinárodný cestovný ruch bol rok 2012, kedy bola prvýkrát v histórii prekonaná hranica jednej miliardy cestujúcich. Zvyšovanie počtu cestujúcich sa predpokladá aj v 21. storočí. Podľa predikcie UNWTO dosiahne do roku 2020 úroveň cestujúcich až 1,6 miliardy a výdavky spojené s cestovným ruchom sa budú pohybovať okolo 2 biliónov amerických dolárov. Taktiež sa predpokladá, že Európa bude naďalej najnavštevovanejšou destináciou s odhadovaným počtom cestujúcich 717 miliónov návštevníkov. Hlavnú úlohu v medzinárodnom cestovnom ruchu zaujme cestovanie v rámci domáceho regiónu. Hlavným nastupujúcim trendom vo svete sa stávajú kratšie dovolenky, a to viackrát do roka. Preferencie týchto dovolení sa už prejavujú v Európe, Severnej Amerike a Ázii.

Slovensko je krajinou, ktorá sa musí vyrovnáť s určitými trendami súvisiacimi s vývojom spoločnosti a ekonomiky. Potreby a očakávania návštevníkov sa menia čoraz častejšie a rýchlejšie. Z dôvodu zvyšujúcej sa konkurencie medzi jednotlivými destináciami a krajinami budú tak národné organizácie a subjekty cestovného ruchu zintenzívňovať svoje marketingové kampane, komunikačné aktivity a štátnu propagáciu v snahe zviditeľniť svoju krajinu. Na propagáciu v zahraničí bude potreba nevyhnutnej investície finančných prostriedkov. Procesy globalizácie a integrácie ovplyvňujú aj trendy a vývoj cestovného ruchu na Slovensku. Pozitívnou udalosťou v rámci SR bol vstup do Európskej únie a Schengenského priestoru. Boli tak zrušené a vo veľkej miere zjednodušené obmedzenia cestovania osôb. Na druhej strane bolo však rozšírené konkurenčné prostredie a taktiež potreba zvyšovať požiadavky úrovne kvality

poskytovaných služieb v oblasti cestovného ruchu. Aj z pozície Slovenska je teda potreba reagovať na tento trend vývoja.

V roku 2015 sprístupnil Google pomocou svojej aplikácie Street View ďalšie panoramatické snímky Slovenska. Slovenskí, ale aj zahraniční turisti tak môžu pomocou týchto máp objavovať a hľadať cenné rady a inšpirácie na návštevu prírodných, historických a kultúrnych krás Slovenska, ktoré sú sprístupnené aj virtuálne. Google v tomto roku aj po prvý krát zverejnil najpopulárnejšie slovenské turistické destinácie, ale aj slovenské Street view panorámy najviac vyhľadávané v Google mapách. V dnešnej dobe je internet jedným z najdôležitejších nástrojov rozvoja turizmu a je tomu tak aj na Slovensku. Až 95 % Slovákov využíva internet na vyhľadávanie informácií ohľadom hotelových pobytov. Popri internete sú ďalším relevantným zdrojom informácií odporúčania rodiny, priateľov a známych.⁶⁵

Dôležitosť online komunikácie si uvedomuje aj SACR. Vo svojich marketingových aktivitách sa zameriava na propagovanie Slovenska ako celoročnej dovolenkovej destinácie cez najnavštevovanejšie internetové vyhľadávače a pomocou portálu slovakia.travel. Nové panoramatické snímky Slovenska zaujali aj návštevníkov výstavy EXPO 2015, ktorá sa konala v Miláne. V pavilóne SACR bola možnosť prehliadky rôznych zaujímavých lokalít Slovenska a podľa odozvy to bol veľmi úspešný projekt.⁶⁶

Cestovný ruch vo svetovom ponímaní je podľa Európskej komisie v súčasnosti ovplyvňovaný celkom ôsmimi trendami, ktoré sa prejavujú nielen v jeho dopyte, ale aj v ponuke. Ide o demografické zmeny, globalizáciu, znalostnú ekonomiku, orientáciu na zákazníka, udržateľný rozvoj, prístup k informáciám, zdravie a wellness a nízko-nákladové modely podnikania.⁶⁷

⁶⁵ Google Press Slovensko. Slovensko v street view 2015 [online]. [cit. 2016-28-2] Dostupné z: <http://googlepresssk.blogspot.cz/2015/06/google-sprístupnuje-dalsie-krasy.html>

⁶⁶ EXPO SLOVAKIA. Slovensko 2015 [online]. [cit. 2016-28-2] Dostupné z: <http://www.exposlovakia2015.sk/slovensko/>

⁶⁷ ETOA. European tourism in trends 2011 [online]. [cit. 2016-28-2] Dostupné z: <http://www.etoa.org/media/all-news/news-item/european-tourism-in-2011---trends-prospects>

3.4.1 Najvyhľadávanejšie cieľové destinácie Slovenska

V rámci cestovného ruchu Slovenskej republiky sa porovnávali v mapách Google dve kategórie. Prvou bola kategória prírodné krásy a kultúrne pamiatky s výsledkami v tabuľke číslo 5. Druhou bola kategória zábava a oddych, ktorá je vyhodnotená v tabuľke číslo 6. Výsledky môžu byť pre mnohých prekvapujúcimi, a to najmä z toho dôvodu, že v ani jednej tabuľke sa skoro vôbec nenachádzajú atraktivity spájané najmä so zimným ročným obdobím. Absencia je evidentná najmä v spojitosti s lyžiarskymi strediskami a pohoriami Vysokých Tatier, ktoré sú dominantami Slovenskej republiky najmä v tomto ročnom období.

Tabuľka 5: Prírodné krásy a kultúrne pamiatky

Poradie	Prírodné krásy a kultúrne pamiatky
1.	Spišský hrad
2.	Bojnický zámok
3.	Slovenský raj
4.	Hrad Červený Kameň
5.	Demänovská jaskyňa slobody
6.	Bratislavský hrad
7.	Dobšinský ľadová jaskyňa
8.	Belianska jaskyňa
9.	Roháče - Spálená dolina
10.	Oravský hrad

Tabuľka 6: Zábava a oddych

Poradie	Zábava a oddych
1.	Aquapark Tatralandia
2.	Letisko M. R. Štefánika
3.	Jasná Nízke Tatry
4.	Slovakia Ring
5.	Zimný štadión Ondreja Nepelu
6.	Letisko Košice
7.	ZOO Bojnice
8.	Aquapark Oravice
9.	Agrokomplex - Výstavníctvo Nitra
10.	ZOO Bratislava

Zdroj: Google Press Slovensko. Slovensko v street view , vlastné spracovanie

4 Potenciál cestovného ruchu na Slovensku

Ako každá krajina aj Slovensko vlastní mnohé atraktivity cestovného ruchu, ktoré sú predpokladmi pre rozvoj a zatraktívnenie na medzinárodnom trhu. V nasledujúcej kapitole zanalyzujem a popíšem tie najhlavnejšie faktory, predpoklady a atraktivity, ktoré pre SR predstavujú najväčší potenciál v rámci rastu odvetvia cestovného ruchu a prilákania návštevníkov do tohto regiónu.

4.1 Turistické regióny Slovenska

Cieľové miesto je terčom, respektíve bodom cestovania a pobytu návštevníkov v danej destinácii. Týmto miestom sa chápe stredisko cestovného ruchu, región cestovného ruchu alebo štát, ako cieľová destinácia s prvkami primárnej a sekundárnej ponuky.

Z ekonomického hľadiska sa región dá identifikovať ako priestorovo-ekonomická jednotka, v ktorej sa nachádzajú a sú racionálne rozmiestnené sociálne a ekonomické prvky zamerané na uspokojovanie potrieb.

Pojem región je v rámci cestovného ruchu územie, ktoré je vhodné na rozvoj a líši sa od regiónu ako priestorovo-ekonomickej jednotky. Regióny sa odlišujú veľkosťou od mikroregiónov až po makroregióny. Sú to územia majúce určité homogénne podmienky, ktoré sú vhodné pre rozvoj cestovného ruchu s možnosťami jeho využitia. Jedná sa o potenciál, ktorého objektom je záujem návštevníkov o cestovný ruch (prírodný, antropogénny, športové podujatia a iné.). Z tejto pozície je pre každý región dôležité aby vyvíjal marketingové aktivity na trhu, najmä vytváranie produktov cestovného ruchu, ich ponuku, organizovanie a predaj. Pri vymedzovaní regiónov sa berú do úvahy mnohé aspekty. Nejedná sa len o ich prírodný a antropogénny potenciál v tomto odvetví, ale aj o ich dostupnosť, existenciu prirodzených centier a ich aktuálny stav rozvoja.⁶⁸

V roku 2004 bol na Slovensku vypracovaný Ústavom turizmu, s. r. o. pre Ministerstvo hospodárstva indikatívny a podporný dokument "Regionalizácia cestovného

⁶⁸ GUČÍK, M. *Cestovný ruch úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, s.r.o. 2010. s. 248. ISBN 978-80-89090-80-8.

ruchu v SR" na koordináciu rozvoja územia cestovného ruchu. V rámci dokumentu bolo vymedzených 21 regiónov cestovného ruchu, ktoré sú ďalej zaradené do štyroch kategórií. Regióny sú tak zoradené podľa medzinárodného významu, prevažne národného významu, nadregionálneho významu a významu regionálneho. Hranice jednotlivých regiónov boli určené tak, aby zahrnovali aj celé katastre obcí a snahou pri vytváraní týchto hraníc bolo aj to, aby sa v zásade rešpektovali aj hranice vyšších územných celkov. V rámci vytvorenia týchto hraníc je táto zásada až na zanedbateľné výnimky dodržaná.⁶⁹

Kvôli výrazne odlišným špecifikám v niektorých častiach regiónov došlo zároveň aj k identifikácii subregiónov cestovného ruchu. Subregión predstavuje územie, respektíve tú časť regiónu, ktorá je z kvalitatívneho hľadiska výrazne lepšou pre turizmus, v porovnaní s ostatnou časťou daného regiónu. Má však všetky hlavné znaky regiónu, no navyše disponuje aj inými špecifickejšími vlastnosťami, ktoré ju odlišujú od ostatnej časti regiónu alebo regiónu ako celku. V konečnom dôsledku je teda možné subregión charakterizovať len ako menší územný celok disponujúci určitými špecifikami, ktoré sú kvalitatívne na vyššej úrovni.⁷⁰

Obrázok 1: Regióny cestovného ruchu Slovenskej republiky



1. Bratislavský, 2. Podunajský, 3. Záhorský, 4. Dolnopovažský, 5. Strednopovažský, 6. Nitriansky, 7. Hornonitriansky, 8. Severopovažský, 9. Turčiansky, 10. Oravský, 11. Liptovský, 12. Ipeľský,

