

Regionální analýza cestovního ruchu Slovenska

Bc. Petra Řiřicová

Bakalářská práce
2008

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav veřejné správy a regionálního rozvoje
akademický rok: 2007/2008

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Petra ŘÍŠICOVÁ**
Studijní program: **N 6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**

Téma práce: **Regionální analýza cestovního ruchu Slovenska**

Zásady pro vypracování:

Úvod

1. Teoretická část

- Vymezte region Slovenska, popište přírodní podmínky, historii a kulturu.
- Analyzujte vliv vybavenosti obcí a technické infrastruktury na cestovní ruch.

2. Praktická část

- Stanovte význam a důležitost cestovního ruchu pro Slovensko.
- Srovnajte oblasti cestovního ruchu Slovenska a České republiky.
- Vypracujte syntézu budoucnosti cestovního ruchu na Slovensku a navrhnete možná řešení zjištěných problémů a další možnosti pro případný rozvoj.

Závěr

Rozsah práce: cca 40 stran
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

- [1] WOKOUN, R. *Strukturální fondy a obce I*. 1. vyd. Praha: ASPI, 2006. 146 s. ISBN 80-7357-138-2.
[2] *Národní strategický referenční rámec 2007 - 2013* [online]. [cit. 2007-08-08]. Dostupný z [www](#).
[3] *Strategie regionálního rozvoje České republiky pro léta 2007 - 2013* [online]. [cit. 2007-07-27]. Dostupná z [www](#).
[4] *Informačný systém výstavby a regionálního rozvoje* [online]. Dostupný z [www](#).

Vedoucí diplomové práce: doc. RNDr. René Wokoun, CSc.
Ústav veřejné správy a regionálního rozvoje
Datum zadání diplomové práce: 10. března 2008
Termín odevzdání diplomové práce: 5. května 2008

Ve Zlíně dne 10. března 2008


doc. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkan




doc. RNDr. René Wokoun, CSc.
ředitel ústavu

ABSTRAKT

Cílem této diplomové práce je oblast cestovního ruchu ve Slovenské republice. V teoretické části se zabývám regionem Slovenska a to obecným vymezením, územněsprávním uspořádáním a regionalizací země z pohledu cestovního ruchu. V praktické části jsem se zaměřila na slabé a silné stránky, resp. na SWOT analýzu cestovního ruchu Slovenska. Ukazuji možnosti pro využití příležitostí a možnosti eliminace možných hrozeb v oblasti cestovního ruchu. Na závěr bylo zpracováno dotazníkové šetření a provedena analýza otázek v daném dotazníku.

Klíčová slova: region, regionální analýza, cestovní ruch, význam a důležitost cestovního ruchu, budoucnost, srovnání.

ABSTRACT

The topic of this graduation theses is Tourism in Slovakia. In its theoretical part I am concerned with the region of Slovakia and its general specification, territorial and administrative organization and its division into regions from the point of view of tourism. The practical part focuses on the SWOT analyses of tourism in Slovakia and the Czech Republic. It looks at possible ways of exploiting the potential of tourism in Slovakia as well as ways to eliminate possible setbacks.

The final part consists of a questionnaire investigation and the analysis of its findings.

Keywords: region, regional analysis, traveling and tourism, future of tourism, significance and importance of tourism, future comparison.

Touto cestou bych ráda poděkovala panu doc. RNDr. René Wokounovi, CSc. za pomoc, cenné rady a náměty při vypracování mé diplomové práce. Stejně tak i mé rodině a mému příteli za neobyčejnou trpělivost a podporu při posledních dvou měsících mého studia. Závěrem také chci poděkovat občanům Slovenska, kteří elektronickou cestou odpověděli na můj dotazník.

Motto:

„Cestování z jednoho místa na druhé člověku samo o sobě nic nedá, jestli se vnitřní život člověka po návratu něčím neobohatí.“

(Teilhard de Chardin)

OBSAH

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČÁST	9
1 CESTOVNÍ RUCH	10
1.1 DEFINICE CESTOVNÍHO RUCHU	10
1.2 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU	10
2 REGION SLOVENSKO	12
2.1 VYMEZENÍ REGIONU	12
2.2 PŘÍRODNÍ PODMÍNKY	12
2.3 KULTURA	13
2.4 ÚZEMNĚSPRÁVNÍ USPOŘÁDÁNÍ ÚZEMÍ SLOVENSKA.....	15
2.5 REGIONALIZACE SLOVENSKA Z POHLEDU CESTOVNÍHO RUCHU	16
2.5.1 Regiony cestovního ruchu.....	16
2.5.2 Rozdělení regionů dle významu.....	17
2.5.3 Pilíře cestovního ruchu v jednotlivých regionech.....	19
3 STANOVENÍ VÝZNAMU A DŮLEŽITOSTI CESTOVNÍHO RUCHU PRO SLOVENSKO	21
II PRAKTICKÁ ČÁST	23
4 PŘEDPOKLADY REGIONŮ PRO CESTOVNÍ RUCH	24
4.1 JEDNOTLIVÉ REGIONY	24
4.2 SLUŽBY PRO CESTOVNÍ RUCH	35
4.2.1 Ubytování	35
4.2.2 Stravování	37
4.3 DOPRAVNÍ INFRASTRUKTURA.....	38
5 SROVNÁNÍ OBLASTÍ CESTOVNÍHO RUCHU SLOVENSKÉ A ČESKÉ REPUBLIKY	39
5.1 SWOT ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU SR A ČR.....	39
5.1.1 Slovenská republika	39
5.1.2 Česká republika	42
5.2 ÚLOHA MINISTERSTEV	45
5.3 PROPAGACE ZEMÍ.....	46
5.3.1 Česká Republika.....	46
5.3.2 Slovenská Republika.....	48
6 VYPRACOVÁNÍ SYNTÉZY BUDOUCNOSTI CESTOVNÍHO RUCHU NA SLOVENSKU, NAVRŽENÍ MOŽNÝCH ŘEŠENÍ ZJIŠTĚNÝCH PROBLÉMŮ A DALŠÍ MOŽNOSTI PO PŘÍPADNÝ ROZVOJ	52

6.1	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	52
6.2	ANALÝZA DOTAZNÍKU.....	52
6.3	MOŽNÁ ŘEŠENÍ ZJIŠTĚNÝCH PROBLÉMŮ, DALŠÍ MOŽNOSTI PRO PŘÍPADNÝ ROZVOJ.....	58
	ZÁVĚR.....	61
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	63
	SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK	66
	SEZNAM OBRÁZKŮ	67
	SEZNAM TABULEK.....	68
	SEZNAM PŘÍLOH.....	69

ÚVOD

Cestování samo o sobě je mou vášní. Ráda poznávám cizí neznámé kraje, nové lidi, sbírám nové zážitky a zkušenosti. Chorvatsko, Itálie, Slovinsko, Řecko, Egypt, Francie, Rakousko, Slovensko, Stačí mi všimnout si maličkosti spojené s danou zemí, zaslechnout píseň, kterou jsem slyšela, ucítit vůni jídla pocházející odtamtud a vybaví se mi čas strávený tam. Vzpomenu si na tamní obyvatelstvo, na jeho přístup k nám, na nabízené služby, na úroveň ubytování, služeb a nabídek, jak trávit volný čas.

Na nás záleží, jaký dojem udělá náš kraj, naše země na domácí i zahraniční turisty. Své příjemné i nepříjemné zážitky a vzpomínky si budou navždy spojovat s naší zemí. I když samozřejmě se nejde zavděčit všem, doufejme v co nejvíce těch zážitků příjemných.

Ve své diplomové práci se zabývám oblastí slovenského cestovního ruchu. Chci Vám ukázat Slovensko jako zemi, která vždy stála, stojí a stát bude za návštěvu. Z hlediska cestovního ruchu Vás chci seznámit nejen s jejími přednostmi, ale ukázat Vám také její slabé stránky, možné příležitosti zlepšení a hrozby.

V teoretické části je cestovní ruch definován a je určena jeho typologie. Po vymezení regionu je Slovensko rozděleno do regionů cestovního ruchu. Jsou určeny významy cestovního ruchu pro jednotlivé regiony a pilíře, na kterých cestovní ruch v daných regionech stojí. Také je stanoven význam a důležitost cestovního ruchu pro Slovensko.

V praktické části je provedena SWOT analýza současného stavu slovenského cestovního ruchu. Následně jsou analyzovány silné, slabé stránky, příležitosti a hrozby a je provedeno srovnání se SWOT analýzou cestovního ruchu v České republice. Poslední část práce je věnovaná dotazníkovému šetření.

Cílem práce je zjistit, na jaké úrovni a v jaké situaci se cestovní ruch na Slovensku nachází a navrhnout možná řešení zjištěných problémů a další možnosti pro případný rozvoj.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÍ RUCH

Definice cestovního ruchu

Definice cestovního ruchu je hodně. Obecně můžeme říci, že je to „krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností.“ [1].

Podle Českého statistického úřadu je cestovní ruch definován jako „činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest, ale osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa.“ [18].

World Trade Organization (WTO) definovala cestovní ruch jako „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, mimo místo bydliště, a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“ U mezinárodního cestovního ruchu tato doba činí jeden rok, u domácího cestovního ruchu šest měsíců. Osoba, resp. turista není v navštíveném místě zaměstnán v trvalém ani v přechodném pracovním poměru. [2]

1.1 Typologie cestovního ruchu

Členění cestovního ruchu je podle Foreta a známých kritérií celá řada. Za základní považujeme klasifikaci podle účelu, motivace, cílů. Podle toho cestovní ruchu dělíme na:

- *rekreační* - vhodné přírodní prostředí, pasivní i aktivní odpočinek, relaxace fyzických i duševních sil člověka, krátkodobé i dlouhodobé,
- *kulturně-poznávací* - poznávání historie, kultury, tradic, zvyků vlastního i cizího národa,
- *náboženský* - návštěvy poutních posvátných míst jak v tuzemsku, tak v zahraničí,
- *vzdělávací* - poznání, učení se něčeho nového (jazykové kurzy, sportovní tábory),
- *společenský* - společenský život, přátelské vztahy, stejné zájmy a záliby, koníčky,

- *lázeňský, léčebný* - rehabilitace, rekonvalescence, prevence, relaxace, snižování nadváhy, wellness pobyty,
- *sportovní*,
- *poznávání přírody*,
- *dobrodružný* (adrenalinové sporty),
- *profesní*, konference, kongresy, veletrhy, výstavy a jiné,
- *nákupní* - za účelem výhodných nákupů [3]

Výše uvedené druhy cestovní ruchu nemusí být všechny. Málokdy se vyskytují v čisté podobě, spíše se vzájemně prolínají.

Podle území, kde cestovní ruch probíhá, je možné ho členit na:

- *domácí*, turisté, v tomto případě domácí obyvatelstvo zůstává ve státě
- *zahraniční*, turisté překračují hranice svého státu. Zde ještě můžeme členit na zahraniční ruch *pasivní*, kdy občané daného státu vyjíždí do zahraničí a zahraniční ruch *aktivní*, kdy zahraniční turisté přijíždí k nám. Třetím druhem tohoto cestovního ruchu je ještě *tranzitní* cestovní ruch, kdy daným státem turisté pouze projíždí. [3]

Dalším kritériem dělení cestovního ruchu může být skutečnost, kdo je organizátorem cesty a pobytu účastníků cestovního ruchu. Zde ho dělíme na *organizovaný* cestovní ruch (cestovní kanceláře a jiné subjekty poskytující zprostředkovatelské služby v této oblasti) a na *neorganizovaný* cestovní ruch, kdy si účastník zařizuje vše sám.

Naposledy cestovní ruch můžeme dělit podle počtu účastníků a to na *individuální* a *skupinový*. [3]

2 REGION SLOVENSKO

2.1 Vymezení regionu

Slovenskou republiku najdeme mezi 17. a 23. poledníkem východní polokoule a mezi 48. a 50. rovnoběžkou severní polokoule.

Je vnitrozemským státem ve střední Evropě, který hraničí s pěti státy: na západě s Českou Republikou (délka hranice 240km), na jihozápadě s Rakouskem (107km), na jihu s Maďarskem (678km), na východě s Ukrajinou (98km) a na severu s Polskem (597km).

Rozloha Slovenské republiky je 49.035km².

Počet obyvatel je 5.379.455, z toho 51,4% je žen.

Hustota zalidnění je 109 obyvatel/ km².

Národnostní složení obyvatel: národnost slovenská 85,8%, maďarská 9,7%, rómská 1,7%, česká 0,8%, ruská, ukrajinská, německá, polská a jiné 2%.

Je členem těchto mezinárodních organizací: EU, NATO, UNESCO, OECD, OBSE, CERN, WHO, INTERPOL, a jiných.

Číselné a další údaje jsem převzala z oficiálních internetových stránek Slovenské republiky [9].

