

NEGATÍVNY DOPAD EKONOMICKÉHO VÝVOJA NA CESTOVNÝ RUCH V SLOVENSKEJ REPUBLIKE

Barbora Skaličanová¹, Jaroslav Buriak²

¹ *Ekonomická univerzita v Bratislave, Národohospodárska fakulta, Dolnozemská cesta 1, 852 35 Bratislava
email: barbora.skalicanova@euba.sk*

² *Ekonomická univerzita v Bratislave, Národohospodárska fakulta, Dolnozemská cesta 1, 852 35 Bratislava
email: jaroslav.buriak@euba.sk*

Abstract: Tourism currently represents one of the most important and fastest growing sectors of the world economy. Tourism is important factor of consumption of the population of modern times is of increasing importance. With the growth of living standards, the development of transport, with the change in lifestyle and the development of modern technology it has become an integral part of everyday life. This is a complex, very dynamic and constantly changing process that is sensitive to wide range heterogeneous factors of social life. This phenomenon of modern times is substantially affected in particular in the context of the ongoing process of globalization, the internationalization of the world economy and not least, is determined by the overall economic development, including deflationary problems. It is important to recognize the positive and negative factors of development of tourism in Slovakia. Tourism in Slovakia represents almost 3 % of GDP of the national economy.

Keywords: tourism, positive factors, negative factors, development indicators, insufficient support

JEL classification: L38

1. Úvod

Cestovný ruch predstavuje objekt skúmania viacerých vedných disciplín, z ktorých najdlhšiu tradíciu majú ekonómia, sociológia a geografia. V skúmaní ekonomických aspektov cestovného ruchu pokročili Švajčiari (v druhej polovici 20. storočia), keď si začali všímať vzťah dopytu a ponuky v cestovnom ruchu a v tej súvislosti tvorbu cien, vzťah cestovného ruchu a platobnej bilancie, jeho postavenie v zahranično-obchodnej politike, postavenie v národnej politike z hľadiska príjmov, nákladov, kapitálu a zamestnanosti. Veľkú pozornosť však venovali aj samotnej propagácii cestovného ruchu.

Do dnešných čias zaznamenal pokrok nielen z hľadiska prínosu pre ekonomiku a spoločnosť, ale aj z hľadiska jeho vedeckého poznania. (Gúčik, 2011). T. Rifai, bývalý generálny sekretár World Tourism Organization, vymedzuje cestovný ruch ako jedno z kľúčových globálnych odvetví hospodárstva, ktoré má prispievať k dynamickému rozvoju národných aj regionálnych ekonomík. V nepriaznivom ekonomickom období má prispievať k zmierneniu chudoby, k vytváraniu pracovných miest, k nárastu investícií a k podpore obchodu. (Rifai, 2009).

V predkladanom článku bude nosnou metódou písania predovšetkým analýza samotných možností rozvoja Slovenskej republiky prostredníctvom cestovného ruchu poukázaním na jeho pozitívne a negatívne stránky. V ďalšej podkapitole článku sa použije rovnako analýza vývoja jednotlivých štatistických ukazovateľov a následná komparácia.

2. Slovenská republika, cieľový trh turistického ruchu

2.1 Pozitívne a negatívne faktory vplývajúce na cestovný ruch v SR

Cestovný ruch je bezpochyby jedno z najsľubnejších a najrýchlejšie sa rozrastajúcich odvetví slovenského hospodárstva. Pozícia Slovenskej republiky na priesečníku obchodných ciest, s kultúrnym a historickým bohatstvom a vhodnými klimatickými podmienkami vytvára potenciál

rozvoja cestovného ruchu. Potenciál cestovného ruchu je dostatočne obsiahly. Zahŕňa skoro všetky jeho formy a typy. Podľa regionalizácie cestovného ruchu v SR, severná časť krajiny má charakteristiky vhodné pre vysokohorské aktivity a zimné prechádzky, zatiaľ čo južná ponúka dovolenky pri vode a možnosti využitia termálnych vôd.