⁶⁹ MDVRR. Regióny cestovného ruchu 2015 [online]. [cit. 2016-28-2]. Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=102653>

⁷⁰ MDVRR. 2015 Regionalizácia cestovného ruchu na Slovensku [online]. [cit. 2016-28-2]. Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=102432>

13. Gemerský, 14. Horehronský, 15. Pohronský, 16. Tatranský, 17. Spišský, 18. Košický,
19. Šarišský, 20. Hornozemplínsky, 21. Dolnozemplínsky

Zdroj: vlastné spracovanie

Regióny s medzinárodným významom sú tie, ktoré majú vysoký potenciál prilákať návštevníkoch z akejkol'vek zahraničnej krajiny počas celého roka a sú konkurencieschopné aj v rámci aktívneho zahraničného cestovného ruchu. Obsahujú najkvalitnejšie predpoklady pre cestovný ruch. V Slovenskej republike ich je päť. Do tejto kategórie patria:

- | | |
|--------------------------|---------------------|
| 1. Bratislavský región | 4. Liptovský región |
| 2. Horehronský región | 5. Tatranský región |
| 3. Severopovažský región | |

Regióny s prevažne národným významom. V tejto kategórii sa nachádzajú regióny majúce veľmi kvalitné predpoklady účasti na cestovnom ruchu. Ich územia patria medzi atraktívne s využiteľnosťou počas celého roka. Do 2. kategórie sa zaraďujú nasledujúce regióny:

- | | |
|---------------------------|--------------------|
| 1. Strednopovažský región | 4. Košický región |
| 2. Turčiansky región | 5. Šarišský región |
| 3. Oravský región | |

Regióny s významom nadregionálnym. Tretia kategória z hľadiska významu cestovného ruchu je charakteristická atraktivitami s výraznou sezónnosťou. Podpora cestovného ruchu sa dá sledovať najmä návštevníkmi s okolitých oblastí vo vzdialenosti do 100 až 150 kilometrov. V Slovenskej republike je takto kategorizovaných 7 regiónov.

- | | |
|---------------------------|---------------------|
| 1. Podunajský región | 5. Gemerský región |
| 2. Dolnopovažský región | 6. Pohronský región |
| 3. Nitriansky región | 7. Spišský región |
| 4. Hornonitriansky región | |

Regióny s významom regionálnym. Do tejto kategórie patria regióny, ktoré pre cestovný ruch Slovenska a domácich návštevníkov predstavujú len malý alebo žiadny

význam. Na ich území sa nachádzajú atraktivity, ktoré predstavujú len regionálny význam.

Záhorský región

Ipeľský región

Hornozemplínsky región

Dolnozemplínsky región⁷¹

4.2 Potenciál prírodných atraktivít Slovenska

Slovensko je krajinou, ktorá sa môže pýšiť veľmi rozmanitým územím. Príroda je nielen malebná, ale aj bohatá na zaujímavé rarity. Z geografického hľadiska sa dá toto územie považovať za veľmi rôznorodé a pestré. Až 60 % územia je pokrytého horami a vysočinami, ďalších 40 % územia tvoria nížiny. Slovenský Národný Park sa považuje za najväčšie krasové územie v strednej Európe. Pozdĺž severnej časti krajiny sa tiahnu Tatry, ktoré sú najmenšími veľhorami sveta. Lesy tvoria viac ako 40 % územia vďaka čomu sa Slovensko považuje za jednu z najlesnatejších krajín Európy. Geologické územie SR patrí k sústave Západných Karpát a z malej časti aj do Karpát. Poloha Slovenska podmieňuje bohatstvo diverzity fauny a flóry. Na celom území bolo doposiaľ popísaných viac ako 11 tisíc rastlín a skoro 29 tisíc živočíšnych druhov. Územie obývajú aj mnohé vzácne a chránené druhy živočíchov. Doposiaľ bolo za chránené vyhlásených 769 druhov.

4.2.1 Podnebie

Podnebie v krajine je mierne klimatické a výrazne ovplyvňované nadmorskou výškou a typom reliéfu. Priemerná ročná teplota v nížinách sa pohybuje medzi 9 až 10 Celziovými stupňami, zatiaľ čo v horských oblastiach je to iba okolo -3,7 °C (2500 m, nad morom a vyššie.). Hodnota teploty sa rastom nadmorskej výšky znižuje v priemere o 0,5°C po každých 100 metroch. Za najteplejšie mesiace roka sa považujú júl a august

⁷¹ GUČÍK, M. *Cestovný ruch úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, s.r.o. 2010. s. 249. ISBN 978-80-89090-80-8.

s priemernými teplotami v kotlinách od 16 do 18°C. Najchladnejším mesiacom v roku býva január. Je treba podotknúť, že v niektorých oblastiach Slovenska sa drží sneh priemerne až 130 dní v roku, najmä vo Vysokých Tatrách. Za posledné roky boli zimy na území SR oveľa kratšie a slabšie ako tomu bývalo minulé roky a je to badateľné aj v nasledujúcej tabuľke, ktorej údaje sú v stupňoch Celzia. Z tohto dôvodu nebol plne využitý najmä potenciál zimných stredísk.⁷²

Tabuľka 7: Priemerné mesačné teploty Slovenska v priebehu rokov 2010 - 2016

	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	Máj	Jún	Júl	Aug.	Sep.	Okt.	Nov.	Dec.
2016	0,8	6	4									
2015	2,1	2	6,4	11,2	15,4	20	23,6	23,2	17	10,2	7,2	2,9
2014	2,3	4	9,5	12,5	15,2	19,8	21,7	18,9	16,4	12,1	7,5	3,2
2013	0,5	1,5	3,3	11,9	15,5	18,6	22,7	21,5	14,8	11,4	6,4	2,5
2012	1,9	-2,2	8,2	11,2	17	20,6	22,3	21,9	17,5	10,5	7	-0,07
2011	0,7	0,1	6,6	12,8	15,8	20	19,6	21	18	10	2,8	2,5
2010	-2,7	-0,1	5,3	10,4	14,4	18,8	22,1	19,1	13,8	7,3	6,7	-3,4

⁷³ Zdroj: SHMU, vlastné spracovanie

Najsuchšími oblasťami Slovenska sú Podunajská nížina a Východoslovenská nížina. Každoročne zaznamenávajú menej ako 550 mm zrážok. Najviac zrážok naopak zaznamenávajú každoročne Tatry, kde prevládajú zrážky letné nad zimnými. Za najdaždivejší mesiac v roku sa považuje jún alebo júl kedy prebieha takzvaná Medardova kvapka. Najsuchšími mesiacmi sú zimné mesiace január a február.

Podnebie Slovenskej republiky je nevyspytateľné a v posledných rokoch nebolo brané ako pozitívny faktor cestovného ruchu a to najmä v zimných mesiacoch. Môžu zato najmä krátke a nestále zimy, ktoré boli dôvodom plne nevyužitého potenciálu zimných stredísk. Tento faktor je treba brať ako príležitosť pre dlhšie letné mesiace. Práve pre vplyvy počasia je treba zvýšiť atraktivitu Slovenských zimných a horských stredísk aj v letnej sezóne, a to najmä vďaka pestrým a veľkolepým horám a jedinečnej faune a flóre, ktorú poskytujú. Príležitosťami pre management horských stredísk by malo byť zameranie sa aj na atraktivity, ktoré si nevyžadujú silnú zimu a veľké množstvo snehu.

⁷² SHMU. Klimatické pomery Slovenska 2016 [online]. [cit. 2016-29-2]. Dostupné z: <http://www.shmu.sk/sk/?page=1064>

⁷³ SHMU. Teplota vzduchu 2016 [online]. [cit. 2016-29-2]. Dostupné z: <http://www.shmu.sk/sk/?page=1783>

Príležitosťou pre tieto strediská môžu byť najmä atraktivity spojené so zdravím a vitalitou, ktoré by mohli viesť aj k atraktívnej ponuke a podpore návštevnosti týchto stredísk v letnej sezóne.

4.2.2 Najvýznamnejšie prírodné atraktivity

Pohoria

Dominantné postavenie v podobe prírodného potenciálu majú na Slovensku pohoria a ich štíty. Slovenské pohoria sa vyznačujú veľkými výškovými rozdielmi a unikátnosťou ich reliéfu. Mnohé z nich sú súčasťou národných parkov a vďaka ich jedinečnosti ich každoročne navštevujú veľké počty domácich, ale i zahraničných turistov. Vysoké Tatry sú najvyšším pohorím na území Slovenska a patria medzi najnavštevovanejšie. Pre cestovný ruch tak predstavujú ojedinelý potenciál. Pohoria sú rozdelené do troch skupín, a to podľa ich nadmorskej výšky. Nízke (300 – 800 m.n.m.) stredné pohoria (800 – 1500 m.n.m.) a vysoké pohoria v mierke nad (1500 m.n.m.).

Nízke pohoria a kotliny sú charakteristické najmä svojou dostupnosťou. Lemujú vyššie pohoria a celkovo zaberajú až 45 % celého územia SR. Ich dominantami v rámci potenciálu pre cestovný ruch sú najmä cyklotrasy a náučné chodníky, ktoré obľubujú mnohí turisti. Vďaka ich prístupnosti a unikátnosti sú preferované aj kvôli ich minerálnym prameňom s liečivými účinkami (Budiš, Rajec) a vďaka ich termálnym prameňom, ktoré sú pre mnohé kúpeľné mestá (Piešťany, Bardejov, Smrdáky) výbornou príležitosťou prilákať domácich, ale aj zahraničných turistov.⁷⁴

Stredné pohoria sú taktiež medzi mnohými turistami obľúbenými. Sú charakteristické najmä svojimi bukovými lesmi s prímiesou jedle. Mnohé z nich sú význačné skalnými bradlami, na ktorých sa týčia hrady, či zrúcaniny. Najznámejšími sú hrad Beckov a Spišský hrad, ktorý bol v roku 2015 najvyhľadávanejšou kultúrnou pamiatkou Slovenska. Tieto hrady majú vysoký význam v cestovnom ruchu a dodnes sú navštevované a využívané ako miesta kultúrnych a rytierskych podujatí. Neopomenuteľnou dominantou týchto pohorí je ich krasový reliéf. Sú to oblasti bohaté na priepasti, jaskyne a vodopády. Najznámejšími sú najmä Slovenský raj, Slovenský kras

⁷⁴ SlovakiaSite. Pohoria Slovenska 2016 [online]. [cit. 2016-29-2]. Dostupné z: <http://www.slovakiasite.com/sk/pohoria.php>

a Malá Fatra (Národný park). Vďaka svojim scenériám a prírodným krásam patria medzi turistami k tým najnavštevovanejším. Okrem kultúrnych a prírodných atrakcií poskytujú tieto pohoria v zimnom období výborné možnosti pre lyžiarov všetkých kategórií.⁷⁵

