

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA**

Evidenčné číslo: 102004/I/2022/36122358762399236

**STRATÉGIA CESTOVNÉHO RUCHU VYBRANÉHO
SAMOSPRÁVNÉHO KRAJA V OBLASTI STIMULÁCIE
DOPYTU**

Diplomová práca

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA**

**STRATÉGIA CESTOVNÉHO RUCHU VYBRANÉHO
SAMOSPRAVNÉHO KRAJA V OBLASTI STIMULÁCIE
DOPYTU**

Diplomová práca

Študijný program: Manažment cestovného ruchu

Študijný odbor: Ekonómia a manažment

Vedúci práce: doc. RNDr. Pavol Plesník, PhD.

Školiace pracovisko: Katedra služieb a cestovného ruchu

Bratislava 2022

Bc. Bruno Oravec

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že záverečnú prácu som vypracoval samostatne, a že som uviedol všetku použitú literatúru.

Dátum:

.....

(podpis študenta)

Pod'akovanie

Chcel by som sa touto cestou pod'akovať vedúcemu mojej diplomovej práce doc. RNDr. Pavlovi Plesníkovi, PhD. za odborné vedenie, ochotu a cenné rady, ktoré mi poskytoval pri vypracovávaní diplomovej práce.

ABSTRAKT

ORAVEC, Bruno: *Stratégia cestovného ruchu vybraného samosprávneho kraja v oblasti stimulácie dopytu*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta, Katedra služieb a cestovného ruchu. – Vedúci záverečnej práce: doc. RNDr. Pavol Plesník, PhD. – Bratislava: OF EU, 2022, 66 s.

Diplomová práca sa zaoberá rozvojom cestovného ruchu vo vybranom regióne Slovenska, ktorým je Trenčiansky samosprávny kraj. Zanalyzovali sme súčasný stav a potenciál Trenčianskeho samosprávneho kraja, výsledkom čoho sme vytvorili SWOT analýzu celého regiónu, ktorá vstupuje do syntézy práce. Zrealizovali sme prieskum verejnej mienky, ktorého cieľom bolo zistiť názorové hladiny rezidentov na aktuálnu situáciu v cestovnom ruchu a jeho potenciálny rozvoj. Na základe všetkých vykonaných aktivít sme mohli pristúpiť k naplneniu cieľa záverečnej práce, ktorým je vytvorenie súboru odporúčaní pre zlepšenie rozvoja cestovného ruchu v Trenčianskom samosprávnom kraji. Výsledky diplomovej práce môžu byť v krátkodobom horizonte zavedené do praxe.

Kľúčové slová:

stratégia cestovného ruchu, samosprávny kraj, dopyt na trhu cestovného ruchu, destinácia, destinačný manažment, krajské organizácie cestovného ruchu

ABSTRACT

ORAVEC, Bruno: Tourism strategy of a selected self-governing region in the area of demand stimulation. – University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce, Department of services and tourism. – Thesis supervisor: Assoc. Prof. RNDr. Pavol Plesník, PhD. – Bratislava: EU OF, 2022, 66 p.

The diploma thesis deals with the development of tourism in a selected region of Slovakia, which is the Trenčín self-governing region. We analyzed the current state and potential of the Trenčín self-governing region, as a result of which we created a SWOT analysis of the entire region, which enters into the synthesis of work. We conducted a public opinion survey, the aim of which was to find out the opinion levels of residents on the current situation in tourism and its potential development. Based on all the activities performed, we were able to meet the goal of the final work, which is to create a set of recommendations for improving the development of tourism in the Trenčín self-governing region. The results of the diploma thesis can be put into practice in the short term.

Key words:

tourism strategy, self-governing region, demand on the tourism market, destination, destination management, regional tourism organization

Obsah

Úvod.....	12
1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí.....	14
1.1 Vymedzenie cestovného ruchu	14
1.1.1 Druhy a formy cestovného ruchu.....	15
1.1.2 Primárna ponuka	17
1.1.3 Sekundárna ponuka.....	17
1.2 Cestovný ruch v zahraničí.....	17
1.3 Cestovný ruch v Slovenskej republike.....	20
1.3.1 Riadiace úrovne cestovného ruchu	22
1.4 Verejná podpora politiky cestovného ruchu	23
1.5 Trendy v cestovnom ruchu.....	26
1.6 Regionálna politika a regionálny rozvoj v Slovenskej Republike	28
1.7 Regionálna analýza na strane ponuky.....	29
1.8 Regionálna analýza na strane dopytu.....	30
1.9 Marketing ako nástroj podpory regiónu.....	32
2 Cieľ práce	36
3 Metodika práce a metódy skúmania	37
4 Výsledky práce	38
4.1 Charakteristika Trenčianskeho samosprávneho kraja.....	38
4.1.1 Primárny prírodný potenciál	39
4.1.2 Primárny kultúrohistorický potenciál	40
4.1.3 Primárny potenciál – spoločenské podujatia.....	40
4.1.4 Technické pamiatky	41
4.1.5 Sekundárny potenciál.....	42
4.2 Analýza súčasného stavu Trenčianskeho samosprávneho kraja.....	43
4.3 Dotazníkový prieskum a jeho vyhodnotenie.....	48
4.4 SWOT analýza Trenčianskeho samosprávneho kraja.....	55
4.5 Návrh odporúčaní na stimuláciu dopytu	58
Záver	62
Zoznam použitej literatúry	63

Prílohy	66
----------------------	-----------

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1 Podiel priameho HDP CR na HDP ekonomiky (2013 - 2018).....	20
Tabuľka 2 Prijaté finančné podpory pre cestovný ruch v Slovenskej republike (2010 - 2018).....	21
Tabuľka 3 SWOT analýza TSK - vnútorné faktory.....	55
Tabuľka 4 SWOT analýza TSK - vonkajšie faktory.....	56

Zoznam grafov

Graf 1 Percentuálna zmena v príchode turistov za rok 2020 podľa kontinentov a za Svet.....	18
Graf 2 Percentuálny pokles v príjazdoch turistov vo svete podľa mesiacov v roku 2020.....	19
Graf 3 Počet lôžok v ubytovacích zariadeniach podľa krajov v rokoch 2010 – 2020.....	43
Graf 4 Počet prenocovaní v ubytovacích zariadeniach podľa krajov v rokoch 2010 – 2020.....	44
Graf 5 Počet ubytovacích zariadení v okresoch Trenčianskeho samosprávneho kraja za rok 2010 a roky 2017 – 2020.....	45
Graf 6 Počet návštevníkov v okresoch Trenčianskeho samosprávneho kraja za rok 2010 a roky 2017 – 2020.....	46
Graf 7 Porovnanie počtu domácich a zahraničných návštevníkov za mesiac august v rokoch 2017 – 2021.....	47
Graf 8 Dostalo sa Vám finančnej podpory na rozvoj vašej činnosti v oblasti cestovného ruchu, prostredníctvom dotácií? (výber jednej z možností).....	48
Graf 9 Aký máte názor na OOCR a KOCR v Trenčianskom samosprávnom kraji? Venujú dostatočnú pozornosť rozvoju cestovného ruchu v ňom? (Výber jednej z možností).....	49
Graf 10 V čom podľa Vás napreduje/zaostáva Trenčiansky samosprávny kraj, pokiaľ hovoríme o cestovnom ruchu? (môžete vybrať aj viac možností)...	50
Graf 11 Myslíte si, že sú dotácie na rozvoj cestovného ruchu správne rozdeľované? Venujú pozornosť tým subjektom, ktoré ich naozaj najviac potrebujú? (výber jednej z možností).....	51

Graf 12 Kde by ste sústredili finančnú podporu vy? Koho/čo by trebalo prioritne podporovať, aby sa tak pomohlo lepšiemu rozvoju cestovného ruchu v Trenčianskom samosprávnom kraji? (môžete vybrať aj viac možností).....	52
Graf 13 Ako hodnotíte dopad súčasnej pandemickej situácie na vašu činnosť? Ovplynla situácia dopyt respektíve počet návštevníkov/turistov u vás v porovnaní s predošlými rokmi? (výber jednej z možností)	53

Zoznam obrázkov

Obrázok 1 Zdroje v SWOT analýze	34
Obrázok 2 Umiestnenie Trenčianskeho samosprávneho kraja v rámci ostatných krajov v Slovenskej republike.....	38

Úvod

Cestovný ruch je dôležitým prispievateľom do národného hospodárstva pre viaceré krajiny Sveta. Jeho realizáciou krajiny zvyšujú hrubý domáci produkt. Vďaka cestovnému ruchu majú ľudia možnosť spoznávať nové krajiny, kultúru, tradície, či zvyky miestneho obyvateľstva. Pomáha tiež k zmieňovaniu rozdielov medzi regiónmi a vytvára nové pracovné príležitosti, čím celkovo podporuje zvyšovanie životnej úrovne v krajine.

V posledných rokoch rozvoj cestovného ruchu ako na Slovensku, tak aj po celom Svete ovplyvnila pandémia COVID – 19, ktorá so sebou priniesla viaceré výrazne zmeny v podobe striktných opatrení. Kríza spojená s touto pandémiou silno zasiahla cestovný ruch a cezhraničné cestovanie už nie je takou samozrejmou ako kedysi. Opatrenia sa v priebehu pandémie menia vzhľadom na aktuálnu situáciu a počet nakazených, avšak s výskytom nových mutácií vírusu stále do značnej miery ovplyvňujú cestovanie. Počas pandémie ľudia čelia viacerým zákazom ako aj povinne nariadeným karanténam, či testovaniu pri prekračovaní hraníc. Tieto fakty častokrát demotivujú ľudí k cestovaniu.

Pre budúcnosť je dôležité, aby cestovný ruch znova nabral na sile a zastúpil tak významne miesto pri podpore ekonomík krajín. V prípade skončenia súčasnej pandémie by ľudstvo opäť malo mať potrebu cestovať a spoznávať nové krajiny. K tomu, aby sa cestovný ruch mohol rozvíjať, je dôležité na ňom pracovať a prispievať k jeho rozvoju. Pomôcť v jeho rozvoji je súčasťou aj tejto diplomovej práce, kde sa bližšie zameriame na Slovenskú republiku a konkrétne na územie Trenčianskeho samosprávneho kraja.

Hlavným cieľom tejto diplomovej práce je vytvoriť súbor odporúčaní pre zlepšenie rozvoja cestovného ruchu v Trenčianskom samosprávnom kraji.

V teoretickej časti diplomovej práce prechádzame cez základné vymedzenie problematiky cestovného ruchu, priblíženie situácie v zahraničí a na Slovensku, verejnej politiky podpory cestovného ruchu, rozoberáme taktiež trendy, ktoré aktuálne v cestovnom ruchu dominujú, priestor dávame aj regionálnej politike a regionálnemu rozvoju cestovného ruchu na Slovensku, bližšie si priblížime regionálnu analýzu na strane dopytu a ponuky a rozoberieme marketing ako nástroj, ktorý môže pomôcť v rozvoji regiónu.

V praktickej časti práce bližšie charakterizujeme Trenčiansky samosprávny kraj, jeho primárny a sekundárny potenciál spolu s technickými pamiatkami tohto územia. Ďalej sa budeme zaoberať porovnaním jednotlivých výkonov, ktoré kraj za vybrané roky dosiahol a ich porovnaním s ostatnými kraji, ako aj porovnaním výkonov jednotlivých okresov Trenčianskeho samosprávneho kraja. Porovnáme si aj ako sa v kraji vyvíjal počet domácich a zahraničných návštevníkov za posledné roky. V praktickej časti tiež vyhodnotíme nami realizovaný dotazník a vypracujeme SWOT analýzu. Na základe spomenutých krokov potom navrhujeme súbor odporúčaní, ktorými možno zlepšiť rozvoj cestovného ruchu a stimulovať v ňom dopyt.

1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

1.1 Vymedzenie cestovného ruchu

Napriek viacerým definíciám rôznych odborníkov na to, čo je cestovný ruch, nie je jednoduché ho jednoznačne definovať. Jednotlivé definície prinášajú rôzne uhly pohľadov. Pokiaľ by sme ale chceli vymedziť základ toho, v čom sa tieto definície zhodujú, tak by sme o cestovnom ruchu hovorili, ako o súbore vzťahov osôb, pričom tieto osoby menia miesto pobytu, a to za rôznym účelom. V minulosti, konkrétne v roku 1991, sa Svetová organizácia cestovného ruchu rozhodla zorganizovať medzinárodnú konferenciu, ktorá sa venovala štatistike cestovného ruchu, a tiež definovaniu samotného pojmu cestovný ruch. Následne prišli k záverom, že definovať ho ako pojem len z hľadiska jednej vednej disciplíny, nie je presné vzhľadom nato, že je prepojený sociálno-ekonomickým, kultúrnym a ekologickým javom. Toto stretnutie však možno považovať za medzník, pretože so zohľadnením všetkých javov a aspektov vnímania cestovného ruchu, predsa len vytvorili jeho definíciu, a tá znie nasledovne: „*Cestovný ruch je činnosť osoby cestujúcej na prechodný čas na miesto, ktoré leží mimo jej bežného prostredia (bydliska) a práce, a to na kratší čas, pričom hlavný účel cesty v navštívenom mieste je iný, ako výkon zárobkovej činnosti. Obsahuje akékoľvek aktivity ľubovoľného významu.*“¹

Za ďalší významný rok môžeme považovať rok 201, v ktorom bola schválená definícia cestovného ruchu, a to v nariadení Európskeho parlamentu a rady Európskej únie č. 692/2011, kde je cestovný ruch definovaný ako: „*Činnosť návštevníkov, ktorí sa zúčastňujú cesty na miesto určenia, mimo svoje obvyklé prostredie, a to na dobu kratšiu než je jeden rok, a za akýkoľvek hlavným účelom vrátane služobného účelu, trávenia voľného času alebo iného súkromného účelu, iného, než je získanie zamestnania u subjektu so sídlom v navštevovanom mieste*“²

¹ BOROVSÝ, Juraj - SMOLKOVÁ, Eva - NIŇAJOVÁ, Iveta. *Cestovný ruch – trendy a perspektívy*. Bratislava : Iura Edition, 2008. s.11. ISBN 978-80-8078-215-3.

² MAGUROVÁ, Hana a kol. *Základy práva v cestovnom ruchu pre ekonómov*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2016. s.16. ISBN 978-80-8168-491-3

Cestovný ruch ako systém predstavuje dva základné subsystémy:³

- návštevník – nazývaný aj subjektom cestovného ruchu je ten, kto predstavuje dopyt, teda je spotrebiteľom statkov a služieb na trhu cestovného ruchu.
- cieľové miesto – nazývané aj objektom cestovného ruchu predstavuje súbor podnikov a organizácií, teda sú to poskytovatelia statkov a služieb na trhu cestovného ruchu.

1.1.1 Druhy a formy cestovného ruchu

Druhy cestovného ruchu delíme podľa potrieb, či želaní účastníkov, na základe viacerých kritérií:⁴

- a.) na základe miesta realizácie – môže ísť o realizáciu v domovskej krajine alebo v zahraničí
- b.) na základe vzťahu s platobnou bilanciou štátu – rozlišujeme dva typy. Prvý je aktívny, to je keď do našej krajiny prídu zahraniční turisti, ktorí tú míňajú svoje finančné prostriedky. Druhý typ je pasívny, to je keď naše domáce obyvateľstvo cestuje do zahraničia, kde míňa svoje financie, nám uniká potenciálny zisk.
- c.) na základe dĺžky pobytu – môže ísť o krátkodobý (max. 4 dni) alebo dlhodobý (viac ako 4 dni, avšak menej ako 1 rok)
- d.) na základe spôsobu, akým je zabezpečená cesta a pobyt – organizovaný alebo neorganizovaný
- e.) na základe počtu účastníkov – buď cestuje účastník sám ako jedinec, vtedy hovoríme o individuálnom, alebo cestujú minimálne dvaja účastníci a viac, vtedy hovoríme o skupinovom.
- f.) na základe veku účastníkov – vek účastníkov nám ich delí do rôznych podskupín, podľa čoho je cestovný ruch aj orientovaný. Môže ísť napríklad o detský cestovný ruch, mládežnícky cestovný ruch , seniorský cestovný ruch atď.
- g.) na základe spôsobu akým je financovaný – môže ísť o komerčné financovanie alebo sociálne financovanie.

³ GÚČIK, Marián a kol. *Manažment regionálneho cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Dali- BB, 2007. str. 8. ISBN 978-80-89090-34-1.

⁴ HESKOVÁ, Márie a kol. 2011, *Cestovní ruch pro vyšší odborní školy a vysoké školy 2. vydání*, Praha : Fortuna, 2011. str.19. ISBN 978-80-7373-107-6.

- h.) na základe ročného obdobia – podľa toho, v akom ročnom období účastníci cestujú, rozlišujeme sezónne cestovanie, mimosezónne alebo celoročné.
- i.) na základe použitého dopravného prostriedku – prevažujúca cestná, železničná, vzdušná či vodná doprava.

Formy cestovného ruchu sa týkajú motivácie účastníkov, a tá môže byť rôznorodá. V rámci priblíženia si tie najčastejšie druhy bližšie špecifikujeme:⁵

- a.) Rekreačný cestovný ruch – pokladáme za jeden z najrozšírenejších, vzhľadom k tomu, že väčšina účastníkov cestuje práve za oddychom vo vhodnom prostredí (príroda, rekreačné zariadenia, atď.). Hlavným cieľom tohto pobytu je obnovenie fyzických, ale aj duševných síl, pričom sa nemusí jednať len o oddych. Často je tento typ cestovného ruchu spojený s aktivitami, ako napríklad turistikou, cyklistikou, cykloturistikou, prechádzkami, plávaním, lyžovaním atď.)
- b.) Kultúrno-poznávací cestovný ruch – spoločensky významný druh. Cieľom účastníka cestovného ruchu je napríklad návšteva významných kultúrno-historických pamiatok, zámkov, hradov, galérií, múzeí atď. Ide tu o cestovný ruch, kde účastník návštevou spomínaných objektov zvyšuje svoj prehľad a vzdelanostnú úroveň.
- c.) Kúpeľno-liečebný cestovný ruch – využívaný rekreačne no zároveň aj zo zdravotných dôvodov. Účastníci sa takto môžu liečiť napríklad po úraze formou rehabilitácie, po operáciách, pri rôznych druhoch chorôb, kde je práve takáto liečba prospešnou na odporúčanie lekára atď.
- d.) Vidiecky cestovný ruch – účastníci cestovného ruchu sa vracajú k prírode, pričom rešpektujú individuálne požiadavky vidieka, v ktorých trávajú svoj voľný čas a dovolenku. Bližšie ho môžeme rozčleniť na agroturistiku a eko-agroturistiku.
- e.) Náboženský cestovný ruch - ide o nábožensky orientovaný cestovný ruch, jeho príkladom je návšteva pútnického miesta.
- f.) Zážitkový cestovný ruch – spájaný s určitým adrenalínovým a nebezpečným zážitkom, ide napríklad bungee jumping či skok z lietadla.

⁵ NOVÁČKA, Ľudmila a kol. 2010. *Cestovný ruch technika služieb, delegát a sprievodca*. Bratislava : Ekonóm s.16. ISBN 978-80-225-2982-2.

1.1.2 Primárna ponuka

Vymedzenie primárnej ponuky je dôležité z hľadiska lepšieho pochopenia problematiky. Primárna ponuka je tvorená prírodnými podmienkami daného územia, ide napríklad o klimatické podmienky, geomorfologické, hydrologické, biologické (živočíšstvo a rastlinstvo) atď.⁶ Patria sem ale aj doplnkové predispozície, ktorými dané územie disponuje a sú vytvorené človekom. Ide napríklad o organizovanie kultúrno-spoločenských podujatí, športových podujatí, či rôzne kultúrno-historické pamiatky.