Slovenská republika má priaznivé predpoklady, aby sa pre Slovákov stala top destináciou. Z pohľadu trhovej situácie je na strane primárnej a sekundárnej ponuky pre domáci cestovný ruch vysoká koncentrácia rôznorodých atraktivít cestovného ruchu. Produktová ponuka z pohľadu komplexnosti, kvality, ale aj marketingu zohrala nepochybne významnú rolu aj pri zmenách spotrebiteľského správania sa v posledných dvoch desaťročiach, predovšetkým po čoraz výraznejšom porovnávaní produktov poznávaním nových rozvinutých destinácií. Po významnom zvýšení investícií do ubytovacích zariadení a investične náročných atraktivít (aquaparky, lyžiarske strediská a iné) sa kvalita týchto produktov viditeľne zvýšila a Slovenská republika v súčasnosti disponuje dostatočnou kapacitou aj pre ekonomicky stabilizovanú cieľovú skupinu (hotely 4* - 5*, kultúra, biznis aktivity, vybrané športové aktivity, wellness, golf, a iné). Stále však zaostáva dobudovanie komplexného produktu v jednotlivých destináciách, vytvorenie, resp. skvalitnenie doplnkových služieb, ich vzájomného prepojenia, akými sú informovanosť, marketing a cenovo výhodné balíčky. Nevyhnutné je aj budovanie infraštruktúry, predovšetkým dopravnej zo strany verejnej správy (obec, VÚC, štát). Práve prostredníctvom ponuky pre domáci trh môžu organizácie cestovného ruchu (krajské a oblastné) overovať úspešnosť uvedenia regionálnych produktov na celý vnútorný trh cestovného ruchu, rovnako sa to týka aj kvality produktov konkrétnych poskytovateľov služieb cestovného ruchu.

Potenciál cestovného ruchu v SR predstavujú predovšetkým:

- kúpele,
- pamiatky svetového dedičstva UNESCO,
- jaskyne,
- hrady a zámky,
- prírodné bohatstvo.

Analýza cestovného ruchu v SR, t. j. pozitívne a negatívne stránky cestovného ruchu v SR, a faktory vplývajúce nielen na domáci cestovný ruch sú nasledujúce:

Pozitívne faktory, resp. silné stránky

- najpriaznivejšie podmienky v strednej Európe na horský cestovný ruch letný a zimný,
- rôznorodosť a pestrosť turistických atraktivít pre najrôznejšie cieľové skupiny,
- početnosť národných parkov a sprístupnených jaskýň, početnosť historických stavebných pamiatok, mestských pamiatkových rezervácií,
- kultúrne dedičstvo, ľudové umenie, hudba, zvyky, remeslá, folklór, architektúra, kultúrne programy, festivaly
- jedinečné predpoklady pre kúpeľný a zdravotný cestovný ruch,
- dobre značená sieť turistických chodníkov po celej krajine,
- vybavenosť osobnými horskými dopravnými zariadeniami, technické zasnežovanie (ale v nevyhovujúcej kvalite a štruktúre),
- priaznivá cenová úroveň pre zahraničných návštevníkov,
- všeobecná vzdelanostná úroveň obyvateľstva.

Negatívne faktory, nedostatky, resp. slabé stránky

- absentujúci výrazný turistický imidž, slabá znalosť Slovenska zo strany zahraničných touroperátorov,
- neznáma cieľová krajina pre zahraničných návštevníkov,
- nedobudovaná dopravná infraštruktúra diaľnic a rýchlostných železničných tratí,
- vysoký podiel jednoduchých a tranzitných návštevníkov, nízky podiel pobytových turistov,
- nedostatočná orientácia slovenských cestovných kancelárií na organizovanie aktívneho zahraničného a domáceho cestovného ruchu,
- nedostatočná starostlivosť o kultúrno-historické pamiatky, nedostatočne zabezpečená prístupnosť sakrálnych pamiatok,
- nevyhovujúca kvalita a štruktúra horských dopravných zariadení v zimných strediskách cestovného ruchu,
- nedobudovaná sieť miestnych a regionálnych združení a turisticko-informačných kancelárií,
- živelnosť v rozvoji CR na miestnej, regionálnej i národnej úrovni,
- nedostatok komplexných turistických produktov,
- nízka cena práce v podnikoch služieb CR a odchod kvalitných pracovníkov do zahraničia,
- jazyková neznalosť obyvateľstva.