Najvyššie pohoria Slovenska sú charakteristické predovšetkým svojimi strmými stráňami, úzkymi dolinami a skalnatými vrchmi. Sú výnimočnými pre mnohých rekreantov a športovcov svojou prírodnou kultúrou a klimatickými podmienkami, a preto sú cieľom horskej turistiky, horolezectva a lyžovania. Dominantou je pohorie Tatry, ktoré sú krajným celkom Fatransko-tatranskej oblasti. Delia sa na Západné Tatry a Východné Tatry, ktoré sa ďalej delia na Vysoké Tatry a Belianske Tatry. Ich územie patrí do Tatranského Národného parku (TANAP). Medzi najznámejšie lyžiarske strediská kvalitatívne sa približujúce k mnohým svetovým strediskám sú najmä Jasná, Chopok, Donovaly v Nízkych Tatrách a Roháče vo Vysokých Tatrách. Tieto strediská sú v zimnom období cieľom pre mnohých zahraničných turistov a významnou mierou prispievajú k pozitívnemu rastu cestovného ruchu na Slovensku. Najvyšší vrch Slovenska Gerlachovský štít (2655 m.n.m.) je spolu s Kriváňom a Lomnickým štítom cieľom pre mnohých turistov v letnom období. Medzi vysokohorské pohoria Slovenska patria nasledujúce:

- Tatry (Gerlachovský štít 2655 m.n.m.)
- Nízke Tatry (Ďumbier 2043 m.n.m.)
- Oravské Beskydy (Babia hora 1723 m.n.m.)
- Malá Fatra (Veľký Kriváň 709 m.n.m.)
- Chočské vrchy (Veľký Choč (1611 m.n.n.)
- Veľká Fatra (Ostredok 1592 m.n.m.)⁷⁶

Vodné zdroje

Vysoký potenciál v rámci využitia cestovného ruchu sa kladie aj na vodné zdroje. Sú považované za jedny z najvýznamnejších v Európe. Tvorí ich takmer 1500 prameňov minerálnych a termálnych vôd. Územie Žitného ostrova na juho-západe Slovenska

⁷⁵ Slovakia.travel. Hory. 2016 [online]. [cit. 2016-29-2]. Dostupné z: <http://slovakia.travel/co-vidiet-a-robit/priroda-a-krajina/hory>

⁷⁶ Štátne lesy TANAP. Časopis tatry. 2016 [online]. [cit. 2016-29-2]. Dostupné z: <http://www.lesytanap.sk/sk/casopis-tatry/archiv/2016/>

predstavuje najväčšiu prirodzenú zásobáreň podzemnej vody v Strednej Európe. Na Slovenskom území sa nachádza celkovo 110 prírodných jazier, ktoré vznikli prirodzenou cestou. Vo Vysokých Tatrách sa nachádza približne 175 plies. Vedľa prírodných vodných nádrží je na území Slovenska aj okolo 360 umelo vytvorených rybníkov a priehrad. Mnohé z nich sú vhodné na rekreáciu a vodné športy. Najznámejšími a turistami najnavštevovanejšími vodnými nádržami sú Liptovská Mara, Zemplínska šírava, vodná nádrž Orava, Slnčné jazerá Senec a rekreačný areál Zlaté Piesky v Bratislavskom kraji, ktoré sú posledné roky využívané aj zahraničnými turistami vďaka ich komerčnej podobe a rôznym a vodným atrakciám. Pre turistov sú lákadlom aj moderné aquaparky (6) a termálne kúpaliská (15), ktoré sú dostupné celoročne.⁷⁷

Najväčší potenciál v tejto oblasti sa však kladie na kúpeľný cestovný ruch. Slovensko je vo veľkej miere bohaté na geotermálne vrty, až 87 % z nich sa využíva práve na komerčné účely. Za posledné roky sa tento typ turizmu začal viac propagovať a rozvíjať, ale v mnohých prípadoch je pre majiteľov týchto zariadení aj finančnou záťažou. Konkurencia na trhu stúpa a extrémne rýchly nárast ponuky prináša zo sebou aj problémy rentability. Kúpeľné služby sú vo veľkej miere využívané najmä domácimi turistami. V roku 2014 navštívilo kúpeľné zariadenia SR celkovo 299 032 návštevníkov a z toho bolo 75 % práve domácich turistov. Väčšina prevádzkovateľov týchto zariadení vidí ako najväčšiu prekážku slabú až nedostatočnú propagáciu Slovenska a atraktivít v zahraničí.⁷⁸

Tabuľka 8: TOP 5 krajín v rámci počtu návštevníkov a prenocovaní v kúpeľných zariadeniach

	Počet návštevníkov		Počet prenocovaní	
	2013	2014	2013	2014
Česká republika	25 618	27 332	135 499	130 151
Nemecko	10 915	10 640	142 499	132 762
Rusko	5 732	5 434	61 475	59 814
Izrael	5 693	5 445	78 320	75 456
Poľsko	4 169	4 145	17 359	17 070

⁷⁹ Zdroj: SACR, vlastné spracovanie

⁷⁷ Slovakia.travel. Aquaparky a termálne kúpaliská 2015 [online]. [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://slovakia.travel/co-vidiet-a-robit/relax-a-zabava/aquaparky-a-termalne-kupaliska>

⁷⁸ SACR. Kúpeľný cestovný ruch 2005-2014, 2015 [online]. [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://www.sacr.sk/odborna-verejnost/analyzy-a-statistiky/statistiky/>

⁷⁹ SACR. Kúpeľný cestovný ruch 2005 – 2014 [online]. [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://www.sacr.sk/odborna-verejnost/analyzy-a-statistiky/statistiky/>

Obrázok 2: Mapa prírodných a liečivých kúpeľov Slovenska



⁸⁰ Zdroj: SACR, internetové stránky

Klasifikáciou vybavenosti, atraktivity a významu pre cestovný ruch boli kúpeľne miesta Slovenskej republiky rozdelené do kategórie s medzinárodným významom, kde je ich šesť: Bardejovské kúpele, Dudince, Piešťany, Sliač, Trenčianske Teplice a kúpele vo Vysokých Tatrách. A druhou kategóriou sú kúpele prírodné a liečivé s celoštátnym významom, ktoré predstavujú potenciál najmä pre domácich návštevníkov a tých je celkovo 16. Nachádzajú sa tam: Bojnice, Brusno, Číž, Korytnica, Kováčová, Sklené Teplice, Smrdáky, Štós, Turčianske Teplice, Kunerad, Liptovský Ján, Lučivná, Lúčky, Nimnica, Rajecké Teplice a Vyšné Ružbachy.

Najvýznamnejším kúpeľným mestom Slovenska sú Piešťany. Sírne bahno v Piešťanoch sa považuje za jedno z najkvalitnejších na svete. Najstaršími kúpeľmi Slovenska sú Bardejovské kúpele. Prvá písomná zmienka pretrváva od roku 1247 až dodnes a už vtedy spomínala liečivú silu bardejovskej vody.⁸¹

⁸⁰ SACR. Slovenské prírodné liečivé kúpele 2012 [online]. [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: http://www.dennikrelax.sk/files/Kupele_SJ_05-12.pdf

⁸¹ KOREC, P. *Geovedy pre každého*. 2012. [online]. Bratislava. UKVB. [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://www.fyzickageografia.sk/geovedy/texty/korec.pdf>

Krasové javy

Krasové javy SR majú zvláštny význam pre cestovný ruch, patria k jedným z najväčších zaujímavostí krajiny a stali sa tak často vyhľadávanými turistickými cieľmi. Málokterá krajina disponuje tak unikátnymi atraktivitami v podobe krasových javov ako je práve Slovensko. Krasové územia zaberajú rozlohu s vyše 2700km². Popri všeobecne známých územiach, ako napríklad Slovenský kras alebo Slovenský raj, ktorých charakter je známy už z názvu je možné obdivovať najmä jaskyne, skalné priepasti, a iné krasové úkazy. Na území Slovenska je dnes dokázateľne známych 7 tisíc jaskýň.⁸²

Z šesťnástich klasických a turisticky prístupných jaskýň na Slovensku patrí až šesť z nich do svetového prírodného dedičstva. Sú nimi Dobšinská ľadová jaskyňa, Domica, Gombasecká jaskyňa, Jasovská jaskyňa, Krásnohorská jaskyňa a Ochtinská aragonitová jaskyňa. Celkom 12 jaskyniam zabezpečuje ochranu a prevádzku Správa slovenský jaskýň, ďalšie 4 sú pod správou ďalších organizácií.⁸³

Najrozsiahlejší je systém Demänovských jaskýň s dĺžkou vyše 35 km. Jeho súčasťou sú najmä: Demänovská jaskyňa slobody s jedinečnou kvapľovou výzdobou, ktorá patrí k najkrajším v Európe a Demänovská ľadová jaskyňa, ktorá je jednou z prvých známych jaskýň na svete. Svetovou raritou je Ochtinská aragonitová jaskyňa na strednom Slovensku. Je unikátna vďaka svojej bohatej aragonitovej výplni a zvláštnym vývojom podzemných priestorov. Vďaka svojmu významu je zaradená do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO.

⁸² Časopis, *Krasové územia a jaskyne Slovenska*. EV 2845/08. Košice: UPJŠVK. 2008. s.5. ISSN 1337-6748

⁸³ SSJ. Svetové prírodné dedičstvo 2016 [online]. [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://www.ssj.sk/sk/svetove-dedicstvo>

Tabuľka 9: Návštevnosť jednotlivých jaskýň za posledných 7 rokov

	2 010	2 011	2 012	2 013	2 014	2 015	2 016
Belianska jaskyňa	95 794	96 285	96 405	101 987	103 032	91 127	4 644
Bystrianska jaskyňa	18 065	18 008	18 923	17 881	22 574	22 961	1 263
Demänovská jaskyňa slobody	98 000	104 353	98 594	103 078	111 261	109 287	7 510
Demänovská ľadová jaskyňa	65 250	69 379	70 468	72 029	70 769	74 008	0
Dobšinská ľadová jaskyňa	52 297	57 487	58 456	57 764	61 175	69 749	0
Domica	26 045	26 422	17 862	2 384	20 635	20 527	88
Driny	28 610	30 039	33 187	32 687	31 859	32 623	0
Gombasecká jaskyňa	8 259	8 196	7 116	7 116	8 855	9 815	0
Harmanecká jaskyňa	14 705	17 927	17 135	17 135	17 425	19 759	0
Jasovská jaskyňa	11 077	13 810	14 982	14 982	16 454	17 798	0
Ochtianská aragonitová jaskyňa	22 551	23 695	20 375	20 375	23 993	27 430	0
Vážecká jaskyňa	15 589	15 520	14 824	14 824	18 164	17 598	240

⁸⁴ Zdroj: Správa slovenských jaskýň, vlastná úprava

Z tabuľky číslo 9 je možné dedukovať, že jaskyne ako krasové javy môžu byť vhodnou čiastkovou alternatívou na rozvoj cestovného ruchu v regióne alebo mieste kde sa nachádzajú. Negatívnym javom tejto štatistiky však ostáva to, že počas posledných šiestich rokov sa návštevnosť v jednotlivých jaskyniach nijak výrazne nevylepšila a môže zato najmä slabá propagácia týchto atraktivít a záujem turistov o iné produkty a služby v cestovnom ruchu.