Samotná primárna ponuka môže mať viacero významov a to miestny, celoštátny, či medzinárodný. Práve táto ponuka je zväčša motívom a hlavným dôvodom, prečo sa účastník rozhodne pre danú destináciu.⁷

1.1.3 Sekundárna ponuka

Sekundárna ponuka pomáha účastníkom zúčastniť sa na ponuke primárnej. Je teda základnou podmienkou jej realizácie. Sekundárnu ponuku tvorí infraštruktúra, supraštruktúra, a všeobecná infraštruktúra cestovného ruchu.

Infraštruktúra je tvorená z informačných centier pre turistov, cestovných kancelárií, kongresových centier, športovými zariadeniami, rekreačnými zariadeniami atď. Do supraštruktúry zaraďujeme všetky stravovacie zariadenia a všetky ubytovacie zariadenia. Všeobecná infraštruktúra cestovného ruchu sa skladá z dopravy (všetky jej druhy), telekomunikačnými službami, políciou, čerpacími stanicami, ošetrovňou atď.⁸

1.2 Cestovný ruch v zahraničí

Cestovný ruch vo svete utrpel od konca roku 2019 výrazný pokles, a to najmä kvôli epidemiologickej situácii v súvislosti s vírusom COVID-19. Epidemiologickým opatreniam sa väčšina sveta nevyhla. V súvislosti s nimi bolo veľké množstvo destinácií cestovného ruchu obmedzených, či úplne pozastavených. Podľa svetovej turistickej organizácie za prvých 10 mesiacov roku 2020 klesol počet príjazdov o 72%. Pre bližšie špecifikovanie, hovoríme o viac ako 900 miliónovom poklese počtu turistov do destinácií cestovného ruchu,

⁶ KRÍŽANOVÁ, Zuzana - KRÁLIKOVÁ, Kristína. *Cestovný ruch v slovenských biosférických rezerváciach na prelome tisícročí*. Brno : Tribún, 2017. s.52. ISBN 978-80-263-1199-7.

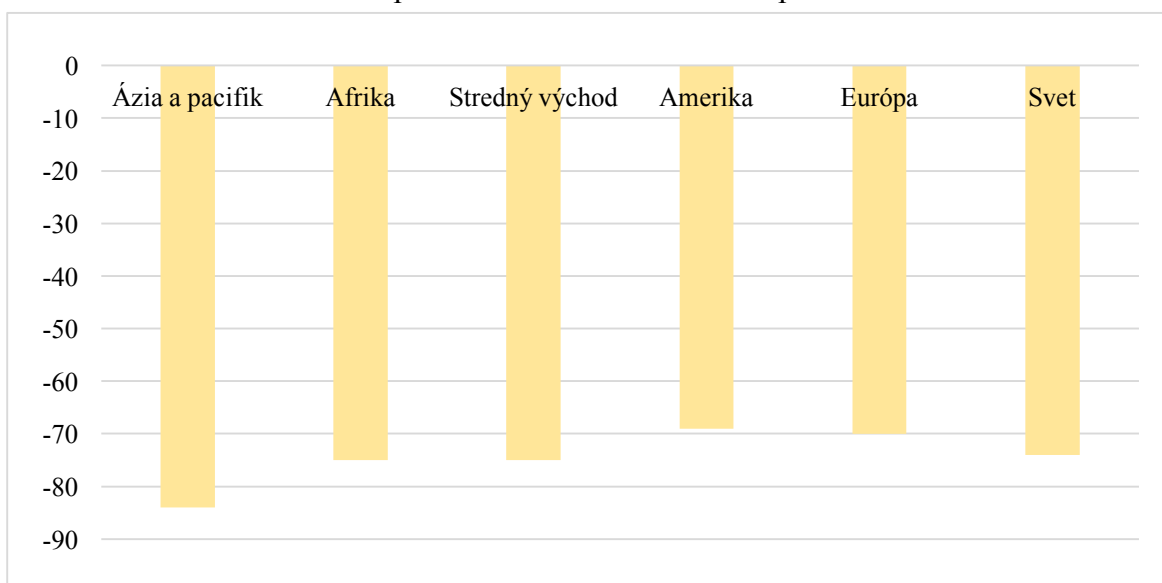
⁷ KOREC, Pavol. *Cestovný ruch Slovenska – súčasnosť a perspektívy*. [elektronický zdroj]. 2012. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na : <http://www.fyzickageografia.sk/geovedy/texty/korec.pdf>.

⁸ GÚČIK, Marián. *Cestovný ruch, Úvod do štúdia*. Banská Bystrica: Dali-BB, 2010. s.44. ISBN 978-80-890-9080-8.

oproti roku 2019, čo malo za následok, stratu v rámci letov vo výške 935 miliárd amerických dolárov. Je to 10-krát väčšia strata ako z globálnej hospodárskej krízy v roku 2009.

Generálny tajomník UNWTO Zurab Pololikashvili sa k súčasnej situácii vyjadril: „Od začiatku tejto krízy UNWTO poskytla vládam a podnikom dôveryhodné údaje, ukazujúce bezprecedentný dopad pandémie COVID-19 na globálny cestovný ruch. Aj keď správa o očkovacej látke zvyšuje dôveru cestujúcich, stále zostáva dlhá cesta k zotaveniu. Musíme preto zintenzívniť úsilie o bezpečné otvorenie hraníc, a zároveň podporiť pracovné miesta a podniky v cestovnom ruchu. Je stále jasnejšie, že cestovný ruch je jedným z najviac postihnutých odvetví touto bezprecedentnou krízou.“⁹

Graf 1 Percentuálna zmena v príchode turistov za rok 2020 podľa kontinentov a za Svet.



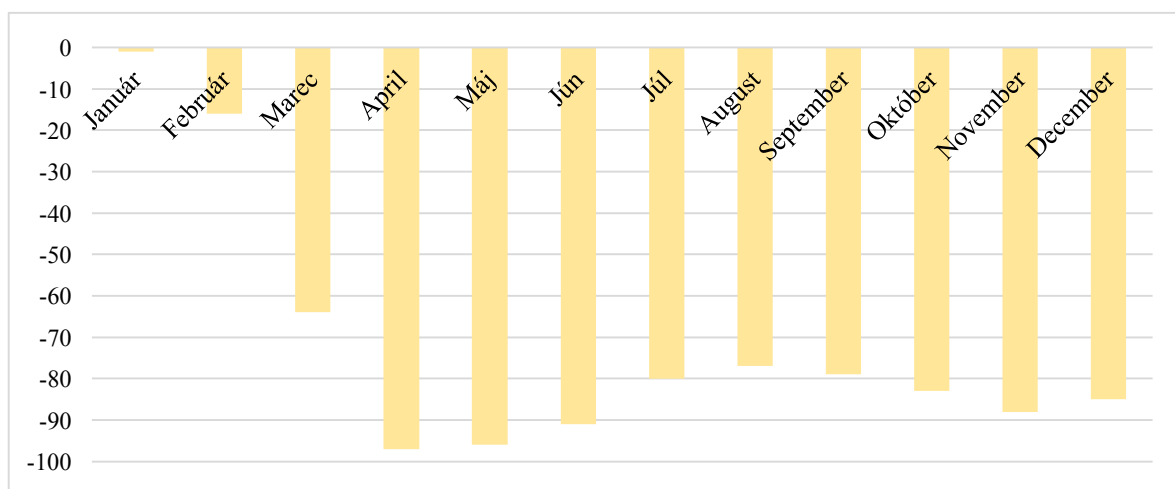
Zdroj: Vlastné spracovanie na základe štatistík UNWTO [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>.

Ázia a Pacifik boli vôbec prví, ktorí začali s protipandemickými opatreniami, pretože práve tam sa vyskytol vírus COVID-19 prvýkrát, a mali jedno z najprísnejších opatrení, čo sa cestovania týka. Aj vďaka tomuto faktu, majú za rok 2020 najväčší pokles príchodov, a to o 82%. Afrika zaznamenala pokles o 69%, Stredný východ o 73%.

Príchody účastníkov cestovného ruchu v medzinárodnom meradle sa v Európe a v Amerike znížili o 68%. V rámci celého sveta spolu to bolo 74%.

⁹ UNWTO. 2020 Worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals . [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na : <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>.

Graf 2 Percentuálny pokles v príchodoch turistov vo svete podľa mesiacov v roku 2020.



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe štatistík UNWTO [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>.

V súčasnosti môžeme povedať, že takýto pokles predstavuje vrátenie sa o 30 rokov dozadu. Do čísel, keď príchody v rámci celého sveta, v medzinárodnom cestovnom ruchu boli nižšie o 1 miliardu účastníkov a príjmy z medzinárodného cestovného ruchu nižšie o 1,1 bilióna USD. Takýto pokles vo finále za následok celkového svetového HDP vo výške 2 bilióny USD.¹⁰ Nádej na zlepšenie situácie v súčasnosti predstavuje vakcinácia, ktorá sa spustila v roku 2021.

Odhládnuv od súčasne sa zhoršenej situácie, je vhodné si uvedomiť, že za posledné roky sa cestovný ruch výrazne rozrastal. V mnohých krajinách sa stal jednou z príčin hospodárskeho rozvoja, vyrovnávania nepomerov v rámci regiónov a zdrojom príjmov. Vďaka nemu sa dostalo ochrany mnohým kultúrnym pamiatkam, ako aj prírodným dedičstvám, a vytvorilo sa mnoho pracovných príležitostí. Čo sa týka zamestnávania, tak poskytuje mladým ľuďom pracovnú príležitosť, dvakrát tak veľkú, ako akékoľvek iné odvetvie hospodárstva.

Tým, že sú určité trendy v cestovnom ruchu, je veľmi dôležité ich sledovanie, aby podniky vedeli zostať konkurencieschopné. Tak, ako cestovný ruch vo veľa veciach pomáha, samozrejme prináša so sebou aj isté zápory. V posledných rokoch je stále populárnejší trend ochrany životného prostredia, aby sa tak zamedzilo environmentálnemu poškodzovaniu. Príkladom je požiadavka na cestovný ruch, aby v rámci sveta znížil svoj podiel v rámci emisií skleníkových plynov, a čiastočne sa tak zamedzilo problému s globálnym otepľovaním.

¹⁰ UNWTO. 2020 Worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals . [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na : <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>.

1.3 Cestovný ruch v Slovenskej republike

Cestovný ruch má výrazné miesto v ekonomike Slovenskej Republiky. Je to dynamicky sa rozvíjajúce odvetvie. Slovenská republika má veľmi dobré podmienky, čo sa týka potenciálu pre cestovný ruch. Podľa prieskumu Svetovej organizácie cestovného ruchu, ktorá určila 39 atraktivít pre turistov, ktoré by krajina mala mať, Slovenskej republike chýba iba jedna, a to je more. Slovenská republika je špecifickou krajinou, a to najmä vďaka tomu, že rozlohou nepatrí medzi veľké krajiny, no napriek tomu, tu účastníci cestovného ruchu môžu nájsť skoro všetko. Disponuje bohatou prírodou, kultúrou, históriou, folklórnymi tradíciami a mnohým ďalším.

Po roku 1989 nastali výrazné zmeny, čo sa cestovania týka. Tieto zmeny ovplyvnili nielen politický, ale aj spoločenský život. Nastalo otvorenie hraníc, čo znamenalo možné vycestovanie zo Slovenskej republiky, ale zároveň Slovenská republika mohla prijať turistov zo zahraničia.

Pre Slovenskú republiku cestovný ruch výrazne prispieva v rozvoji ekonomiky, ako aj krajiny ako takej. Pomáha krajine v prispievaní do HDP, plní funkciu príjmov a multiplikačného efektu, zvyšuje zamestnanosť, podporuje regionálny rozvoj a platobnú bilanciu krajiny. V súčasnosti disponuje viac ako 4000 ubytovacími zariadeniami, ktoré majú spolu viac ako 200-tisíc lôžok.

Pre priblíženie, koľko cestovný ruch prispieva do HDP v Slovenskej republike, sa pozrieme na nasledujúcu tabuľku :

Tabuľka 1 Podiel priameho HDP CR na HDP ekonomiky (2013 - 2018).

Rok	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Podiel priameho HDP CR na HDP ekonomiky (%)	2,35	2,15	2,62	2,68	2,58	2,74

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe informatívnej správy Satelitného účtu cestovného ruchu Slovenskej republiky z roku 2018 [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na: https://slovak.statistics.sk/wps/wcm/connect/9ccaf232-d200-4880-856f-bd21fca1cf94/TSA_Informativna_sprava_december_2018.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mvbdDvq.

Na medzinárodné porovnanie a ohodnotenie ekonomického prínosu cestovného ruchu v Slovenskej republike bol zriadený Satelitný účet cestovného ruchu. Jeho štandardy a nastavenie vychádzajú zo Svetovej organizácie cestovného ruchu (UNWTO). Údaje, ktoré poskytuje sú vypracovávané na základe dát. Tieto dáta čerpá z národného účtovníctva,

štandardov a odporúčaní UNWTO, a taktiež štatistickej komisie. Práve vďaka týmto údajom potom môže vypočítavať prínosy cestovného ruchu pre krajinu. Na vypočítavanie a spracovávanie údajov sa ale taktiež podieľajú odborníci a špecialisti z rôznych sektorov, ako napríklad zo Štatistického úradu Slovenskej republiky, Národnej banky Slovenska, Ministerstva dopravy Slovenskej republiky a iných inštitúcií.

Celkové ročné tržby za cestovný ruch predstavujú sumu okolo 5 miliárd eur. Napriek tomu financovanie cestovného ruchu v Slovenskej republike nie je dostačujúce. Pozrieme sa na tabuľku podpory pre cestovný ruch:

Tabuľka 2 Prijaté finančné podpory pre cestovný ruch v Slovenskej republike (2010 - 2018).

Rok	Podpora na rozvoj CR (mil. Eur)	Štátny rozpočet (mil. Eur)	Podiel v %	AZCR - Príjmy (mil.Eur)	HDP (mil.Eur)	Podiel AZCR na HDP
2010	33,19	16 277	0,29	1684,7	67 387,1	2,50
2011	33,00	16 958	0,34	1744,7	70 443,5	2,48
2012	58,00	17 300	0,04	1789	72 420	2,47
2013	9,00	17 002	0,05	1924,5	73 835,1	2,61
2014	11,00	17 392	0,06	1940,6	75 560,5	2,57
2015	11,00	17 479	0,06	2191,7	78 080,0	2,81
2016	11,50	16 247	0,07	2482,8	80 958	3,07
2017	7,52	15 390	0,05	2597,8	84 985,2	3,05
2018	7,65	15 956	0,05	-	88 337,4	-

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe publikácie Satelitného účtu cestovného ruchu Slovenskej republiky : cestovný ruch na Slovensku [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na: <https://www.mindop.sk/ministerstvo-1/cestovny-ruch-7/informacie/cestovny-ruch/cestovny-ruch-na-slovensku-pdf-131-kb-1603>.

Pozorovaním tabuľky vidíme nepomer vo financovaní. Prvá vec, ktorá nám hovorí o nedostatočnej finančnej podpore je napríklad to, že zahraničný cestovný ruch sa v roku 2017 na tvorbe HDP podieľa 3,05%, zatiaľ čo podpora cestovného ruchu samotného je na úrovni 0,05%, z celkového štátneho rozpočtu. Zahraničný cestovný ruch je ale prínosným vo viacerých oblastiach. Prínosy, ktoré so sebou zahraniční účastníci prinášajú, sú podstatne rozsiahlejšie, a financujú aj ďalšie odvetvia prostredníctvom multiplikačného efektu.

Súčasný programový vyhlásenie vlády na roky 2020 – 2024 pre cestovný ruch si ako jeden z hlavných cieľov určilo zmiernenie negatívnych dopadov, ktoré spôsobila pandémia

COVID-19. Od vypuknutia pandémie cestovný ruch v Slovenskej republike utrpel značné straty. Odhadovaný počet zamestnancov pred vypuknutím pandémie podľa satelitného účtu cestovného ruchu bol 155-tisíc zamestnancov, z čoho 44% zamestnancov pracuje v sektore stravovania. Najnovšie dostupné informácie TSA evidujú 18 786 podnikov ubytovacích a stravovacích služieb. Odhadované straty podľa Asociácie hotelov a reštaurácií Slovenska, ktoré v súčasnosti nastali sú väčšie ako 500 miliónov eur. Strata zamestnania hrozí viac ako 60 000 pracovným silám. Vláda Slovenskej republiky sa usiluje o zmiernenie následkov a v súvislosti s pandemiou prijme opatrenia aby udržala zamestnanosť. Príkladom takejto pomoci je príspevok na rekreáciu. Tento príspevok Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej republiky prispôbilo aktuálnym potrebám, aby sa tak pomohlo dotknutým subjektom odškodniť aspoň časť straty. Ide o pomoc turizmu, zamestnancom, zamestnávateľom a verejným rozpočtom.

Ďalej v programovom vyhlásení vlády na roky 2020-2024 by sa Slovenská republika mala zamerať na znižovanie DPH, a to konkrétne v službách cestovného ruchu. Rezort dopravy už pripravil na toto opatrenie návrh, ktorý sa bude týkať všetkých služieb, ktoré sú spojené s cestovným ruchom (ubytovacie, stravovacie, služby cestovných kancelárií, informačných kancelárií...atď.). Tiež by sa mala podporovať propagácia a prezentácia Slovenskej Republiky doma, aj pred zahraničím. Slovenská republika by sa mala prezentovať ako atraktívna kongresová destinácia. Je naplánované aj skvalitňovanie destinačného manažmentu, rozvoj infraštruktúry pre turizmus, či podpora nízko kapacitných ubytovacích zariadení...atď.¹¹

1.3.1 Riadiace úrovne cestovného ruchu

Ak skúmame riadenie cestovného ruchu v rámci Slovenskej republiky, je nevyhnutné poznamenať, že máme 3 úrovne riadenia : makro, mikro a mezo úroveň. Tieto úrovne sú charakteristické konkrétnymi subjektmi, ktorými sú vytvárané, no tiež povinnosťami, ktoré sú v jednotlivých úrovniach na ne kladené, pričom im v konečnom dôsledku ide o rovnaký cieľ. Za hlavné ciele, ktoré sledujú, môžeme považovať propagáciu a podporu rozvoja cestovného ruchu Slovenskej republiky pred zahraničím.

¹¹ Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej Republiky. *Cestovný ruch v programovom vyhlásení vlády na roky 2020 – 2024*. [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na : <https://www.mindop.sk/ministerstvo-1/cestovny-ruch-7/informacie/cestovny-ruch/cestovny-ruch-v-programovom-vyhlaseni-vlady-sr-2020-2024>.

Makro úroveň – tvorí štátna správa, tá je vytváraná pomocou územnej štátnej správy (tá zahŕňa vládu, ministerstvá a ostatné ústredné orgány, miestnu štátnu správu – obvodné úrady). Ďalej je makro úroveň tvorená špecializovanou miestnou štátnou správou (v úseku cestnej dopravy, pozemnej komunikácie, pozemkového hospodárstva, lesného hospodárstva, zamestnanosti, školstva, ochrany životného prostredia, sociálnych vecí a rodiny, atď.)

Mezo úroveň – v tomto prípade sa jedná o územnú samosprávu, ktorá je tvorená z miestnej samosprávy (tú tvoria mestá a obce) a regionálnej samosprávy (tvoria ju vyššie územné celky, respektíve samosprávne kraje) a záujmovej samosprávy (korporácie verejnoprávneho charakteru v oblastiach zdravotníctva, kultúry, školstva, sociálnych vecí a rodiny, životného prostredia, kultúry ale tiež súdna samospráva).

Mikro úroveň – týka sa súkromného sektora, ten tvoria podniky, cestovné kancelárie, reštaurácie a hotely. Patrí sem aj tretí sektor, ktorý zahŕňa neziskové organizácie a ostatné zariadenia, a teda všetky organizácie, ktoré sa podieľajú, či už na aktívnom, ale aj pasívnom cestovnom ruchu.