2.2 Přírodní podmínky

Povrch Slovenska představují od západu Vnější Západní Karpaty, Malé Karpaty, Bílé Karpaty, Javorníky a nejvyšší Oravské Beskydy (Babí Hora 1 725m); dále k východu pokračují Vnitřní Západní Karpaty: Tatry (Gerlachovský štít 2 655m), Nízké Tatry (Ďumbier 2 043m), Malá Fatra (Velký Kriváň 1 709m), Velká Fatra (Ostredok 1 592m), Slovenské Rudohoří (Stolica 1 476m), Polana 1 458m. Na východě zasahují Východní Karpaty a Vihorlat. Nížiny se rozkládají v jihozápadní části - Podunajská a Záhorská nížina a na východě - Východoslovenská nížina. [9] [13]

Územím Slovenska prochází hlavní evropské rozvodí. Z Rakouska na Slovensko (po jihozápadní hranici) přitéká největší středoevropská řeka Dunaj, která spojuje Slovensko s Černým mořem. Její levé přítoky Morava, Váh (nejdelší řeka, měří 390km), Nitra, Hron a Ipel odvodňují západní Slovensko. Na východě se setkávají pravé přítoky

řeky Tiszi - Uh, Laborec, Topla, Odava tvořící za hranicemi řeku Bodrag a Hornád. V Tatrách se nachází mnoho horských jezer, tzv. plesa. Největší a nejhlubší jezero je Hincovo pleso ve Vysokých Tatrách s rozlohou 20 ha a hloubkou 53m. Nádrže - Velká Domaša, Zemplínská Širava, Orava, Liptovská Mara, Slňava a Gabčíkova. [28]

Slovensko se nachází na přechodu mezi oceánským a kontinentálním podnebí mírného pásma. Mírné klimatické pásmo, 4 roční období. Průměrná teplota je 10C. Nejchladnějším měsícem je leden s teplotami do -15C, nejteplejším červenec s teplotami okolo 32C. Nejteplejší oblasti jsou na jihozápadním Slovensku a ve Východoslovenské nížině. Nejvyšší průměrná roční teplota je u Štírova (10C), nejnižší má Gerlachovský štít (-6C). [9] [28]

2.3 Kultura

„Slovenské instituce se starají o kulturní dědictví, zejména o ochranu kulturních památek, pěstování místní kultury, tradiční kultury i kultury menšin. Prostřednictvím dotací se starají o provoz divadel, galerií, muzeí a knihoven a dbají o rozvoj hudby, literatury, výtvarného umění i kinematografie. Vše dle finančních možností v daném období“. [11]

Jinak slovenská kultura je nadmíru bohatá. Lidové obyčeje, zvyky, tradice, folklor. Nepřeberná studnice moudrostí jejich předků, chráněná (někdy více někdy méně) od paměti.

O slovenskou kulturu (myslím tím památkový fond, kulturní dědictví, umění, prezentaci slovenské kultury v zahraničí, a další) se stará Ministerstvo kultury Slovenskej republiky.

Uvádím letošní nabídku festivalů jako oslav lidové kultury [23]:

Báňskobystrický kraj – *Klenovská rontouka 2007*, Gemersko-malohontské folklórní slavnosti, tento rok XXIX ročník, festival lidové hudby, zpěvu, tance, tradičních řemesel, gastronomických specialit, *Návraty k hudobným tradiciám*, přeshraniční festival sólistů instrumentalistů (SR, MR)

Bratislavský kraj – *Svatojurské hody*

Košický kraj – *Zlatá struna 2008*

Nitranský kraj – *Horša 2008*, multimediální hudobný festival, *Strejkovský pivničný festival*

Prešovský kraj – Bláznivé leto na Domaši 2008, hudebně-sportovní festival, Satori rockfest, Alternativny Festival RACHOT, Dobrý festival 2008

Trenčianský kraj - Bažant Pohoda 2008, multimediální festival, Topfest 2008, *Pastierské slávnosti Nimnica 2008* zaměřené na valašskou kulturu,

Trnavský kraj – SKALICA MUSIC FEST, FestDobré Bohunice 2008, *Svatodušný jarmok*

Žilinský kraj – Orava Rockfest 2008, Country Oravice 2008 [23]

Zde uvádím pro zajímavost, kolik finančních prostředků vynakládá Ministerstvo kultury na ochranu památkového fondu.

Tab. 1: Ochrana památkového fondu - rok 2006 [11]

		Celkem
Celkový počet národních kulturních památek		23 962
z toho	movitých	14 437
	nemovitých	9 525
	z toho archeologických nálezů a nalezišť	289
Počet památkových objektů		13 212
z toho archeologických nálezů a nalezišť		368
Počet památkových předmětů		30 410
Počet památkových území celkem		117
z toho	památkových zón	85
	památkových rezervací	28
	zapsaných v UNESCO	4

Pozn. Údaje za rok 2007 budou až v květnu tohoto roku.

Tab. č.2 : Finanční prostředky z veřejných zdrojů vynaložené na obnovu národních kulturních památek členěné podle formy vlastnictví [11]

	Celkem	Finanční prostředky v tis. Sk				
		ze státního rozpočtu	z rozpočtu VÚC	z rozpočtu obce - převzaté z KULT 3 - 01	z jiných zdrojů	
Náklady vynaložené na obnovu, v tis. Sk	712 225	472 480	161 520	12 367	78 225	
národní kulturní památky ve vlastnictví	státu	292 822	279 079	0	0	13 743
	samosprávy	294 945	90 112	160 820	0	44 013
	obcí	27 651	27 531	0	11 267	120
	církvi	40 667	39 967	700	1 100	0
	právnických osob	35 440	15 091	0	0	20 349
	fyzických osob	20 700	20 700	0	0	0

2.4 Územněsprávní uspořádání území Slovenska

Největším městem je Bratislava se zhruba 425. tisíci obyvateli. Následují menší (krajské) města Banská Bystrica, Trnava, Nitra, Trenčín, Prešov, Žilina a města Poprad a Martin (ty krajskými městy nejsou). [4]



Obr. 1: Územněsprávní uspořádání Slovenska

[26]

Tab. 3: Rozdělení Slovenska z pohledu územní samosprávy [4]

Jednotka	NUTS 1	NUTS 2	NUTS 3
Počet územních celků	1	4	8
Územní celek/celky	Slovensko	Bratislavský kraj	Bratislavský kraj
		západní Slovensko	Trnavský kraj Nitrianský kraj Trenčianský kraj
		střední Slovensko	Banskobystrický kraj Žilinský kraj
		východní Slovensko	Košický kraj Prešovský kraj

2.5 Regionalizace Slovenska z pohledu cestovního ruchu

2.5.1 Regiony cestovního ruchu

Vycházíme-li z Regionalizace cestovního ruchu Slovenské republiky, tak na obrázku v příloze P I [6], je země rozdělena do 21 oblastí cestovního ruchu.

Jsou vymezené z hlediska kritérií vnitřních vazeb a soudržnosti, homogenity podmínek a nabídky, stejně jako z hlediska předpokladu identifikace místních (regionálních) občanů, podnikatelů s tímto vymezením. Každý region je souhrnem krajinných celků, které v rámci regionu jsou schopné plnit potřeby cestovního ruchu v současné i budoucí době. [6]

Vymezení bylo provedeno na základě následujících kritérií, např.:

- geografie regionu,
- civilizačního stavu, druh osídlení, různé členění osídlení (historické, administrativněsprávní, etnické),

- míra cestovního ruchu v regionu a určitý minimální podíl na výkonech cestovního ruchu v celé Slovenské republice,
- společné znaky, jednotnost a určitá stejnorodost nabídky,
- existence přirozeného centra,
- a jiné. [6]

Všeobecně je známo, že sever a východ Slovenska je vhodný, resp. svoji geografii určený, na aktivity spojené s horskou turistikou a zimními sporty, jih a západ dává možnost strávit volný čas a využít termální koupaliště. Celé Slovensko jako země s velmi bohatou historií nabízí desítky hradů, zámků, 19 městských památkových rezervací i 5 přírodních a kulturních památek zapsaných do seznamu světového kulturního dědictví UNESCO.

Na základě literatury, zdroj [5], rozdělíme kraje na regiony cestovního ruchu:

Bratislava – Bratislavský, Záhorský

Trnava – Dolnopovažský

Nitra – Podunajský, Nitranský

Trenčín – Středněpovažský, Hornonitranský

Žilina – Severopovažský, Turčianský, oravský, liptovský

Bánská Bystrica – Ipel'ský, Gemerský, Horehronský, Pohronský

Prešov – Tatranský, Šarišský, Hornozemlianský

Košice – Spišský, Košický, Dolnozemlianský

2.5.2 Rozdělení regionů dle významu

V příloze P II viz Regionalizace cestovního ruchu [6] máme regiony cestovního ruchu rozděleny do 4 kategorií podle významu – mezinárodní, národní, nadregionální, regionální. Třídění dle významu má svůj důvod. Např. městu či regionu zařazeného mezi regiony s nadregionálním významem to neumožňuje čerpat finanční prostředky ze strukturálních fondů. Navíc město, které má nad 15. tis. obyvatel, nemá velkou možnost čerpat finance ani v rámci LEADERU. Takže se musí spolehnout na svůj rozpočet, případně malé granty. [zdroj dotazníky, ověřeno na Ministerstvu hospodářstva SR]



Obr.2: Mapa Slovenska [24]

Když se pozorně zadíváme na následující obrázek a přeneseme vyznačené oblasti např. ty s mezinárodním významem do mapky nad tímto textem, uvidíme, že přesně kopírují geografické odlišnosti Slovenska. A to jejich chloubu, hory. Nejznámější Vysoké Tatry, Nízke Tatry, Veľká Fatra, Malá Fatra, Bielo Karpaty. Pak je to samozřejmě ještě region hlavního města – Bratislavský region. V kategoriích s nižším významem si všimněme „oáz“, kde jejich význam převyšuje důležitost samotného regionu. Povětšinou jde o centrum s termálním koupalištěm, lázněmi, spojených s pobytem v horách a pěší turistikou (Piešťany, Komárno, Prievidza, Trenčianské Teplice, Zvolen, Kremnica, na východě Spišská Nová Ves, Rožňava, a mnoho jiných).

Vidíme, že východní regiony (Hornozemplianský a Dolnozemplianský) jsou v tomto ohledu „mrtvé“. Nabízí pouze pobyty při vodních plochách (Zemplínská Šírava a další) a pobyty na horách, vesnický turismus (agroturistiku), návštěvu muzeí. Dolnozemplianský region je sice považován za nejkrásnější územní celek východního Slovenska, je zde zachována panenská příroda, samota a klid a také zde nalezneme množství zchovalých dřevěných kostelíků s vysokou uměleckohistorickou hodnotou, ale turistický ruch minimální. Komerční cestovní ruch tu místo nemá. Zde se vydá pouze tímto směrem zaměřený turista. Zde míří pouze speciálně zaměřené cestovní kanceláře.

2.5.3 Pilíře cestovního ruchu v jednotlivých regionech

Co může turisty přilákat? Mimo pobytů u vody, v lese či horách, také termální koupaliště, lázně, poznávání kulturních památek, muzea, agroturistika, vinařské aktivity, samozřejmě lyžování, pěší turistika, cyklistické stezky a další. Nejlepší jsou kombinace více aktivit. Například lyžování s večerním koupáním v termálním koupališti, přes den agroturistika, večer vinný sklípek, poznávání na kole historických památek a muzeí. Na následujících dvou mapách uvedených v příloze P III a P IV [6] vidíme vztah mezi nabídkou daného regionu a podílem, resp. výkonem na cestovním ruchu.

Všimněme si regionů východního Slovenska – Košického, Šarišského, Hornozemplínského a Dolnozemplínského. Když nebereme v potaz geologické zvláštnosti jako hory, lesy, nádrže, dále několik muzeí a dalších historických památek, tyto regiony nic nenabízí. A proto se podílí s minimem zahraničních turistů na cestovním ruchu nejméně. Zůstaneme-li u jižní hranice Slovenska s Maďarskem směrem na západ, stejné je to i u regionu Gemerského a kupodivu i Podunajského. Objevují se zde termální prameny, lázně, vinařské aktivity, nepočítaje cykloturistiku, pěší turistiku, muzea, památky. Přesto podíl na výkonu cestovního ruchu průměrný až podprůměrný.

V popředí jsou regiony Tatranský (hory jsou perlou Slovenska), Bratislavský (s hlavním městem Bratislavou), Liptovský a Dolnopovažský. Na počet lůžek vede Tatranský region, stejně jako na celkovém množství přenocování zahraničních turistů.

Slovensko je možná rozlohou malé, ale přesto pro cestovní ruch vysoce atraktivní. Pokrývá téměř všechny rozhodující druhy a možnosti cestovního ruchu. Celý rok je zde co dělat. Díky devíti národním parkům, 14 chráněným krajinným oblastem, mnoha jezer, lesům, skoro čtyř tisícům jeskyň (12 přístupných veřejnosti) je zde možné celoroční využití. Pak záleží jen na preferencích budoucích turistů, zda upřednostní lyže či plavky, vysokohorskou turistiku nebo termální koupaliště. Dvanáct tisíc kilometrů značených turistických stezek, cest a cestiček je pro milovníka „chůze“ značným lákadlem. [5]

Pro letní návštěvu Slovenska hovoří desítky hradů, zámků, městské památkové rezervace, přírodní, kulturní památky, kdy některé z nich jsou zapsané i v seznamu UNESCO.