Národné parky

Národné parky Slovenskej republiky sú tými najcennejšími prírodnými územiami. Skrývajú v sebe to najkrajšie z prírody, čo môžu ponúknuť. Prvý NP na Slovensku bol vyhlásený v roku 1948 a bol to Tatranský Národný Park (TANAP). Paradoxne, prvý zákon o štátnej ochrane prírody nadobudol svoju účinnosť až v roku 1955. Súčasná právna úprava NP je zosúladená s kategorizáciou chránených území podľa IUCN (Internation Union of Nature). V súčasnej dobe sa na území Slovenska nachádza celkom 9 národných parkov a 14 chránených krajinných oblastí. Všetky sú aspoň sčasti prístupné pre verejnosť.⁸⁵

⁸⁴ SSJ. Návštevnosť jaskýň 2016 [online]. [cit. 2016-1-3-]. Dostupné z: <http://www.ssj.sk/sk/navstevnost-jaskyn>

⁸⁵ MŽP. Štátna ochrana prírody 2016 [online]. [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: http://www.minzp.sk/files/dokumenty/materialy-a-dokumenty/vyroczne-spravy-a-verejne-odpocety/vyroczne-spravy/2014/vyrspr_2014.pdf

Tatranský národný park (TANAP) sa rozprestiera na severe stredného a východného Slovenska s rozlohou 74 111 hektárov. Spolu s poľským sú Vysoké Tatry od roku 1993 Biosférickou rezerváciou UNESCO. Z chránených území SR je tým najobľúbenejším a najnavštevovanejším. Je typický svojim ľadovcovým reliéfom a na jeho území sa nachádzajú predovšetkým chránené horské a vysokohorské rastliny. Pre návštevníkov sú k dispozícii rôzne prírodné expozície, múzeum Tatranská Lomnica a ubytovacie zariadenia aj pre tých najnáročnejších.⁸⁶

Pieninský národný park (PIENAP) je s rozlohou 3 750ha najmenším národným parkom na Slovensku. Nachádza sa v bradlovom pásme Pienin. Jedinečná je obzvlášť jeho prielomová dolina Dunajca, ktorá je častým terčom mnohých turistov počas letnej sezóny. Po tejto ceste vedie aj prvý česko-slovenský náučný chodník. Lákadlom pre turistov je aj prístavisko plti, ktoré sa nachádza pred Červeným Kláštorom.⁸⁷

Národný park Nízke Tatry (NAPANT) s rozlohou 72 842 ha je najväčším na Slovensku. Medzi jeho hlavné atraktivity patrí najmä spomínaný systém Demänovských jaskýň. Na jeho území pramenia tri slovenské rieky, a to Váh, Hron a Hnilec. Poskytuje veľmi dobré podmienky na lyžiarske športy, turistiku a iné ďalšie letné rekreačné aktivity. K jeho najznámejším strediskám vybudovaným pre cestovný ruch patrí Jasná a Čertovica, ktoré významne prispievajú k podpore cestovného ruchu v tomto regióne a sú obľúbenými aj pre zahraničných návštevníkov.⁸⁸

Národný park Malá Fatra leží na výmere 22 630 ha. Jeho dominantou je Veľký Rozsutec, ktorý je často považovaný za najkrajší vrch Slovenska. Takisto ako NAPANT aj Malá Fatra patrí už niekoľko rokov k tým najvyhľadávanejším miestam na rekreáciu a oddych pre domácich i zahraničných návštevníkov a to počas celého roka. Jeho najkvalitnejšie vybudované strediská sú Vrátna dolina a rekreačné stredisko Štefanová.⁸⁹

Národný park Slovenský raj sa nachádza v severovýchodnej časti Slovenského Rudohoria s plochou 19 763ha. Na jeho území sa nachádza Dobšinská ľadová jaskyňa zaradená na listinu UNESCO. Slovenský raj patrí k obľúbeným destináciám najmä

⁸⁶ SlovakiaTravels. Tatranský národný park 2010 [online]. [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://www.slovakiatravels.com/sk/co-vidiet/narodne-parky/tatransky-narodny-park-tanap.html>

⁸⁷ PIENAP. Príroda a využitie prostredia 2008 [online]. [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://www.pienap.sk/>

⁸⁸ Slovakia.travel. Národný park Nízke Tatry 2015 [online]. [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://slovakia.travel/narodny-park-nizke-tatry>

⁸⁹ NPMF. Prírodné pomery 2013 [online]. [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://www.npmalafatra.sk/uzemie/prirodne-pomery/>

v letnom období. Na jeho území sa nachádza mnoho sprístupnených ľahkých a stredne náročných turistických trás a cyklotrás. V zimnom období je k dispozícii stredisko Dedinky na zimné športy a v lete je zas k dispozícii vodná nádrž Palcmanová Maša. Preto je vhodnou destináciou počas celého roka.⁹⁰

Národný park Muránska planina zaberá centrálnu časť Slovenského rudohoria s rozlohou 20 318 ha. Je to územie mimoriadne bohaté na faunu a flóru. Je charakteristická najmä svojou hustou sieťou značených turistických chodníkov a ozubnicovou železnicou. V jeho regióne sa nachádza veľa laznického osídlenia, čo vytvára vhodné podmienky na stále viac vyhľadávaný vidiecky cestovný ruch.⁹¹

Národný park Poloniny je biosférickou rezerváciou UNESCO, na jeho území sú zachované karpatské pralesy. Poloniny disponujú vynikajúcimi predpokladmi pre rozvoj cestovného ruchu. Väčšina jeho územia je vhodná najmä na pešiu turistiku v lete a na lyžovanie v zimných mesiacoch.⁹²

Národný park Slovenský kras je najrozľahlejším krasovým územím Slovenska 34 611 ha a rozprestiera sa na juhovýchodnej časti Slovenska. Slovenský kras je prvou Slovenskou biosférickou oblasťou. Na jeho území sa nachádzajú najznámejšie sprístupnené jaskyne a mnoho povrchových krasových javov.⁹³

Národný park Veľká Fatra s rozlohou 40 371ha patrí medzi najväčšie jadrové pohoria Slovenska. Na jeho území sa nachádza najbohatšie stredoeurópske nálezisko jedovatej dreviny tisu. V rámci cestovného ruchu disponuje mnohými turistickými chodníkmi a cyklotrasami. V zimnom období sú k dispozícii lyžiarske strediská. Najznámejšie strediská sú Jasenská dolina, Malinô Brdo, Ski Medvedica a SKI Turecká.⁹⁴

⁹⁰ Slovenskýraj. Poloha a popis 2014 [online]. [cit. 2016-2-3]. Dostupné z: <http://www.slovenskyraj.eu/poloaha-a-popis>

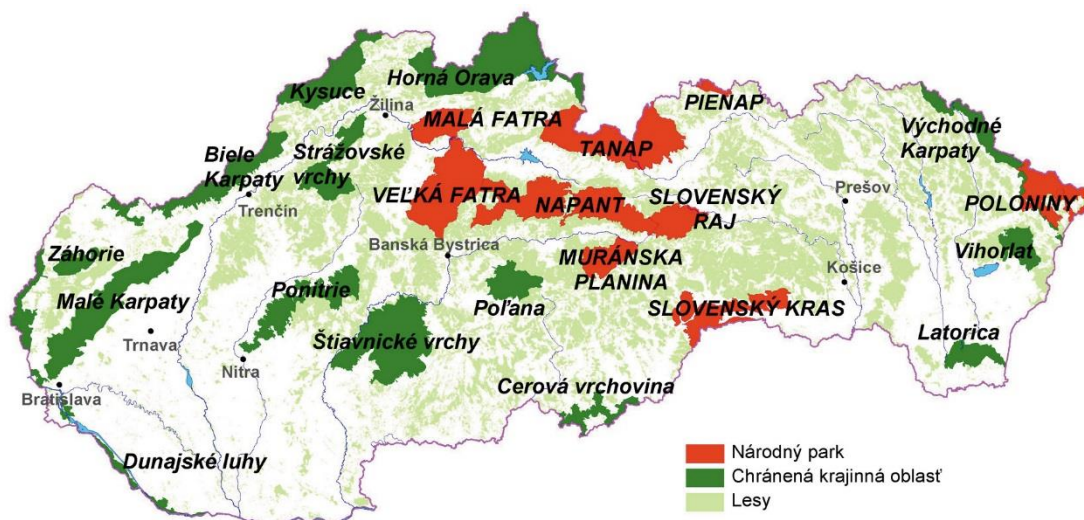
⁹¹ NPMP. Prírodné pomery 2009 [online]. [cit. 2016-2-3]. Dostupné z: <http://www.npmp.sk/obsah/geograficke-vymedzenie>

⁹² Sopsr. Národný park Poloniny 2010 [online]. [cit. 2016-2-3]. Dostupné z: <http://www.sopsr.sk/nppoloniny/sk/uvod.php>

⁹³ Slovenský-kras-eu. NP Slovenský kras 2016 [online]. [cit. 2016-2-3]. Dostupné z: <http://www.slovensky-kras.eu/info/vseobecne-informacie/>

⁹⁴ Sopsr. Veľká Fatra 2010 [online]. [cit. 2016-2-3]. Dostupné z: http://www.sopsr.sk/velkafatraweb/sk/sprava_np.php

Obrázok 3: Mapa národných parkov, chránených oblastí a lesov Slovenska



⁹⁵ Zdroj: Mapa národné parky, internet

4.3 Kultúrno – historický potenciál Slovenska

Hlavným motívom kultúrneho a aj mestského cestovného ruchu sú kultúrne a osvetové zariadenia a ich služby. Tieto druhy cestovného ruchu sú na Slovensku významným hospodárskym faktorom. Sú spájané nielen s poznávaním historických pamiatok a kultúrou, ale aj so zábavou a spoločenskou komunikáciou. To znamená, že ich súčasťou nie sú len kultúrno-historické objekty, ale aj kultúrno a osvetové zariadenia (divadlá, galérie, knižnice, zoologické záhrady, kiná atď.) a spoločenské a zábavné zariadenia (reštaurácie, bary, vinárne, kaviarne atď.).⁹⁶

4.3.1 Najvýznamnejšie kultúrno-historické pamiatky

Územie Slovenskej republiky vďaka svojej polohe v strede Európy vystriedalo počas niekoľko tisícročnej histórie kultúry Západu aj Východu. Množstvo a unikátnosť historicky-kultúrnych pamiatok vrátane pamiatok zapísaných do zoznamu svetového

⁹⁵ Mapanarodneparky. Mapa 2016 [online]. [cit. 2016-2-3]. Dostupné z: <http://www.mapanarodneparky.sk/sk>

⁹⁶ GUČÍK, M. *Cestovný ruch úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, s.r.o. 2010. s. 214. ISBN 978-80-89090-80-8.

dedičstva UNESCO je daná najmä vďaka polohe Slovenska na významných historických dopravných uzloch. Nájdeme tu pamiatky od keltských osád, staroslovanské kultové miesta, zvyšky rímskych opevnení, kaštiele a opevnené hrady, najvýchodnejšie gotické pamiatky v Európe, renesančne a barokové paláce až po terajšie, súčasné projekty a trendy.