Taktiež musíme brať v úvahu subjekty, ktoré sa jednoznačne nedajú zaradiť iba do jednej úrovne, a môžu byť zaradené do mezo a súčasne do mikro úrovne - jedná sa napríklad o združenia cestovného ruchu, občanov, či podnikateľov.¹²

1.4 Verejná podpora politiky cestovného ruchu

Pre Slovenskú republiku ako aj pre mnoho iných krajín je cestovný ruch dôležitým odvetvím. Pomáha krajine v zamestnanosti obyvateľstva, rastie HDP, a aj v mnohých ďalších ekonomických oblastiach. Preto by sa správne nastavená politika štátu mala usilovať o podpornú politiku, ktorou vie stimulovať dopyt, ako aj ponuku pre produkty cestovného ruchu. V rámci financovania potrieb, ktoré má cestovný ruch určené na svoj rozvoj, je dôležité poznamenať ako sú tieto potreby financované a kým. Na takomto financovaní sa podieľa aj štát. Rozdiel v jednotlivých štátoch pri financovaní cestovného ruchu je v tom, aké nástroje pri tom používajú.

Čo sa týka Slovenskej republiky, tá využíva na podporu stimulácie dopytu a ponuky v cestovnom ruchu primárne dotačný mechanizmus (dotačný systém pre rozvoj destinačného

¹² GÚČIK, Marián a kol. *Manažment regionálneho cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Dali-BB, 2007. s.18. ISBN 978-80-89090-34-1.

manažmentu) podľa zákona č. 91/2010 Z.z. Tento typ podpory prijímajú organizácie cestovného ruchu. Štát tiež poskytuje finančnú podporu nepriamo, a to prostredníctvom príspevkov na rekreáciu zamestnancom, avšak ten je poskytnutý len tým spoločnostiam, ktoré spĺňajú podľa zákona stanovenú minimálnu hranicu počtu zamestnancov (zákoník práce §152a).

Organizácie cestovného ruchu, ktoré sú prijímateľmi dotácií na podporu ich činnosti, túto dotáciu získavajú od Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky. Túto formu podpory v Slovenskej republike evidujeme od roku 2012, čo je pomerne neskoro, pokiaľ sa porovnáva s niektorými inými krajinami z Európskej únie, ktoré s ňou začínali už od 60. či 70. rokov minulého storočia. Dotácia od Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky sa poskytuje oblastným organizáciám cestovného ruchu a krajským organizáciám cestovného ruchu na každý rozpočtový rok. Do roku 2019 sa prostredníctvom tejto dotácie poskytli finančné prostriedky vo výške takmer 36 miliónov eur. Táto dotácia je podmienená tým, že musí byť použitá do konkrétne určených oblastí. Teda organizácie cestovného ruchu, ktoré ju chcú pre svoj rozvoj získať musia najskôr o ňu požiadať, a taktiež priložiť projekt, v ktorom budú zhrnuté aktivity a oblasti, ktoré chce získanými finančnými prostriedkami podporiť.

Príspevok na rekreáciu využíva Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej republiky, ako ďalší nástroj financovania podpory cestovného ruchu. Jeho hlavným cieľom je podporiť domáci cestovný ruch, pričom sa zameriava na stimulovanie podpory zo strany občanov Slovenskej republiky. Práve formou takýchto príspevkov sa chce docieľiť zvýšená návštevnosť domácich turistov, a teda aby pri výbere cieľovej destinácie uprednostnili domácu krajinu pred zahraničnou. To má za následok zvyšovanie využitých kapacít, či už stravovacích, ako aj ubytovacích zariadení, ale aj zvýšené využívanie služieb v oblasti cestovného ruchu, čo v konečnom dôsledku umožňuje rozvíjať toto odvetvie. Podmienky získania príspevku na rekreáciu, ako aj jeho využívania upravuje zákoník práce.¹³ Pri financovaní je dôležitým aspektom vymedziť ako sa takáto finančná podpora rozdeľuje v rámci samosprávnych krajov. V Slovenskej republike máme celkom 8 vyšších územných celkov, v rámci ktorých sa finančná podpora delí. Každý vyšší územný celok sa usiluje o rozvoj cestovného ruchu v rámci svojho územia. Vyššie územné celky sú orgánmi regionálnej samosprávy. Tieto orgány na seba prevzali moc, ktorá plynie z kompetencií

¹³ NOVACKÁ, Eudmila a kol. *Súčasný cestovný ruch v trajektórii budúcnosti*. Zlín : Radim BAČUVČÍK – VeRBuM, 2020. s. 125 -132. ISBN 978-80-88356-05-9.

orgánov štátnej správy. V súčasnosti teda vyššie územne celky plnia viaceré funkcie nevyhnutné k rozvoju cestovného ruchu na ich území. Teda v rámci ich kompetencií musia zabezpečiť organizačné predpoklady k rozvoju, ako aj zabezpečiť finančné prostriedky, ktoré budú použité na rozvoj v rámci určitého samosprávneho kraja. V rámci organizačnej štruktúry každého samosprávneho kraja sú vymedzené odbory, ktoré sa touto problematikou zaoberajú. Sú špecializované na cestovný ruch. Tieto odbory zhodnocujú súčasnú situáciu v svojom kraji a špecifikujú možnosti zlepšenia v rámci cestovného ruchu. Na základe takéhoto zhodnotenia potom vypracovávajú koncepciu rozvoja cestovného ruchu, ktorá je súčasťou stratégie rozvoja cestovného ruchu. Zároveň však priebežne zhodnocujú, či sa koncepcia dodržiava správne a stanovené aktivity plnia tak, ako sa majú podľa plánu. Správne nastavená koncepcia by mala jasne definovať víziu samosprávneho kraja, strategický cieľ ako aj čiastkové ciele, opatrenia a aktivity pomocou ktorých sa ich následne bude usilovať dosiahnuť. Zároveň má koncepcia rozvoja cestovného ruchu zvyšovať konkurencieschopnosť pri uchádzaní sa finančnej pomoci z fondov Európskej únie. Pre každý samosprávny kraj, ktorý chce v tejto oblasti napredovať je teda nesmierne dôležité, aby usiloval svoju stratégiu pre rozvoj cestovného ruchu vypracovať čo najdôkladnejšie a k jej plneniu pristupoval zodpovedne. Správne nastavenou stratégiou následne môže samosprávny kraj získať finančnú podporu, ktorá je nevyhnutným základom pre rozvoj cestovného ruchu v ňom.¹⁴

Môžeme teda skonštatovať, že vyššie územné celky sa venujú oblasti stratégií cestovného ruchu, pretože práve vďaka tejto stratégií analyzujú aktuálny stav a zároveň potenciál na rozvoj cestovného ruchu, na ich území. Takáto stratégia je kľúčová aj k vymedzeniu jednotlivých krokov, vďaka ktorým sa opatrenia k zlepšeniu majú naplňať. Stratégia cestovného ruchu tiež pomáha jednotlivým vyšším územným celkom pri získavaní finančných prostriedkov. Pri spracovávaní stratégie cestovného ruchu sa čerpá z viacerých dostupných informačných zdrojov, respektíve dokumentov, ako napríklad z Programu hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja vybraných obcí a miest, či stratégie rozvoja cestovného ruchu vybraného regiónu, atď. Stratégia cestovného ruchu vyšších územných celkov by s uvedenými dokumentami mala korešpondovať.

¹⁴ GÚČIK, Marián a kol. *Manažment cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Dali- BB, 2010. s. 56 - 58. ISBN 978-80-89090-67-9.

1.5 Trendy v cestovnom ruchu

Za posledné desaťročie môžeme konštatovať prudký nárast cestovného ruchu a jeho významu pre krajiny v celosvetovom meradle. Pri sledovaní jeho rastu je dôležité si vymedziť, ktoré trendy sú tie najzásadnejšie a zaznamenali najväčší záujem. Za posledné roky to boli trendy ako :

Bezpečné výlety a bezpečné miesta – v súčasnej situácii aj vzhľadom na pandémie spojenú s vírusom COVID-19 sú ľudia čoraz viac obozretní. Mnoho cestujúcich preto uprednostňuje na rekreáciu čo možno najbezpečnejšie destinácie, trasy, často nie príliš vzdialené od domova.

Sloboda a dobrodružstvo - v nadväznosti na predchádzajúci bod sa tiež dá povedať, že ide o trend, ktorý vďaka súčasnej situácii ešte zosilnel. V rámci slobody a dobrodružstva ide najčastejšie o výlety orientované v prírode, kde cestovatelia namiesto zaľudnených centier uprednostňujú aktivity na čerstvom vzduchu. Ide o výlety, ako napríklad spoznávanie dažďových pralesov, návšteva džunglí, lesov, hiking v horách, prejazd cez púšť, atď.¹⁵

Rozvoj internetu - ktorý, je v dnešnej dobe výrazný. Práve na ňom si ľudia vymieňajú informácie, píšú recenzie na destinácie, hotely, kupujú zájazdy.

Cestovné kancelárie poskytujú komplexné balíky - presne zamerané podľa požiadaviek klientov. Takéto balíky predstavujú napríklad presné zorganizovanie zájazdu, aktivít, ktoré sa na ňom budú odohrávať teda kompletný program. Často sú takéto zájazdy sprevádzané all - inclusive pobytom.

V posledných rokoch sa zvyšuje trend nezávislého cestovania – účastník si kúpi len časť od cestovnej kancelárie, napríklad pobyt v hoteli, pričom dopravu si vybavuje sám, alebo si všetko rieši sám.

Zdravý životný štýl ako trend, sa prejavil aj v cestovnom ruchu - účastníci hľadajú pobyty sprevádzané zdraviu prospešnými aktivitami a zdravým jedlom. Vyhľadávajú sa zájazdy, ktoré majú hodnotu svojou kvalitou a nie vždy sa hľadá len podľa najnižšej ceny. Kulinársky turizmus - jedným zo spôsobov ako lepšie spoznať kultúru miestnych je jedlo. Pohyb turistov takto orientovaných, často zahŕňa návštevu rôznych pouličných predajcov jedla, až po tie najlepšie reštaurácie, pričom mnohokrát absolvujú aj rôzne kurzy varenia, prípadne návšteva fariem, či rôznych miest, kde sa určité potraviny vyrábajú. Často sa takto nastavení účastníci chcú stravovať ako miestne obyvateľstvo. Preto hľadajú nie tak

¹⁵ PALKO, František a kol. *Marketingová analýza Košického kraja*. Bratislava : Inštitút hospodárskej politiky, 2020. s.146.

komerčné stravovacie zariadenia, kde väčšinou chodí len miestne obyvateľstvo a kde sa varí z miestnych surovín.

Jedinečné ubytovania – rozmachom možností a internetového predaja zájazdov cez rôzne portály ako airbnb.com či booking.com, účastníci cestovného ruchu dnes neraz uprednostnia ubytovanie, ktoré ponúkajú napríklad domáci obyvatelia určitej dediny, či mesta. Takého ubytovanie ubytovanému poskytuje dokonalý obraz o tom, ako vyzerá ubytovanie domáceho obyvateľstva. Často ide o špecifické budovy pre danú oblasť – napríklad drevené, slamené domy, domy na stromoch atď.

Vyberanie si „druhotných“ miest - s tým, ako sa svetovo navštevované mesta stávali čoraz viac neprehliadnuteľne, aj vďaka čoraz väčšej dostupnosti a internetovému zdieľaniu cez rôzne sociálne stránky, či aplikácie (napríklad Instagram) sa zvyšoval dopyt účastníkov po týchto miestach ale aj ceny v nich. Niektorí účastníci sa začali pomaly preorientovávať aj na destinácie nie až tak známe. Poznávanie málo navštevovaných miest a tam spoznávať zvyky, kultúru, tradície miestnych obyvateľov teda môžeme považovať určite za jeden zo súčasných trendov.

Dôraz sa kladie na životné prostredie – cieľom je vyhnúť sa environmentálnym škodám, vrátane nepriaznivým klimatickým zmenám. Príkladom takýchto opatrení môže byť, že niektoré prevádzky v cestovnom ruchu prestali používať plasty na jedno použitie alebo majú presne stanovenú mieru použitia vody na jedno spláchnutie. Internetový portál www.booking.com uvádza, že v súčasnosti okolo 48% jeho klientely uprednostňuje zohľadňovanie životného prostredia a tomu aj prispôsobuje svoje správanie v cestovnom ruchu.

Výlety iba pre ženy – za posledných pár rokov, odhliadnuc od momentálnej pandemickej situácie, sa počet týchto výletov strojnásobil. Ženy často láka k takémuto cestovaniu predstava dievčenskej dovolenky a trávením viac času spolu.

Služobná cesta skombinovaná s dovolenkou – tiež jeden z veľmi populárnych trendov, keď si pracovník pridá pár dodatočných voľných dní v danej destinácii, aby si tak pozrel danú krajinu či oddýchol v nej.

S rastúcou globalizáciou sú účastníci cestovného ruchu častokrát náročnejší - ich požiadavky sú vyššie ako v minulosti. Účastník cestovného ruchu nesleduje len kvalitu hotela či reštaurácie v ňom. Je preňho dôležité odnieť si plnohodnotný zážitok, splniť jeho očakávania a zapôsobiť na jeho zmysly.¹⁶

¹⁶DISCOVA. *Travel trends 2020*. [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na : <https://www.dis-cova.com/blog/travel-trends-2020/>.

1.6 Regionálna politika a regionálny rozvoj v Slovenskej Republike

Úlohou regionálnej politiky je stabilizácia v rámci európskeho trhu a zníženie ako hospodárskych, tak i sociálnych rozdielov v rôznych oblastiach krajiny. Teda podporuje hospodársky, ale aj sociálny rozvoj regiónu.

Ciele regionálnej politiky v Slovenskej republike sú vymedzené a vykonávané v rámci troch úrovní:

- Národná úroveň – Fond národného rozvoja a dotačná politika.
- Úroveň v rámci územia regiónov – práve pomocou nich sa získava napríklad fond na rozvoj v rámci úrovne miestnej samosprávy.
- Priame a nepriame nástroje – regulujú ekonomiku, ktorá vyplýva z činnosti obcí.¹⁷

Za Slovenskú republiku sa v súčasnosti vykonáva regionálna politika na základe programových dokumentov. Tie vypracováva vláda, regionálne orgány a miestne orgány. Následne sú tieto dokumenty schvaľované v parlamente, ale aj regionálnym, či miestnym zastupiteľstvom.

V Európskej únii sú členské štáty súčasťou úniovej regionálnej politiky. Zásady, ktoré z tejto politiky plynú, ovplyvňujú priamo aj Slovenskú republiku a jej regióny. Ide o nasledovné zásady:

Zásada koncentrácie – ide o zásadu, ktorá má za úlohu pomáhať a sústrediť prostriedky najmä na tie regióny Slovenskej republiky, ktoré sú dlhodobo nižšej ekonomickej výkonnosti v porovnaní s ostatnými regiónmi a majú nižší štandard životnej úrovne pričom vychádza z troch aspektov, a to:

koncentrácie zdrojov – zámer sústrediť väčšie množstvo finančných prostriedkov pre regióny, ktoré pomoc potrebujú najviac.

koncentrácie úsilia – pomoc, ktorá je poskytnutá sa ďalej špecifikuje do jednotlivých oblastí – teda tam, kde budú finančné prostriedky použité. Napríklad zlepšenie informačných a komunikačných technológií, zlepšenie konkurencie malých a stredných podnikov v danom regióne, cieľ určitými opatreniami sa prikloniť k nízkouhlíkovému hospodárstvu, finančná pomoc pre výskum a inovácie.

¹⁷ BENČO, Jozef. *Teória a prax regionálneho rozvoja*. Prievidza : ALFA print, 2005. s. 59. ISBN:80-969227-34.

koncentrácie výdavkov – hovorí o pravidle, ktoré určuje kedy míňať poskytnuté finančné prostriedky. Je tu pravidlo N+2, ktoré nariaďuje krajinám, ktoré takúto finančnú pomoc dostali, aby poskytnuté finančné prostriedky minuli do konca druhého roku po ich vyčlenení.

Zásada programovania – táto zásada koordinuje program aktivít zainteresovaných subjektov, ktoré sa podieľajú na rozvoji určitého regiónu. Ide napríklad o pomoc zo strany Európskej Únie rozvojovými programami. Pomocou takýchto programov určuje, akým regiónom budú poskytnuté štrukturálne fondy Európskej Únie, ako a na aký konkrétny účel. Zameriava sa na národné programy viacročného charakteru. Tie by mali byť v jednej rovine s cieľmi a prioritami Európskej Únie. Hlavným dôvodom uprednostňovania viacročných programov je možnosť sledovania postupnosti dosahovania cieľov v súlade s vytýčeným programom v dlhodobom horizonte.

Zásada partnerstva – vychádza z potreby spolupráce európskych orgánov, orgánov štátnej správy, samosprávy, ako regionálnej, tak aj obecnej, sociálnych partnerov a ďalších zainteresovaných orgánov, či organizácií (občianskych organizácií), ktoré sa podieľajú na príprave, ako aj na realizácii programových dokumentov.

Zásada doplnkovosti – táto zásada hovorí o tom, že pomoc z Európskej únie na rozvoj regiónov nenahrádza povinnosť poskytovať pomoc aj pre samotné členské štáty. Teda pomoc z európskych štrukturálnych fondov treba brať len ako doplnkovú, nie ako primárnu a jedinou. Európska komisia s jednotlivými krajinami uzatvára dohodu o ekvivalentných výdavkoch. Táto dohoda má zabezpečiť, že adekvátnu pomoc na rozvoj regiónov bude poskytovať aj samotný štát. Dodržiavanie tejto zásady je kontrolované v tých štátoch Európskej únie, kde regióny s nižšou životnou úrovňou predstavujú aspoň 15% z celkovej populácie danej krajiny. V súčasnosti Európska komisia kontrolovala dodržiavanie tejto zásady v krajinách Európskej únie v prvej polovici roku 2018. Ďalšia kontrola má byť uskutočnená na konci programového obdobia v roku 2022.¹⁸

1.7 Regionálna analýza na strane ponuky

Keď hovoríme o ponuke v cestovnom ruchu, je potrebné si uvedomiť, že ju rozlišujeme na dve základné časti, a to primárnu a sekundárnu. Primárna ponuka tvorí to, čo najčastejšie motivuje účastníka cestovného ruchu k návšteve danej lokality a vzbudzuje

¹⁸ EÚRÓPSKA KOMISIA. *Zásady politiky súdržnosti*. [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na : https://ec.europa.eu/regional_policy/sk/policy/how/principles/.

v ňom dojmy. Táto ponuka sama o sebe nie je vybudovaná pre uspokojovanie potrieb v cestovnom ruchu. Zväčša sa ho týka len nepriamo. Zaraďujeme sem prírodné danosti daného územia, geografickú polohu, vzhľad danej krajiny, vegetáciu, klimatické podmienky, ale aj kultúru, tradície, architektúru, jazyk, sociálne pomery a životnú úroveň. Dôležitou časťou primárnej ponuky je aj infraštruktúra – teda vybudované cesty, doprava, zásobovanie potravinami a vodou, odpadové služby atď.

K tomu aby sa daná lokalita mohla stať vhodnou pre cestovný ruch je treba primárnu ponuku doplniť sekundárnou. Sekundárna ponuka obsahuje nevyhnutné prvky pre realizáciu cestovného ruchu. V prvom rade sem zaraďujeme stravovacie zariadenia a ubytovacie zariadenia. Ďalej sú to sprostredkovatelia, ktorí umožňujú realizáciu cestovného ruchu v danej lokalite, a to cestovné kancelárie. Sekundárnu ponuku tvoria aj doplnkové zariadenia na danom území, a to zariadenia športového charakteru, rekreačného charakteru, kongresové zariadenia, nákupné centra,... atď.¹⁹

1.8 Regionálna analýza na strane dopytu

Dopyt je základnou hnutelnou silou, bez ktorej by realizácia cestovného ruchu na vybranom území nebola možná. Nato, aby región vedel zanalyzovať dopyt v rámci cestovného ruchu na jeho území, by mal poznať zdrojový trh. Zdrojový trh sa skladá z potenciálnych a existujúcich návštevníkov. K lepšiemu prispôbeniu sa potrebám jednotlivých návštevníkov sa návštevníci členia do skupín (segmentov). V týchto segmentoch sú na základe podobných, či rovnakých preferencií. Každý segment, ktorý sa skladá z existujúcich a potenciálnych návštevníkov, má svoje požiadavky a potreby, odlišné správanie sa na trhu, rozličné očakávania od finálneho produktu. Tieto prvky sú odlišné od iných segmentov, a pre každý segment sú jedinečné. Takýto proces sa jedným slovom nazýva segmentácia. Segment by mal byť vyčlenený tak, aby s ním nebol problém komunikovať. Je dôležité stanoviť mu také očakávania, ktoré sú reálne a dosiahnuteľné. Dôležitá je aj dostatočná veľkosť každého subjektu, aby bol schopný priniesť dostatočný zisk, a taktiež výkony tohto segmentu vedieť merať.²⁰

Segmentácia pri jej realizácii vychádza z určitých kritérií a to : demografických kritérií
Geografických kritérií, kritérií správania a psychografických kritérií.