Skanzeny, jarmarky, folklorní festivaly, mnohačetná muzea, zachovalá lidová řemesla, atd. Je toho mnoho a mnoho, co turistům Slovensko nabízí.

V zimě samozřejmě lyžování. Přes 60% Slovenska tvoří hory. Západní a Východní Karpaty, Bílé a Malé Karpaty, Javorníky, Oravské Beskydy, Vysoké a Nízke Tatry, Velká a Malá Fatra, a další známe hory. Třista padesát lyžařských areálů, z toho dvacet se dá porovnávat se zahraničím. Štrbské pleso, Starý Smokovec, Tatranská Lomnica, Jasná Nízke Tatry a jiné.

Po celodenním lyžování můžeme zamířit do jednoho z více než 1 200 termálních a minerálních pramenů. Termální koupaliště (celkově je jich už 40) jako Bešeňová, Podhajská, Oravice, a další nejen Čechům známé. Není mnoho z nás, kteří by zde už nebyli alespoň jednou. Tyto termální a minerální prameny jsou předpokladem pro celoroční rozvoj cestovního ruchu. V poslední době se staly populárními tzv. wellness pobyty, což vedlo k vybudování nových wellness center.

Jenom historie, i když velmi bohatá a zajímavá, či vysoká atraktivita geografického povrchu Slovenska, nezaručí úspěch a velkou návštěvnost zahraničních a tuzemských turistů. Jen kombinace dobrých podmínek (historie, krajina, podnebí), vybudovaná kvalitní infrastruktura, co nejlepší využívání potenciálů cestovního ruchu a hlavně kvalitní služby mohou tvořit rámec, kdy každý region zvýší jeho konkurenceschopnost. A nejlepší výsledek toho všeho? Vyrovnání regionálních rozdílů a vytvoření nových pracovních míst.

3 STANOVENÍ VÝZNAMU A DŮLEŽITOSTI CESTOVNÍHO RUCHU PRO SLOVENSKO

„Ve světě je považován cestovní ruch za odvětví budoucnosti s ohledem na multiplikační efekt doprovázející jeho rozvoj. Často bývá označován za nejvýznamnější odvětví, ve kterém vzniká nejvíce pracovních příležitostí. Mimo zaměstnanosti ovlivňuje podstatným způsobem dalších zhruba pět oblastí: podílí se na tvorbě hrubého domácího produktu, pozitivně ovlivňuje platební bilanci státu, tvoří příjmy státního rozpočtu, má vliv na příjmy místních rozpočtů a jeho rozvoj podporuje investiční aktivity. Z toho všeho vyplývá i význam cestovního ruchu pro rozvoj regionů“. [12]

Pro zlepšení rozvoje odvětví cestovního ruchu a nejen jeho je potřeba stanovit společný postup. Na Slovensku je to Stratégia rozvoja cestovného ruchu Slovenskej republiky, která představuje jeden z nástrojů pro jeho rozvoj a to ve stanoveném časovém období, přesněji na dobu 2007 - 2013. Touto cestou je třeba navrhnout řešení základních otázek postavení a rozvoje CR na Slovensku. Vymezit postavení a význam CR v národním hospodářství, stanovit cíl, který chceme dosáhnout a přijmout konkrétní úlohy a opatření, směřující k těmto cílům. [5]

V současnosti v rámci evropského cestovního ruchu je Slovensko v zaostávající pozici. Význam cestovního ruchu je podceňovaný, mnohdy i části veřejnosti považován za zbytečný jev. Chybí vyškolení odborníci cestovního ruchu. Chybí legislativní norma, která by stanovila základní definice a určila organizační strukturu a význam cestovního ruchu v národním hospodářství.

Chybí pravidla pro řízení, koordinaci a stanovení zodpovědnosti pro jednotlivce (myslím tím i celé organizace) působící v této oblasti. Některé subjekty nedodržují některé legislativní normy, které se jich týkají. Problémem např. je průvodcovství bez oprávnění, soukromé ubytování tzv. na černo, nepojištěné cestovní kanceláře.

Hlavně kvůli chybějící základní strategii hospodářské politiky a na ni navazující politiky cestovního ruchu se vzrůstající záplavou rozhodnutí některých orgánů státní správy i samosprávy způsobily, že ještě nebyl doceněn význam cestovního ruchu pro rozvoj hospodářství. [5]

Cestovní ruch zasahuje do mnoha odvětví – do průmyslu, obchodu, dopravy, zdravotnictví, životního prostředí, financí, regionálního rozvoje, vytváří nová pracovní místa aj.

Zahrnuje tedy problémy, které se dotýkají i ostatních odvětví a jejich řešení je jen možné spoluprací na mezirezortní úrovni. A ta současná je momentálně velmi slabá.

V těchto podmínkách cestovní ruch na Slovensku nemůže být jedním z odvětví, které mají rozhodující vliv na posílení výkonnosti ekonomiky. Přesto může významně napomoci při zvyšování tvorby hodnot, snižování nezaměstnanosti a hlavně vyrovnávat meziregionální rozdíly. [13] [12]

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 PŘEDPOKLADY REGIONŮ PRO CESTOVNÍ RUCH

Hodnotíme-li předpoklady regionu pro cestovní ruch, hodnotíme tři základní složky cestovního ruchu. A to dopravní infrastrukturu (železniční, leteckou, vodní, silniční), úroveň stravování a úroveň ubytování. Pro rozvoj cestovního ruchu v regionu musí být všechny tři na průměrné až nadprůměrné úrovni. Pro úspěch v této oblasti neexistuje špičkové ubytování a nekvalitní stravování.

Samozřejmostí jsou také přírodní předpoklady a účinná propagace (např. regionální informační portály). V první podkapitole představuji jednotlivé regiony, ve druhé služby cestovního ruchu, ve třetí dopravní infrastrukturu.

4.1 Jednotlivé regiony

Bratislavský region

- leží na historické křižovatce obchodních cest, dobrá dopravní dostupnost, plní určitou funkci mezinárodní křižovatky, jak v silniční tak v železniční dopravě se zvyšujícím se významem vodní a letecké dopravy
- zásluhou hlavního města patří mezi nejvyhledávanější cíle zahraničních turistů. V počtu přenocování je druhý v pořadí za Tatranským regionem, protože se zde, zvláště v Bratislavě realizují zejména krátkodobé pobyty
- jako region má všechny předpoklady konkurenceschopné nabídky v jednotlivých oblastech jak poznávacího cestovního ruchu tak i obchodního – díky poloze hlavního města.
- cestovní ruch poznávací, obchodní, rekreační, sportovní, nákupní (rozdělení cestovního ruchu uvádím v první kapitole mé diplomové práce)
- významné lokality: samotné hlavní město Bratislava, Pezinok, Senec, Červený Kameň a mnoho dalších
- nutností je např. zvýšení osobní lodní dopravy na Dunaji, modernizace železniční tratě Bratislava – Žilina, vybudování nových mostů přes Dunaj a Moravu. [6] [16] [26]



Obr. 3: Bratislava

Podunajský region

- cestovní ruch rekreační (zejména pobyty u vody), sportovní, poznávací, venkovský - agroturistika
- významné lokality: Šamorín, Komárno, Štúrovo, četná termální koupaliště jako Patince, Podhajská, Vel'ký Meder
- předpokladem pro zlepšení cestovní ruchu je lepší využití Dunaje jako vodní cesty a mezinárodního turismu, četné zdroje termálních vod, nutnost vyrovnat úroveň služeb se sousedním Maďarskem, zlepšení dopravní infrastruktury [6] [16] [26]



Obr. 4: Termální koupaliště Vel'ký Meder

Záhorský region

- turistický informační portál Záhorie.info,
- velmi široká nabídka hradů (Devín, Branč, Plavecký hrad), poutní místa, hradní slavnosti, jarmarek, trdlofest, ochutnávky vín, a další
- cestovní ruch: lázeňsko léčebný, rekreační, sportovní
- vzhledem k výborné poloze kraje využití potenciálu malé
- významné lokality: Malacky, Senica, Branč – hrad, Zlatnická dolina [6] [16]

[26]



Obr. 5: Hrad Devín

Dolnopovažský region

- velký potenciál Piešťan jako nejvýznamnější lokality, jako region má dominantní postavení v dlouhodobých pobytech, mimo Piešťany turisticky slabší
- cestovní ruch: lázeňský, rekreační, poznávací
- významné lokality: Trnava, Piešťany, Bukovec
- potřeba modernizace železniční tratě Bratislava – Žilina [6] [16] [26]

Strednopovažský region

- při hranici s ČR, existence více hraničních přechodů s ČR
- významné postavení Trenčianských Teplíc, region silného domácího cestovního ruchu ovlivněného právě existencí města a lázní Trenčianské Teplice
- cestovní ruch: lázeňský, poznávací, obchodní, sportovní
- významné lokality: Trenčín, Biele Karpaty, Trenčianské Teplice
- potřeba dobudování a zmodernizování dopravní infrastruktury [6] [16]

[26]



Obr. 6: Biele Karpaty

Nitranský region

- zajímavý především svým kulturně-historickým dědictvím
- převládá domácí cestovní ruch, krátkodobé pobyty
- cestovní ruch: poznávací, rekreační, náboženský, - cestovní ruch průměrný, absence výraznější nabídky, žádná dominantní lokalita, resp. bez výrazné propagace, budoucností může být agroturistika a orientace turistiky na venkov
- významné lokality: Nitra, Levice, Zlaté Moravce, *Drážovce*, hrady Gýmeš, Hrušov, termální koupaliště, skalní obydlí Brhlovce, arborétum Mlyňany
- nutnost dobudovat rychlostní komunikace [6] [16] [26]

Hornonitranský region

- Regionální sdružení cestovního ruchu Horní Nitra, zpracována strategie rozvoje, Turisticko-informační kancelář Horná Nitra
- sportovní (golf, squash, vodní sporty, cykloturistika, pěší turistika)
- přes výskyt téměř všech atraktivit pro cestovní ruch výkon a úroveň cestovního ruchu průměrná až podprůměrná, příliv zahraničních turistů díky Bojnícím jako dominanty
- potřeba dobudovat infrastrukturu
- významné lokality: Prievidza, Bojnice, Inovecké vrchy [6] [16] [26]



Obr. 7: Bojnice

Severopovažský region

- převládá domácí turistika s vysokou jednodenní návštěvností, dobré předpoklady pro další rozvoj, nutnost využít pro cestovní ruch i dalších částí regionu, nejen Malou Fatru a Rájecké Teplice
- cestovní ruch: pobytový (zimní i letní), lázeňský, poznávací, obchodní, sportovní
- stále se opakující potřeba dobudování infrastruktury zejména rychlostních komunikací
- významné lokality: Malá Fatra, Javorníky, Rajecké Teplice, Žilina, zámky v Budatíně a Bytči, Hrušovský a Súl'ovský hrad, CHKO Strážovské vrchy [6] [16] [26]

Turčianský region

- díky přírodním krásám a hlavně horám (Malá Fatra, Velká Fatra) patří mezi nejkrásnější regiony, skvělé podmínky pro lyžování, horskou turistiku, výskyt léčivé a termální vody,
- nutnost dobudování dálnice Žilina – Martin – Ružomberok
- významné lokality: Martin, Turčianské Teplice, Malá Fatra, Velká Fatra [6] [16] [26]



Obr. 8: Malá Fatra

Oravský region

- vyrovnaný podíl domácího a zahraničního cestovního ruchu, vysoký podíl ubytování v soukromí
- cestovní ruch: sportovní, rekreační, horská turistika, poznávání kulturního dědictví
- výhodná kombinace s možností vodní sportů, termálních vod, historických památek, krásné krajiny
- významné lokality: Oravský Hrad, Zuberec (Muzeum oravskej dediny v přírodě), Západné Beskydy, Oravská priehrada [6] [26]



Obr. 9: Oravský Hrad

Liptovský region

- významný podíl jak zahraničního tak domácího cestovního ruchu
- cestovní ruch: zimní a letní pobytový, poznávací, léčebný
- nabídky téměř všech aktivit pro cestovní ruch na vysoké úrovni, Tatranský národní park, Národní park Nízké Tatry, Národní park Veľká Fatra
- možnost a předpoklad dalšího vzrůstu
- nutné dobudování dopravní i technické infrastruktury
- významné lokality: Vlkolínec (UNESCO – památky lidové architektury), přírodní atraktivita, Liptovský Mikuláš, Bešeňová, Nízké Tatry, Liptovská Mara [6] [16]

[26]