Najvýznamnejšie sú pamiatky zapísané na zoznam svetového kultúrneho dedičstva UNESCO. Nehmotné pamiatky, ktoré boli zapísané na tento zoznam sú fujara – hudobný nástroj a jeho hudba a Terchovská muzika. Hmotných je 9 a sú to nasledujúce:

- Spišský hrad – 1993
- Spišské podhradie – 1993
- Spišská kapitula – 1993
- Žehra – 1993
- Vlkolínec – 1993
- Banská Štiavnica – 1993
- Bardejov – 2000
- Drevené kostoly v Slovenskej časti Karpatského oblúka – 2008
- Levoča – 2009⁹⁷

Služby v okolí týchto objektov alebo priamo v nich sú často spájané s animáciou. Dôležité je, aby sa tieto zariadenia prispôbili požiadavkám dopytu návštevníkov v cestovnom ruchu a poskytovali aj iné služby, napríklad predaj spomienkových predmetov alebo služby s občerstvením. Pre prilákanie zahraničných turistov by mala byť možnosť v týchto objektoch sprevádzania aj v cudzích jazykoch. Dynamickú zložku ponuky v tejto oblasti tvoria na Slovensku aj organizované podujatia, ktorými sú najmä folklórne slávnosti, jarmoky, oslavy a výročia miest alebo obcí. Dôležitým však aj naďalej ostáva, aby turisti a záujemcovia o tieto atraktivity získavali včas a kvalitné informácie.

⁹⁷ Slovakiatravels. Pamiatky UNESCO 2010 [online]. [cit. 2016-3-3]. Dostupné z: <http://www.slovakiatravels.com/sk/co-vidiet/pamiatky-unesco.html>

4.3.2 Gastronómia a vínne cesty

Zaujímavé pre zahraničných turistov môže byť aj zoznámenie sa so slovenskou gastronómiou, ktorá je v mnohých smeroch unikátna. V mnohých prípadoch môže byť práve gastronómia dôvodom k cestovaniu, pretože ide o zážitky, ktoré tvoria autenticitu zájazdu. Slovenská republika je známa svojou tradičnou kuchyňou, ktorá je typická bravčovým a jahňacím mäsom, múkou, zemiakmi, kapustou a mliečnymi výrobkami ako sú syry, žinčica a bryndza. Najsympatickejšie a najatraktívnejšie stravovacie zariadenia SR pre mnohých návštevníkov sú slovenské drevené koliby, kde už pri vchode turisti spoznajú niektoré znaky slovenskej kultúry. Jedlo sa zvyčajne podáva na tradičných drevených tanieroch, personál je oblečený v kroji, miestnosti sú vyzdobené predmetmi napríklad valaškami, tkanými kobercami alebo hudobnými nástrojmi. K vytvoreniu dych berúcej atmosféry prispieva aj folklórna hudba, ktorá je v niektorých dňoch aj naživo. Slovenským národným jedlom sú bryndzové halušky so slaninou. Dôležitou súčasťou a známou atraktivitou Slovenska sú aj vínne cesty. Myšlienka založenia vinnej cesty ako marketingového produktu cestovného ruchu vznikla na Slovensku už začiatkami deväťdesiatych rokov. V súčasnosti funguje spolupráca medzi podnikateľmi a samosprávou s cieľom posilniť spoločenský a hospodársky význam vinohradníckej a vinárskej výroby. Ich cieľom je prispieť k ekonomickému rozvoju regiónu cestou vidieckej turistiky a agroturistiky. Mnohí vinohradníci tak majú priestor ponúkať svoje produkty priamo turistom a prispievať tak ku kladnému zážitku zo zájazdu v konkrétnej destinácii. Do vinnej turistiky sa na Slovensku momentálne aktívne zapája 7 regiónov. Sú nimi: Bratislavský región, Záhorský región, Dolnopovažský región, Nitriansky región, Hornonitriansky región, Ipeľský región a Dolnozemplínsky región. Najznámejšími vínnymi cestami, ktoré tak často absolvujú aj zahraniční turisti sú: Malokarpatská vínna cesta, vínna cesta Záhorie, Kameninská vínna cesta, Nitrianska kráľovská vínna cesta, Modrokamenská vínna cesta a Tokajská vínna cesta.⁹⁸

Význam gastronómie je stále väčší a preto by malo byť v záujme všetkých zúčastnených strán vytvárať a poskytovať čo najkvalitnejšie zážitky. Pozitívne gastronomické zážitky posilňujú celkový dojem z navštíveného miesta. Aj napriek

⁹⁸ Organizácia rozvoja vidieckej turistiky. ŠEVČÍK, M. 2010. Podstata a funkcia CR [online]. Dostupné z: <http://www.tik.sk/projekty/vidiecky-turizmus-a-agroturizmus/ikolo/zaklady-rozvoja-cestovneho-ruchu/>

krátkej histórii vínnej turistiky sa na Slovensku vytvára v rámci agroturistiky a vidieckej turistiky celkom zaujímavý produkt cestovného ruchu. Na vidieku a v jeho oblastiach vytvára pracovné príležitosti a slúži ako významný predpoklad rozvoja cestovného ruchu.

4.4 Infraštruktúra v cestovnom ruchu Slovenska

Momentálna situácia v podnikateľskej sfére cestovného ruchu na Slovensku poskytuje rozvinuté konkurenčné prostredie najmä v malých a ekonomicky slabších podnikoch, ktoré poskytujú predovšetkým ubytovacie a stravovacie služby. Na trhu sa momentálne nenachádzajú spoločnosti, ktoré by plnili úlohu trhového vodcu v oblasti kvality, inovácií a imidžu.

Ako bolo už v predošlých kapitolách spomenuté, problémom slovenských hotelov je ich slabá celoročná vyťaženosť, ktorá sa pohybuje každý rok na hranici 30 %, zatiaľ čo vyťaženosť ubytovacích zariadení kúpeľníctva dosahuje až 70 %.⁹⁹

Je však treba podotknúť, že za posledné roky sa kvalita hotelov zvyšuje, a to hlavne vďaka veľkým investíciám zahraničných investorov. Domáci dopyt návštevníkov sa za posledné roky posúva k ubytovacím zariadeniam nižšej kategórii. Vyplýva to predovšetkým z nízkych platov. U zahraničných návštevníkov sa v posledných rokoch tento trend mení a nakupujú aj služby na vyššej úrovni. V roku 2014 poskytovalo ubytovanie na Slovensku 3318 zariadení. Celkovo bolo k dispozícii 61 104 izieb.

Podľa každoročne zostavovaného rebríčku týždenníka Trend Top hotely už druhý rok po sebe obhájil toto ocenenie Grand Hotel Kempinski High Tatras. Ocenenie tejto kvality sa udeľuje podľa viacerých kritérií. Hlavnými sú pomer ceny a kvality, zariadenia a servisu. V prvej päťke Trend Top Hotelov za rok 2015 sa taj umiestnili nasledujúce:

1. Grand Hotel Kempinski High Tatras – 18,5 bodov z 20
2. Grand Hotel River Park, Bratislava – 18,5 bodov z 20
3. Wellness Hotel Chopok, Demänovská dolina – 18 bodov z 20
4. Hotel Partizán v Bystrej, Tále – 17,5 bodov z 20
5. Kaskády Hotel a Spa Resort, Sliač – 17,5 bodov z 20¹⁰⁰

⁹⁹ SACR. Kúpeľný cestovný ruch 2005 – 2014 [online]. [cit. 2016-3-3]. Dostupné z: <http://www.sacr.sk/odborna-verejnost/analyzy-a-statistiky/statistiky/>

¹⁰⁰ TREND. Top Hotely 2015 [online]. 2015 [cit. 2016-3-3] Dostupné z: <http://restauracie.etrend.sk/hodnotenie-hotelov.html>

Okrem hodnotenia hotelových zariadení sa zostavuje každoročne aj rebríček TOP reštaurácií na Slovensku. Za minulé roky bola v hodnotení týchto zariadení spravená podstatná zmena a namiesto 200 bodovej stupnice sa začala používať 20 bodová. Hlavnými faktormi hodnotenia sú dôraz na kvalitu jedla, kvalita servisu, prostredie a pomer ceny a kvality. Treba podotknúť že sa sprísnilo aj kritéria udeľovania hviezdíčiek. Top reštauráciami za rok 2015, ktoré sú svojou kvalitou prínosom pre rozvoj cestovného ruchu sa stali nasledujúce:

1. Fou Zoo, Bratislava – 18,5 bodov z 20
2. Afroditá, Čereňany – 18,5 bodov z 20
3. Albrecht Restaurant, Bratislava – 18 bodov z 20
4. Culinarium Restaurant, Vysoké Tatry – 18 bodov z 20
5. Gašperov mlyn, Batizovce – 18 bodov z 20¹⁰¹

4.5 SWOT analýza cestovného ruchu Slovenska

SWOT analýza je univerzálny nástroj, ktorý na základe zhodnotenia vnútorných a vonkajších faktorov dokáže ovplyvniť úspešnosť a fungovanie organizácie alebo iného subjektu. V rámci vonkajšieho prostredia analyzuje hrozby a príležitosti a v rámci vnútorného prostredia silné a slabé stránky.

Táto analýza bola spracovaná na základe osobných skúseností autora práce z pohľadu aktívneho účastníka cestovného ruchu na Slovensku. Cenné informácie boli získané aj z odpovedí dotazníkového výskumu, ktorý bol vyhotovený práve pre účely tejto diplomovej práce. Z dôvodu úplného obsiahnutia všetkých sfér vplyvajúcich na cestovný ruch, boli použité aj informácie z marketingovej stratégie SACR pre roky 2014 až 2016.