Na vyzdvihnutie pozitívnych faktorov treba využiť príležitosti, akými sú objavovanie strednej a východnej Európy v rámci európskeho cestovného ruchu, rastúci počet víkendových ciest v Európe. Je potrebné, aby sa stimulovala stredná vrstva obyvateľstva k účasti na domacom cestovnom ruchu a uvedomiť si, že cestovný ruch predstavuje príspevok k stabilizácii ekonomiky v regióne.

Na strane dopytu domáci trh cestovného ruchu ovplyvňuje najmä životná úroveň obyvateľstva a zmeny v spotrebiteľskom správaní. Vývoj štatistických ukazovateľov, výberové štatistické šetrenie aj dotazníkové prieskumy poukazujú na to, že spotrebiteľské návyky domáceho obyvateľstva korešpondujú s aktuálnymi trendmi v cestovnom ruchu, kedy účasť na cestovnom ruchu predstavuje dôležitú súčasť moderného životného štýlu.. (SACR, 2014).

Na Slovensku pretrvávajú silná tradícia trávenia dovolenky a prázdnin na súkromných zariadeniach a privátnych chatách, ktoré vo veľkej miere nepodliehajú štatistickému vykazovaniu využitia ubytovacej kapacity. Napriek tomu je potrebné zamerať pozornosť na zvýšenie sekundárnej spotreby tejto cieľovej skupiny ponukou atraktivít a lokálnych produktov a služieb v dostupnom okolí (napr. intenzívnejším a atraktívnejším informovaním o miestnych produktoch, podujatiach a atrakciách).

Okrem priaznivých predpokladov, existuje niekoľko dôvodov prečo by sa mal domáci cestovný ruch stať jednou z priorít štátnej politiky cestovného ruchu ako aj politiky regionálnej a miestnej samosprávy. Sú to predovšetkým ekonomické, sociálne, kultúrne a zdravotné prínosy z domáceho cestovného ruchu, tak na národnej, regionálnej a lokálnej úrovni. Pozitívne účinky cestovného ruchu vplývajú aj na rozvoj samotného regiónu, resp. celého hospodárstva. Medzi ekonomické účinky radíme:

- príjmy z cestovného ruchu (v podobe miestnych daní),
- znižovanie nezamestnanosti (vytváranie nových pracovných príležitostí za podmienky, ak sa zamestnáva miestne obyvateľstvo),
- zastavenie migrácie z obce,
- zvyšovanie príjmov miestneho obyvateľstva (následné zvýšenie kúpyschopnosti obyvateľov, stimulácia dopytu po tovaroch a službách),
- rozvoj technickej a sociálnej infraštruktúry (budovanie a rekonštrukcia cestnej siete, budovanie kanalizácie, vodovodov, odpadové hospodárstvo a iné).

Ďalšími typmi pozitívnych účinkov domáceho cestovného ruchu sú neekonomické efekty, ktorými sú:

- poznanie kultúry a histórie alebo
- ovplyvňovanie zdravia obyvateľov.

2.2 Marketingové možnosti prilákania domácich turistov

Budovanie imidžu Slovenskej republiky ako obľúbenej dovolenkovej destinácie pre domáci cestovný ruch predstavuje jednu z priorít Slovenskej agentúry pre cestovný ruch - štátna príspevková organizácia špecializovaná na marketing a štátnu propagáciu cestovného ruchu Slovenskej republiky. Práve SACR vedie stálu marketingovú kampaň na podporu domáceho cestovného ruchu „Dovolenkuj na Slovensku“. Marketingová kampaň SACR na podporu domáceho cestovného ruchu musí vzbudiť záujem rezidentov SR o trávenie dovolenky práve v rodnej krajine. Slovensko rozlohou relatívne malá krajina disponuje bohatou ponukou pre všetky cieľové skupiny, v sezóne aj v mimosezóne, v dobrom aj v zlom počasi.