¹⁹ MICHALOVÁ, Valéria. *Služby a cestovný ruch, súvislosti, špecifiká, cesta rozvoja*. Bratislava : Sprint vŕa 2001.s.245. ISBN 80-88848-78-4.

²⁰ KIRÁĽOVÁ, Alžbeta. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress s.r.o., 2003. s. 63. ISBN 80-86119-56-4.

Demografické kritérium zaoberá sa členením na základe veku (mladšia, staršia generácia), národnosti, pohlavia, rodinného stavu, príjmu atď.

Geografické kritérium rieši dopravnú dostupnosť. Trh rozdeľuje podľa politických a populačných hraníc. Postupom tohto kritéria je rozdeliť trh na menšie geografické časti. Jednotlivé preferencie a potreby rozdeľuje potom podľa konkrétnych rozdelených územných častí. Príkladom takejto segmentácie môže byť začlenenie v troch základných častiach: Návštevníci, ktorí na príjazd do danej destinácie razili dlhú cestu – dlhšiu ako 4 hodiny, Návštevníci ktorých cesta do cieľovej destinácie trvala menej ako 4 hodiny (použitím auta), domáce obyvateľstvo.

Psychografické kritérium – rieši zvyky a spotrebné správanie, ktoré môže vyplývať zo životného štýlu jedincov, preferencií či sociálneho statusu.

Kritérium správania – Rieši správanie zákazníkov, dôvody prečo cestujú, a aké zvyklosti ich pri nákupe sprevádzajú.²¹

Segmentáciu vnímame ako proces, v ktorom rozdeľujeme trh na menšie časti – segmenty, aby sme čo najpresnejšie mohli nastaviť cieľový produkt pre jednotlivé skupiny. Tento proces vychádza z určitej postupnosti a krokov.²²

Zásadným krokom je vymedzenie trhu. Cestovný ruch vytvára trh, ktorý je možné rozdeliť na primárny, sekundárny a terciárny. Primárny trh tvorí základ. Väčšinou priamo z tohto trhu prichádza najviac návštevníkov do cieľovej destinácie. Sekundárny trh je tvorený návštevníkmi ktorí v dostatočnom počte navštevujú sledovanú destináciu, avšak často zvolia aj alternatívu v cestovaní. Ich rozhodnutie pre alternatívnu destináciu môže vychádzať napríklad z toho, že takáto destinácia obsahuje niečo viac alebo predstavuje zmenu. Je vhodné podrobiť takúto skupinu analýze, ktorá nám poskytne výsledok o tom, ako a či by sa dalo zabezpečiť, aby sa natrvalo vracali do našej destinácie. Terciárny trh je tvorený návštevníkmi, ktorí sa nezúčastňujú na cestovnom ruchu našej destinácie pravidelne. Sú predstaviteľmi skôr len potenciálneho dopytu, ktorý v budúcnosti určitými krokmi môže byť prínosný a takýchto návštevníkov môže premeniť na pravidelných. Jedným z takýchto

²¹ CONRADY, Roland – BUCK, Martin. *Trends and issues in global tourism 2008*. Berlin : Springer, 2008. s. 129. ISBN 978-3-540-77797-7.

²² RYGLOVÁ, Kateřina - BURIAN, Michal - VAJČNEROVÁ, Ida. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha : Grada Publishing. 2011. s. 137. ISBN 978-80-247-4039-3.

postupov, je napríklad vhodné určenie marketingovej stratégie, v ktorej sa bude apelovať na potreby a požiadavky skupín z tohoto trhu.²³

Ďalším krokom je vymedziť prvky strategického manažmentu. Do úvahy treba brať, že každý región má svoje zloženie stredísk cestovného ruchu. Každé toto stredisko predstavuje samostatný právny subjekt samostatne. Každý subjekt rozhoduje sám za seba. Je dôležité skorigovať vzájomnú spoluprácu medzi nimi. Optimálna situácia nastáva, keď sa subjekt prispôsobí podmienkam a záujmom daného strediska.

Následne po zadefinovaní segmentov sa región rozhoduje, ktorým segmentom bude venovať najväčšiu pozornosť. Takéto delenie je viacerými autormi definované pojmom matica produkt – trh. Maticu produkt – trh môžeme rozčleniť na 4 základné stratégie, podľa ktorých sa odvíja.

Stratégia rastu – vychádza z využívania rastu podielu na skúmanom trhu. Môže ísť o expandujúci trh, alebo aj o vstupy do nových trhov. Pri tejto stratégii je využívaný interný rast, ktorý sa odvíja od vlastných zdrojov, no taktiež využíva aj externý, ktorý je odvíjaný od zdrojov vonkajších.

Stratégia stabilizácie – napriek neustále sa meniacim vonkajším podmienkam je dôležité si udržať získanú pozíciu na trhu. Touto činnosťou sa zaoberá stabilizačná stratégia.

Stratégia útlmu – ňou sa regulujú aktivity, ktoré vyvolali zvýšene náklady, bez výraznejšieho dosiahnutého úspechu na trhu. Je kľúčové určiť len tie prebytočné, vysoko nákladové aktivity, aby proces rozvoja so zostávajúcimi aktivitami mohol pokračovať.

Stratégia kombinovaná – je skombinovaním dvoch alebo viacerých predošle uvedených stratégií. Takto skombinované stratégie sa musia vhodným spôsobom dopĺňať, aby tak spolu pomohli dosahovať vytýčené ciele.²⁴

1.9 Marketing ako nástroj podpory regiónu

Ako prvú vec v rámci marketingu pre región, je dôležité poznamenať strategické marketingové plánovanie. Pomocou tohto plánovania si región určuje, aký želaný stav chce určitými krokmi dosiahnuť.²⁵ Takéto plánovanie na území daného regiónu môžeme chápať ako proces, v ktorom sa hľadajú súlady medzi stanovenými cieľmi, príležitosťami v rámci

²³ GÚČIK, Marián a kol. *Marketing cestovného ruchu. Knižnica cestovného ruchu 17*. Banská Bystrica : Dali-BB, 2011. s. 84. ISBN 978-80-89090-85-3.

²⁴ GÚČIK, Marián a kol. *Marketing cestovného ruchu. Knižnica cestovného ruchu 17*. Banská Bystrica : Dali-BB, 2011. s. 206. ISBN 978-80-89090-85-3.

²⁵ TIMČÁK, Gejza - SMITH, Williams. *Strategické plánovanie v cestovnom ruchu*. Košice : Edičné stredisko Technickej univerzity v Košiciach, 2005. s. 3. ISBN 80-8073-264-7.

trhu, a zdrojmi, ktorými región disponuje. Strategické marketingové plánovanie je orientované na dlhodobejšie ciele. Po úspešnom strategickom marketingovom plánovaní dostávame výsledok v podobe stratégie rozvoja cestovného ruchu.

Strategické marketingové plánovanie ovplyvňuje viacero faktorov. Takéto plánovanie so sebou prináša oboznámenie sa s politikami, ktoré priamo zasahujú a ovplyvňujú rozvoj regiónu ide najmä o politiku:

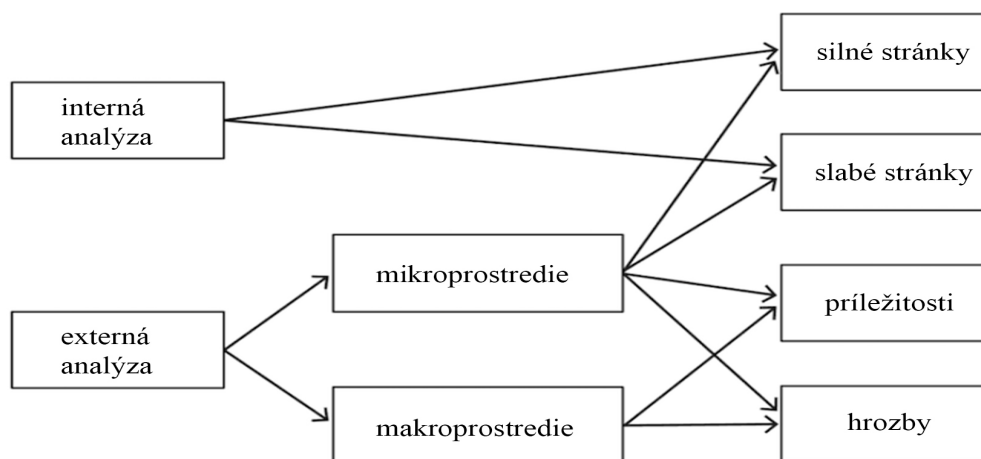
- Životného prostredia
- Rozvoja dopravnej infraštruktúry
- Rozvoja technickej infraštruktúry
- Vzdelávania
- Sociálnu
- Zamestnanosti²⁶

Ďalším dôležitým bodom v rámci marketingu pre rozvoj regiónu je metóda SWOT analýzy:

SWOT analýza

Je analytickou metódou, tá sa využíva najmä v prostredí podnikateľov. Po určitej úprave je túto metódu možné použiť aj v cestovnom ruchu. Táto metóda pomáha špecifikovať silné a slabé stránky, ako aj príležitosti a ohrozenia. Silné a slabé stránky vychádzajú priamo z interných vlastností podniku. V cestovnom ruchu táto interná analýza napríklad v prípade skúmania regiónu, vychádza priamo z danosti regiónu – teda z toho, čím disponuje. Príležitosti a hrozby sú zase vecou externej analýzy. Rieši sa hlavne okolie, v ktorom sa skúmaný región nachádza.

²⁶ VAŇOVÁ, Anna. *Strategické marketingové plánovanie rozvoja územia*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2006. s. 55. ISBN 80-8083-301-X.



Obrázok 1 Zdroje v SWOT analýze

Zdroj: ŠAFROVÁ, DRAŠILOVÁ, Alena. Základy úspešného podnikání: Průvodce začínajícího podnikatele. Praha : Grada, 2019. s. 85. ISBN 978-80-271-2182-3.

Silné stránky pri riešení cestovného ruchu, či na úrovni obce alebo regiónu, zahŕňajú špecifické podmienky, napríklad prírodné, technické alebo produkty viazané s určitou obcou alebo regiónom, ktoré sú pre ne špecifické, a dokáže ich predat' lepšie ako konkurenčné obce, či regióny.

Slabé stránky pri cestovnom ruchu sú napríklad konkrétne miesta, ktoré majú potenciál, no nie sú využité. Takéto miesta často nie sú dostatočne vybavené k využitiu ich potenciálu, napríklad nedostatok prístupových ciest (infraštruktúra), chýbajúce ubytovacie, či stravovacie zariadenia, oproti okolitým obciam alebo iným regiónom.

Príležitosť môže byť- napríklad pozitívne sa vyvíjajúci trend v externom prostredí. Takýto trend sa môže stať príležitosťou pre rozvoj obce či regiónu. Príležitosti sa posudzujú vo viacerých bodoch:

- Atraktivnosť – je tento trend naozaj dostatočne veľký nato aby sa mu venovala pozornosť ? Je teda dost' atraktívny ? Alebo je to v skutočnosti len menšia zmena?
- Pravdepodobnosť úspechu - treba sa zaoberať tým či sme na zmenu pripravení. Aby takáto zmena priniesla, čo možno s najväčšou pravdepodobnosťou želaný výsledok.

Hrozbou je pre región alebo obec negatívne sa vyvíjajúci trend, ktorý môže byť ohrozením a stratou.²⁷

Hlavným cieľom pri využívaní SWOT analýzy v cestovnom ruchu je na základe špecifikovaní dôležitých faktorov vystavať stratégiu, ktorej naplnenie bude stáť na reálnych základoch. Na základe takto vypracovanej stratégie, by potom pre stredisko cestovného ruchu, ktorý sa ňou riadi nemal byť problém využiť skutočné možnosti, a zároveň sa vyhnúť ohrozeniu. Stratégia tiež upovedomí na silné stránky a zároveň upozorňuje subjekt v čom zostáva. Hlavnou výhodou v rámci analýzy SWOT je jej pomerne rýchle vytvorenie, a získanie prehľadu, ktorý pomáha v lepšom orientovaní sa.²⁸

²⁷ KARLÍČEK, Miroslav, a kol. *Základy marketingu 2 Přepřacované a rozšířené vydání*. Praha : Grada, 2018. s.238. ISBN 978-80-271-0955-5.

²⁸ PICHLEROVÁ, Magdaléna – BENČAŤ, Tibor. *Cestovný ruch v krajine*. Zvolen : TU vo Zvolene, 2009. s.104. ISBN 978-80-228-1985-5.

2 Cieľ práce

Diplomová práca sa zaoberá cestovným ruchom a jeho rozvojom. Prechádza cez základne poznatky, s ním spojené cez súčasnú situáciu v Slovenskej republike, ale aj v zahraničí, až po riešenie konkrétne vymedzeného územia, a to Trenčianskeho samosprávneho kraja.

Hlavným cieľom tejto diplomovej práce je vytvoriť súbor odporúčaní pre zlepšenie rozvoja cestovného ruchu v Trenčianskom samosprávnom kraji. K naplneniu stanoveného hlavného cieľa sme si určili parciálne ciele, ktoré nám pomôžu pri jeho realizácii. Ide o tieto parciálne ciele:

- Zhodnotiť súčasnú situáciu v rámci cestovného ruchu v Trenčianskom samosprávnom kraji.
- Zhodnotiť výkony Trenčianskeho samosprávneho kraja v cestovnom ruchu v porovnaní s ostatnými kraji Slovenskej republiky a v porovnaní jednotlivých okresov kraja.
- Zrealizovať a vyhodnotiť dotazníkový prieskum a vyvodiť z neho závery.
- Vytvoriť SWOT analýzu Trenčianskeho samosprávneho kraja.
- Navrhnuť odporúčania, ktorým by mala byť venovaná zvýšená pozornosť.

3 Metodika práce a metody skúmania

Počas spracovania diplomovej práce bolo použito viacero metód. V teoretickej časti práce bola použitá metóda systematizácie, vďaka ktorej sme informácie z domácich aj zahraničných zdrojov vytriedili so zámerom čo najviac prispieť k riešenej problematike .

V praktickej časti sme metódou analýzy zhodnotili získané štatistické údaje Trenčianskeho samosprávneho kraja. Ďalej sme v praktickej časti použili metódu indukcie, a to pri prechádzaní jednotlivých zistení o skúmanom kraji, aby sme prišli k záverom a výsledkom. Tiež sme použili metódu dopytovania a to konkrétne formou elektronického dotazníka, ktorý sme šírili prostredníctvom vybraných e-mailových adries. Vybraní respondenti pôsobia na území Trenčianskeho samosprávneho kraja a ich činnosť zasahuje do cestovného ruchu v ňom. V závere sme použili metódu syntézy, vďaka ktorej sme spojili nadobudnuté poznatky do jedného celku a zhrnuli tak prínosy a závery vyplývajúce z diplomovej práce.

4 Výsledky práce

Praktickú časť tejto diplomovej práce sme orientovali na konkrétny samosprávny kraj, a to Trenčiansky samosprávny kraj. Zanalyzujeme jeho súčasný stav, poukážeme na jeho prednosti a nedostatky. Zhodnotíme dotazník, ktorý bol vyplnený rôznymi subjektmi, z oblasti cestovného ruchu v tomto samosprávnom kraji. Na základe zistení zhodnotíme, čomu by mala byť do budúcnosti venovaná pozornosť, k stimulácii dopytu.

4.1 Charakteristika Trenčianskeho samosprávneho kraja

Trenčiansky samosprávny kraj patrí medzi jeden z ôsmich krajov, v rámci Slovenskej republiky. Nachádza sa v severozápadnej časti Slovenska. Zahŕňa celkom 18 miest a 258 obcí. Sídlo kraja je mesto Trenčín, a spolu v kraji je 9 okresov. Jeho rozloha je 4 502 km².

Trenčiansky samosprávny kraj je hraničný kraj v Slovenskej republike. Jeho výhodou je, že hraničí s Českou republikou. Česká republika je najvýznamnejší zahraničný zdroj príjazdov pre tento kraj. Je pomerne blízko od Bratislavského samosprávneho kraja. Spája ich diaľnica D1 a hlavný dopravný koridor.



Obrázok 2 Umiestnenie Trenčianskeho samosprávneho kraja v rámci ostatných krajov v Slovenskej republike.

Zdroj: <https://www.ardal.sk/sk/ekonomicke-informacie/zakladne-informacie-o-sr>.

4.1.1 Primárny prírodný potenciál

Reliéf: Trenčiansky samosprávny kraj z geografického hľadiska začleňujeme do pod sústavy Karpát (provincia Západné Karpaty a subprovincia Vnútorne Západné Karpaty). Celkové územie kraja je rozprestreté na viacerých geografických celkoch, a to na flyšových Karpatoch, Podunajskej nížine, Fatransko-tatranskej oblasti, Slovenskom stredohorí a pohorí Vtáčnik. Severnú hranicu tvorí horský masív Biele Karpaty, ktorý je vyhlásený za chránenú krajinu oblasť (CHKO). Hranicu medzi Českou republikou a krajom dotvára pohorie Javorníky. Z východnej strany Slovenska zasahujú Strážovské vrchy (CHKO), a Súľovské vrchy. Z juhu zasahuje Podunajská pahorkatina. Súčasťou reliéfu sú Hornonitrianska kotlina a Považské podolie. K významným pohoriam v kraji ďalej patria: Malá Fatra, Žiar, Kremnické Vrchy a Tribeč. Najvyšší bod v kraji predstavuje vrch Vtáčnik, ktorý sa nachádza na rovnomennom pohorí, pričom jeho vrchol dosahuje nadmorskú výšku 1346 m. n. m. Najnižší bod predstavuje rieka Váh, a to konkrétne pri Hornej Strede, kde jej nadmorská výška je 165 m. n. m. Celkovo reliéf na území kraja môžeme zhodnotiť ako pomerne členitý, na južnej strane má viac podobu pahorkatiny, zatiaľ čo na severnej strane je hornatejší.

Vodstvo: Dve najdlhšie rieky, ktoré pretekajú územím kraja, sú Váh (jej stredný tok) a rieka Nitra (jej horný tok). Ďalej medzi známejšie rieky v kraji patria Bebrava, Myjava, Nitrica, Handlovka, Radiša a Vlára. Nachádzajú sa tu aj vodné nádrže, napríklad: Zelená Voda, Nitrianske Rudno, Dubník I, Dubník II, Duchonka, Stará Myjava, Brestovec, Nemečky a ďalšie, ktoré lákajú návštevníkov najmä v letných mesiacoch.

Podnebie: Celkovo mierne až teplé podnebie. Vzhľadom na globálne otepľovanie, ktoré zapríčiňuje zvyšovanie teplôt, tu v letných mesiacoch bývajú, najmä v južnejších častiach kraja, aj tropické dni. Počas zimných mesiacov naopak, teploty môžeme z veľkej časti označovať za mierne. V horských polohách je podnebie chladnejšie.

Rastlinstvo: Pohoria sú z veľkej miery zalesnené. Prevládajú listnaté bukové a dubové lesy. V kraji nie je žiaden národný park.