Obr. 10: Rezervace lidové architektury Vlkolínec

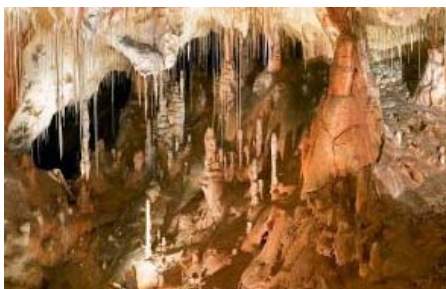
Ipeľský region

- cestovní ruch: lázeňsko léčebný, rekreační
- venkovský cestovní ruch využívající krajinu, místní tradice, vinařství

- významné lokality: Dudince, Dolná Strehová, zříceniny hradů jako Modrý Kameň, Divín, Čabrad, starobylé kláštery, množství technických památek
- znovu se opakující nutnost vybudování rychlostních komunikací [6] [26]

Gemerský region

- cestovní ruch: sportovní (pěší turistika, cykloturistika), speologie
- region, který málo využívá svůj potenciál
- překvapující počet 25 mikroregionů, např. Domica, Kras, Nerveš, Dolný Gemer, Valická Dolina, Zrt Dobšiná
- významné lokality: jeskyně Domica, Slovenský kraj, Muránská planina, Rožňava, Číž, Národní park Slovenský raj, Slovenský kras, centrem regionu město Revúca [6] [16]



Obr. 11: Slovenský kras

Horehronský region

- typický horský region – zimní sporty, dopravně velmi dobře dostupný, množství kvalitních lyžařských a běžkařských tratí, silný vztah k lidovým tradicím
- cestovní ruch: sportovní, poznávací, obchodní
- významné lokality: Nízké Tatry, Banská Bystrica, Králiky – Kordíky, Špania dolina [6] [26]

Pohronský region

- minulost spojená s těžbou drahých kovů, nenáročná klientela
- potenciál pro cestovní ruch velmi dobrý avšak málo využitý, možnost agroturistiky, cykloturistiky, koupání, muzeí, zimních sportů, atd.
- cestovní ruch: poznávací, relaxační, agroturistika
- významné lokality: Banská Štiavnica, Zvolen, Kremnica, Kováčová, Kremnické vrchy
- zanedbanost kulturních památek, památky UNESCO [6] [16] [26]

Tatranský region

- nejvýznamnější region s množstvím kulturních památek, vysoce hodnocené vysokohorské prostředí
- potřebný rozvoj letiště
- cestovní ruch: letní, zimní pobyt na horách, cykloturistika, agroturistika
- významné lokality: Vysoké Tatry, Vyšné Ružbachy, Poprad, Kežmarok, Červený Klášter, Smokovce [6] [16]



Obr. 12: Vysoké Tatry

Spišský region

- převládá tuzemský cestovní ruch, nedostatečná kapacita ubytovacích a jiných turistických zařízení, výhledově perspektivní předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, bohatý na kulturně historické památky
- cestovní ruch: poznávací, pobytový, agroturistika
- významné lokality: Slovenský ráj, památky UNESCO, Spišská Nová Ves, Levoča, Levočské kapele [6] [26]

Košický region

- cestovní ruch: obchodní především, nákupní, poznávací
- nízké využití kapacit, z hlediska cestovního ruchu realizace v malém rozsahu
- významné lokality: Košice (druhým největším městem na Slovensku), Slabec, Turňa nad Bodvou, Slánské vrchy, Slovenské Rudohorie, Slovenský kras [6]

Šarišský region

- unikátní technické památky, např. solné baně v Prešově-Solivare nebo *dubnické opálové baně* – dubnické opály
- silný domácí cestovní ruch, nevelké kapacity ale nadprůměrně využívané pro cestovní ruch, nízké využití historických a kulturních památek,

- cestovní ruch: lázeňský, pobytový v létě I v zimě, nákupní, poznávací
- významné lokality: Prešov, Bardějov - památky UNESCO, Nízké Beskydy, Šarišská vrchovina [6] [16] [26]



Obr. 13: Dubnické opálové baně

Hornozemplínský region

- celá řada pravoslavných a řeckokatolických dřevěných kostelíků s vysokou uměleckou a historickou hodnotou
- domácí cestovní ruch, zahraniční minimálně, dlouhodobé pobyty jen během letní sezóny, nejuvýchodnější region, vzdálený od běžných trhů cestovního ruchu
- potřeba dobudovat jak dopravní tak technickou infrastrukturu
- cestovní ruch: pobytový, poznávací, nákupní
- významné lokality: Mezdilaborce, Nízké Beskydy, CHKO Vihorlat, Domaša, Východní Karpaty [6] [16] [26]



Obr. 14: Pravoslavný kostelík

Dolnozemplínský region

- rozsáhlé nížiny, množství vodních ploch
- veškerý cestovní ruch orientován na Zemplínskou Šíravu, potřeba její modernizace a dobudování
- cestovní ruch: pobytový, poznávací
- významné lokality: Zemplínská Šírava, Tokajské vrchy, Michalovce, Vihorlat [6] [16]



Obr. 15: Zemplínská Šírava

Tab. 4: Navštívené regiony (tranzitní i netranzitní návštěvníci, regiony podle pořadí návštěvnosti - %, rok 2007) [7]

Navštívené regiony	zima	léto	2007
Bratislavský	21,40	21,60	23,00
Tatranský	10,70	10,90	11,44
Severopovažský	10,70	10,60	10,73
Oravský	8,20	8,40	8,31
Dolnopovažský	7,60	7,50	7,58
Podunajský	7,50	7,40	7,19
Liptovský	6,80	6,70	7,01
Horehronský	3,80	3,70	3,89
Košický	3,90	4,00	3,58
Strednopovažský	3,40	3,30	3,15
Hornonitrianský	2,30	2,20	2,45
Záhorský	2,50	2,30	2,28
Nitrianský	2,10	2,10	1,87
Turčianský	2,00	2,00	1,77
Ipel'ský	1,70	1,80	1,72
Dolnozemplínský	2,40	2,20	1,60
Šarišský	1,20	1,30	1,28
Pohronský	0,90	1,00	0,64
Hornozemplínský	0,50	0,50	0,44
Gemerský	0,30	0,40	0,38
Spišský	0,10	0,10	0,22
CELKEM	100,00%	100,00%	100,00%

Tab. 5 : Zájem o jednotlivé druhy cestovního ruchu zahraničních návštěvníků [7]

Předmět zájmu v %	zima	léto	2007
zimní sporty	29,53	25,83	27,51
jiný horský pobyt	15,04	19,02	18,88
nákupní turistika	10,21	8,16	8,81
městské kulturně-historické pobyty	6,57	8,64	8,17
rekreační pobyt při vodě	8,63	9,75	8,04
návštěva rodiny/známých	7,05	7,05	7,64
lázně	6,10	6,10	6,24
tranzit	5,38	5,07	4,67
okružní cesty	4,59	4,52	4,58
venkovský CR	4,20	3,80	3,23
není v úmyslu navštívit znovu SR	2,69	2,06	2,22
CELKEM	100,00	100,00	100,00

Tab. 6 : Navštívené regiony podle typů netranzitních pobytů
(podle návštěvnosti s dlouhodobými pobyty) [7]

Navštívené regiony	jednodenní	krátkodobé	dlouhodobé
Tatranský	6,70	7,55	24,25
Liptovský	3,83	4,57	15,60
Dolnopovažský	6,28	6,88	11,04
Bratislavský	27,05	28,72	9,91
Severopovažský	9,29	13,75	9,01
Horehronský	2,39	3,32	7,28
Oravský	10,13	6,98	6,92
Turčianský	0,89	2,58	2,78
Podunajský	12,95	2,42	2,55
Strednopovažský	2,88	4,44	2,11
Nitrianský	1,35	2,84	1,84
Košický	4,48	3,18	1,68
Šarišský	0,48	0,27	1,52
Hornonitrianský	1,11	5,83	1,32
Ipeľský	1,66	2,12	1,27
Záhorský	2,97	2,75	0,52
Gemerský	0,25	0,39	0,32
Hornozemplínský	0,85	0,06	0,08
Dolnozemplínský	3,61	0,29	0,00
Pohronský	0,60	0,65	0,00
Spišský	0,23	0,42	0,00
CELKEM	100,00%	100,00%	100,00%

4.2 Služby pro cestovní ruch

Služby v této oblasti mají velmi výrazná specifika. Při přípravě nabídky služeb a produktů cestovního ruchu se s nimi musí počítat. Např. to jsou:

- přechodné a krátkodobé působení dané nabídky na tuzemské i zahraniční turisty
- působení daného místa, image
- nutnost odlišení konkurentů kvůli snadné napodobitelnosti
- zvyšující se nároky na sílu a jedinečnost zážitků
- vzít v potaz vlivy prvků ovlivňující výběr místa dovolené [2]

4.2.1 Ubytování

Základní podmínkou pro rozvoj cestovního ruchu jsou ubytovací služby, v dostatečné míře a kvalitě, v široké nabídce nabízených kvalit pro uspokojení náročných i méně náročných tuzemských i zahraničních návštěvníků.

„Ubytovací zařízení cestovního ruchu jsou zařízení, které pravidelně nebo příležitostně poskytují přechodné ubytování návštěvníkům. Patří sem hotely, botely, motely, penziony, turistické ubytovny, chatové osady, kempingy, ostatní hromadné zařízení a ubytování v soukromí. Za ubytovací zařízení v chatových osadách a kempincích se nepovažují jednotlivé chaty, sruby nebo stany provozovatele, ale jen chatové osady a kempingy jako celky.“ [15 - SLOVSTAT]

Kritéria pro členění těchto zařízení jsou různá, já si vybrala členění podle velikosti, druhu zařízení, umístění a doby provozu:

Podle velikosti ubytovací zařízení dělíme na malá, střední, velká.

Podle doby provozu rozlišujeme celoroční a sezónní.

Podle umístění můžeme třídit ubytování na městské, lázeňské, horské a jiné zařízení.

Podle druhu zařízení a jeho funkce při uspokojování potřeb návštěvníků členíme ubytovací zařízení na hotel, hotel garni, motel, hotel, penzion, turistické ubytovny, chatové osady, kempy. [2]

Tab.7 : Ubytovací zařízení a jejich výkony za rok 2007 – podle krajů. [15] [27]

SR / kraj	Počet ubytovacích zařízení	Počet lůžek celkem	Počet turistů celkem	z toho zahraniční turisté	Počet nocí celkem	z toho zahraniční turisté	průměrný počet nocí	z toho zahraniční turisté
<i>SR celkem</i>	3 182	146 655	3 777 754	1 684 526	11 566 632	5 198 696	3,1	3,1
Bratislavský	188	15 103	883 103	536 437	1 752 709	983 039	2,0	1,8
Trnavský	213	11 782	244 595	113 878	1 137 552	643 397	4,7	5,6
Trenčiansky	274	13 011	289 854	83 625	1 096 544	335 259	3,8	4,0
Nitriansky	241	9 572	223 304	95 787	619 711	313 382	2,8	3,3
Žilinský	872	32 672	689 531	325 168	2 358 745	1 177 281	3,4	3,6
Banskobystrický	465	21 129	426 178	111 667	1 517 215	384 285	3,6	3,4
Prešovský	572	29 690	699 415	309 242	2 357 265	1 087 107	3,4	3,5
Košický	357	13 696	321 774	108 722	726 891	274 946	2,3	2,5

Z celkové kapacity lůžek v ubytovacích zařízeních Slovenské republiky připadlo v roce 2007 na Bratislavský kraj jako na hlavní město 10,3%, což je v mezikrajském porovnání čtvrté místo po kraji Prešovském, Žilinském a Banskobystrickém. [15]

Kraje – regiony turistického ruchu

Bratislava – Bratislavský, Záhorský, Trnava – Dolnopovažský, Nitra – Podunajský, Nitrianský, Trenčín – Středněpovažský, Hornonitrianský, Žilina – Severopovažský, Turčianský, Oravský, Liptovský, Banská Bystrica – Ipel'ský, Gemerský, Horehronský, Pohronský, Prešov – Tatranský, Šarišský, Hornozemlianský, Košice – Spišský, Dolnozemiľanský [5]

4.2.2 Stravování

Stravování můžeme identifikovat jako služby spojené s cestovním ruchem, které uspokojují základní potřebu stravy, resp. výživy. V zahraničním cestovním ruchu to také představuje skvělou příležitost k seznámení s kulturou dané země, i samotného regionu. [2]

I gastronomii považujeme za národní dědictví. I ona může být důvod cestovního ruchu. Gastronomii konkrétní oblasti ovlivňuje podnebí, kulturní tradice, náboženství a ekonomická úroveň. [1]

Pro turisty je důležité při prohlídkách kulturních atrakcí a historických památek, vyzkoušet si také slovenské gastronomické speciality. Na Slovensku se nachází množství restaurací, ve kterých je možnost výběru typických národních jídel, ale také specialit české, maďarské a rakouské kuchyně, které měli vliv na původní slovenskou kuchyni.