Pri výbere domácej dovolenky sa až 78 % rezidentov riadi informáciami z internetu. (Marketingová stratégia SACR 2014-2020). Národný portál www.slovakia.travel predstavuje hlavný komunikačný nástroj pre podporu domáceho cestovného ruchu, jednotlivých regiónov, produktov a podujatí, preto by sa aj propagácia portálu mala šíriť prostredníctvom všetkých distribučných kanálov všetkým cieľovým skupinám. Reklamu na internete s prelinkovaním na národný portál možno umiestniť na najnavštevovanejšie slovenské portály v závislosti od zvolenej cieľovej skupiny, t. j. mladí ľudia (azet.sk, zoznam.sk) a rodiny s deťmi (sme.sk, topky.sk, rodinka.sk, babatko.sk, webnoviny.sk). Druhým najvýznamnejším zdrojom informácií sú odporúčania priateľov a známych, z čoho vyplýva potreba rozšírenia a zatraktívnenia propagácie Slovenskej republiky a jednotlivých slovenských destinácií na sociálnych sieťach s možnosťami zaradenia rôznych motivačných súťaží. Do tejto časti možno zaradiť aj využívanie rôznych mobilných aplikácií a prepojenia národného portálu CR s inými centralizovanými navigačnými, informačnými a on-line rezervačnými portálmi.

Cestovanie je považované za investíciu do vlastného rozvoja a rozvoja nastupujúcej mladej generácie. Tvorba návykov mladej generácie v oblasti spotrebiteľského správania si však vyžaduje špeciálnu pozornosť a špecifický prístup.

3. Vývoj ukazovateľov cestovného ruchu v SR pod vplyvom nepriaznivých hospodárskych dopadov

Cestovný ruch je otvorený systém tvorený ponukou a dopytom, ktorý je v úzkej interakcii s ekonomickým, politickým, právnym, ekologickým, technologickým, kultúrnym a sociálnym prostredím. Okrem kvantitatívneho efektu (napríklad rast zamestnanosti), prináša cestovný ruch aj kvalitatívny efekt, ktorého dôsledkom je zvyšovanie úrovne príjmov v terciárnej sfére, teda ide o rast životnej úrovne. (Kaspar, 1995). Plnohodnotné efekty z rozvoja cestovného ruchu možno dosiahnuť len za predpokladu stabilného vonkajšieho prostredia, teda stabilná politická klíma, legislatíva s pozitívnym vplyvom na rozvoj cestovného ruchu, hospodárske prostredie bez významných disproporcií, vyrovnané sociálne prostredie bez medziregionálnych disparít. V prípade, ak zlyháva niektorá zložka zo systému, nemusia sa dosiahnuť výsledky na požadovanej úrovni.

Cestovný ruch v Európe rastie už piaty rok za sebou, ale slovenský cestovný ruch nedokáže na tento trend nadviazať. Správa EK pre cestovný ruch (European Travel Commission) konštatuje nárast predovšetkým v krajinách, ktoré investujú do potenciálu cestovného ruchu ako sú napríklad Island (+24 %), Lotyšsko (+15 %), Srbsko (+12 %), Rumunsko alebo Česko (+11 %).

Význam turistického ruchu ako odvetvia je nasledujúci: (World Travel & Tourism Council)

- generuje 9 % svetového HDP (t. j. 6 bil. USD),

- priamo zamestnáva 120 mil. ľudí,
- nepriamo zamestnáva ďalších 125 mil. ľudí,
- poskytuje 1/11 pracovných miest vo svete (v roku 2022 by to mala byť 1/10)

Odvetvie cestovného ruchu bolo negatívne zasiahnuté globálnym ekonomickým vývojom. Negatívne dôsledky hospodárskej recesie možno sledovať aj na konkrétnych štatistických ukazovateľoch (výrazné zmeny po roku 2008). V SR sa úbytok počtu zahraničných rovnako ako domácich návštevníkov prejavil predovšetkým v poklese tržieb za ubytovanie. Na základe porovnania údajov Štatistického úradu SR za obdobie rokov 2013 a 2014 ide o pokles tržieb o viac ako 21 mil. eur. (Zväz cestovného ruchu, 2014).