¹⁰¹ TREND. Top Reštaurácie 2015 [online]. 2015 [cit. 2016-3-3] Dostupné z: estauracie.etrend.sk/hodnotenie-restauracii.html

4.5.1 Silné stránky

- Podmienky v rámci primárnej ponuky sú vhodné na rozvoj celoročného cestovného ruchu.
- Ekologické a čisté prírodné prostredie.
- Výhodná geografická poloha, krátke vzdialenosti v rámci primárnych trhových zdrojov.
- Členský štát EÚ.
- Vyhovujúce klimatické podmienky, striedanie 4 ročných období.
- Jedinečné predpoklady pre kúpeľný cestovný ruch
- Priaznivá cenová úroveň služieb pre zahraničných návštevníkov.
- Dostatočná hustota automobilových a diaľničných sietí.
- Zvyšujúca sa kvalita propagácie Slovenska ako cieľovej destinácie.
- Množstvo prírodných atraktivít a bohaté kultúrne dedičstvo UNESCO.
- Jedinečný folklór, rozmanité zvyky a tradície, nenapodobiteľné ľudové umenie.
- Hustá sieť kvalitne vyznačených turistických a cykloturistických trás
- Unikátna národná gastronómia a tradícia vinárstva.
- Výskyt mnohých endemických druhov fauny a flóry.
- Všeobecná vzdelanosť a úroveň obyvateľstva.

4.5.2 Slabé stránky

- Image destinácie, ktorá ponúka lacnejšie a menej kvalitné služby.
- Vysoké rozdiely v kvalite poskytovaných služieb v mestách a regiónoch (nepomer ceny a kvality).
- Nižšia úroveň kvality u niektorých ubytovacích a stravovacích zariadení.
- Nekvalitná infraštruktúra a nízka úroveň dopravných služieb v krajine (železnice, autobusová doprava).
- Zastaraná alebo chýbajúca infraštruktúra v rámci cestovného ruchu.
- Odchod kvalifikovanej pracovnej sily do zahraničia.

- Nízka kvalifikácia pracovníkov v službách cestovného ruchu (slabá jazyková a odborná vybavenosť personálu).
- Vysoký podiel jednodňových a tranzitných návštevníkov.
- Nízka obsadenosť ubytovacích zariadení.
- Absencia siete turisticko-informačných zariadení a miestnych regionálnych združení
- Obmedzená kvalita doplnkových služieb cestovného ruchu.
- Slabá kúpna sila domácich obyvateľov krajiny.
- Nedostatočná starostlivosť o kultúrne dedičstvo.
- Slabá alebo žiadna prezentácia Slovenska v zahraničí.
- Šedá ekonomika (existencia odchýlok v štatistikách v oblasti cestovného ruchu).
- Nedostatok profesionálneho managementu.

4.5.3 Príležitosti

- Budovanie značky a image Slovenska ako turistickej destinácie na medzinárodnom trhu cestovného ruchu.
- Dlhodobá aktívna spolupráca krajín V4 v rámci marketingovej propagácie na tretích trhoch.
- Možnosti využívania podporných programov Európskej únie.
- Vybudovanie nových a kvalitných automobilových a diaľničných sietí.
- Rastúca podpora trvalo udržateľného rozvoja cestovného ruchu.
- Využívanie internetu ako informačného kanála v rámci cestovného ruchu.
- Geografická diverzifikácia krajiny (využitie celého územia).
- Rozvoj kongresovej a incentívnej turistiky.
- Zlepšujúca sa spolupráca medzi súkromným a verejným sektorom.
- Stabilná politická a spoločenská situácia.
- Hustá sieť frekventovaných ciest prvej a druhej triedy.
- Vzdelávanie zamestnancov v oblasti cestovného ruchu, zvyšovanie jazykovej vybavenosti.

4.5.4 Hrozby

- Rast konkurencie na medzinárodnom trhu cestovného ruchu.
- Zmena preferencií turistov v prospech iných destinácií.
- Nepripravenosť a neexistencia plánov rozvoja CR v regiónoch a mestách s menším významom v odvetví CR
- Oslabenie mien krajín mimo Eurozóny voči euru (Česko, Poľsko, Maďarsko).
- Pokles záujmu turistov o dlhodobé pobyty a zájazdy.
- Pokles spotrebných výdavkov domáceho obyvateľstva a tým aj dopytu v rámci domáceho cestovného ruchu.
- Vysoká nezamestnanosť.
- Podceňovanie ľudského faktoru a profesionálnej prípravy zamestnancov zariadení CR.
- Klimatické zmeny nepriaznivo vplyvajú na prostredie cestovného ruchu (sezónnosť v zimnom ročnom období).
- Nekvalitný mechanizmus využívania Európskych fondov.
- Obmedzené rozpočty marketingových organizácií v oblasti cestovného ruchu.
- Prírodné pohromy.
- Korupcia a nízka vymožitelnosť práva.
- Obmedzujúce a prísne právne normy pre podnikateľov.

4.6 Zhrnutie potenciálu cestovného ruchu

Slovenská republika patrí medzi zaujímavé krajiny s rozvinutou infraštruktúrou a významným potenciálom pre rozvoj cestovného ruchu vo väčšine regiónov. Krajina disponuje širokými možnosťami rozvoja cestovného ruchu. Poloha krajiny je z geografického hľadiska výhodnou v mnohých smeroch. Tým, že regióny s medzinárodným významom sú umiestnené v rôznych kútoch Slovenska, turisti, ktorí cestujú do týchto preferovaných oblastí sa často ocitnú aj na miestach, ktorých význam

nie je na medzinárodnej úrovni, hoci ich atraktivita majú vysoký potenciál v rámci CR Slovenska. Raritou je poloha hlavného mesta Bratislava, ktorej úsek katastrálnych hraníc je zároveň štátnou hranicou. Je centrom najdynamickejšie sa rozvíjajúceho regiónu v strednej Európe a jednou z najmladších európskych metropol, čo je pozitívnym faktorom v mnohých smeroch odvetvia cestovného ruchu.

Prírodné podmienky krajiny sú priaznivé pre rozvoj cestovného ruchu vo všetkých oblastiach. Správnymi predpokladmi pre ďalší rozvoj sú nepochybne mierne podnebie a členitosť terénu, ktoré sa dajú využiť celoročne, čo vyplýva aj z jednotlivých odpovedí respondentov v dotazníkovom výskume. Letný a zimný cestovný ruch preto poskytujú širokú paletu atraktivít aj pre tých najnáročnejších turistov. Okrem dominantných pohorí a mnohých termálnych prameňov by sa mal klásť vyšší význam aj na mnohé krasové atraktivita, ktorými sú najmä jaskyne Slovenska.

Na území Slovenska sa nachádza mnoho unikátnych historických a kultúrnych atraktivít, ktoré spolu s medzinárodnými festivalmi vytvárajú pomerne veľký, avšak málo využívaný potenciál. Hlavnými prekážkami sú predovšetkým stavebno-technické stavy týchto pamiatok. Ďalšou prekážkou je aj nedostatočná propagácia týchto pamiatok a podujatí doma a v zahraničí.

Pozitívne vplýva na rozvoj cestovného ruchu aj gastronómia a vína turistika, ktorá sa považuje za jednu z najkvalitnejších v stredoeurópskom regióne. Ich predpoklady na rozvoj v cestovnom ruchu by sa tak do budúcnosti nemali brať na ľahkú váhu.

V konečnom dôsledku je stav cestovného ruchu na Slovensku len odrazom dlhodobého systémového nezájmu o jeho rozvoj, podporu a nedostatočnú propagáciu Slovenska v zahraničí. Aj napriek tomu, že sa aktívne podieľa na tvorbe HDP v krajine a tvorbe zamestnanosti, v jeho prostredí absentujú efektívne nástroje a prostriedky na jeho podporu. Inšpiráciou pre všetky subjekty, či už v súkromnom alebo verejnom sektore by mali byť všetky krajiny, ktorým sa v tomto odvetví darí lepšie ako u nás. Prioritou by však mala aj naďalej ostať aktívna propagácia Slovenska ako cieľovej destinácie nielen u tradičných zahraničných návštevníkov ale aj na iných trhoch. Je treba si uvedomiť, že na propagáciu krajiny je potrebné zabezpečiť dlhodobé financovanie subjektov, ktoré by ju aktívne vykonávali.

Záver

Diplomová práca sa zaoberala analýzou cestovného ruchu Slovenska z dvoch rôznych uhlov pohľadu. Prvým, bolo zhodnotenie ekonomických aspektov cestovného ruchu a ich štatistický prehľad za posledné roky. Druhým uhlom pohľadu bolo zase zanalyzovanie hlavných faktorov, predpokladov a atraktivít, ktoré tvoria potenciál tohto odvetvia na Slovensku.

Cestovný ruch zasahuje do viacerých odvetví národného hospodárstva. Aktuálna situácia na trhu slovenského cestovného ruchu bola priblížená rozborom ekonomických a neekonomických štatistických údajov, ktoré poskytli pohľad ako aktuálne vplyva toto odvetvie na hospodárstvo celej krajiny. Zistilo sa, že aj napriek veľkému potenciálu aký je v rámci Slovenska k dispozícii, toto odvetvie nie je plne využité. V roku 2014 bol podiel cestovného ruchu na HDP krajiny len 2,6 % a devízové príjmy predstavovali celkovo 1940,6 miliónov €. Nelichotivou štatistikou je aj pokles zahraničných a domácich turistov v ubytovacích zariadeniach Slovenska. V priebehu rokov 2013 a 2014 bol zaznamenaný pokles až o 320 000 ubytovaných a vyťaženosť slovenských hotelov tak patrí k tým najnižším v Európe.

Druhá hlavná zložka práce sa zaoberá analýzou potenciálu cestovného ruchu Slovenska. Na jej základe je treba vyzdvihnúť primárnu ponuku a jej viaceré prírodné a kultúrno-historické atraktivity. Mnohé z nich sú predpokladom pre rozvoj a zatraktívnenie krajiny na medzinárodnom trhu. Atraktivity sú nepravidelne rozmiestnené po celom území. Medzi tie najvýznamnejšie patria národné parky, chránené krajinné oblasti a jaskyne, z ktorých je 6 zapísaných do svetového prírodného dedičstva. Približne 60 % územia tvoria horské oblasti. Na ich území sa nachádzajú desiatky lyžiarskych stredísk, ktoré každoročne zvyšujú úroveň poskytovaných služieb a vybavenosť. V lete je k dispozícii vyše 10tisíc kilometrov vyznačených cyklotrás a viac ako 14 tisíc kilometrov turistických trás. Územie Slovenska je bohaté aj na minerálne a termálne pramene, k dispozícii je až 25 kúpeľných miest. Tieto danosti indikujú predpoklady pre rozvoj mnohých aktivít v letnom a zimnom období. Sú predpokladmi pre rozvoj vidieckeho, kúpeľného, zimného a letného cestovného ruchu. Predpokladom pre rozvoj kultúrneho a mestského cestovného ruchu je bohatá história a kultúra. K dispozícii je 7 pamiatok zapísaných do svetového zoznamu dedičstva UNESCO,

mnohé hrady, zámky, kaštiele a množstvo zaujímavých kultúrnych a folklórnych podujatí.