Nejznámějším slovenským jídlem, které se nenachází nikde jinde na světě, jsou brynzové halušky. V nabídce stravování jsou také typické slovenské polévky, jako např. kapustová, čočková, houbová a další. Typické slovenské hlavní jídla jsou: speciality jižního a západního Slovenska – pečené husy, kachny, jídla typické pro celé Slovensko: zabijačkové speciality a jídla z ryb. [28]

4.3 Dopravní infrastruktura

Bereme-li dopravní systém jako celek, má cestovní ruch díky své geografické poloze důležitou úlohu. Předpokladem využití této výhody – geografické polohy je dostupnost slovenských regionů k dopravním evropským sítím.

Co má společné dopravní infrastruktura s cestovním ruchem? Mnoho. Návštěvníky, ať už domácí či zahraniční, musíme do námi vybraných (chtěných) krajů nejprve dopravit. A není-li vhodné a komfortní spojení (silniční, železniční, letecké), nepřinutíme nikoho navštívit náš kraj.

Infrastruktura železniční dopravy je ve všech regionech poměrně hustá, ale v důsledku nedostatečné obnovy (nízká technická úroveň, nízká kvalita technického vybavení), je její výkonnost vzhledem k EU nízká. Je třeba dobudovat další železniční koridy.

Hustota silniční sítě se blíží k úrovni průměru zemí EU, ale problémem zůstává nízký podíl dálnic a rychlostních cest. V tomhle patří SR k zemím v EU s nejnižším průměrem. [4]

Západní polovina Slovenska je na tom z tohoto úhlu pohledu lépe. Severní (rakouská skrz Bratislavu) a jižní hranice (Polsko) je propojená D1 – od hranic přes Bratislavu, Piešťany, Trenčín, Považskou Bystrici, Žilinu, kde se napojuje D3, přes Čadca až k hranicím s Polskem. D1 pak pokračuje, resp. propojuje Západní a Východní Slovensko až k Ukrajině. Srovnáme-li výskyt dálnic a rychlostních cest na mapě Slovenska v příloze P VI s podílem regionů CR na kapacitách a výkonech CR v příloze P IV, všimněme si, že regiony, jejichž územím prochází dálnice, nepatří zdaleka k nejhorším. Podíly na CR však neovlivňuje pouze dálnice, je zde více vlivů.

Za velmi slabou stránku v této oblasti vidím v určité necelistvosti dálnic (nepokrývají rovnoměrně celou zemi) a rychlostních komunikací, v nevyhovujících technickém a kvalitativním stavu (nepostačuje kapacita) jak železniční tak silniční infrastruktury, nemluvě o nízké úrovni intermodální přepravy (kombinované).

5 SROVNÁNÍ OBLASTÍ CESTOVNÍHO RUCHU SLOVENSKÉ A ČESKÉ REPUBLIKY

5.1 SWOT ANALÝZA cestovního ruchu SR a ČR

Vytvořena na základě konzultací, odpovědí na dotazník, médií, vlastních názorů a zdroje [4] [5] [16] [24]

5.1.1 Slovenská republika

SWOT ANALÝZA - SILNÉ STRÁNKY	Možnosti pro využití těchto přednosti
Nejlepší podmínky ve střední Evropě z hlediska horského CR – v zimě lyžování, v létě horská turistika, četné národní parky	Zimní sporty, letní turistiky, cyklostezky termální koupaliště, lázně, ...
Zachovalá příroda s minimem lidských zásahů a téměř bez přírodních katastrof, hlavně na východě	Plánovaná rekonstrukce a obnova starých lanovek a vleků, zvýšit propagaci zimních sportů
Pro turisty velmi pestrá nabídky aktivit, k uspokojení většiny cílových skupin turistů	Cíleně zaměřit marketing na různé vrstvy turistů, silný regionální management, nabízet podle potřeb a očekávání cílových skupin turistů
Historické a kulturní památky, muzea, lidové umění, hudba, zvyky, řemesla, bohatý folklór, festivaly, architektura, a další	Za pomoci fondů z EU zaměřit se na jejich trvalou obnovu a údržbu a přebudovat je na využití za účelem CR, nabízet nové programy a přilákat turisty na lidové umění
Naprosto špičkové předpoklady pro lázeňský a zdravotní CR	Vytvořit pestrou nabídku vhodnou pro celoroční využití v rámci lázeňského CR, fitness, wellness, ...
Dobře značená síť turistických i cyklistických stezek	Nabízet atraktivní pobyt v horském prostředí – horská turistika, dle náročnosti cílových skupin návštěvníků
Vybavení lyžařských zařízení rolbami, umělým zasněživáním, atd.	Zdravé prostředí, přizpůsobeno poptávce a konkurenci – nutno v případě úspěchu
Pro zahraniční turisty příznivá cenová	Využít možnosti stát se vhodným místem

úroveň veškerých služeb	pro dovolené pro turisty z blízkých i vzdálených krajin
-------------------------	---

SWOT ANALÝZA - SLABÉ STRÁNKY	Možnost pro odstranění následujících nedostatků
Slabá propagace Slovenska ze strany zahraničních cestovních kanceláří, minimální propagace Slovenska jako turistické země, pro zahraniční turisty je Slovensko neznámou zemí a možná i trochu zaostalou	Potřeba dlouhodobě budovat obraz Slovenska jako země pro dovolenou, jako země pro studijní a obchodní cesty, změna image Slovenska jako cílové země pro dovolenou a prázdniny pomocí nové koncepce propagace
Nedokončená výstavba silniční a železniční infrastruktury, stejný problém jako u nás v ČR	Dokončení výstavby dálniční sítě, zkvalitnění železniční dopravy, přilákání leteckých linek do důležitých zemí
Vysoký podíl projíždějících turistů, max. zůstávajících na jednu noc, nízký podíl těch turistů pobytových	Pružnější cenová politika, propagace nových turistických atrakcí, marketing zaměřený na určité skupiny turistů a k tomu přizpůsobená nabídka, příprava balíčků služeb na prodloužení pobytů.
Nedostatečná orientace slovenských cestovních kanceláří na organizaci aktivního jak zimního i letního cestovního ruchu, v drtivé většině nabídka pasivního cestovního ruchu, nabídka zahraničních zájezdů pro tuzemské obyvatele	Změna hotelové politiky při zabezpečování a hlavně udržení zahraničních hostů, v cílových místech třeba komplexní nabídka produktů pro turisty, motivace domácích i zahraničních CK pro dovážení turistů na Slovensko.
Nedostatečná ochrana kulturních a historických památek po stránce finanční i zabezpečení, stejný problém jako v ČR, naráží to na nedostatek financí	Vhodné objekty určit na pronájem nebo prodej s podmínkou využití na ubytování, zvýšení financí na zajištění bezpečnosti hlavně církevních objektů
Nevybudovaná síť místních regionálních sdružení a turisticko-informačních kanceláří, v případě existujících sdružení jejich nízká aktivita	Připravit zákon o vzniku a financování sdružení CR, zakládání místních a regionálních sdružení s vlastními kompetencemi a zdroji na podporu jejich činností.

Málo komplexních nabídek turistických produktů, žádná vhodná nabídka pro organizované skupiny s jinými zájmy	Podporovat podnikatelskou sféru k jejich tvorbě, spolupracovat s okolními krajinami, regiony, obcemi, lidmi
Odchod kvalitních pracovníků do zahraničí hlavně kvůli nedostatečného finančního ohodnocení práce ve službách cestovního ruchu	Ve spolupráci se zaměstnavateli, školami a profesními svazy zatraktivnit celkově práci ve službách
Jazyková nevybavenost obyvatel, postupem času a vstupem země do EU se zlepšuje, slabá i silná stránka	Zkvalitnit výuku cizích jazyků a hlavně zdůrazňovat nutnost osvojení si cizích jazyků
Všeobecně zaměřena úroveň vzdělání obyvatel, chybí zaměření škol přímo na vzdělání týkajícího se cestovního ruchu	Potřeba sladit programy školství (zvláště odborných škol) s potřebami praxe, vhodné rekvalifikace, potřeba změny přístupu k práci ve službách

SWOT ANALÝZA - PŘÍLEŽITOSTI	Možnosti pro využití příležitosti
Umožnit světu objevení střední a východní Evropy v rámci evropského cestovního ruchu, zlepšit obraz země	Společně (se sousedními zeměmi) se účastnit na světovém trhu, společně tvořit produkty
Využít podpůrné programy z EÚ na dokončení výstavby infrastruktury jak silniční tak železniční, zlepšit přípravu operačních programů a projektů	Obnovit venkov a zachovat tradiční formy hospodářství, dobudovat zimní lyžařské střediska, účastnit se nových tendrů a soutěží vyhlašovaných v rámci EU
Stimulovat obyvatelstvo k účasti na domácím cestovním ruchu,	Vytvořit příležitosti ke tvorbě nových pracovních míst a ke snižování nezaměstnanosti, zlepšení devizové bilance přínosů CR pro slovenskou ekonomiku
Využití zvyšujícího počtu víkendových cest po Evropě, v současné době velký trend	Přilákat krátkodobé návštěvníky zvláště z okolních krajin - organizace pravidelných kulturních a společenských programů, investice do aquaparků, zimních středisek, atd.

Příležitost CR ke stabilizaci regionální ekonomiky	Vytvářet nová pracovní místa, zachovat lidové umění, zastavit odchod mladých lidí z venkova, využít venkovské usedlosti a stavení na rekreaci - agroturistika
--	---

SWOT ANALÝZA - HROZBY	Možnosti pro omezení, eliminaci hrozeb
Rostoucí mezinárodní konkurence v CR, omezená možnost prosadit se (i kvůli málo vynakládaných financím)	Odlišit se od ostatních evropských turistických míst pomocí marketingové strategie, poznat strategii a plány „konkurence“, vyzdvihnout naši (slovenskou) turistickou jedinečnost
V regionech a cílových místech jsou nepřipravené nebo vůbec neexistují plány rozvoje CR, málo kvalitně vzdělaných odborníků	Směřovat státní podporu do regionů a cílových míst hlavních priorit, zapojit do řízení CR městské a regionální orgány státní správy a samosprávy
Vůči ostatním zahraničním měnám slovenská koruna zesiluje	Pro CR zvláště zahraniční to znamená zdražování, je třeba to vyvážit kvalitní nabídkou a službami
Snižující se vědomí o zachování přírodních hodnot ve zhoršujícím se životním prostředí, zlepšit a dodržovat zákony týkajících životního prostředí	Sladit rozvoj CR v národních parcích a CHKO s trvale udržitelným rozvojem, změnit pohled obyvatel na důležitost zachování přírody
Podceňování lidského faktoru a profesionality zaměstnanců ve službách cestovního ruchu	Zaměstnávat kvalifikované pracovní síly, zesílit poradenskou a vzdělávací činnost pro začínající podnikatele

5.1.2 Česká republika [19]

SWOT ANALÝZA - SILNÉ STRÁNKY	SWOT ANALÝZA - SLABÉ STRÁNKY
Pestrost zastoupených typů krajiny vhodných pro rozvoj cykloturistiky, venkovského cestovního ruchu a	Regionální rozdílná úroveň infrastruktury a poskytovaných služeb, často nedosahovaných ani mezinárodních standardů, zvláště v okrajových regionech

agroturistiky	
Výhodná geografická poloha z pohledu zahraničního CR, „střed“ Evropy, výhodná dopravní spojení	Nedostatečná schopnost subjektů na trhu CR reagovat na nejnovější trendy jak na straně poptávky tak i konkurenční nabídky
Dosavadní existence Státního programu podpory CR a podpora CR v rámci SROP	Nedostatek odborníků pro řízení podnikatelských subjektů (ubytovacích, informačních, marketingových)
Historické a kulturní památky, muzea, lidové umění, hudba, zvyky, řemesla, bohatý folklór, festivaly, architektura, ...	Slabá jazyková vybavenost občanů, pracovníků v CR, nejednotná strategie prezentace ČR v zahraničí (nedostatek zdrojů pro to)
Rozvoj národních a nadnárodních hotelových řetězců a s tím spojená racionalizace řídicích procesů (Praha a některá další nejvýznamnější střediska CR)	50 % zahraničních turistů zůstává v Praze, krátká průměrná doba pobytu, neefektivně využití potenciálu pro CR v ostatních regionech
Dobře značená síť turistických i cyklistických stezek	Nízká úroveň partnerství mezi kraji, podnikatelskými subjekty, obcemi, a státem
Praha jako hlavní město – turistický fenomén světového významu	Žádné nové informační technologie v CR, např. nedostatečný národní informační a rezervační systém CR včetně region úrovně
Všeobecně zaměřena úroveň vzdělání obyvatel	Odcházení kvalitních pracovníků do zahraničí kvůli mimo jiné nízké ceně práce ve službách CR

SWOT ANALÝZA - PŘÍLEŽITOSTI	SWOT ANALÝZA - HROZBY
Aktivace soukromých investic do vzniku nových atraktivit cestovního ruchu, příchod dalších investorů	Špatná dostupnost kapitálu pro stabilizaci a další rozvoj podnikání v CR, nedostatek připravených rozvojových projektů
Zpřístupnění dalších zajímavých	Podcenění významu zajištění dopravní

kulturněhistorických objektů a zapsání dalších památek do seznamu UNESCO	obslužnosti v oblastech atraktivních pro cestovní ruch
Prosazování nových technologií ve všech segmentech cestovního ruchu, podchycení trendů vývoje CR a nových segmentů trhu	Nedostatečná kvalita a struktura infrastruktury CR, vč. doprovodné infrastruktury
Využití stávajícího vnitřního potenciálu ČR spojeného s podporou malého a středního podnikání ve vazbě na tvorbu nových pracovních míst	Zhoršování životního prostředí v sídlech, znečišťování, vodních ploch. Podcenění péče o přírodní bohatství a krajinný ráz jako podmínky atraktivity území pro CR
Příležitost CR ke stabilizaci regionální ekonomiky	Podcenění údržby kulturních a technických památek využitelných pro CR

SWOT analýzy cestovního ruchu obou zemí jsou si podobné.