Je potrebné zdôrazniť, že cestovný ruch v SR patrí z hľadiska počtu pracovných miest, ktoré vytvára priamo, ale aj v nadväzujúcich odvetviach, k najvýznamnejším odvetviám slovenskej ekonomiky. Viac ako 90 % týchto pracovných miest vytvárajú tí najmenší zamestnávateľia, a to mikro a malé podniky.

Vývoj vybraných ukazovateľov cestovného ruchu v SR je znázornený v nasledujúcich tabuľkových prehľadoch.

Tab. 1. Tržby cestovného ruchu v SR (v tis. EUR)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Tržby cestovného ruchu	457 278,60	521 378,38	381 397,91	441 429,38	455 668,41	475 420,30	485 144,01
Tržby z domáceho cestovného ruchu	16 434,24	15 583,81	15 486,47	16 341,52	17 657,11	11 628,92	10 647,48

Zdroj: Štatistický úrad Slovenskej republiky

Negatívna ekonomická situácia v národnom hospodárstve sa prejavila v cestovnom ruchu najvýraznejšie v roku 2009, kedy celkové tržby cestovného ruchu poklesli oproti roku 2008 o takmer 26,5 p. b. Vývoj tržieb z domáceho cestovného ruchu poklesol významne v roku 2012, a to o 34,1 p. b.

Tab. 2. Príjmy a výdavky v cestovnom ruchu SR (v mil. EUR)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Príjmy	725,9	972,4	1207,7	1472,8	1762,6	1674,5	1684,7	1744,7	1789,0	1924,5
Výdavky	600,1	679,8	841,6	1116,6	1467,3	1504,1	1470,7	1566,8	1681,3	1782,0
Saldo	125,8	292,6	366,1	356,2	295,3	170,4	214,0	177,9	107,7	142,5

Zdroj: Slovenská agentúra pre cestovný ruch

Nepriaznivá situácia nastala aj v počte zahraničných návštevníkov, ktorých počet bol v roku 2012 stále nižší ako v predkrízovom období. Lepší vývoj zaznamenávajú domáci návštevníci, pri ktorých je aj celkový podiel v celom sledovanom období vyšší.

Tab. 3. Počet návštevníkov v SR

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Návštevníci spolu	3 583 879	3 777 754	4 082 645	3 381 354	3 392 361	3 571 093	3 774 062
z toho zahraniční	1 611 808	1 684 526	1 766 529	1 298 075	1 326 639	1 460 361	1 527 500
z toho domácí	1 972 071	2 093 228	2 316 116	2 083 279	2 065 722	2 110 732	2 246 562
% domácich	55,03	55,41	56,73	61,61	60,89	59,11	59,53

Zdroj: Štatistický úrad Slovenskej republiky

V nasledujúcom prehľade ukazovateľov bol stav v roku 2012 horší ako v predkrízovom období, t. j. počet ciest a počet prenocovaní (dlhodobé, krátkodobé aj služobné cesty). Jediné pozitívum boli nižšie výdavky v rámci služobných ciest.

Tab. 4. Počet ciest, prenocovaní a celkové výdavky (v tis. EUR)

		2007	2008	2009	2010	2011	2012
Dlhodobé cesty	počet ciest	2 403 306	2 272 501	2 066 909	1 512 937	1 797 803	1 639 820
	počet prenocovaní	17 497 211	16 805 318	14 932 776	10 275 856	11 912 162	12 261 781
	celkové výdavky	478 174	515 802	498 720	318 353	398 565	492 148
Krátkodobé cesty	počet ciest	1 682 834	1 622 947	1 358 866	2 080 030	2 332 044	1 575 520
	počet prenocovaní	3 609 542	3 737 811	3 238 211	4 513 113	4 859 673	3 354 135
	celkové výdavky	126 547	124 937	123 119	189 168	195 479	204 402
Služobné cesty	počet ciest	2 155 413	1 946 632	1 569 927	1 251 355	1 194 281	1 261 738
	počet prenocovaní	5 162 501	5 328 294	3 873 713	2 561 170	2 200 762	2 617 818
	celkové výdavky	279 979	278 950	225 344	200 333	151 825	198 051

Zdroj: Štatistický úrad Slovenskej republiky

Pripravenosť územia SR pre návštevníkov z hľadiska počtu ubytovacích zariadení vzrástla od roku 1993 do roku 2013 až šesťnásobne, pričom sa však ich štruktúra výrazne zmenila v prospech ubytovacích zariadení poskytujúcich vyšší štandard služieb. Slovenská republika disponuje dostatočným objemom a vhodnou štruktúrou ubytovacích kapacít, využíva ich však na veľmi nízkej úrovni (22 %). (Malachovsky et al., 2014).