Dotazníkový prieskum a SWOT analýza poskytli pohľad na priaznivé, ale aj nepriaznivé faktory rozvoja cestovného ruchu. Najviac rezonujúcimi faktormi a slabými stránkami tohto odvetvia sú najmä slabá propagácia a marketing krajiny ako v zahraničí tak aj na domácom trhu. Nedostatočná kvalita infraštruktúry CR a slabá úroveň kvality poskytovaných služieb v ubytovacích zariadeniach, ktoré sú vnímané aj domácim a aj zahraničnými návštevníkmi. Badateľné sú aj vysoké rozdiely v poskytovaných službách v mestách a regiónoch v spojitosti s poskytovanou kvalitou a cenou. Rizikami sa javia aj nízka kvalifikácia pracovníkov v službách cestovného ruchu a nedostatočný záujem zainteresovaných rezortov a subjektov o väčšiu podporu odvetvia cestovného ruchu.

Medzi pozitívne faktory patrí najmä primárna ponuka atraktivít cestovného ruchu, ktorá je vhodná na rozvoj celoročného turizmu. Pozitívom je aj zvyšujúca sa aktivita slovenskej agentúry cestovného ruchu a budovanie značky a image Slovenska ako turistickej destinácie na medzinárodnom trhu. Priaznivou je aj dlhoročná spolupráca krajín V4 v rámci marketingovej propagácie na tretích trhoch. SACR by aj naďalej mala využívať internet ako informačný kanál v rámci cestovného ruchu, pretože z výskumov vyšlo, že až okolo 70 % ľudí si svoje dovolenky vyberá tam.

Kľúčovým prvkom do budúcnosti je neustála aktívna propagácia krajiny v tradičných zdrojových trhoch, ale aj v ostatných krajinách. Pre jej dosiahnutie je potrebné zabezpečiť dlhodobé financovanie subjektov, ktoré by ju aktívne vykonávali. Financovanie a investície sú predpokladom k dlhodobému a udržateľnému rozvoju tohto odvetvia na Slovensku. Vytváranie konkurencie schopných produktov a marketingových aktivít sa nezaobíde bez aktívneho zapojenia profesionálov a odborníkov pôsobiacich v cestovnom ruchu.

Zoznam použitej literatúry a iných zdrojov

Monografie

FRANCOVÁ E. *Cestovní ruch*. 1. vydanie. Olomouc: Ediční řada – Skripta, 2003. ISBN 80-244-0719-1.

GÚČIK M. *Manažment regionálneho cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Dali – BB, 2007. ISBN 80-967649-1-8.

GUČÍK, M. *Cestovný ruch úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, s.r.o. 2010. ISBN 978-80-89090-80-8.

HESKOVÁ M, a kol. *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.

KASPAR C. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Trian, 1995. ISBN 80-901166-5-5.

Kolektív autorov. *Průmysl cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : MMR ČR a MPSV ČR, 2008. ISBN 978-80-87147-06-1.

KOTLER P. *Modrení marketing*. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.

MICHALOVÁ V. *Služby a cestovný ruch*. 1. vydanie. Bratislava: SPRINT, 1999. ISBN 80-88848-51-2.

ORIEŠKA J. *Služby v cestovnom ruchu*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, 2011, ISBN 978-80-89090-93-8.

PALÁTKOVÁ M., ZICHOVÁ J. *Ekonomika turizmu*. Praha: GRADA Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5

PALÁTKOVÁ, M. *Medzinárodní cestovní ruch*. Praha: GRADA Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.

PÁSKOVÁ M., ZELENKA J. *Cestovní ruch výkladový slovník*. Česká republika, Ministerstvo pro místní rozvoj.

PETRU Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2. upravené vydanie. Praha: IDEA SERVIS, 2007. ISBN 978-80-85970-55-5.

PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: IDEA Servis, 2007. ISBN 978-80-85970-55-5

PLESNÍK P. *Vymedzenie a ocenenie regiónov cestovného ruchu*. Bratislava: Ekonóm, 2008. ISBN 978-80-225-2476-6.

Časopis, *Krasové územia a jaskyne Slovenska*. Košice: UPJŠVK. 2008. s.5. ISSN 1337-6748

Internetové zdroje

ČSÚ. Hrubý domácí produkt [online]. 2015. [cit. 2016-1-15]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/hruby_domaci_produk_t_-hdp-

Discover Central Europe. About European Quarter [online]. 2010 [cit. 2016-16-2] Dostupné z: <http://www.discover-ce.eu/about-european-quartet/>

EK. Regionálna politika cestovného ruchu [online] 2014. [cit. 2016-10.2]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/regional_policy/sk/policy/themes/tourism/

ETOA. European tourism in trends [online]. 2011 [cit. 2016-28-2] Dostupné z: <http://www.etoa.org/media/all-news/news-item/european-tourism-in-2011---trends-prospects>

EUROEKONOM. Svetová ekonomika. [online]. 2016 [cit. 2015-12-15]. Dostupné z: <http://www.euroekonom.sk/download2/svetova-ekonomika/Svetova-ekonomika.pdf>

EP. Informačné listy o Európskej Únii [online]. 2015 [cit. 2016-1-4]. Dostupné z: http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/sk/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.6.13.html

EUROSTAT. Štatistika cestovného ruchu [online]. 2014 [cit. 2016-1-4]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/statistics-illustrated>

EXPO SLOVAKIA. Slovensko [online]. 2015 [cit. 2016-28-2] Dostupné z: <http://www.exposlovakia2015.sk/slovensko/>

Google Press Slovensko. Slovensko v street view [online]. 2015 [cit. 2016-28-2] Dostupné z: <http://googlepresssk.blogspot.cz/2015/06/google-sprístupnuje-dalsie-krasy.html>

KOREC, P. Geovedy pre každého [online]. 2012 Bratislava. UKVB. [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://www.fyzickageografia.sk/geovedy/texty/korec.pdf>

MANAGEMENT MANIA. Ponuka v ekonómii [online]. 2015 [cit. 2015-12-28]. Dostupné z: <https://managementmania.com/sk/ponuka-v-ekonomii>

MANAGEMENT MANIA. Produkt [online]. 2015 [cit. 2015-12-28]. Dostupné z: <https://managementmania.com/sk/produkt>

Mapanarodneparky. Mapa [online]. 2016 [cit. 2016-2-3]. Dostupné z: <http://www.mapanarodneparky.sk/sk>

MDVRR. Aktívny cestovný ruch [online]. 2015 [cit. 2016-16-2] Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=162906>

MDVRR. Regióny cestovného ruchu [online]. 2015 [cit. 2016-28-2]. Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=102653>

MDVRR. Satelitný účet cestovného ruchu [online]. 2015 [cit. 2016-1-4]. Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=174852>

MDVRR. Satelitný účet cestovného ruchu [online]. 2015 [cit. 2016-1-15]. Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=159221>

MDVRR. Satelitný účet cestovného ruchu [online]. 2015. [cit. 2016-1-15]. Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=171849>

MDVRR. Štatistika UNWTO [online]. 2015 [cit. 2016-1-20]. Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=106930>

MDVRR. Regionalizácia cestovného ruchu na Slovensku [online]. 2015 [cit. 2016-28-2]. Dostupné z: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=102432>

MŽP. Štátna ochrana prírody [online]. 2016 [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: http://www.minzp.sk/files/dokumenty/materialy-a-dokumenty/vyroczne-spravy-a-verejne-odpocety/vyroczne-spravy/2014/vyrspr_2014.pdf

NPMF. Prírodné pomery [online]. 2013 [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://www.npmalafatra.sk/uzemie/prirodne-pomery/>

NPMP. Prírodné pomery [online]. 2009 [cit. 2016-2-3]. Dostupné z: <http://www.npmp.sk/obsah/geograficke-vymedzenie>

Ocean Health Index. Travel and Tourism Index [online]. 2011 [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://www.oceanhealthindex.org/methodology/components/tourism-competitiveness-index-tci>

PIENAP. Príroda a využitie prostredia [online]. 2008 [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://www.pienap.sk/>

Rozvoj vidieckej turistiky. Vinné cesty Slovenska [online]. 2010 [cit. 2016-3-3]. Dostupné z: <http://www.tik.sk/region/spravodajstvo-z-regionu/rok-2010/vinne-cesty-na-slovensku/>

SACR. Kúpeľný cestovný ruch 2005 – 2014 [online]. 2014 [cit. 2016-3-3]. Dostupné z: <http://www.sacr.sk/odborna-verejnost/analyzy-a-statistiky/statistiky/>

SACR. Marketingová stratégia [online]. 2016. [cit. 2016-15-2]. Dostupné z: <http://www.sacr.sk/media-a-servis-pre-novinarov/analyzy-a-statistiky/marketingova-strategia/>

SACR. O nás [online]. 2016 [cit. 2016-1-2]. Dostupné z: <http://www.sacr.sk/sacr/o-nas/o-nas/>

SACR. Slovenské prírodné liečivé kúpele [online]. 2014 [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: http://www.dennikrelax.sk/files/Kupele_SJ_05-12.pdf

SHMU. Klimatické pomery Slovenska 2016 [online]. [cit. 2016-29-2]. Dostupné z: <http://www.shmu.sk/sk/?page=1064>

SHMU. Teplota vzduchu 2016 [online]. [cit. 2016-29-2]. Dostupné z: <http://www.shmu.sk/sk/?page=1783>

Slovakia.travel. Aquaparky a termálne kúpaliská [online]. 2015 [cit 2016-1-3]. Dostupné z: <http://slovakia.travel/co-vidiet-a-robit/relax-a-zabava/aquaparky-a-termalne-kupaliska>

Slovakia.travel. Hory. [online]. 2016 [cit. 2016-29-2]. Dostupné z: <http://slovakia.travel/co-vidiet-a-robit/priroda-a-krajina/hory>

Slovakia.travel. Národný park Nízke Tatry [online]. 2014 [cit 2016-1-3]. Dostupné z: <http://slovakia.travel/narodny-park-nizke-tatry>

Slovakia.travel. O portáli [online]. 2016 [cit. 2016-4-2]. Dostupné z: <http://slovakia.travel/o-portali>

Slovakia.travel. Unikátne Slovensko [online]. 2016 [cit. 2016-5-2]. Dostupné z: <http://slovakia.travel/o-slovensku/unikatne-slovensko>

SlovakiaSite. Pohoria Slovenska 2016 [online]. [cit. 2016-29-2]. Dostupné z: <http://www.slovakiasite.com/sk/pohoria.php>

SlovakiaTravels. Pamiatky UNESCO [online]. 2010 [cit. 2016-3-3]. Dostupné z: <http://www.slovakiatravels.com/sk/co-vidiet/pamiatky-unesco.html>