Silnou stránkou obou zemí v oblasti cestovního ruchu je výhodná geografická poloha se zachovalou přírodou, s pestrostí zastoupených typů krajiny a v případě Slovenska s velmi dobrými podmínkami pro horský cestovní ruch.

V obou zemích je velké množství historických a kulturních památek, bohatá je nabídka lidového umění, folkloru a lidové architektury.

V již zavedených lokalitách zaměřených na cestovní ruch schopnost udržet konkurenceschopnost se zahraničními lokalitami.

Slabou stránkou nabídky cestovního ruchu v obou zemích je slabá infrastruktura, která by měla pomoci cestovního ruchu, ale vůbec nepomáhá. Např. přes 50% návštěvníků naší země navštíví Prahu a zůstává v ní. Protože nevědí, co čekat a hlavně neví, co nabízí zbytek České Republiky. Na Slovensku kvůli nedostatku dálnic a kvalitních rychlostních cest se turisté vyjma těch nejatraktivnějších míst nedostanou do nádherných ale zapadlých a zaostalejších koutů země.

Další slabou stránkou, co obě dvě země spojuje, je slabá schopnost až neschopnost reagovat na nejnovější trendy v cestovním ruchu. Chybí schopnost se přizpůsobit okamžitým trendům. Reagovat na každý výkyv v této oblasti. To velmi silně souvisí s absencí koordinace, s potřebou určitého „sjednotitele“, pod jehož záštitou by se cestovní ruch sdružil.

V některých turisticky atraktivních místech chybí kvalitní ubytovací a stravovací zařízení (zejména ty střední a vyšší třídy). Zároveň turistům ubytovaných v těchto, ať už lepších či horších, střediscích chybí dostatečná nabídka sportovně-rekreačních a kulturních zařízení a vybavenosti pro volný čas. Příklad – přijedu jako turista, ubytuji se, zhlédnu nějakou historickou památku – tzn. denní program, vrátím se zpět na hotel a co? Měla bych si programy, nabízené činnosti vybírat a ne být vděčná za jednu. Nevýhodou také je sezónnost využití daného zařízení a problémy také dělají značné rozdíly v kvalitě nabízených služeb.

5.2 ÚLOHA MINISTERSTEV

Úlohou obou ministerstev je spoludefinovat cíle státní politiky v oblasti cestovního ruchu a přispívat k jejich úspěšné realizaci.

Východiskem pro činnost ministerstva v oblasti cestovního ruchu v České republice je Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2002–2007. Koncepce vymezuje sestavu opatření vedoucích k realizaci základních cílů státní politiky v oblasti cestovního ruchu, kterými jsou především zvýšení konkurenceschopnosti a ekonomického přínosu cestovního ruchu v ČR, snížení nezaměstnanosti, rozvoj regionů, malého a středního podnikání a ochrana životního prostředí. [19]

Portál Vzdělávání v cestovním ruchu slouží prostřednictvím dalšího profesního vzdělávání pracovníků v ČR ke zkvalitnění nabídky poskytovaných služeb, tím pádem také ke přilákání více turistů i do nenavštěvovaných regionů. [17]

Realizací projektů specifického vzdělávání pro oblast cestovního ruchu bylo pověřeno Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR), konečný příjemce - Odbor cestovního ruchu Ministerstva pro místní rozvoj České republiky (<http://www.mmr.cz>), které administrací projektů pověřilo Českou centrálu cestovního ruchu – CzechTourism (<http://www.czechtourism.cz>). [19]

Součástí opatření je realizace Státního programu podpory cestovního ruchu, zabezpečení finanční podpory ze strukturálních fondů EU, dále vytvoření jednotného informačního systému cestovního ruchu, podpora tvorby a realizace turistických produktů zaměřených především na kulturně poznávací turistiku, lázeňství, kongresovou a

incentivní turistiku (získávání nových zážitků), venkovskou turistiku, včetně agroturistiky a ekoturistiky, cykloturistiky a pěší turistiku apod. [19]

Důležité, resp. hlavním úkolem obou ministerstev je zvýšit účinnost prezentace obou zemí v zahraničí jako významných turistických destinací, podpořit tvorbu a realizaci regionálních produktů a zajistit účinnější marketing. Vše samozřejmě v oblasti cestovního ruchu.

V legislativní oblasti jsou hlavním cílem legislativní úpravy a vytvoření legislativního rámce pro podporu rozvoje cestovního ruchu z hlediska kompetencí orgánů státní správy a samosprávy, zejména pak legislativní ošetření ochrany spotřebitele a některých podmínek podnikání v cestovním ruchu. [14]

5.3 PROPAGACE ZEMÍ

V propagaci obou zemí je stále více nastolen trend směřující k víceúrovňovému partnerství veřejných institucí a soukromého sektoru (místní, regionální, státní úroveň). Základem rozvoje CR je to, že stát, kraje i místní samospráva musí převzít politickou odpovědnost, zastřešit a pomoci rozvoji cestovního ruchu.

Cestovní ruch představuje u nás i ve světě velmi rychle se rozvíjející část ekonomiky. Svým objemem tržeb se řadí ve světě na třetí místo za petrochemický a automobilový průmysl a rovněž rozsahem zaměstnanosti a tvorbou kvalitních pracovních příležitostí patří mezi nejvýznamnější ekonomická odvětví. [14]

5.3.1 Česká Republika

Realizace marketingu ČR v oblasti cestovního ruchu vychází ze stávající Strategie propagace ČR do roku 2010, jejíž součástí je i nabídka produktů cestovního ruchu. K základním komunikačním článkům ve vztahu k turistům (zvláště těm individuálním) patří turistická informační centra. Jejich postavení a činnost je však řešena nesystematicky. Chybí jedna zastřešující „organizace“ a centrální systém.

U nás v České republice se cestovnímu ruchu zvláště jeho propagaci a realizaci věnuje **Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism**, která zajišťuje informační servis jak pro domácí tak zahraniční turisty. Je příspěvkovou organizací a spadá pod Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. [19]

Co se týká oblasti podpory domácího cestovního ruchu, je tomu systematicky věnována propagace. Pro minulý rok byl vydán katalog s názvem „**Kudy z nudy**“. [20] Je zde zapsáno (v internetové verzi) více než 800 různých aktivit v 15 regionech ČR. Soukromým podnikatelům byla nabídnuta prezentace jejich nabídky zdarma. Myslím si, že stránka www.kudyznudy.cz je velmi dobrý nápad se skvělou formou prezentace. Protože internet je již dnes samozřejmostí a je „věčný“. Tento rok a to již brzy bude vydán katalog propagující ČR jako destinaci incentívni turistiky (zážitková zážitků třeba i netypických)

Dále je to soutěž „**Turisté vítáni**“ pro děti a mládež. Projekt „**Mediální podpora turistika – poznávání nových míst, nových domácího CR**“ byl vybrán pro realizaci v rámci SROP. Informační semináře, reklamní kampaně v prostředí MHD v Praze, Brně, Ostravě, Olomouci, Image reklamní kampaň na internetu, v rozhlasu, v reklamních centrech, tisk – inzeráty = kampaň „Mediální podpora domácího CR“. **Regionální informační bulletin** [21].

Cílem projektu „**133 premiér v České republice**“ [22] je podpořit prezentaci Česka jako atraktivní destinaci cestovního ruchu a vytvořit podmínky pro rozvoj propagačních a marketingových aktivit jednotlivých turistických regionů v oblasti cestovního ruchu, které přispějí k oživení zájmu o Česko a o novou nabídku turistického potenciálu. Co představuje památky UNESCO je multimediální prezentace „**České dědictví UNESCO**“. Každá prezentace, ať už v jakékoliv formě“, je minimálně trojjazyčná. Samostatnými produkty českých turistických regionů jsou „**Regionální prezentace**“. Představují se vlastní turistické produkty, ubytovací kapacity, různé specializované nabídky, ne moc známé turistické atraktivity, ...

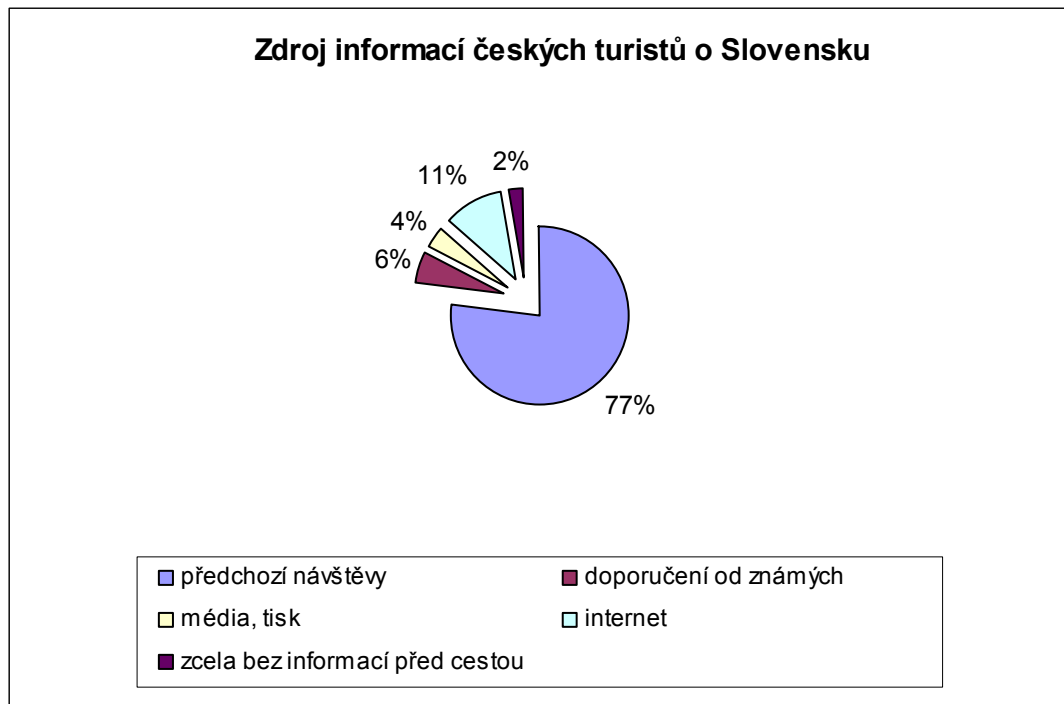
CzechTourism spravuje celkem osmadvacet zahraničních zastoupení. Samozřejmostí je řada prezentací, workshopů, veletrhů a dalších akcí jím organizované. Zastoupení na veletrzích, např. MICE cestovního ruchu, CONFEX Londýn, EMIF Brusel, IMEX Frankfurt, a dalších. Ideální se mi zdají tzv. kampaně kandidatur, která se konají za účelem zapojení České republiky do výběrových řízení na pořádání prestižních mezinárodních kongresových akcí – tohle vše je za speciálním cílem a to dále rozvíjet např. kongresovou turistiku v Praze a celé ČR. Dále je to propagace formou obecné prezentace ČR s důrazem na podporu MICE trhu – jsou zpravidla součástí větších komerčních akcí. Nesmím zapomenout ani na klasické propagační materiály – brožury, plakáty, letáky, skládačky, automapy, plány měst, prospekty a další formy propagace [14]

5.3.2 Slovenská Republika

Na Slovensku se o propagaci cestovního ruchu stará Slovenská agentura pro cestovní ruch – SACR pod patronátem Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky. Při propagaci CR používá stejné metody jako CzechTourism – jde cestou tvorby, výroby a distribuce tiskových, zvukových a multimediálních propagačních materiálů, také vydává pravidelný „Panoráma Slovenska“. Stejně jako česká strana propaguje Slovensko na mezinárodních výstavách a veletrzích CR, stará se o aktivity doma i v cizině. Spolupracuje s podnikatelskými i nepodnikatelskými subjekty v CR, s orgány místní státní správy a samosprávy, se zájmovými sdruženími, odbornými školami, atd. [13]

Mezinárodně spolupracuje v mezinárodních organizacích cestovního ruchu a to se Světovou organizací cestovního ruchu - UNWTO, má zastoupení v Pracovní skupině pro cestovní ruch V4, ve Výboru pro cestovní ruch OECD, ve Výboru pro cestovní ruch SEI. Prostřednictvím SACR spolupracuje hlavně s Evropskou komisí pro cestovní ruch ETC, Americkou asociací cestovních kanceláří – ASTA, s Asociací cestovního ruchu stredoevropských krajin – CECTA. Samozřejmě také buduje a efektivně zaštituje vlastní oficiální zastoupení v zahraničí, poskytuje aktuální informace masmédiím, organizuje tiskové konference, a jiné formy propagace. [8]

V tab. 4 [7] uvádím zdroje, ze kterých získávají turisté z nejbližších zahraničních států informace o Slovensku. V grafu jsou uvedeny podíly těch nejvíce zastoupených zdrojů a to pouze u návštěvníků z České republiky. Je zřejmé, že se turisté vrací zpátky. S drtivou většinou se jedná o opakující se návštěvy. Což je velmi pozitivní. Následují zdroje z internetu, doporučení známých a rodiny a zprávy z médií a tisku. Zdroje se získávají ziskem minimálních hodnot jako výstavy, jiné informační materiály a jiné v grafu neuvádím.