Tab. 5. Kapacita a výkony ubytovacích zariadení vo vybraných mestách SR

	2008		2009		2010		2011		2012	
	Ubytovacie zariadenia	Využitie stálych lôžok (%)	Ubytovacie zariadenia	Využitie stálych lôžok (%)	Ubytovacie zariadenia	Využitie stálych lôžok (%)	Ubytovacie zariadenia	Využitie stálych lôžok (%)	Ubytovacie zariadenia	Využitie stálych lôžok (%)
Bratislava	96	34,8	109	27,0	113	26,0	118	27,1	136	29,6
Banská Bystrica	25	25,7	26	19,0	28	19,0	29	16,6	37	14,2
Košice	59	24,9	62	21,0	63	19,0	64	18,7	68	17,7
Liptovský Mikuláš	66	31,4	61	23,0	57	26,0	53	29,7	86	23,0
Nitra	27	31,5	34	23,0	33	28,0	34	24,6	35	18,3
Piešťany	43	41,8	41	36,0	39	37,0	35	34,7	38	40,9
Poprad	30	34,3	28	23,0	27	23,0	27	31,1	40	30,4
Trenčianske Teplice	24	58,6	26	46,0	26	44,0	24	44,2	22	47,4
Vysoké Tatry	302	37,1	296	33,0	291	34,0	271	35,4	362	35,2
Žilina	40	20,6	38	18,0	35	17,0	34	18,0	33	17,8

Zdroj: Štatistický úrad Slovenskej republiky

Z údajov Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja sú zaujímavé nasledujúce fakty:

Priama pridaná hodnota cestovného ruchu v Slovenskej republike dosiahla v roku 2012 hodnotu 1,84 mld. eur a na celkovej pridanej hodnote ekonomiky sa podieľala 2,89 %. Priamy hrubý domáci produkt v cestovnom ruchu dosiahol v roku 2012 2,06 mld. eur, čo predstavovalo 2,96 % podiel na HDP ekonomiky SR. Čisté dane na produkty tvorili 11 % a priama pridaná hodnota cestovného ruchu 89 % priameho hrubého domáceho produktu v cestovnom ruchu. (Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR, 2013.)

Odvetvia cestovného ruchu vytvorili v roku 2012 spolu takmer 368 tisíc pracovných miest, z toho 80,2 % tvorili pracovné miesta zamestnancov a 19,8 % podnikateľov (SZČO). V rámci odvetví CR bolo odpracovaných 674 109 tisíc hodín, z toho 77,1 % tvorili odpracované hodiny zamestnancov a 22,9 % podnikateľov. Priemerný počet odpracovaných hodín zamestnancov predstavoval v sledovanom období 147 hodín a podnikateľov 177 hodín za mesiac.

3.1 Nedostatočná podpora cestovného ruchu zo strany štátu

Napriek rozsiahlemu úsilíu štátnej správy, samosprávy a súkromného sektoru sa nedarí využiť potenciál prírodných a kultúrnych krás Slovenska, ktorý je porovnateľný s mnohými inými tradičnými centrami cestovného ruchu v Európe. Jednotlivé regióny a sídla dlhodobo poukazujú na veľký nedostatok finančných prostriedkov potrebných na: (Stratégiu rozvoja cestovného ruchu do roku 2020, 2013)

- obnovu a dobudovanie turistickej infraštruktúry a zariadení,
- zachovanie a obnovu kultúrnych a prírodných krás, atraktivít a hodnôt územia,
- na koncepčnú a komplexnú koordináciu turizmu, tvorbu a propagáciu turistických produktov a jednotlivých turistických lokalít a stredísk.