4.1.2 Primárny kultúrohistorický potenciál

Medzi významné kultúrohistorické pamiatky v kraji zaraďujeme historické jadro mesta Trenčín, Trenčiansky Hrad, Čachtický hrad, Beckovský hrad, Bojnický zámok, Rodný dom Ľudovíta Štúra a Alexandra Dubčeka v Uhrovci, Mohylu Milana Rastislava Štefánika pri meste Brezová pod Bradlom. V kraji sa nachádzajú aj zrúcaniny hradov, a to konkrétne hradu Tematín, hradu Sivý Kameň, hradu Uhrovec, Lednického hradu, Košeckého hradu a hradu Vršatec. Pomerne známy je aj Ilavský hrad, ktorý prešiel početnými rekonštrukciami a v súčasnosti slúži ako štátna väznica.

4.1.3 Primárny potenciál – spoločenské podujatia

Medzi najznámejšie každoročné spoločenské podujatia v kraji patria:

Trenčiansky majáles: Každoročne jeden z prvých festivalov, ktorý v Trenčíne otvára sezónu kultúrnych podujatí. Koná sa v mesiaci máj a je spojený s rituálom stavania symbolického májového stromu a následnou oslavou na mierovom námestí. Oslava zahŕňa viacero vystúpení folklórnych súborov, dychovej hudby, kapiel a program pre deti.

Trenčianske hradné slávnosti: Podujatie, ktoré sa koná na Trenčianskom hrade. Zamerané na prezentáciu dobového života z čias Matúša Čáka Trenčianskeho. Počas slávností sú na Trenčianskom hrade prezentované rôzne dobové aktivity, situácie a postavy. Program je každoročne vystavaný tak, aby zaujal ako deti tak aj dospelých. Termín konania býva každoročne medzi mesiacmi júl – august, a jeho dĺžka býva posledné roky 2 dni.

Festival Pohoda: Jeden z najväčších festivalov na Slovensku vôbec. Festival sa zameriava na prezentáciu umelcov viacerých žánrov, čím každoročne priláka široké spektrum návštevníkov. Koná sa na Trenčianskom letisku, pričom každoročne uvíta v priemere 30 000 návštevníkov. Obvykle sa koná počas prvého Júlového týždňa a jeho dĺžka je 2 až 3 dni.

Trenčianske kultúrne leto: Je to dlhší festival, ktorého trvanie je sústredené na letné obdobie. Uskutočňuje sa od začiatku júla do konca augusta. Počas tohto rozmedzia sa každý piatok a nedeľu konajú hudobné vystúpenia pod Trenčianskou mestskou vežou, pričom v nedeľu sú do programu pridané aj divadlá pre deti.

Art in park Trenčianske Teplice: Festival sa zameriava na širokú škálu návštevníkov. Spája film, hudbu, výtvarné umenie, divadlo a dopĺňa ich sprievodnými aktivitami pre deti aj dospelých. Festival sa koná v auguste a jeho dĺžka je 2 dni. Počas dĺžky jeho trvania sa vonku na plátne premietajú najnovšie filmy, vystupujú populárne ako aj začínajúce kapely, hrajú sa divadelné hry, čítajú sa knihy od slovenských autorov pre deti aj dospelých, koná sa prezentácia obrazov a mnoho ďalších aktivít spojených s umením.

Medzinárodný folklórny festival Myjava: Festival ktorý prevádza návštevníkov cez ľudové umenie a tradície západoslovenského regiónu. Každoročne konaný v júni pričom jeho trvanie je 3 až 4 dni. Je organizovaný pod záštitou medzinárodnej rady organizátorov folklórnych festivalov a ľudového umenia (C.I.O.F.F).

Bartolomejský Jarmok v Čadci: Populárny jarmok konajúci sa v Čadci na matičnom námestí. Obvykle je jeho dĺžka 2 dni a koná sa v mesiaci august. Každoročne na ňom vystupujú nielen folklórne súbory ale aj začínajúce či populárnejšie slovenské kapely. Súčasťou programu býva aj bábkové divadlo, výstava výtvarných diel, drotársky a remeselný jarmok.

Rozprávkový zámok v Bojniciach: Je to jeden z najväčších festivalov svojho druhu v strednej Európe. Je to divadelný festival určený pre rodiny s deťmi. Na bojnickom zámku je pripravený program s účinkujúcimi prezlečenými za rozprávkové bytosti. Toto podujatie sa koná v júni a jeho trvanie je 4 dni pričom sa zvykne v tom istom mesiaci uskutočniť 2-krát.

4.1.4 Technické pamiatky

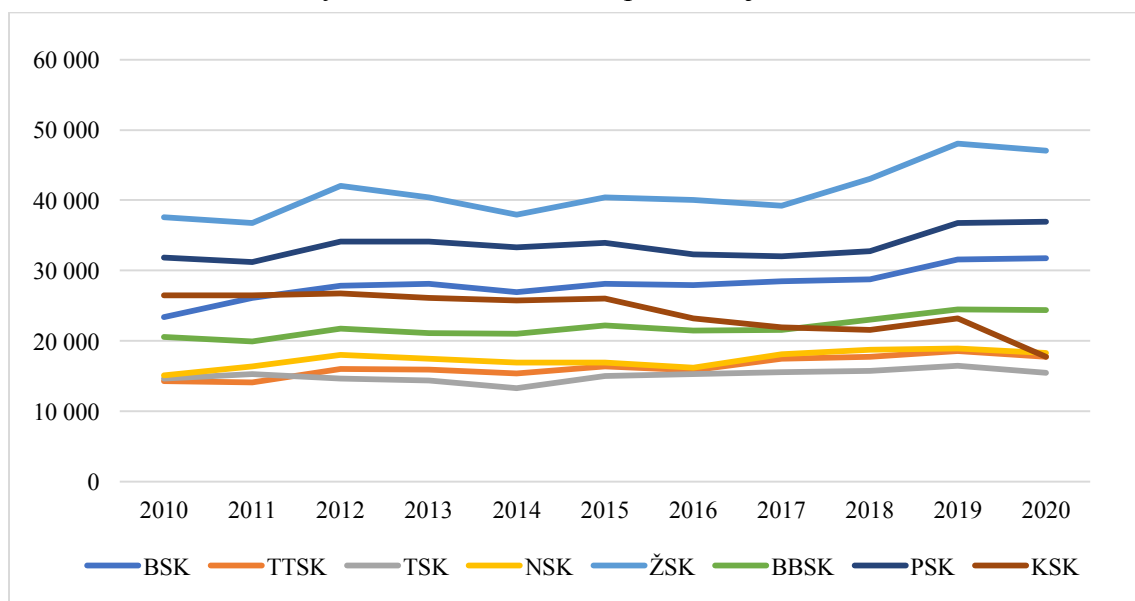
Technické pamiatky: Zaujímavou technickou pamiatkou je Hornonitriansky banský skanzen. Skanzen je prevádzkovaný v bani Cigeľ a ponúka prehliadku po trase baníkov, dnes už bývalej hneďouhoľnej bane. Návštevníci majú možnosť zažiť prostredie, v ktorom baníci pracovali, odvieť sa po koľajniciach v baníckych vozíkoch a počuť podrobný výklad o vtedajšom fungovaní bane od sprievodcov. Ďalšou zaujímavou technickou pamiatkou je Trenčianska elektrická železnica, ktorá vznikla v roku 1909. V minulosti zabezpečovala prepravu kúpeľných hostí. V súčasnosti slúži ako atrakcia pre turistov a počas sezóny premáva svojich hostí po pôvodnej dráhe na vozňoch z roku 1951, ktoré sa už niekoľkokrát podrobili rekonštrukcii.

4.1.5 Sekundárny potenciál

Kraj disponuje strategickou dopravnou polohou a v rámci Slovenskej republiky plní tranzitnú úlohu. Medzi zásadné prepojenia cestného, ale i železničného charakteru, ktoré plní, je prepojenie s Českou republikou, ťahom z Brna do Zvolena (od Brna cez Drietomu a Prievidzu do Zvolena). Druhým významným ťahom je prepojenie Rakúska cez Slovenskú republiku, až do Poľska, a to konkrétne z Viedne až do Katovic (od Viedne sa následne postupuje cez Bratislavu, Trenčín, Žilinu až do Katovic). V rámci kraja je aj viacero letísk, ktoré ale neslúžia na komerčnú prepravu. Využívané sú skôr na výcvik pilotov športových a menších lietadiel, záchrannú službu, parašutizmus, či lety balónom. Kraj je bohatý aj na prírodné pramene, pričom v niektorých lokalitách podmienil vznik kúpeľov a niektoré z nich dosiahli v rámci kúpeľnej liečby celoslovenský, ba až zahraničný dosah (Nimnica, Trenčianske Teplice, Bojnice). V kraji pôsobia dve oblastné organizácie cestovného ruchu, krajská organizácia cestovného ruchu a 20 turisticko-informačných centier a kancelárií. Počet stravovacích zariadení je rozdielny podľa okresov. Najväčšie zastúpenie stravovacích zariadení majú okresy Prievidza a Trenčín. Ubytovacie zariadenia si bližšie špecifikujeme v podkapitole 4.2.

4.2 Analýza súčasného stavu Trenčianskeho samosprávneho kraja

Graf 3 Počet lôžok v ubytovacích zariadeniach podľa krajov v rokoch 2010 – 2020.

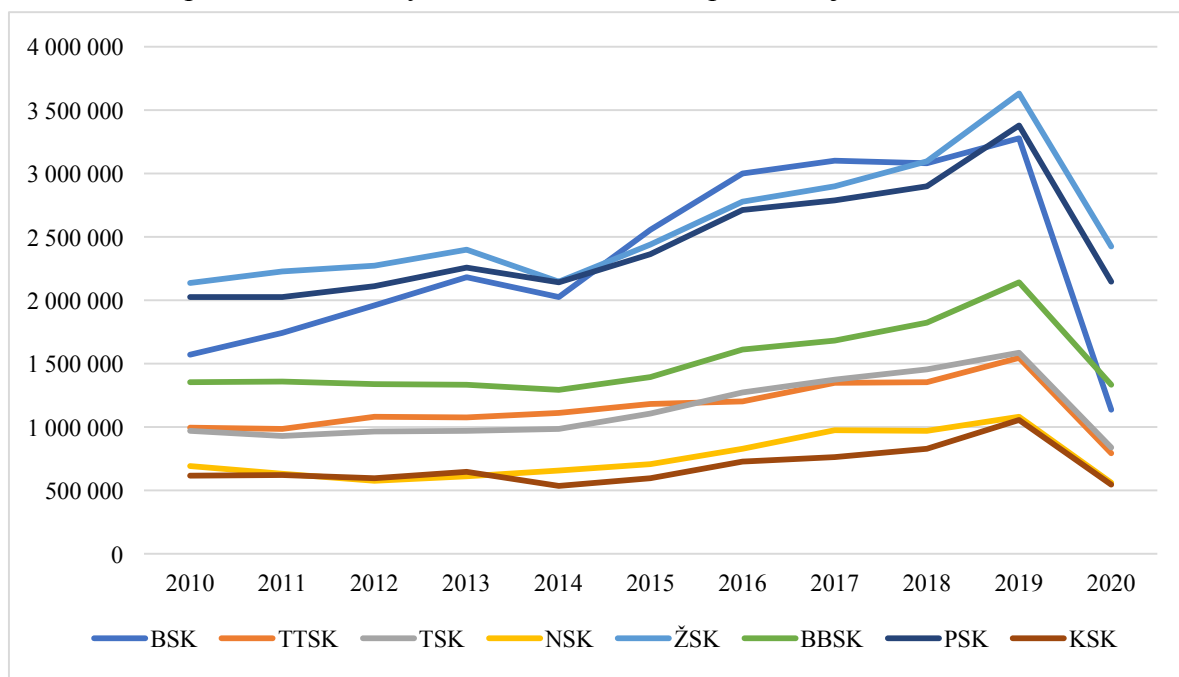


Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov zo Štatistického úradu Slovenskej republiky. [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-04-17]. Dostupné na: http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SK_WIN/cr3003qr/v_cr3003qr_00_00_00_sk.

Z grafu vyplýva, že počet ubytovacích zariadení je v Trenčianskom samosprávnom kraji dlhodobo na najnižšej úrovni. Na nízkej úrovni sa taktiež dlhšie držia Nitriansky a Trnavský samosprávny kraj. K roku 2020 v Trenčianskom samosprávnom kraji počet lôžok dosiahol 15 450, pričom v rovnakom roku počet ubytovacích zariadení dosiahol 313. Od roku 2010, kedy bol počet ubytovacích zariadení v Trenčianskom samosprávnom kraji najnižší v rámci nami skúmaného obdobia, a to presne 253 ubytovacích zariadení, počet vzrástol o 60 zariadení. Za nami sledované obdobie najviac ubytovacích zariadení Trenčiansky samosprávny kraj dosiahol v roku 2019, a to presne 327 ubytovacích zariadení. Na grafe môžeme pozorovať, že od roku 2019 počet ubytovacích zariadení zažíva v každom kraji buď stagnáciu alebo pokles. Tento jav môžeme pripisovať najmä obmedzeniam spojených s epidemiologickou situáciou spojenou s vírusom COVID-19, ktoré výrazne obmedzovali činnosť a mnohých podnikateľov motivoval k ukončeniu ich činnosti. V rámci celej Slovenskej republiky, oproti roku 2010, v roku 2020 disponuje krajina takmer o 13,83% viac lôžkami. Trenčiansky samosprávny kraj sa v rámci počtu lôžok v ubytovacích

zariadeniach v posledných 10 rokoch v porovnaní s niektorými inými kraji až tak výrazne nemenil. Môžeme z toho vyvodit', že zvyšovanie počtu prenocovaní, nesúvisí do roku 2019 až tak so zvyšovaním počtu lôžok, keďže tie sa až tak výrazne nezvyšujú. Zvyšovanie počtu prenocovaní môžeme pripisovať najmä zvýšenému využívaniu kapacít Trenčianskeho samosprávneho kraja.

Graf 4 Počet prenocovaní v ubytovacích zariadeniach podľa krajov v rokoch 2010 – 2020.

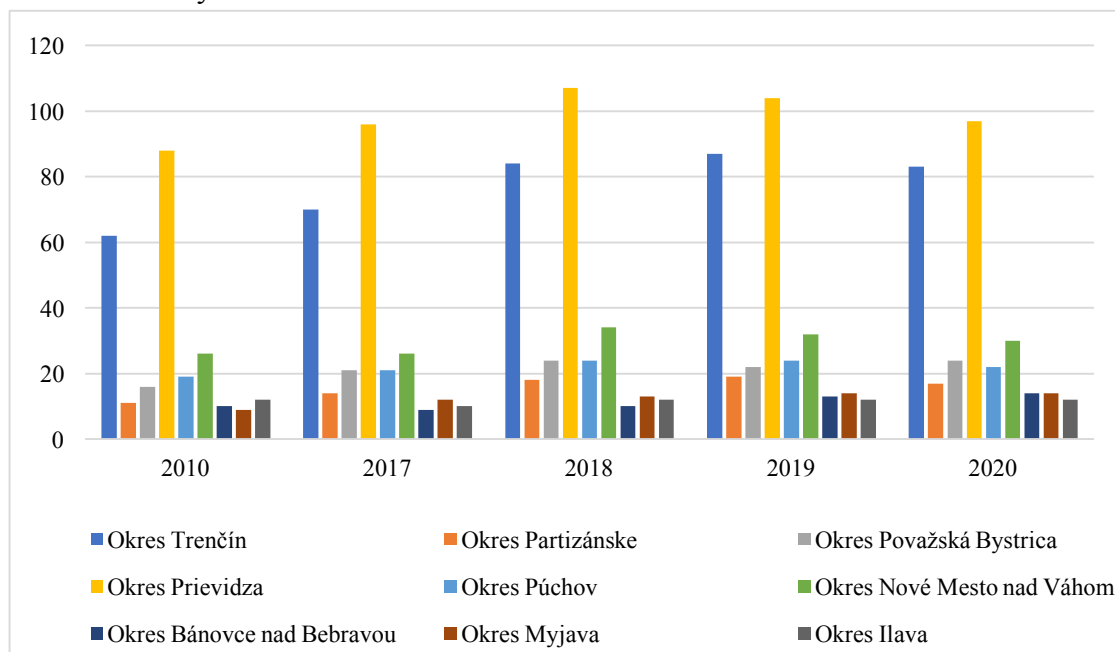


Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov zo Štatistického úradu Slovenskej republiky. [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-04-18]. Dostupné na: http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SK_WIN2/cr3801mr/v_cr3801mr_00_00_00_sk.

Napriek najnižším kapacitám je návštevnosť pomerne vysoká. V počte prenocovaní sa Trenčiansky samosprávny kraj neumiestnil ako posledný. Počtom prenocovaní predbehol Nitriansky a Košický samosprávny kraj. Drží sa na podobnej porovnateľnej úrovni ako Trnavský samosprávnym krajom. Od roku 2014 môžeme pozorovať nárast z roku na rok v každom samosprávnom kraji. Najvyššie hodnoty v prenocovaní dosiahli všetky kraje v roku 2019. V prípade Trenčianskeho samosprávneho kraja, to bolo konkrétne 1 584 442 prenocovaní oproti roku 2010, kedy v kraji bolo 972 937. Toto zvýšenie predstavuje percentuálny nárast o 62,85%. Výrazne nepriaznivé zmeny môžeme sledovať z roku 2019 na rok 2020. Tento pokles priviedol počet prenocovaní za najnižšie hodnoty za posledné

roky. Pripisujeme to najmä epidemiologickej situácii spojenej s vírusom COVID-19. V roku 2019 počet prenocovaní 1 584 442 klesol o 47,02% na hodnotu 839 369.

Graf 5 Počet ubytovacích zariadení v okresoch Trenčianskeho samosprávneho kraja za rok 2010 a roky 2017 – 2020.

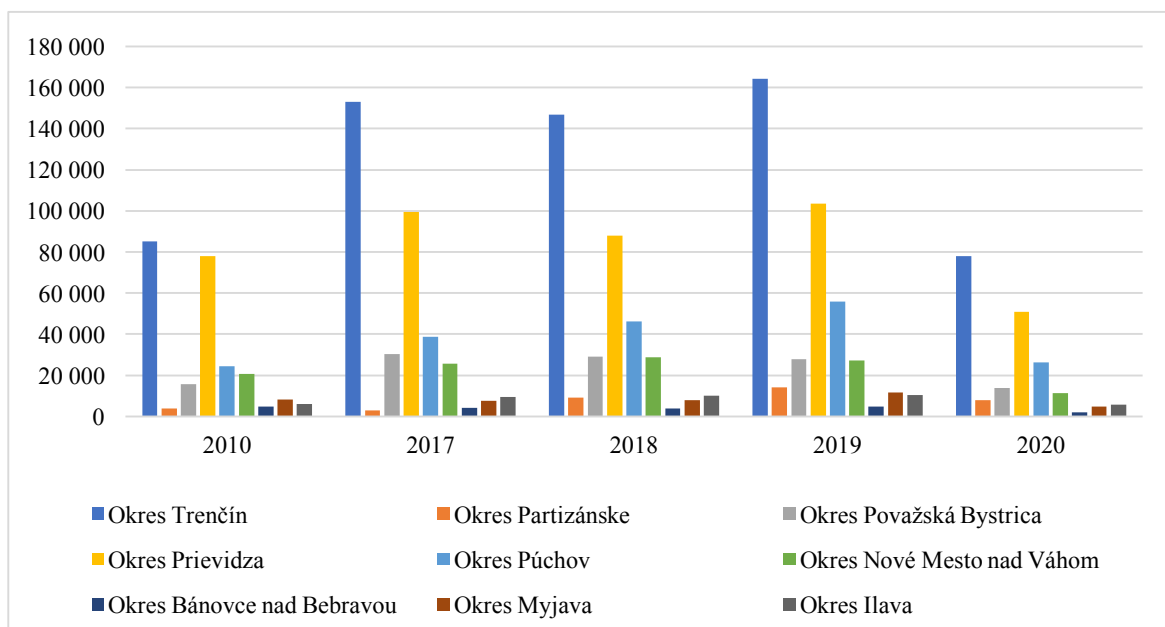


Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov zo Štatistického úradu Slovenskej republiky. [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-04-18]. Dostupné na: http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SK_WIN/cr3002rr/v_cr3002rr_00_00_00_sk.