SlovakiaTravels. Tatranský národný park [online]. 2010 [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://www.slovakiatravels.com/sk/co-vidiet/narodne-parky/tatransky-narodny-park-tanap.html>

Slovenský-kras-eu. NP Slovenský kras [online]. 2016 [cit. 2016-2-3]. Dostupné z: <http://www.slovensky-kras.eu/info/vseobecne-informacie/>

Slovenskýraj. Poloha a popis [online]. 2014 [cit. 2016-2-3]. Dostupné z: <http://www.slovenskyraj.eu/poloha-a-popis>

Sopsr. Národný park Poloniny [online]. 2010 [cit. 2016-2-3]. Dostupné z: <http://www.sopsr.sk/nppoloniny/sk/uvod.php>

Sopsr. Veľká Fatra [online]. 2016 [cit. 2016-2-3]. Dostupné z: http://www.sopsr.sk/velkafatraweb/sk/sprava_np.php

SSJ. Návštevnosť jaskýň [online]. 2016 [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://www.ssj.sk/sk/navstevnost-jaskyn>

SSJ. Svetové prírodné dedičstvo [online]. 2016 [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://www.ssj.sk/sk/svetove-dedicstvo>

ŠEVČÍK, M. Organizácia rozvoja vidieckej turistiky. [online]. 2010 Dostupné z: <http://www.tik.sk/projekty/vidiecky-turizmus-a-agroturizmus/ikolo/zaklady-rozvoja-cestovneho-ruchu/>

Štátne lesy TANAP. Časopis tatry. [online]. 2016 [cit. 2016-29-2]. Dostupné z: <http://www.lesytanap.sk/sk/casopis-tatry/archiv/2016/>

UNWTO. Understanding Tourism: Basic Glossary. [online]. 2015 [cit. 2015-11-16]. Dostupné z: <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>

UNWTO. Who we are [online]. 2010 [cit. 2015-12-15]. Dostupné z: <http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0>

World Economic Forum. Travel and Tourism Competitiveness Report [online]. 2015 [cit. 2016-1-3]. Dostupné z: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/index-results-the-travel-tourism-competitiveness-index-ranking-2015/>

WTTC. Economic country reports [online]. 2015 [cit. 2016-1-20] Dostupné z: <http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/country-reports/>

WTTC. Regional reports [online]. 2015 [cit. 2016-1-20]. Dostupné z: <http://www.wttc.org/research/economic-research/benchmark-reports/regional-results/>

ZCRSR. Slovenský cestovný ruch vo vynikajúcej kondícii [online] 2015. [cit. 2016-15-2]. Dostupné z: <http://www.zcrsr.sk/slovensky-cestovny-ruch-vo-vynikajucej-kondicii/>

Zoznam použitých skratiek

CA	cestovná agentúra
CK	cestovná kancelária
CR	cestovný ruch
HDP	Hrubý domáci produkt
IRTS	International Recommendations for Tourism Statistics (Medzinárodné odporúčenie pre štatistiku turizmu)
MDVVR	Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja
MMR ČR	Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky
MPSV ČR	Ministerstvo práce a sociálních věcí České republiky
NAPANT	Národný park Nízke Tatry
NPMF	Národný park Malá Fatra
NPMP	Národný park Muránska planina
PIENAP	Pieninský národný park
SACR	Slovenská agentúra pre cestovný ruch
SHMU	Slovenský hydrometeorologický ústav
SR	Slovenská republika
SSJ	Správa slovenský jaskýň
SWOT	analýza silných, slabých stránok, príležitostí a hrozieb
SZČO	samostatne zárobkovo činná osoba
TANAP	Tatranský národný park
TSA	Tourism Satellite Account (Satelitný účet cestovného ruchu)
TTCI	Travel and Tourism Competitive Index (Index konkurencieschopnosti krajín v oblasti cestovného ruchu)
UNWTO	Svetová organizácia cestovného ruchu
V4	Vyšehradská štvorka
WTO	World Trade Organisation (Svetová obchodná organizácia)
WTTC	World Travel and Tourism Council (Svetová rada pre cestovanie a turistiku)
ZCRSR	Zväz cestovného ruchu Slovenskej republiky
UNESCO	The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1: Etapy vývoja novodobého turizmu

Tabuľka 2: Štatistické ukazovatele cestovného ruchu na Slovensku

Tabuľka 3: Výdavky domácich a zahraničných turistov na vnútorný CR za roky 2010 – 2012

Tabuľka 4: TOP 15 zahraničných návštevníkov v ubytovacích zariadeniach 2014 1.-3.Q 2015

Tabuľka 5: Prírodné krásy a kultúrne pamiatky

Tabuľka 6: Zábava a oddych

Tabuľka 7: Priemerné mesačné teploty Slovenska v priebehu rokov 2010 – 2016

Tabuľka 8: TOP 5 krajín v rámci počtu návštevníkov a prenocovaní v kúpeľných zariadeniach

Tabuľka 9: Návštevnosť jednotlivých jaskýň za posledných 7 rokov

Zoznam grafov

Graf 1: Podiel odvetví na priamej pridanej hodnote CR podľa odvetví v roku 2012

Graf 2: Podiel pracovných miest zamestnancov v charakteristických odvetviach CR v roku 2012

Graf 3: Podiel pracovných miest podnikateľov v charakteristických odvetviach CR v roku 2012

Graf 4: Spotreba vnútorného cestovného ruchu podľa zložiek spotreby v roku 2012

Zoznam obrázkov

Obrázok 1: Regióny cestovného ruchu Slovenskej republiky

Obrázok 2: Mapa prírodných a liečivých kúpeľov Slovenska

Obrázok 3: Mapa národných parkov, chránených oblastí a lesov Slovenska

Zoznam schém

Schéma 1: Interakcie medzi ponukou a dopytom

Schéma 2: Index konkurencieschopnosti krajín v oblasti cestovného ruchu.

Zoznam príloh

Príloha A - Dotazník

Príloha A – Dotazník

Pre vyššiu výpovednú hodnotu práce bol vytvorený dotazník o dovolenkovom cestovnom ruchu na Slovensku. Celkový počet respondentov zo Slovenska bol 136. Počet respondentov nedosahuje vysokú hodnotu vzhľadom na počet obyvateľov Slovenskej republiky, no aj napriek tomu jeho odpovede poskytli mnoho cenných informácií, názorov a pohľadov na jeho momentálnu situáciu a boli využité aj vo SWOT analýze.

Cieľom dotazníku bolo zistiť v akej miere respondenti participujú na cestovnom ruchu a do akej miery sú spokojní s poskytovanými službami. Dotazníkový prieskum sa uskutočnil v období mesiacov od decembra 2015 do februára 2016.

Dobrý deň,

venujte mi prosím niekoľko minút svojho času na vyplnenie nasledujúceho dotazníka, ktorého výsledky použijem ako materiál k diplomovej práci.

1. Otázka: Aká je vaša veková kategória?

- a) Do 26 rokov
- b) Od 27 – 39 rokov
- c) Od 40 – 60 rokov
- d) 60 rokov a vyššie

2. Otázka: Aká je vaša profesia?

- a) Študent
- b) Nezamestnaný
- c) Zamestnaný
- d) Podnikateľ
- e) Dôchodca
- f) Iné

3. Otázka: Aký je Váš príjem ?

- a) Do 350 €
- b) Od 350 – 800 €
- c) Od 800 – 1200 €
- d) 1200 € a vyššie

- 4. Otázka: Koľko krát počas roka trávite dovolenku na Slovensku ?**
- a) Jedenkrát
 - b) Dvakrát
 - c) Trikrát a viac
 - d) Dovolenky trávim v zahraničí
- 5. Otázka: Koľko dní v priemere trvá Vaša dovolenka na Slovensku ?**
- a) 1 – 3 dni
 - b) 4 – 7 dní
 - c) 8 – 14 dní
 - d) 15 a viac dní
- 6. Otázka: Koľko v priemere miniete počas dovolenky na Slovensku?**
- a) 0 – 50 €
 - b) 50 – 100 €
 - c) 100 – 200 €
 - d) 200 € a viac
- 7. Otázka: V ktorom ročnom období trávite najradšej dovolenku na Slovensku?**
- a) Jar
 - b) Leto
 - c) Jeseň
 - d) Zima
- 8. Otázka: Ktoré ubytovacie zariadenia v rámci CR využívate najviac?**
- a) Hotely
 - b) Penzióny
 - c) Turistické ubytovne
 - d) Chatové osady
 - e) Apartmány
 - f) Ostatné zariadenia
- 9. Otázka: Čo najviac ovplyvňuje Vaše rozhodnutie stráviť dovolenku na Slovensku?**
- a) Cena
 - b) Kvalita

- c) Dostupnosť a doprava
- d) Bezpečnosť
- e) Iné

10. Otázka: Odkiaľ získavate informácie pri plánovaní a výbere Vašej dovolenky na Slovensku ?

- a) Internet
- b) Odporúčenie od známych
- c) Tlač
- d) Televízia
- e) Rozhlas
- f) Katalógy CK a CA
- g) Iné

11. Otázka: Preferovaný druh dovolenkového pobytu (možnosť vyplnenia viacerých odpovedí)

- a) Pobyt v horách v zime
- b) Pobyt v horách v lete
- c) Pobyt pri vode
- d) Poznávanie pamiatok a histórie miest
- e) Návšteva kultúrnych a športových podujatí
- f) Kúpele a wellness
- g) Pobyt na vidieku
- h) Gastronómia
- i) Iné

12. Otázka: Ste spokojný s infraštruktúrou Slovenska v rámci dostupnosti turistických atrakcií?

- a) Spokojný
- b) Skôr spokojný
- c) Skôr nespokojný
- d) Nespokojný

13. Ktoré služby v cestovnom ruchu na Slovensku by ste vylepšili?

- a) Stravovacie služby

- b) Ubytovacie služby
- c) Dopravné služby
- d) Informačné služby a služby CK a CA
- e) Iné

14. Ste spokojný s propagáciou Slovenska ako turistickou destináciou pre zahraničných turistov?

- a) Spokojný
- b) Skôr spokojný
- c) Skôr nespokojný
- d) Nespokojný

15. Viete ktorá agentúra zastrešuje propagáciu cestovného ruchu na Slovensku?

- a) Áno
- b) Nie

Ďakujem za Vašu ochotu a čas zodpovedať moje otázky.

Študent 2. ročníka Managementu cestovného ruchu UJAK v Prahe

Bibliografické údaje

Meno autora: Jakub Halás

Odbor: Management cestovného ruchu

Forma štúdia: Prezenčná

Názov práce: Ekonomické aspekty a potenciál cestovného ruchu Slovenska

Rok: 2016

Počet strán textu bez príloh: 80

Celkový počet strán príloh: 5

Počet titulov použitých zdrojov: 16

Počet internetových zdrojov: 54

Vedúci práce: Doc. Ing. Ilona Švihlíková Ph.D.