Graf č. 1: Zdroj informací českých turistů o Slovensku [7]

Tab. 8: Zdroj informací o Slovensku - netranzitní zahraniční návštěvníci z jednotlivých států (součet 100 % v sloupci)
[7]

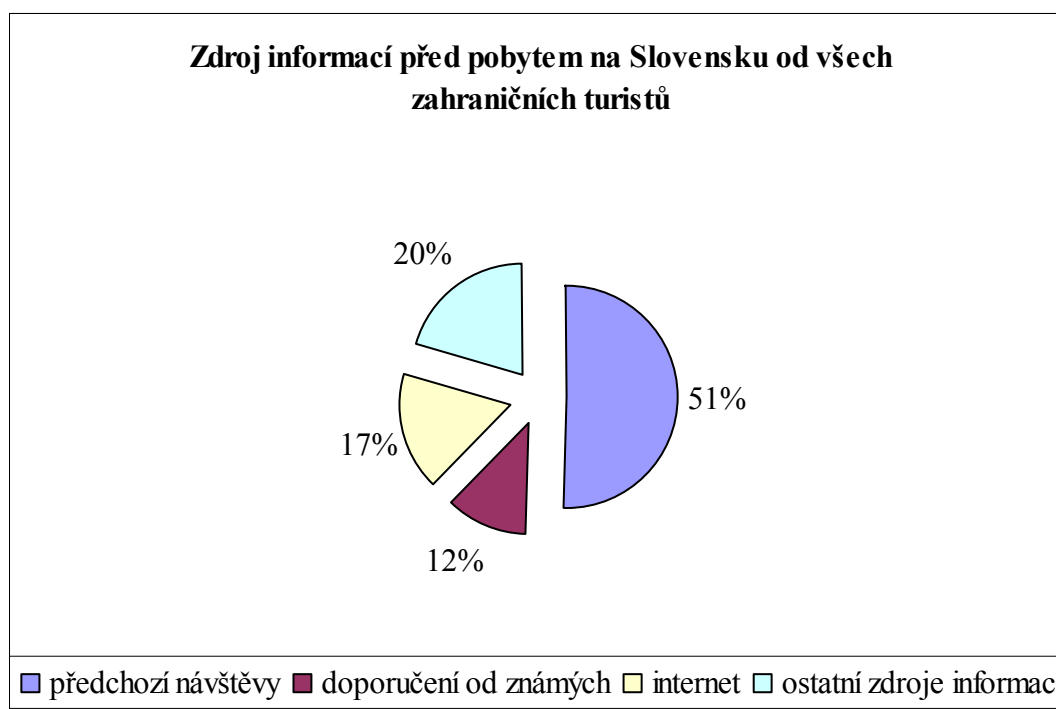
Zdroj informací	ČR	Polsko	Rakousko	Maďarsko	Ukrajina	Německo	ostatní
předchozí návštěvy	73,90	40,10	61,20	59,60	69,70	39,20	24,00
doporučení od známých	5,50	36,10	8,80	9,80	13,70	6,50	16,10
katalog CK	1,10	1,00	2,00	0,60	0,00	11,90	15,10
výstavy	0,00	0,50	0,00	0,30	0,00	0,00	0,70
média, tisk	4,00	0,80	3,10	2,10	0,00	9,10	5,20
internet	10,50	18,60	19,90	20,30	0,00	17,90	29,00
jiné informační materiály	0,00	1,60	0,00	0,10	0,00	0,00	1,60
pozvánka ze Slovenska	1,20	1,30	3,10	6,60	0,00	7,30	2,40
zcela bez informací před cestou	2,30	0,00	0,00	0,30	16,60	6,10	4,00
ostatní	1,40	0,00	19,000	0,40	0,00	2,00	2,00
CELKEM	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Předchozí návštěvy, internet a doporučení od známých. Zbývajících deset procent zahrnují zdroje informací jako katalog z cestovní kanceláře, z médií a ostatní zdroje.

Nejvíce z minulých návštěv čerpají čeští občané. Vliv na to samozřejmě mělo naše dlouholeté spojení v jeden stát, kdy tehdy ani nyní Slovensko není a nebylo považováno za cizí stát.

Internet je fenomén posledních let. Informace o místě dovolené zde hledá kolem dvaceti % potenciálních návštěvníků Slovenska. První dojem z internetové prezentace země je rozhodující.

V tab. 5 [7] uvádím zdroje, ze kterých získávají všichni zahraniční turisté, jak tranzitní tak netranzitní, informace navštíveném místě na Slovensku. V grafu jsou opět uvedeny podíly nejvíce zastoupených zdrojů. Na prvním místě předchází návštěvy, dále internet a doporučení známých. Mezi dvacet procent ostatních patří katalogy cestovních kanceláří, zprávy médií, pozvánky ze strany slovenské a jiných informačních zdrojů.



Graf č. 2: Zdroj informací před pobytem na Slovensku od všech zahraničních turistů

Tab. 9: Zdroj informací před pobytem o Slovensku, resp. navštíveném místě (tranzitní i netranzitní turisté, součet 100 % ve sloupci), [7]

Zdroj informací	% odpovědí všech turistů			
	zima	léto	jaro	2007
předchozí návštěvy	49,33	50,6	50,6	50,37
doporučení od známých	13,86	11,4	11,4	11,85
katalog CK	2,77	3,1	3,1	3,04
výstavy	0,24	0,1	0,1	0,13
média, tisk	4,2	3,8	3,8	3,87
internet	17,02	17,4	17,4	17,33
jiné informační materiály	0,24	0,1	0,1	0,13
pozvánka ze Slovenska	4,35	3	3	3,25
zcela bez informací před cestou	6,81	9,2	9,2	8,76
ostatní	1,19	1,4	1,4	1,36
CELKEM	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %

6 VYPRACOVÁNÍ SYNTÉZY BUDOUCNOSTI CESTOVNÍHO RUCHU NA SLOVENSKU, NAVRŽENÍ MOŽNÝCH ŘEŠENÍ ZJIŠTĚNÝCH PROBLÉMŮ A DALŠÍ MOŽNOSTI PO PŘÍPADNÝ ROZVOJ

6.1 Dotazníkové šetření

V příloze PVI jsou uvedeny otázky z dotazníku a v P VII obeslaná města. V příloze P I Regiony cestovního ruchu mapka Slovenska, kde je tato země rozdělena na regiony cestovního ruchu. Vzala jsem každý region a do vyznačených měst v těchto regionech jsem zaslala dotazník s otázkami. Otázky jsou rozděleny do tří okruhů: obraz země v zahraničí, podpora cestovního ruchu ze strany vlády a vlastní iniciativa v oblasti cestovního ruchu. Otázky jsou tvořeny tak, aby obsáhly oblast cestovního ruchu..

Pokud jsem na oficiálních stránkách daných měst nenašla přímo na městském úřadě odbor cestovního ruchu, zaslala jsem e-mail na odbor regionálního rozvoje, případně na sekretariát města, na informace nebo na turisticko informační kancelář, byla-li.

Elektronickou poštou jsem zaslala cca 86 e-mailů, zhruba desetina nedošla (e-mailem nemožno doručit), vyplněných dotazníků se vrátilo zpět 26, tj. 34%. V příloze P VIII jsou vyjmenována města, kam byl dotazník zaslán, kurzívou jsou označena ta, která odepsala.

6.2 Analýza dotazníku

1. Zahraniční obraz Slovenska - propagace cestovního ruchu Slovenska v zahraničí Vám připadá?

Slabá, nedostačující. 80% došlých vyplněných dotazníků (21 z 26) vytýká slabou propagaci země. A to i prostřednictvím SACR. Doslova cituji: „Připravené reklamní kampaně v zahraničních médiích jsou určeny všem, tudíž vlastně nikomu“. Navrhuji reklamní kampaně zaměřit na určitý segment turistického trhu, vybrat si jednu skupinu a na ni se zaměřit. Představit Slovensko jako zemi ideální na rodinnou dovolenou, jako zemi, která se dá skrz na skrz projet na kole po skvěle připravených cyklistických stezkách nebo jako zemi, kde můžete strávit celý den na svahu a celý večer se koupat v termálních koupališti. Možností je spousta. K tomu samozřejmě je nutné přizpůsobit doprovodné

služby. Viz rodinná dovolená – program pro rodiče, pro děti, i strávený čas dohromady, viz cyklistické stezky – ubytovací zařízení v dostatečném množství a na vhodném místě, opravy kol, místa na uložení kol, a další potřebné zařízení.

Objevil se zde i opačný názor a to že propagace CR na Slovensku je buď stále se zlepšující nebo dokonce vhodná. Jiný názor na věc je podle mého ovlivněn tím, že ho zastávají regiony v blízkosti hlavního města nebo region Vysoké Tatry. Zde působí vliv hlavního města a existence vysoce populárního a zahraniční klientelou hojně navštěvovaného.

2. Ovlivňuje podle Vás obraz Slovenska v zahraničí návštěvnost turistů? Zasloužil by si více pozornosti? Je třeba ho zlepšit?

Mluvíme-li o současnosti, obraz Slovenska se zlepšil díky politickému a ekonomickému pokroku země (Kežmarok). Stále je však co zlepšovat. Snaha se cení, ale pořád je to slabé.

Turisty, co na Slovensku ještě nebyli, propagace a určité povědomí o zemi může ovlivnit. Avšak každý si většinou ověřuje fakta u známých, kteří zde již byli. Jejich zkušenosti a zážitky jsou rozhodující. V případě spokojenosti turistů se svým pobytem, se obraz Slovenska v zahraničí bude zlepšovat sám o sobě automaticky. (názor města Šal'y)

Přesto stejně jako u nás se i na Slovensku o změnách k lepšímu spíše jenom mluví než realizuje. 100% souhlas s tím, že obraz Slovenska v zahraničí by si zasloužil více pozornosti a zlepšení.

3. Stimuluje vláda podnikatelské prostředí pro cestovní ruch? Cítíte silnou podporu v podnikání?

Jak v čem. Zjednodušil se daňový systém a začít s podnikáním je také rychlejší a jednodušší. To platí celkově pro podnikání, vláda na Slovensku cíleně podnikání v cestovním ruchu nestimuluje.

Důležitým krokem bylo vytvoření portálu www.slovakia.travel (v sedmi cizích jazycích).

Ze strany vlády jsou podporovány pouze existující vybrané střediska cestovního ruchu a to ještě v oblasti mezinárodního, resp. národního významu identifikované v Národní strategii CR Slovenska do roku 2013, takže ostatní střediska, města a regiony mají smůlu. Viz první kapitola mé diplomové práce.

V operačním programu Konkurenceschopnost a hospodářský růst si může zažádat pouze soukromý sektor a z veřejného jiné SACR. Cestovní ruch lze podpořit i v rámci ROP, ale jen v oblastech určených v Národní strategii cestovního ruchu Slovenska do roku 2013, jako oblasti mezinárodního, resp. národního významu, resp. území v regionu vyšší kategorie jako příslušný region.

Z 90% jsou odpovědi v dotazníku na tuto otázku jednoznačné – snaží se, ale je to slabé zvláště v porovnání s okolními státy velmi málo.

4. Měl by se aktivní cestovní ruch stát prioritou?

Slovensko má všechny předpoklady stát se krajinou žijící z cestovního ruchu. Má hory, vodní zdroje vhodné na rekreaci, lázně, kulturní dědictví, historii, tradice.

V některých regionech ano, např. na východním Slovensku určitě. Tam, kde jsou regiony z hospodářského hlediska zaostalé a bohaté na přírodní krásy a kulturní památky, je cestovní ruch možnou cestou k lepší budoucnosti. Mimořádně krásná příroda a bohaté kulturní památky si také mohou najít své turisty, budou-li vědět jak. Můžeme se zaměřit na zvláštní druhy CR, např. na agroturistiku, pěší turistiku, cykloturistiku, hipoturistiku, přestavit statky či lázeňské usedlosti na ubytovací zařízení. Nevyskytla se jediná záporná odpověď..