Z uvedeného grafu môžeme pozorovať, že umiestnenie jednotlivých okresov v rámci počtu lôžok sa v rámci sledovaných období menil iba minimálne. Najväčší počet ubytovacích zariadení za všetky sledované obdobia je v okrese Prievidza a v okrese Trenčín. Trenčiansky samosprávny kraj v roku 2020 spolu za všetky okresy dosahoval 313 ubytovacích zariadení. Z toho mal v roku 2020 okres Prievidza 97 ubytovacích zariadení a okres Trenčín 83 ubytovacích zariadení. V roku 2020 teda na celkovom počte ubytovacích zariadení mali okres Trenčín a okres Prievidza spolu nadpolovičný podiel, konkrétne 57,51%. Nižší počet ubytovacích zariadení je v okresoch Nové mesto nad Váhom, Púchov a Považská Bystrica, s celkovým počtom k roku 2020, so 76 ubytovacími zariadeniami, čo predstavuje 24,28%, na celkovom počte ubytovacích zariadení. Najnižší počet ubytovacích zariadení je v okresoch Partizánske, Bánovce nad Bebravou, Myjava, Ilava, ktoré spolu

dosiahli 57 ubytovacích zariadení, čo z celkového počtu ubytovacích zariadení k roku 2020, predstavuje 18,21%.

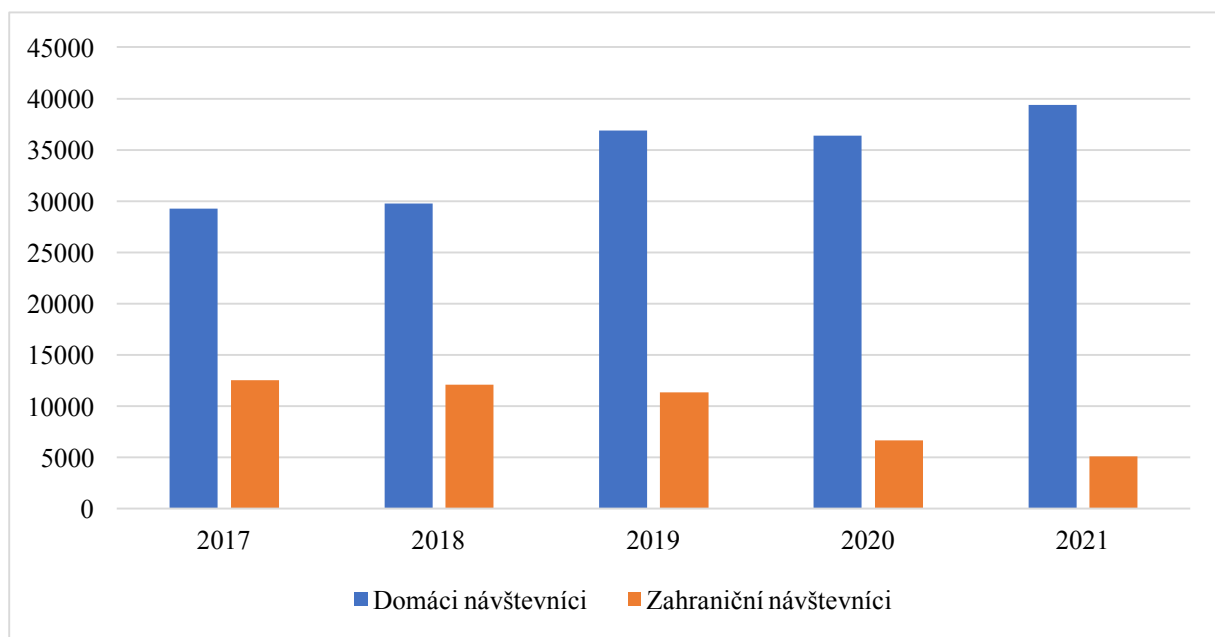
Graf 6 Počet návštevníkov v okresoch Trenčianskeho samosprávneho kraja za rok 2010 a roky 2017 – 2020.



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov zo Štatistického úradu Slovenskej republiky. [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-04-18]. Dostupné na: http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SK_WIN/cr3002rr/v_cr3002rr_00_00_00_sk.

Na tomto grafe môžeme veľmi dobre vidieť, aký pokles nastal z roku 2019 na rok 2020. Každý jeden okres v rámci Trenčianskeho samosprávneho kraja zaznamenal pokles. Najväčší môžeme pozorovať v okrese Trenčín, kde počet návštevníkov z roka na rok klesol o viac ako polovicu, konkrétne o 52,47%. V počte návštevníkov taktiež za všetky sledované obdobia vedú okresy Trenčín a Prievidza. Na najnižšej úrovni sa nachádzajú okresy Bánovce nad Bebravou, Partizánske, Myjava a Ilava. V podstate veľmi podobné usporiadanie ako pri počte ubytovacích zariadení. Dá sa povedať, že tam kde je najviac ubytovacích zariadení, dosahuje Trenčiansky samosprávny kraj aj najväčší počet návštevníkov.

Graf 7 Porovnanie počtu domácich a zahraničných návštevníkov za mesiac august v rokoch 2017 – 2021.



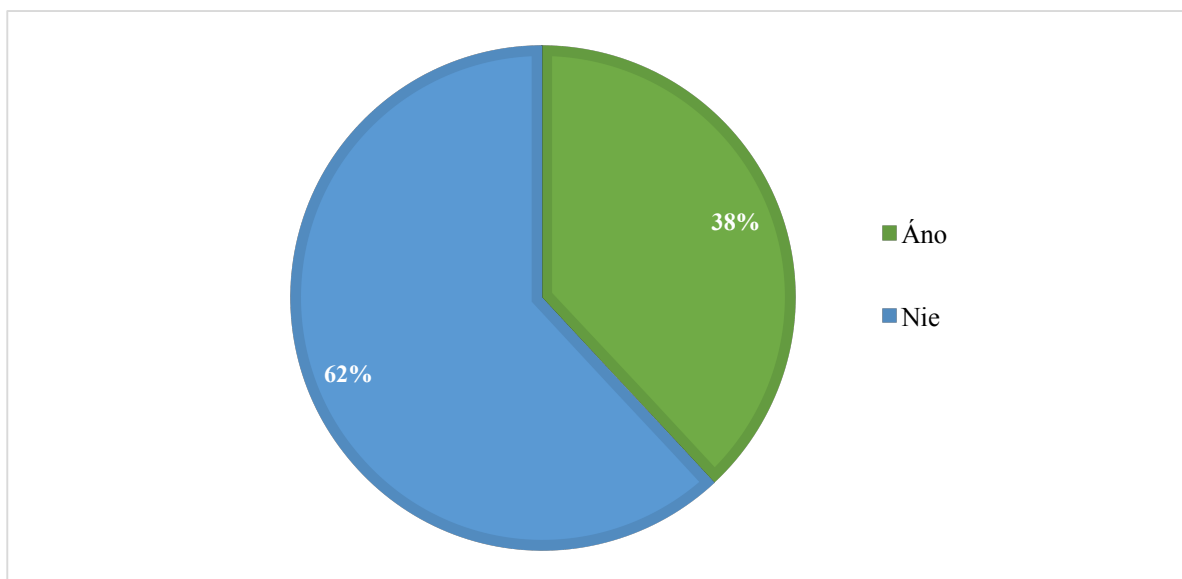
Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov zo Štatistického úradu Slovenskej republiky. [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-10-26]. Dostupné na: http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SK_WIN2/cr3804mr/v_cr3804mr_00_00_00_sk.

Na tomto grafe môžeme vidieť, že počet návštevníkov ovplyvnila pandemická situácia. Dopady boli však pre sledované dve skupiny návštevníkov rozdielne. Zatiaľ, čo domáci návštevníci z roku 2019 na rok 2020 klesli iba minimálne, tak pokles pri zahraničných návštevníkoch sa v tomto období takmer zdvojnásobil. Domáci návštevníci z roku 2019, kedy ich počet v mesiaci august bol 36 861 klesol na 36 378, čo predstavuje pokles o 1,31%. Tento pokles nie je výrazný a k roku 2021 počet domácich návštevníkov opäťovne v sledovanom mesiaci stúpol o 8,22% na 39 369. Na druhej strane u zahraničných návštevníkov bol z roku 2019 na rok 2020 zaznamenaný výrazný pokles. V roku 2019 počet zahraničných návštevníkov v mesiaci august dosiahol počet 11 336. O rok neskôr za august 2020 počet zahraničných návštevníkov klesol o 41,20 % na počet 6 666. Za august v roku 2021 sa toto číslo ešte znížilo na 5 092. V porovnaní s rokmi pred pandémiou (2017 až 2019), kedy v priemere za august mal Trenčiansky samosprávny kraj okolo 12 000 zahraničných návštevníkov, sa ich počet znížil viac ako dvojnásobne.

4.3 Dotazníkový prieskum a jeho vyhodnotenie

Zrealizovali sme dotazníkový prieskum, ktorého cieľom bolo zistiť aktuálne postoje jednotlivých respondentov na otázky, týkajúce sa cestovného ruchu v Trenčianskom samosprávnom kraji. Prieskum sa realizoval v období od 22.3.2021 do 30.5.2021. Celkovo sme oslovili 203 respondentov. Dotazník bol rozposielaný prostredníctvom emailu, predstaviteľom primárnej a sekundárnej ponuky, obciam, mestám ako aj špecializovaným organizáciám pre cestovný ruch. Z celkového počtu 203 oslovených respondentov sa nám vrátilo 42 vyplnených dotazníkov. Do tohto prieskumu sa teda zapojilo 20,69% z celkového počtu opýtaných. Z tohto dôvodu nemôžeme považovať tento dotazník za relevantný, ale prináša nám niekoľko názorov, ktoré využijeme pri splnení cieľa diplomovej práce. Dotazník sa celkovo skladá z 8 otázok, pričom 7 z nich je uzavretých a 1 otázka je otvorená. Jeho vyhodnoteniu sa venuje nasledujúca časť.

Graf 8 Dostalo sa Vám finančnej podpory na rozvoj vašej činnosti v oblasti cestovného ruchu, prostredníctvom dotácií? (výber jednej z možností)

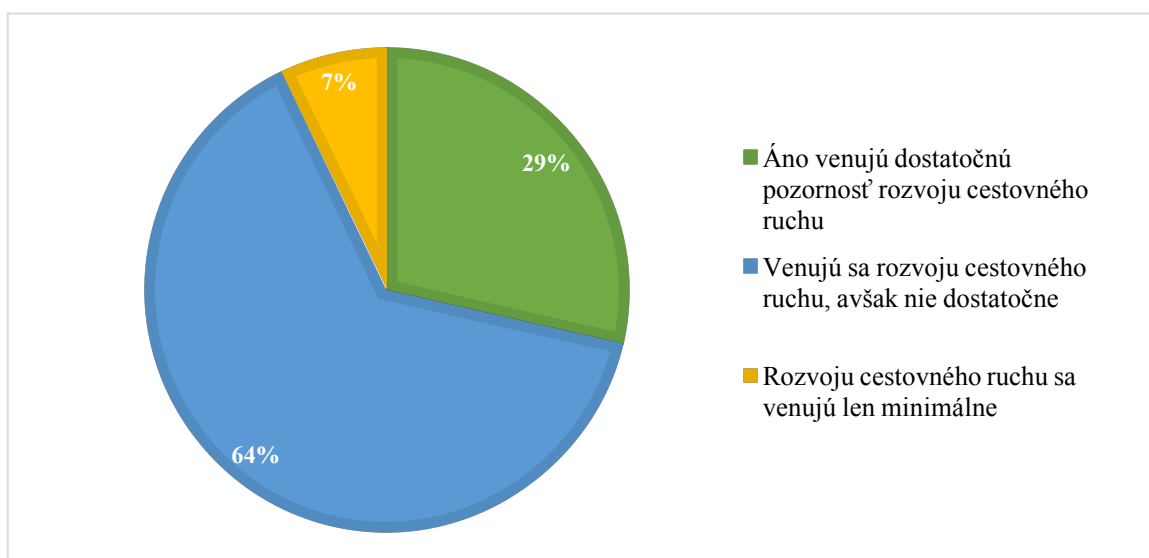


Zdroj: Vlastný prieskum.

V prvom rade sme chceli zistiť ako sú na tom rozličné subjekty, čo sa týka finančnej podpory zo strany štátu, na rozvoj cestovného ruchu. Z 42 opýtaných respondentov, ich bolo iba 16, ktorí takúto finančnú podporu dostali, čo predstavuje z celkového počtu 38%. Tí, ktorí uviedli, že dotácie dostali, boli najčastejšie známejší aktéri, ktorí už majú vybudované svoje meno. Avšak viac ako polovica opýtaných, a to konkrétne 62%, uviedla, že žiadnu

finančnú podporu na rozvoj cestovného ruchu nedostala. Je teda na mieste pouvažovať o získaní finančnej podpory pre tieto subjekty, ktoré taktiež môžu veľa poskytnúť k rozvoju cestovného ruchu. Takýchto prípadov je samozrejme viac. Pritom sa často jedná o zaujímavé subjekty, ktoré naozaj môžu výrazne prispieť k rozvoju cestovného ruchu. Ide napríklad aj o obce, ktoré disponujú atraktívnym prírodným potenciálom, v svojom okolí, avšak na zveľadenie a vybudovanie turistických chodníčkov či cyklotrás, ako aj celého spropagovania prostredia chýbajú financie.

Graf 9 Aký máte názor na OOCR a KOCR v Trenčianskom samosprávnom kraji? Venujú dostatočnú pozornosť rozvoju cestovného ruchu v ňom? (Výber jednej z možností)

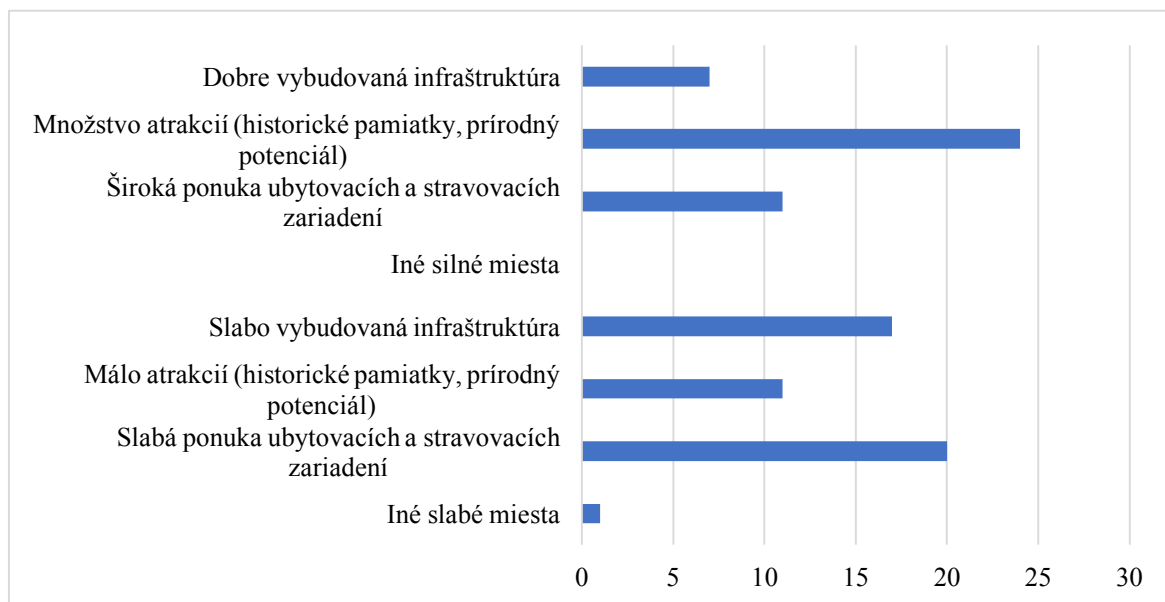


Zdroj: Vlastný prieskum.

Chceli sme zistiť, aký názor majú aktéri cestovného ruchu na oblastné organizácie cestovného ruchu a krajskú organizáciu cestovného ruchu v Trenčianskom samosprávnom kraji. Vďaka tomuto kroku sme chceli pochopiť, nakoľko je medzi aktérmi vybudovaná dôvera v tieto organizácie. 29% opýtaných respondentov odpovedalo kladne, a teda za to, že pozornosť, ktoré tieto organizácie cestovnému ruchu venujú, sú dostatočné. Avšak väčšina opýtaných má pocit, že v praxi tá pozornosť nie je dostatočná a môžeme vyvodit', že by si želali jej zvýšenie. Jedná sa konkrétne o 64% opýtaných. 7% respondentov odpovedalo, že pozornosť cestovnému ruchu je z ich strany venovaná len minimálne. Ako celok môžeme teda zhodnotiť, že výskum tejto otázky nedopadol najhoršie. Je však potrebné

vybudovať väčšiu dôveru. Aktéri cestovného ruchu by možno uvítali väčšiu aktivitu zo strán týchto organizácií.

Graf 10 V čom podľa Vás napreduje/zaostáva Trenčiansky samosprávny kraj, pokiaľ hovoríme o cestovnom ruchu? (môžete vybrať aj viac možností)

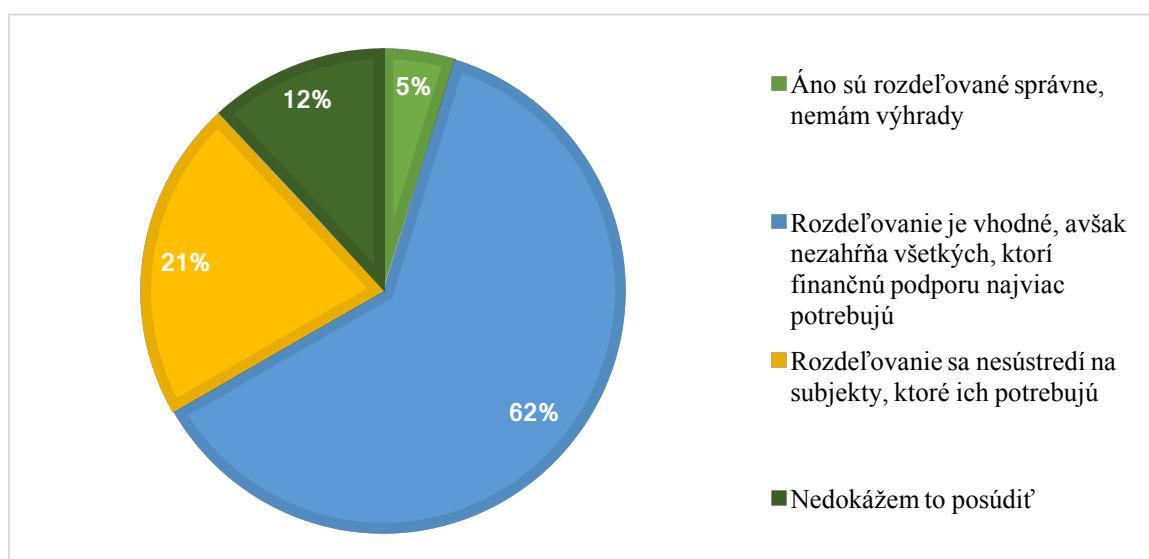


Zdroj: Vlastný prieskum.