Slovenskí podnikatelia v cestovnom ruchu považujú za najväčšie problémy vysoké daňové zaťaženie, nepružný zákonník práce, neprimerané hygienické normy, nízku metodickú podporu od

ministerstva dopravy pre samosprávy a organizácie cestovného ruchu a v neposlednom rade nepružné reagovanie štátu na zmenu politických a ekonomických pomerov v Európe a vo svete. Zároveň títo podnikatelia poukazujú, že na Slovensku je množstvo regiónov, kde by vedeli zvýšiť zamestnanosť práve podporou cestovného ruchu. Príkladom môžu byť regióny ako Orava, Liptov, Kysuce, kde vysoké percento obyvateľov dochádza za prácou a nemuselo by tomu tak byť. Ďalej zdôrazňujú, že Slovensko potrebuje, aby sa cestovný ruch stal prioritou štátu, ktorá zabezpečí konkurencieschopné prostredie a lepšie podmienky na podnikanie a zamestnanie sa.

V súčasnosti prichádza štát s novinkou – poukazy na domáce rekreácie. Od zavedenia rekreačných poukážok sa očakáva podpora domáceho dopytu po službách cestovného ruchu. Podobnú podporu majú obyvatelia aj v susednom Poľsku či Maďarsku, ale aj vo Francúzsku a Švajčiarsku. Iné formy podpory cestovného ruchu v zahraničí sú napríklad: vo Švajčiarsku profitujú z nízkych sadziieb z DPH; poskytovateľov služieb v Rakúsku podporuje banka pre cestovný ruch, a to formou priamej finančnej podpory pre začínajúcich podnikateľov, táto podpora sa využíva aj na financovanie rekonštrukcie podnikov alebo veľkých projektov v cestovnom ruchu; v Južnom Tirolsku a v Taliansku využívajú poskytovatelia služieb revolvingový fond, ktorý má formu vládnych pôžičiek, resp. bezúročných pôžičiek, ktoré sa využívajú na kvalitatívne rozšírenie podniku cestovného ruchu v cieľovom mieste.

Pozornosť Zväzu cestovného ruchu sa v tomto roku sústreďuje aj na možnosti subjektov cestovného ruchu na čerpanie štrukturálnych fondov v programovom období 2015-2020. Vzhľadom na to, že v tomto programovom období cestovný ruch nie je definovaný ako prioritná os, je nevyhnutné získavať a sprostredkovať informácie o navrhovaných programoch a výzvach.

Medzi hlavné priority Zväzu je aj oblasť legislatívy. Presadzujú také opatrenia, ktoré povedú k zníženiu regulácie a zbytočnej byrokracie. Skúsenosti z posledných rokov jednoznačne ukazujú na zavádzanie rôznych povinností nad rámec regulácie nariadení a smerníc vydaných Európskym parlamentom. Takéto opatrenia brzdia rozvoj služieb a znevýhodňujú poskytovateľov služieb v porovnaní s inými európskymi krajinami. Kľúčovým faktorom je flexibilita Zákonníka práce, sezónne zamestnávanie, ktoré je typickou formou zamestnávania v službách CR.

Naštartovať komplexný rozvoj cestovného ruchu na Slovensku je jednou z najväčších spoločenských a hospodárskych výziev Slovenska nasledujúcich rokov. A to nielen kvôli významnému a dlhodobému celosvetovému rastu tohto odvetvia, ale aj kvôli svojmu ekonomickému potenciálu a možnému prínosu pre celoplošné oživenie ekonomiky jednotlivých regiónov, mikroregiónov, miest, obcí ako aj najmenších vidieckych komunít.

4. Záver

Cestovný ruch má vďaka prírodnému potenciálu a potenciálu vytvoreného človekom možnosť zaujať v národnom hospodárstve SR strategické postavenie. Reštrukturalizácia rozvoja cestovného ruchu sa však musí uskutočniť na základe cieleného programu, ktorý umožní optimálne využívanie nielen prírodných zdrojov, ale aj vybudovaných kapacít, zariadení a služieb v nich poskytovaných, pričom je potrebné rešpektovať požiadavky na trvalo udržateľný rozvoj. Ak má mať cestovný ruch v budúcnosti väčšiu váhu v národnom hospodárstve, potom vo všetkých odvetvových politikách bude treba pamätať na výraznejšiu podporu jeho záujmov a cieľov.