Pri tejto otázke sme dali možnosť viacerých odpovedí, ktoré respondenti mohli vyberať. Polovica odpovedí je zameraná na kladný smer, druhá polovica na negatívny. Nechali sme im možnosť vyjadriť aj svoj vlastný názor v podobe iných silných/slabých miest, ktoré mohli do dotazníka vpísať. Hlasy, ktoré dostala každá jednotlivá položka sme sčítali, aby sme videli konkrétne, čo podľa respondentov napreduje alebo zaostáva. Názory jednotlivcov sú samozrejme subjektívne podľa ich pohľadu na vec, a podľa konkrétnej oblasti, v ktorej v rámci cestovného ruchu v Trenčianskom samosprávnom kraji vystupujú. Avšak podľa sčítania hlasov vidíme, že najviac sa zhodli na tom, že Trenčiansky samosprávny kraj má širokú ponuku atrakcií a turistov, má čím zaujať, konkrétne táto možnosť získala 24 hlasov. Druhá možnosť, na ktorej sa respondenti najviac zhodli, a to konkrétne 20 hlasmi, je slabá ponuka ubytovacích a stravovacích zariadení. Samozrejme treba sa pozerať na túto možnosť z hľadiska toho, že nie všetci respondenti sú situovaní v meste, jednalo sa aj o subjekty z prostredia vzdialenejšieho od mesta, alebo vidieckeho. Tieto subjekty majú pocit, že ponuka ubytovacích a stravovacích služieb v rámci Trenčianskeho samosprávneho kraja nie je dostatočná a mala by sa zväčšiť. 17 respondentov

sa zhodlo na slabej infraštruktúre, ktorá nie je úplne dotiahnutá k všetkým turistickým atrakciám, alebo je v horšom stave. Chceli sme poukázať na tri najčastejšie vybrané možnosti, pretože rozoberať všetky by bolo protichodné. Čo sa týka ešte iných silných miest, tam túto možnosť nevybral ani jeden respondent. Iné slabé miesta boli vybraté jedenkrát z celkového počtu 42 respondentov a ako slabá stránka bola uvedená spolupráca jednotlivých subjektov v oblasti cestovného ruchu.

Graf 11 Myslíte si, že sú dotácie na rozvoj cestovného ruchu správne rozdeľované? Venujú pozornosť tým subjektom, ktoré ich naozaj najviac potrebujú? (výber jednej z možností)

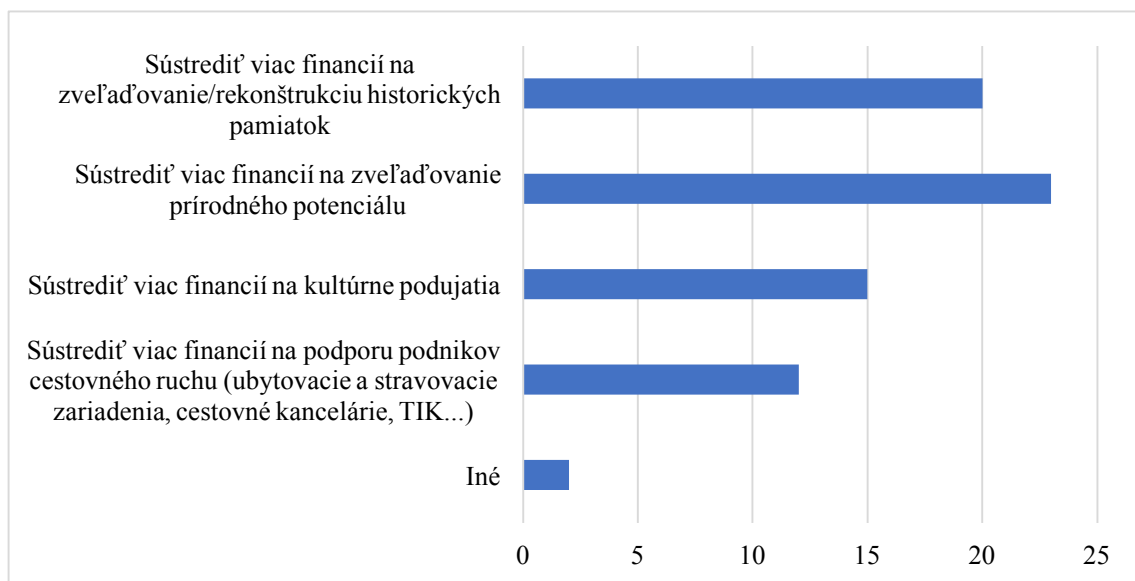


Zdroj: Vlastný prieskum.

V tejto otázke sme chceli zistiť pohľad jednotlivých aktérov na rozdeľovanie dotácií, na podporu cestovného ruchu v rámci Trenčianskeho samosprávneho kraja. Môžeme vidieť že je to iba 5% respondentov, ktorí bez výhrad akceptujú toto rozdeľovanie a sú s ním spokojní. Nadpolovičná väčšina, a to 62% respondentov toto rozdeľovanie akceptuje, avšak sú presvedčení o tom, že nie všetci tí, ktorým by sa takáto finančná podpora hodila, ju aj obdržia. 21% opýtaných respondentov naráža nato, že toto rozdeľovanie sa nesústreďí na tie subjekty, ktoré naozaj pomoc potrebujú vôbec. 12% hlasovalo za možnosť, že to nedokážu posúdiť. Výsledkom spracovania tejto otázky je teda záver, že drvivá väčšina opýtaných, by privítala finančnú podporu aj iným subjektom cestovného ruchu, ako tým, ktorí ju obdržali doteraz. V rámci Trenčianskeho samosprávneho kraja existuje mnoho aktérov, ktorí tento pocit majú aj v dôsledku ich vlastnej negatívnej skúsenosti pri vybavovaní finančnej podpory, keď im príspevky na podporu cestovného ruchu boli po predložení žiadosti

zamietnuté. Príkladom zisteným z nášho prieskumu, sú napríklad žiadosti o dotácie na organizovanie kultúrneho podujatia, o ktorých nám viacerí respondenti uviedli, že boli zamietnuté.

Graf 12 Kde by ste sústredili finančnú podporu vy? Koho/čo by trebalo prioritne podporovať, aby sa tak pomohlo lepšiemu rozvoju cestovného ruchu v Trenčianskom samosprávnom kraji? (môžete vybrať aj viac možností)

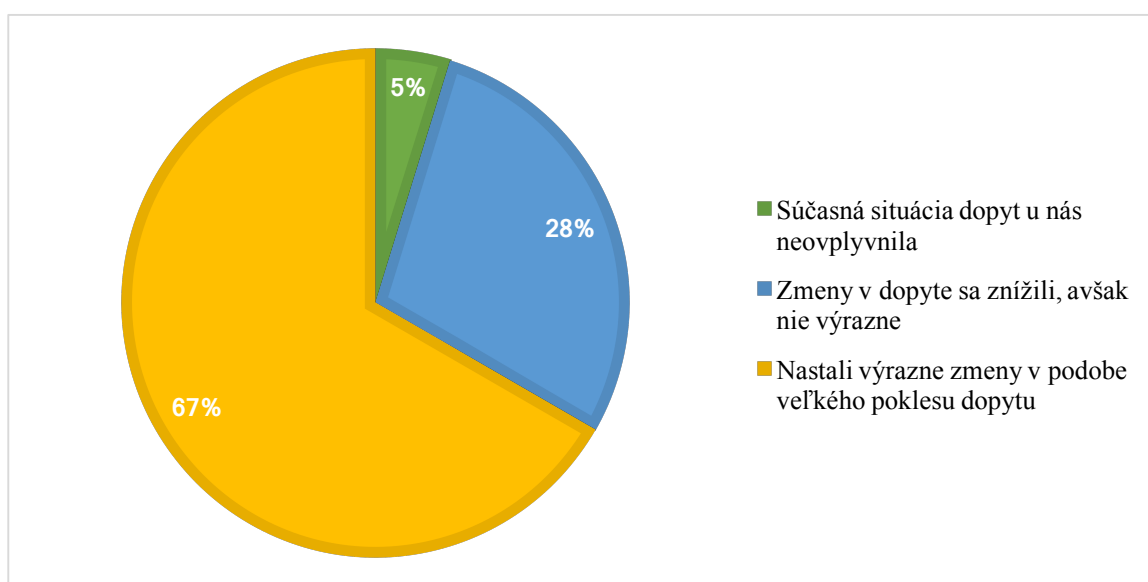


Zdroj: Vlastný prieskum.

Pri tejto otázke sme chceli nechať voľnú ruku pri rozdeľovaní dotácií každému respondentovi. Aby sme tak bližšie mohli pochopiť, kam by uvítala väčšina opýtaných smerovať finančnú podporu. S najvyšším počtom hlasov, a to konkrétne s 23 hlasmi sa umiestnila možnosť sústredenia viac finančných prostriedkov na zveľaďovanie prírodného potenciálu. Trenčiansky samosprávny kraj má v skutočnosti atraktívny prírodný potenciál, avšak mnohokrát sa stretávame s tým, že veľa z týchto prírodných atraktivít nie je dostatočne zveľaďovaných a tým aj nie až tak atraktívnych pre turistov. Chýbajú vyznačené a upravené trasy pre turistov, ako aj pre cykloturistov, taktiež úprava terénu a okolia. Na druhom mieste sa umiestnila možnosť s 20 hlasmi, a to konkrétne sústrediť viac finančných prostriedkov na zveľaďovanie, či rekonštrukciu historických pamiatok. V Trenčianskom samosprávnom kraji je množstvo historických pamiatok, ktoré nie sú v najlepšom stave a zaslúžili by si určite finančnú podporu na zveľaďovanie, či už okolia atrakcie, ako aj jej samotnej, prípadne v niektorých prípadoch aspoň čiastočnú rekonštrukciu. S 15 hlasmi sa na treťom mieste umiestnila možnosť sústrediť viac financií na kultúrne podujatia. Narážali na to zväčša práve

tí respondenti, ktorí napríklad finančné prostriedky na organizovanie kultúrneho podujatia nedostali, pretože im boli zamietnuté. Na štvrtom mieste sa s 12 hlasmi umiestnila možnosť sústrediť viac finančných prostriedkov do podnikov cestovného ruchu. Ide napríklad aj o chýbajúce ubytovacie a stravovacie zariadenia v rámci niektorých turisticky atraktívnych lokalít či väčšiu finančnú podporu pre turisticko-informačné kancelárie, aby tak mohli viac propagovať kraj. Možnosť iné dostala 2 hlasy, pričom respondenti bližšie nešpecifikovali, čo konkrétne majú na mysli.

Graf 13 Ako hodnotíte dopad súčasnej pandemickej situácie na vašu činnosť? Ovplynula situácia dopyt respektíve počet návštevníkov/turistov u vás v porovnaní s predošlými rokmi? (výber jednej z možností)



Zdroj: Vlastný prieskum.

Situácia, ktorá vo Svete vypukla ovplyvnila takmer všetky prevádzky cestovného ruchu, a drvivú väčšinu aktérov v cestovnom ruchu. Zaujímalo nás ako túto situáciu hodnotia jednotliví respondenti za Trenčiansky samosprávny kraj. Najväčšie percento získala možnosť - nastali výrazné zmeny, v podobe veľkého poklesu dopytu, a to 67%. Takýto výsledok samozrejme nie je žiadnym prekvapením, naozaj cestovný ruch zažil za posledné obdobie výrazný pokles, a to najmä kvôli situácii spojenou s pandémiou COVID-19. 28% respondentov hlasovalo za možnosť, v ktorej potvrdili, že sa dopyt znížil, avšak nie vo veľkej miere. 5% respondentov odpovedalo možnosťou, kde potvrdili, že súčasná situácia u nich dopyt neovplyvnila. Všeobecne ale môžeme teda potvrdiť, že tých, ktorým dopyt výrazne klesol je podstatne viac, ako tých ktorých sa to dotklo iba minimálne či vôbec. Je

teda aj do budúcnosti predpoklad, že táto situácia bude ovplyvňovať dopyt, a to najmä rôznymi obmedzeniami, ktoré sa týkajú protipandemických opatrení. Zostáva teda dúfať, že situácia sa časom zlepší, a dopyt nebude ovplyvňovaný takýmito opatreniami, prípadne v podstatne menšej miere.

Otvorená otázka: Aké opatrenia, prípadne kroky by ste uvítali vy, na zvýšenie dopytu (návštevnosti) turistov/návštevníkov, či už pre vašu konkrétnu atrakciu, alebo aj v rámci celého kraja zo strany Trenčianskeho samosprávneho kraja?

V tejto otázke sme nechali priestor pre respondentov, aby popísali oni sami, čo by navrhli zlepšiť a tým čo možno najpresnejšie konkretizovať v čom by uvítali zlepšenie. Jednou z častých odpovedí bolo smerovanie k zlepšeniu cestnej infraštruktúry, kde respondenti narážali na slabé napájanie na tranzitné trasy a diaľničnú sieť. Taktiež veľmi časté narážky boli na ucelené úseky cyklotrás. Veľa respondentov odpovedalo v zmysle takom, že práve zlepšenie stavu, či dobudovanie týchto cyklotrás, by dokázalo zvýšiť dopyt, v rámci ich atrakcie. Taktiež ich zmysluplné sieťovanie, aby na seba napájali. Padli návrhy o vytvorení cyklookruhu na juhovýchodnej a juhozápadnej strane, pod mestom Trenčín, a pritiahnuť tak návštevníkov aj do okolitých obcí. Išlo by o okruh, na ktorom by návštevníci mohli spoznať atraktivity a prírodné danosti obcí. Trasa by mohla byť napríklad z Trenčína smerom na Nové mesto nad Váhom cez obce Haluzice (Haluzická tiesňava), Bošáca (múzeum, pálenica, pumtrack) a späť do Trenčína cez obce ako napríklad Kočovce (park s kaštieľom), Kálnica (bike park), Beckov (hrad) a podobne. Respondenti tiež často hovorili o vhodnosti budovania turisticko-náučných chodníkov, a taktiež vyhlídkových veží a rozhľadní. Taktiež padol návrh na obnovenie letného turistického vlaku Brezová pod Bradlom, či otvorenie reštauračných služieb na Mohyle generála M. R. Štefánika. Niektorí respondenti tiež navrhovali, aby sa vytvoril grantový systém podpory obnovy pamiatok a propagácie a rozvoja služieb na pamiatkach. Podobné programy už mali riešené niektoré kraje v rámci Slovenskej republiky. Taktiež v súvislosti s finančnou podporou spomínali vhodnosť vyššieho využitia alokovaných prostriedkov na podporu cestovného ruchu z iných zdrojov – EŠIF či Nórske fondy. Respondenti tiež často narážali na zlepšenie vzájomnej spolupráce subjektov, ktoré pôsobia v cestovnom ruchu. Aby vytvárali spoločné produkty pre návštevníkov, čím by sa zvýšil synergický efekt. Niektorí tiež chcú, aby boli prioritne podporované turisticko-informačné kancelárie a tiež podpora predaja kopaničiarskych produktov. Tiež padli návrhy o vytváraní krátkych reportáží, ktoré by poskytli náhľad o tom,

čo môže návštevník zažiť návštevou jednotlivých inštitúcií. Taktiež veľa respondentov hovorilo o dôležitosti propagácie prostredníctvom webu. Jednak aj tým, aby držali krok s dobou, ale aj tým, že v súčasnosti pri protipandemických opatreniach, je internet prioritný priestor pre komunikáciu nakoľko ten prezenčný priestor je veľmi obmedzený. Padli tiež narážky v súvislosti s historickými pamiatkami, teda aby sa aj TSK zapojil do tlačenia na súkromných majiteľov historických pamiatok, na získanie financií na rekonštrukciu alebo aspoň získanie dotácií. Mnoho historických budov, ktoré by mohli pomôcť rozvoju turizmu chátrajú, sú v dezolátnom stave a majitelia nemajú záujem, a často krát ani možnosti na ich zrekonštruovanie. Kraj, mestá alebo aj obce tak zbytočne prichádzajú o financie, ktoré mohli získať sprístupnením zrekonštruovaných pamiatok. Samozrejme boli veľmi často spomenuté aj zrušenie alebo zníženie protipandemických opatrení, nakoľko niekoľkým respondentom tieto opatrenia výrazne ovplyvnili, či úplne pozastavili ich činnosť.

4.4 SWOT analýza Trenčianskeho samosprávneho kraja

Ako jedno z hlavných východísk, ktoré nám poslúži na ujasnenie si momentálnej situácie, sme si vybrali nástroj SWOT analýzy. Na základe nej si zhrnieme silné stránky, slabé stránky, príležitosti a riziká v rámci Trenčianskeho samosprávneho kraja. Po takomto vymedzení sa potom jednoduchšie určuje, čomu treba v budúcnosti venovať pozornosť.

Tabuľka 3 SWOT analýza TSK - vnútorné faktory.

Silné stránky	Slabé stránky
Dobrá dopravná dostupnosť (napájanie sa na D1 v smere Brno).	Nedostatočné dopravné prepojenie s niektorými časťami TSK ktoré je potrebné na rozvoj vidieckeho CR.
Rozsiahly prírodný potenciál.	Slabšie spracovaná ponuka (neposkytujú dostatok komplexných balíkov pre CR).
Vhodné prostredie na outdoorové aktivity.	Pozornosť sa venuje najmä tradičným produktom pričom sa nesledujú v dostatočnej miere trendy.
Bohatá história (viacero historických osobností a udalostí).	Neexistuje jednotný produkt v rámci kraja ani regiónu.
Viaceré minerálne a termálne zdroje.	Nedostatočné využitie potenciálu rieky Váh na rozvoj CR.
Organizácia spoločenských podujatí (festivaly).	Poskytované služby častokrát zaostávajú kvalitou.

Športová kultúra (najmä v hokeji).	Pomerne vysoké ceny za ubytovanie v v okrese Trenčín v porovnaní s ostatnými okresmi SR.
Viacero udržiavaných turistických trás a cyklotrás.	Slabšia dopravná dostupnosť ku niektorým pamiatkam.
Digitálna komunikácia (TSK komunikuje a propaguje svoj potenciál prostredníctvom sociálnych sietí).	Otváracie hodiny historických pamiatok majú sezónny charakter.
Dobrá pozícia v rámci SR (nižšia cena pôdy a práce).	Nedostatočné inovovanie a menší počet inovačných projektov.

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z dotazníkového prieskumu a z koncepcie rozvoja cestovného ruchu destinácie Trenčín región na obdobie 2020 – 2024 [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-04-09]. Dostupné na: <https://www.trencinregion.sk/documents/pages/5/a9fa4ff.pdf>.

Návrh využitia silných stránok

Kraj disponuje rozsiahlym prírodným potenciálom, ktorý má čo ukázať a dokáže zaujať. Nato, aby sa tento potenciál dokázal plnohodnotne predat', je veľmi dôležité ho aj dostatočne spropagovať. Digitalizácia či už jednotlivých atraktivít, alebo aj prírodných prostredí je teda na mieste. Vytvoriť im samostatné webové stránky či profily na sociálnych sieťach s pravidelným prispievaním príspevkov aktuálneho diania a funkčnou rýchlou komunikáciou.

Návrh eliminácie slabých stránok

Ako prvý zásadný krok je diagnostika momentálneho stavu ciest, ktorý v určitých oblastiach v rámci kraja nie je v dobrom stave a treba ho napraviť. Inšpirovať sa možno aj zahraničnými krajinami, čo sa týka trendov a inovácií, a implementovať ich do stratégie rozvoja. Pokúsiť sa vytvoriť nové pracovné miesta, ktoré pomôžu nie len jednotlivcom získať pracovné miesta, ale aj samotnému rozvoju cestovného ruchu v kraji.

Tabuľka 4 SWOT analýza TSK - vonkajšie faktory.

Príležitosti	Riziká
Potenciál rozvíjať vidiecky cestovný ruch.	Neustále sa zvyšujúce nároky klientov CR na štandard služieb ako aj na digitálne spracovanie a komunikáciu.
Väčšia spolupráca subjektov CR v záujme rozvoja CR.	Rastúca konkurencia v ostatných samosprávnych krajoch SR.
Využiť prichádzajúce nové trendy v CR.	Čoraz ťažšie získavanie kvalifikovanej pracovnej sily na určité pozície v CR.

Zvýšiť prepojenie spolupráce so školami (formou praxe).	Zvyšujúce sa ceny na vstup a kapitál.
Zdigitalizovanie komunikácie a propagácie v rámci celého TSK prostredníctvom súčasných digitálnych možností.	Limitované možnosti získavania zdrojov z EÚ na rozvoj CR (v ďalšom rozpočtovom období).
Zapájanie sa do projektov cezhraničnej a nadnárodnej spolupráce.	Klesajúci ekonomický rast čo evokuje zníženie kúpyschopnosti obyvateľstva.
Použitie nevyužívaných priemyselných parkov k rozvoju CR.	Rastúci počet nezamestnaných.

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z dotazníkového prieskumu a z koncepcie rozvoja cestovného ruchu destinácie Trenčín región na obdobie 2020 – 2024 [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-04-09]. Dostupné na: <https://www.trencinregion.sk/documents/pages/5/a9fa4ff.pdf>.

Návrh využitia príležitostí

Bolo by vhodné skúsiť získať aj viacero zahraničných investorov, ktorí by svojimi investíciami podporili rozvoj cestovného ruchu v kraji. Zamerať sa na zvýšenie poskytovanej kvality služieb, čím by sa výrazne zvýšila konkurencieschopnosť. Využiť nevyužitú priestranosť v rámci kraja na vybudovanie nových zariadení cestovného ruchu. Vytvoriť viaceré programy, ktoré by priamo zaúčali študentov formou praxe v podnikoch cestovného ruchu, aby tak do budúcnosti prichádzali na trh práce kvalifikovaní jednotlivci pre toto odvetvie.

Návrh zníženia rizík

V prvom rade mať prehľad o momentálnych nárokoch klientov v oblasti cestovného ruchu. Je všeobecne známe, že nároky sa postupom rokov neustále zvyšujú, preto ich sledovanie je nevyhnutné k tomu, aby sa požiadavky klientov naplnili a neohrozili rozvoj cestovného ruchu, napríklad negatívnou povestou či zlými skúsenosťami. Takýmto postupom tiež udržiavať konkurencieschopnosť na vhodnej úrovni.

4.5 Návrh odporúčaní na stimuláciu dopytu

V momentálnej, dá sa povedať krízovej, etape vývoja, kedy je cestovný ruch jedno z najviac postihnutých odvetví je veľmi ťažké prognózovať budúci vývoj od čoho sa odvíja aj nastavenie opatrení. Avšak predsa len sa pokúsime zamerať na oblasti, ktoré dlhodobejšie stagnujú, a ich rozvoj môže výrazne posilniť dopyt v rámci Trenčianskeho samosprávneho kraja a tým mu pomôcť v jeho celkovom vývoji.

V podstate sa môžeme odvíjať od doposiaľ získaných informácií prostredníctvom SWOT analýzy, a taktiež z výsledkov dotazníkového prieskumu. Nedostatky, ktoré sa najčastejšie opakujú sme spomenuli. V nasledujúcej časti sa budeme venovať nášmu návrhu odporúčaní, ktoré by mali smerovať k stimulácii dopytu v Trenčianskom samosprávnom kraji. Ide konkrétne o tieto odporúčania :

- Zmodernizovanie Trenčianskeho samosprávneho kraja pomocou eurofondov.

Odporúčanie : Napríklad využiť čerpanie z eurofondov na smart cities. V roku 2021 o takéto čerpanie financií žiadalo viacero Slovenských miest. Celkovo bolo podaných 45 projektov, z čoho 35 projektov bolo schválených z Trenčianskeho samosprávneho kraja. Išlo o mestá Bojnice, Dubnicu nad Váhom, Považskú Bystricu a Trenčín. Vo svojich projektoch im išlo napríklad o zlepšenie osvetlenia na priechodoch pre chodcov, monitorovanie ovzdušia, modernizáciu mestských informačných systémov, zavádzanie systémov na reguláciu mestskej hromadnej dopravy. Na jednotlivý projekt je možná podpora od 200 000 € do 1 000 000 €. Táto suma dokáže mestu pomôcť k jeho modernizácii, a tým sa stáva aj konkurencieschopnejším a atraktívnejším pre potenciálnych turistov. Táto cesta je preto vhodná aj pre ďalšie nápadité projekty, ktoré by sa mohli uchádzať o takúto finančnú podporu ako zveľadiť konkrétne mesto. Mohli by sa o ňu uchádzať aj ďalšie Mestá Trenčianskeho samosprávneho kraja.

- Pokúsiť sa získať ďalšie finančné zdroje - využiť napríklad od respondentov spomenuté Nórske fondy na rekonštrukciu pamiatok, či program Interreg, na prepojenie Trenčianskeho samosprávneho kraja s Českou republikou.

Odporúčanie : Niektorí respondenti spomínali využitie Nórskeho fondov, ktoré by mohli byť použité na revitalizáciu pamiatok, ktoré sú v horšom stave. Trenčiansky samosprávny kraj má viacero takýchto pamiatok, ktoré sú v horšom stave a ich prípadná rekonštrukcia by mohla dopomôcť k prilákaní turistov. Jednou z takýchto pamiatok je napríklad aj Letohrádok Babylon v obci Brodzany pri meste Partizánske. Ide o letné sídlo v obkolesení lesa z roku 1894, ktoré nechala postaviť vojvodkyňa Natália Oldenburgová. V súčasnosti toto letné sídlo chátra a jeho stav sa časom zhoršuje. V minulosti sa už plánovala jeho rekonštrukcia, ktorá ale nenastala. Pokiaľ by sa táto pamiatka zrekonštruovala, mohla by slúžiť na viaceré účely cestovného ruchu a prilákať tak potenciálnych turistov. Takýchto pamiatok je v Trenčianskom samosprávnom kraji viacero. Vhodné by bolo taktiež prostredníctvom programu Interreg prepojiť Trenčiansky samosprávny kraj s Českou republikou a to buď so Zlínskym alebo Moravsko-Sliezskym krajom, napríklad vybudovaním cyklotrás, ktorými by tieto kraje na seba nadväzovali a prepájali by zaujímavé lokality.

- Zlepšiť vzájomnú spoluprácu – V každom kraji je nutná spolupráca. Niektorí respondenti z nášho výskumu deklarovali, že je spolupráca medzi nimi na veľmi slabej, takmer až nulovej úrovni.

Odporúčanie : Organizovať pravidelné stretnutia cestovného ruchu v Trenčianskom samosprávnom kraji. Tieto stretnutia by organizovala KOCR Trenčín región, pričom hlavným cieľom by bolo spájať kľúčových stakeholderov ktorí významne pôsobia v oblasti cestovného ruchu v Trenčianskom samosprávnom kraji. Stretnutia by mohli fungovať na štýl pracovných raňajok, kde by sa s rovnakou pravidelnosťou (napríklad raz za mesiac) stretli KOCR s významnými aktérmi z oblasti cestovného ruchu a spolu by riešili aktuálne problémy, týkajúce sa rozvoja cestovného ruchu v kraji. Spolu by taktiež mohli navrhovať ako jednotlivé problémy riešiť a dohodnúť si, kto bude mať pri riešení akú úlohu.

- Zdigitalizovať, čo možno najviac ponuku Trenčianskeho samosprávneho kraja z pohľadu ponuky cestovného ruchu.

Odporúčanie : Vytvoriť mobilnú aplikáciu, ktorá by zjednotila potenciál Trenčianskeho samosprávneho kraja. Slúžila by na spropagovanie možností, ktoré účastník cestovného ruchu v kraji môže zažiť. Zároveň by bola pre každého účastníka pomôckou. Aplikácia by zahrňovala aktuality z kraja, dôležité kontakty, informácie o dopravných spojoch, možnosť prenajatia vozidla, možnosť rezervovať si ubytovanie, mapu na ktorej by boli vyznačené stravovacie zariadenia, turistické atrakcie, turisticko-informačné kancelárie a ďalšie zaujímavé body, ktoré by účastníci cestovného ruchu mohli oceniť. V aplikácii by bola taktiež fotogaléria, ktorá by fungovala na systéme skenovania qr kódov v zaujímavých prírodných lokalitách Trenčianskeho samosprávneho kraja. Vo vhodných prírodných lokalitách by boli umiestnené tabule s qr kódom, ktoré by návštevníci oskenovali svojimi mobilnými telefónmi, automaticky by boli vyzvaní k urobeniu si fotografie po jej vyhotovení by sa mohli podpísať a následne by fotografia bola odoslaná do fotogalérie aplikácie spolu s menom, dátumom a lokalitou. Takáto fotogaléria by poukazovala na potenciál v kraji, bola by pravidelne aktualizovaná o nové fotografie od turistov a zároveň mohla vzbudzovať záujem o navštívenie u jedincov, ktorých fotografie upútajú. V súčasnosti takýto systém qr fotoalbumu zaviedli dobrovoľníci z občianskeho združenia Nová Duchonka, ktorí vytvorili projekt vrcholová kniha a rozmiestnili qr tabule pri pár vrchoch na západnom Slovensku a vyhotovené fotografie sú nahrávané na nimi vytvorenej webovej stránke. Ďalej by aplikácia zahŕňala podnety, kde by každý jednotliviec mohol na seba zanechať kontakt a napísať vedeniu aplikácie správu s jeho vlastným podnetom, ktorý by smeroval k zlepšeniu cestovného ruchu v kraji. K podnetu by sa dala taktiež nahráť fotografia a pridať gps poloha na upresnenie konkrétneho miesta, o ktoré ide. V súčasnosti obdobnú aplikáciu, respektíve aplikáciu s podobnými možnosťami využívajú už niektoré mestá aj na Slovensku. Príkladom, kde takáto aplikácia našla svoje uplatnenie je aj Poľsko-Slovenská spolupráca medzi mestami Zakopane a Poprad, ktoré propagujú svoj potenciál cez mobilnú aplikáciu Zakopane-Poprad. Rovnako by sa dala časom možno rozšíriť aj aplikácia Trenčianskeho samosprávneho kraja o spoluprácu s českým krajom, napríklad so Zlínskym, pričom takéto spojenie by v konečnom dôsledku mohlo priniesť ešte viac oslovených jednotlivcov a pomôcť tak k propagácii oboch krajov a krajín. Časom by nemuselo ísť len o aplikáciu, ale aj o webovú stránku, ktorá by bola s mobilnou aplikáciou prepojená.

- Stimulovať súkromných majiteľov pamiatok vhodných pre cestovný ruch k snahe o získanie finančných prostriedkov

Odporúčanie : Naznačiť im, alebo lepšie aj otvorene komunikovať s nimi o možnostiach, získaní financií na údržbu a zveľadenie pamiatok, ktoré držia v súkromnej držbe a nič s nimi nerobia prípadne chátrajú. Takto potom uteká potenciál atrakcie, ktorá by inak mohla prilákať návštevníkov do kraja. Mohla by s nimi komunikovať v tejto veci napríklad aj KOČR, ktorá by jednotlivých majiteľov oslovila a predstavila im aké sú možnosti a ako sa pokúsiť získať finančné prostriedky. Takáto komunikácia by mohla mať aj formu osobného stretnutia ,kde by boli pozvaní jednotliví majitelia a spoločne by sa na túto tému diskutovalo a hľadali riešenia.

- Eliminovať dopady súčasnej pandémie

Odporúčanie : Slovenská republika podporuje domáce dovolenky, čo je v súčasnosti priaznivá okolnosť. Keďže opatrenia, ktoré často obmedzujú slobodu cestovať odrádzajú mnohých od dovolenky v zahraničí, tak alternatíva by bola pozdvihnúť mienku o dovolenke na Slovensku, a to konkrétne v Trenčianskom samosprávnom kraji. Vhodné by bolo vytvoriť balíky, ktoré by boli na minimálne 2 noci prioritne pre domácich turistov a boli by čiastočne financované z podpory domácich rekreácií, čím by sa mohla zlepšiť situácia aj v rámci pandémie. Dá sa predpokladať, že možno by chodili aj Česi, prípadne Poliaci, ale väčšinou by sa takto oslovovala slovenská klientela, ktorá by toto cestovanie mala zvýhodnené spomínaným príspevkom na rekreáciu. Nato, aby sme eliminovali nepriaznivé dopady pandémie, je teda našim návrhom uberať sa hlavne na domácu klientelu, vytvoriť atraktívne balíky minimálne na 2 noci, ktoré zaujmú široké spektrum, napríklad by mohlo ísť o poznávaciu cestu hradov, zámkov a zručností v Trenčianskom Samosprávnom kraji alebo spoznanie vybraného mesta, napríklad Bojnice, kde by účastníci mohli navštíviť Bojnicky zámok, zoologickú záhradu, chodník nad korunami stromov, či múzeum praveku v Prepoštskej jaskyni. Takýchto balíkov by sa samozrejme mohlo vytvoriť viac a s rôznymi účelmi. Dôležité by bolo ich potom vhodne odpropagovať, napríklad prostredníctvom webovej stránky KOČR Trenčín región, ktorá by sa mohla podieľať aj na vytvorení samotných balíkov a pri propagácii by bolo vhodné spomenúť možnosť využitia rekreačného poukazu, čím by bolo možné získať až 55% zľavu z pôvodnej ceny balíka.

Záver

V diplomovej práci sme sa zamerali na priblíženie súčasnej situácie cestovného ruchu vo svete a najmä na Slovensku. Najväčšiu pozornosť sme v práci venovali konkrétne Trenčianskemu samosprávnemu kraju. Preskúmaním situácie v Trenčianskom samosprávnom kraji sme tak poukázali na potenciál, ktorým tento kraj disponuje. Identifikovali sme slabé miesta, ktoré čiastočne zamedzujú cestovnému ruchu v jeho rozvoji. Následne sme spracovali súbor opatrení, ktoré majú Trenčianskemu samosprávnemu kraju pomôcť tieto slabé miesta podporiť. Pri spracovaní opatrení sme vychádzali zo všetkých nadobudnutých poznatkov a z názorov respondentov z dotazníkového prieskumu. Výsledky, ktoré diplomová práca prináša môžeme zhodnotiť ako priaznivé. Prevádzajú cez súčasnú situáciu v akej sa kraj nachádza a poukazujú na konkrétne návrhy ako situáciu zlepšiť.

Môžeme ešte zhodnotiť, že aj keď situácia, čo sa cestovného ruchu týka za posledné roky zmenila kvôli pandémie, tak výsledky diplomovej práce nám hovoria aj o ďalšej skutočnosti. Je dôležité poznamenať že počas pandemickej krízy sa počet zahraničných návštevníkov výrazne znížil, zatiaľ čo počet domácich návštevníkov neutrpel takmer žiadne straty a posledný rok sa jeho počet ešte zvýšil. Z tejto skutočnosti vyplýva dôležitosť zameriavať sa na domácu klientelu. Práve domáca klientela dokáže podržať samosprávny kraj aj v nepriaznivých časoch. Môžeme teda odporúčať každému samosprávnemu kraju, aby svoju ponuku sústredil prioritne na domácich návštevníkov.

Zoznam použitej literatúry

1. Knihy / Monografie

BENČO, Jozef. *Teória a prax regionálneho rozvoja*. Prievidza : ALFA print, 2005. 110 s. ISBN:80-969227-34.

BOROVSKÝ, Juraj - SMOLKOVÁ, Eva - NIŇAJOVÁ, Iveta. *Cestovný ruch – trendy a perspektívy*. Bratislava : Iura Edition, 2008. 280 s. ISBN 978-80-8078-215-3.

CONRADY, Roland – BUCK, Martin. *Trends and issues in global tourism 2008*. Berlin : Springer. 2008. 220 s. ISBN 978-3-540-77797-7.

GÚČIK, Marián. *Cestovný ruch, Úvod do štúdia*. Banská Bystrica: Dali-BB, 2010. 307 s. ISBN 978-80-890-9080-8.

GÚČIK, Marián a kol. *Manažment cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Dali- BB, 2010. 152 s. ISBN 978-80-89090-67-9.

GÚČIK, Marián a kol. *Manažment regionálneho cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Dali-BB, 2007. 290 s. ISBN 978-80-89090-34-1.

GÚČIK, Marián a kol. *Marketing cestovného ruchu. Knižnica cestovného ruchu 17*. Banská Bystrica : Dali-BB, 2011. 264 s. ISBN 978-80-89090-85-3.

HESKOVÁ, Márie a kol. 2011, *Cestovní ruch pro vyšší odborní školy a vysoké školy 2. vydání*, Praha : Fortuna, 2011. 222 s. ISBN 978-80-7373-107-6.

KARLÍČEK, Miroslav. a kol. *Základy marketingu 2 Přepřacované a rozšířené vydání..* Praha : Grada, 2018. 288 s. ISBN 978-80-271-0955-5.

KIRÁĽOVÁ, Alžbeta. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress. 2003. 174s. ISBN 80-86119-56-4.

MAGUROVÁ, Hana a kol. *Základy práva v cestovnom ruchu pre ekonómov*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2016. 184 s. ISBN 978-80-8168-491-3.

MICHALOVÁ, Valéria. *Služby a cestovný ruch, súvislosti, špecifiká, cesta rozvoja*. Bratislava : Sprint vfra 2001.s. 523 s. ISBN 80-88848-78-4.

NOVACKÁ, Ľudmila a kol. 2010. *Cestovný ruch technika služieb, delegát a sprievodca*. Bratislava : Ekonóm 472 s. ISBN 978-80-225-2982-2.

NOVACKÁ, Ľudmila a kol. *Súčasný cestovný ruch v trajektórii budúcnosti*. Zlín : Radim BAČUVČÍK – VeRBuM, 2020. 370 s. ISBN 978-80-88356-05-9.

PALKO, František a kol. *Marketingová analýza Košického kraja*. Bratislava : Inštitút hospodárskej politiky, 2020. 165 s.

PICHLEROVÁ, Magdaléna – BENČAŤ, Tibor. *Cestovný ruch v krajine*. Zvolen : TU vo Zvolene, 2009. 116 s. ISBN 978-80-228-1985-5.

RYGLOVÁ, Kateřina - BURIAN, Michal - VAJČNEROVÁ, Ida. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha : Grada Publishing. 2011. 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

TIMČÁK, Gejza - SMITH, Williams. *Strategické plánovanie v cestovnom ruchu*. Košice : Edičné stredisko Technickej univerzity v Košiciach, 2005. 66 s. ISBN 80-8073-264-7.

VAŇOVÁ, Anna. *Strategické marketingové plánovanie rozvoja územia*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2006. 140 s., ISBN 80-8083-301-X.

2. Elektronické dokumenty a Internetové zdroje :

DISCOVA. *Travel trends 2020*. [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na : <https://www.discova.com/blog/travel-trends-2020/>.

EURÓPSKA KOMISIA. *Zásady politiky súdržnosti*. [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na : https://ec.europa.eu/regional_policy/sk/policy/how/principles/.

KOREC, Pavol. *Cestovný ruch Slovenska – súčasnosť a perspektívy*. [elektronický zdroj]. 2012. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na : <http://www.fyzickageografia.sk/geovedy/texty/korec.pdf>.

Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej Republiky. *Cestovný ruch v programovom vyhlásení vlády na roky 2020 – 2024*. [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na : <https://www.mindop.sk/ministerstvo-1/cestovny-ruch-7/informacie/cestovny-ruch/cestovny-ruch-v-programovom-vyhlaseni-vlady-sr-2020-2024>.

Satelitný účet cestovného ruchu Slovenskej republiky : *Cestovný ruch na Slovensku*. [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na: <https://www.mindop.sk/ministerstvo-1/cestovny-ruch-7/informacie/cestovny-ruch/cestovny-ruch-na-slovensku-pdf-131-kb-1603>.

Satelitný účet cestovného ruchu Slovenskej republiky. *Informatívna správa z roku 2018*. [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na: https://slovak.statistics.sk/wps/wcm/connect/9ccaf232-d200-4880-856f-bd21fca1cf94/TSA_Informativna_sprava_december_2018.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mvbdDvq.

UNWTO. *2020 Worst year in tourism history with 1 bilion fewer international arrivals*. [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-02-19]. Dostupné na : <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>.

Prílohy

Príloha č.1: Dotazník