Keďže cestovný ruch má prierezový charakter, aj jeho politika má prierezový charakter, nakoľko jeho realizáciu ovplyvňujú politiky vo viacerých oblastiach, predovšetkým je to hospodárska politika štátu, ktorá svojou cenovou alebo daňovou politikou ovplyvňuje samotný vývoj cestovného ruchu. Cestovný ruch treba jednoznačne rozvíjať, lebo ide o oblasť hospodárskej činnosti, ktorá najmiernejším spôsobom poškodzuje okolité prostredie. (Plesník, 2009). Tu je nevyhnutné si uvedomiť, že cestovný ruch v národnom hospodárstve plní významné hospodárske funkcie, a to funkciu príjmov, je zdrojom tvorby hodnoty a vplýva na HDP, je faktorom zamestnanosti,

regionálneho rozvoja a platobnej bilancie. Napriek tomu, že rozhodujúcu úlohu pri rozvoji cestovného ruchu má súkromný sektor, úlohou verejného sektora je formulovanie stratégie jeho rozvoja a definovanie nástrojov na jej zabezpečenie. Preto je dôležitá podstata hospodárskej politiky štátu v cestovnom ruchu a nevyhnutnosť jej novej orientácie.

Tento článok je súčasťou výskumného projektu VEGA č. 1/0975/15 „Makroekonomické a mikroekonomické prejavy inflácie a deflácie“.

Literatúra

- [1] Rifai, T. 2009. *Tourism in the green economy*. In 12th Slovenian Tourism forum 2009 and 6TH Market research in tourism seminar. [online]. Slovinsko: UNWTO, 2009. [online]. [cit. 01.06.2015]. Dostupné na internete: <http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/Govori/taleb_rifai_turisticni_forum_091203.pdf>.
- [2] Kaspar, C. 1995. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica: EF UMB, 1995. 142 s.
- [3] Plesník, P. 2009. *Ekologické aspekty udržateľného rozvoja cestovného ruchu*. In Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie Trendy a aktuálne výzvy teórie a praxe v obchode, marketingu a medzinárodných podnikateľských aktivitách v podmienkach globálnej konkurencie. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2009. s. 710 - 718.
- [4] Satelitný účet cestovného ruchu v Slovenskej republike. Informatívna správa. 2014. s. 4. [online]. [02.06.2015]. Dostupné na internete: http://portal.statistics.sk/files/Sekcie/sek_600/satelitny-ucet-cestovneho-ruchu-sr-2014.pdf.
- [5] Stratégia rozvoja cestovného ruchu do roku 2020. Bratislava: Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR, 2013.
- [6] Malachovsky, A. a kol. 2014. *Predpoklady a priority rozvoja cestovného ruchu na Slovensku v kontexte európskej konkurencieschopnosti*. 2014. 198 s.
- [7] Zväz cestovného ruchu: Dostupné na internete: <http://www.zhrs.sk/index.php/pre-media/tlacove-spravy/427-zvaz-cestovneho-ruchu-sr-chce-realne-opatrenia-na-podporu-cestovneho-ruchu-na-slovensku#.VY08YE3lq70>.
- [8] Marketingová stratégia SACR 2014-2020. http://www.sacr.sk/fileadmin/user_upload/Statistiky/strategiaSACR/Marketingova_strategia_SACR_2014_2020.pdf
- [9] Gúčik, M. 2011. *Cestovný ruch. Politika a ekonómia*. Knižnica cestovného ruchu 20. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism. 2011.
- [10] Stratégiu rozvoja cestovného ruchu do roku 2020. Dostupné na internete: <http://www.municipalia.sk/municipalia/index.php?id=168>.
- [11] Štatistický úrad Slovenskej republiky, 2015. Cestovný ruch.
- [12] World Travel & Tourism Council Dostupné na internete: <http://alianciapas.sk/wp-content/uploads/2014/02/Konkurencna-schopnost-SR-v-cestovnom-ruchu.pdf>.