5. Cítíte výhodu blízkosti hlavního města?

„Ano“ samozřejmě odpověděly města v blízkosti hlavního města či přímo v Bratislavském regionu. Výhodu samozřejmě necítí vzdálenější regiony

6. Kdo se u vás zabývá oblastí cestovního ruchu?

Většinou turisticko-informační kanceláře, městské informační centra, oddělení regionálního rozvoje a cestovního ruchu (Kežmarok, Revúca, Poprad, Detva), příslušný referent (Svatý Jur, Trenčianské Teplice), regionální rozvojová agentura (Stropkov, přímo městský úřad (Lučenec), v případě absence jak turisticko-informační kanceláře a speciálního referátu věci v této oblasti řeší Referát pro rozvojovou strategii a strukturální fondy, jako je to např. u města Šal'a.

Tato otázka nebyla zodpovězena v jednom případě (Štúrov). Žádné oddělení přímo pro oblast cestovního ruchu není vyčleněno v Leopoldově, kde ho zastupuje Kulturní komise.

- 40% oddělení regionálního rozvoje a cestovního ruchu, 30 % příslušný referent, 20 % turisticko-informační kanceláře, rozvojové agentury, ostatní (Kulturní komise, městský úřad)

7. Máte zpracovanou strategii rozvoje cestovního ruchu? Ano? Kdo ji zpracovával?

Třicet procent odpovědí je záporných (Leopoldov, Štírovo, Detva, ..). Strategii rozvoje cestovního ruchu nemají a ani nepřipravují. Ve dvaceti procentech (Poprad, Turčianské Teplice) se připravuje. Zbylá města strategie zpracovány mají, buď přímo nebo jsou součástí např. Plánu hospodářského a sociálního rozvoje, Programu rozvoje města či Strategie hospodářského, sociálního a ekonomického rozvoje regionu (Nové Zámky, Senec, Revúca)

8. Máte vlastní sdružení na podporu cestovního ruchu?

Pět měst v dotazníkovém šetření nemají vlastní sdružení nebo agenturu speciálně pro podporu cestovního ruchu. Zbývajících 21 sdružení na podporu cestovního ruchu buď připravuje nebo jsou aktivně činná. Např. Združenie pre rozvoj cestovného ruchu regiónu Kežmarok, Združenie cestovného ruchu Trenčianske Teplice, MAS Podpol'anie.

9. Mají podle Vás tyto sdružení smysl?

Z 26 dotázaných 20, téměř 77%, odpovědělo, že ano. Dva z činnosti těchto sdružení mají rozpačitý pocit, v jednom případě sdružení existuje, ale není aktivní. Tři dotázaní odpovídají ne.

10. Ano? Berete si odněkud vzor (Rakousko, Švýcarsko)?

Ano, většinou Rakousko, ale hodně se spoléhají na své metody s ohledem na tradice regionu a samotné samosprávy.

11. Jak hodnotíte potenciál Vašeho kraje z hlediska cestovního ruchu?

Pouze 2 dotazovaní z 26 zhodnotili potenciál svého kraje z hlediska cestovního ruchu jako podprůměrný (Leopoldov) nebo velmi slabý (Lučenec). Jako velmi dobrý ale nevyužívaný, obrovský – tento názor sdílí zbytek dotazovaných.

12. Co infrastruktura, ovlivňuje u Vás cestovní ruch? Dá se zlepšit?

Celá má diplomová práce hovoří o velkém vlivu infrastruktury na cestovní ruch. Cestovní ruch na Slovensku nevyjímá. I tam je stále co zlepšovat. 100% zúčastněných se

shodlo na názoru, že infrastruktura hodně ovlivňuje cestovní ruch a stále je co zlepšovat. 80% dotázaných říká, že v jejich krajích a městech infrastruktura není v dobrém stavu.

13. Co podle vás brzdí v rozvoji cestovního ruchu ve Vašem kraji?

Nízká úroveň, pestrost, malá atraktivnost a nedostatečnost služeb. Určitou výjimkou je region Vysoké Tatry, kterému chybí dálnice a pravidelné letecké spojení Poprad – „svět“. Dále chybí nedostatečný přísun kapitálu, odchod mladých lidí za prací do zahraničí nebo alespoň velkých slovenských měst. Problémem je také malá podpora rozvoje cestovního ruchu ze strany města, vysoká nezaměstnanost a samozřejmě nedostatek financí. Nedostatek spolupráce subjektů v této oblasti, vysoká nezaměstnanost v určitých krajích (Lučenec, východ Slovenska).

Zařazení regionů s určitým významem v Nové strategii cestovního ruchu SR na roky 2007 – 2012. V případě zařazení do skupiny regionů s nadregionálním a nižším významem není umožněno čerpat finanční prostředky ze strukturálních fondů.

14. Největší investice do cestovního ruchu u Vás, ve Vašem kraji? Z vlastních prostředků, z dotací? Kterých?

Soukromé investice z prostředků fyzických a právnických osob Žádná velká dotace, jen několik malých dotací na propagační materiál. Neúspěšné žádosti o nenávratný finanční příspěvek (). Projekty spolufinancované Evropskou unií – čistírny odpadních vod, parkoviště, kanalizace (např. projekt Velká Domaša, město Stropkov). Strukturální fondy.

15. Přináší Vám cestovní ruch nové pracovní příležitosti?

Vesměs ano. Ale deset měst ze dvaceti šesti oslovených na tuto otázku nezodpovědělo.

16. Co by pomohlo podle Vás k většímu přílivu turistů ? Kvalitnější služby, vybudování potřebné infrastruktury? Další ubytovací zařízení?

Komplexní propagace, dobrý marketing, „sjednotitel“ – sdružení, pod jehož záštitou by se sdružil cestovní ruch na daném místě (50%). Rozšíření ubytovacích zařízení, vypracování komplexní nabídky cestovního ruchu. Zpestření, rozšíření kvality služeb (30%). Pochopení možností, které se naskytují. Nebát se podnikat v této oblasti (20%).

17. Návštěvnost ve vašem kraji stoupá nebo klesá?

V žádném případě neklesá. Jedna odpověď zněla nevím.

18. Přicházejí k vám turisté moviti? Či to jsou tzv. baňůžkáři? Utrácí hodně?

Region od regionu. Např. Trenčianské Teplice, cílový kraj, spíše pro střední vrstvy Naopak pro Kežmarok jsou typičtí důchodci z německy hovořících zemí – malé výdaje. V každém případě snaha o přilákání minimálně střední vrstvy návštěvníků tuzemských i zahraničních.

19. Národnost turistů?

Češi, Slováci, Poláci, Maďaři, Rakušané, Rusové, Němci. U východních regionů Estonci, Lotyšci. V devadesáti procentech jsou to občanů okolních států.

20. Zůstávají turisté déle než na jednu noc?

Co se týká přímo dotazovaných, zhruba 50% ano, 50% ne, případně málokdy. Nepočítáme-li pobyt při vodní ploše či turistiku v okolních kopcích a horách, chybí u těch záporných odpovědí program na více dní. Záleží na regionu, zda je cílovým (Poprad, Vysoké Tatry, Trenčianské Teplice) nebo tranzitním. Záleží to také na počasí a jiných faktorech. U tranzitních krajů turisté přechází dál.

21. Mají proč a hlavně kde zůstat?

Tato otázka velmi souvisí s otázkou předchozí.

22. Spolupracujete s nějakou cestovní kanceláří? S podobným sdružením na podporu cestovního ruchu, např. ve vedlejším kraji?

Viz např. region Vysoké Tatry – ano. Jinak přímo s cestovní kanceláří spolupracuje málokterý region. S dotázaných pouze tři uvedli, že s cestovní kanceláří spolupracují, např. Stropkov. Spíše s informačními centry (nebo se sdruženími, např. sdružení „Slovenská královská města“, partnerskými městy a dalšími regiony spolupracuje dalších 16 dotázaných. Tři, na tuto otázku, odpověděli záporně a zbylí dotázaní tuto otázku nechali bez odpovědi.

23. Spolupracujete s ostatními regiony cestovního ruchu? V jakém směru a jakou formou?

S okolními regiony spolupracuje zhruba 60% dotázaných. Zhruba na stejné úrovni je forma spolupráce s partnerskými městy v zahraničí (40%). A to formou výměny informací, zkušeností, spolupráce v případě vypracování některého z projektů na propagaci cestovního ruchu.

24. *Turisté projíždějí vaším krajem (jste tranzitním krajem) nebo zůstávají (cílový kraj)?*

Hodně regionů je tranzitních, nebo platí obě dvě možnosti. Jsou jak cílovým místem (památky, hory, příroda, koupaliště), tak tranzitním (např. Kežmarok – Poláci cestující do Maďarska). Záleží od regionu, region Vysoké Tatry jsou z větší míry cílovým krajem, je zřejmé proč.

25. *Váš názor na cestovní ruch v ČR? Zdá se Vám, že se mu dostává lepší podpory? Silné, slabé stránky cestovního ruchu ve Vašem kraji.*

Z návštěv ČR, prostřednictvím médií a vlastního pozorování ano. Lepší už z důvodu existence CzechTourismu. Větší výše finančních prostředků, lepší podpora ze strany státu, lepší reklama Jednoznačně ano. Řada komparativních výhod pro ČR – především je bohatší, kapitálově silnější s rozvinutější infrastrukturou. Fyzicky je blíže k západoevropským zemím. Na tomto názoru se shodlo 100% dotazníků.

26. *Co se Vám v oblasti ČR nelíbí?*

Obava lidí podnikat. Nemožnost získat nenávratné finanční prostředky na financování záměrů v oblasti cestovního ruchu. Nedostatek kvalitních pracovníků věnující se jen oblasti cestovního ruchu. Slabá spolupráce všech subjektů zainteresovaných v cestovním ruchu. To, že cestovní ruch není brán jako priorita, nebo alespoň na předních místech. Cestovní ruch přes všechny oficiality zůstává na jenom z posledních míst v zájmu o rozvoj krajiny a odvětví. Zhruba 50% dotázaných na tuto otázku neodpovědělo, příp. že nejsou kompetentní se v tomto vyjadřovat. Názor té druhé poloviny je výše.

6.3 Možná řešení zjištěných problémů, další možnosti pro případný rozvoj

Oblast cestovního ruchu je jednou z nejdynamičtěji rostoucích odvětví na světě na jedné úrovni s automobilovým průmyslem.

Zaznamenal v předchozích dvou letech vzrůstající vývoj především v oblasti zahraničního cestovního ruchu. Zlepšení v této oblasti, kdy na Slovensku jde ekonomika nahoru, je důležité vzhledem na potřebu udržení dlouhodobého a perspektivního vývoje, neboť zvýšení počtu zahraničních turistů, zvýšení počtu přenocovaných nocí, to vše znamená prodlužování pobytů, lepší využití už existujících kapacit, zvýšení počtu

pracovních míst, což v ekonomickém jazyce znamená, že se tato pozitiva projeví ve zvýšených devizových příjmech a v růstu podílů cestovního ruchu na HDP.

Přesto je to chaotické, „roztříštěné“ a nekoordinované. Rozvoj CR nemá vytýčenou cestu a směr. To je hlavní příčinou jeho nestabilního vývoje z hlediska statistických ukazatelů makroekonomické úrovně, doprovázené stagnací na regionální úrovni a nejistotou podnikatelského prostředí.

Chybí strategie, marketingové aktivity nejsou rozvinuté a privatizace nebyla vždy úspěšná. Nemluvě o nekvalitních službách, toto vše ovlivňuje současný stav CR. Velké množství drobných producentů a tvůrců služeb má za následek neochotu a neschopnost spolupracovat v jednom regiony dohromady.

Pokud se nepodaří přijmout legislativně dostatečné kompetence a finanční zdroje na podporu rozvoje CR na státní, regionální, městské, obecní i na té nejnižší úrovni, pak k rozvoji CR na Slovensku vůbec nemusí dojít.

Protože odvětví cestovního ruchu, které je v zemi (republice) dostatečně rozvinuté a na úrovni, je pro danou zemi obrovskou devizou a zdrojem příjmů do státního rozpočtu. V EU se na HDP i na počtu zaměstnanců cestovní ruch podílí přímo 4 % HDP, nepřímo je to až 11 %, resp. 12 % u zaměstnanců.

Navrhují rozvoj venkovské turistiky, agroturistiky, cykloturistika, jízda na koni, golf, a další možnosti. Slovensko je venkovská krajina s vysokým podílem chráněných území. V posledních letech se právě toto stalo oblíbeným druhem dovolených. Představíme-li si vyliďňující se venkov bez možnosti nalezení dobrého zaměstnání, bez průmyslu a žádné růžové budoucnosti, může být tohle tou správnou trefou do černého.

Nejnavštěvovanější oblastí je sever Slovenska, kde Prešovskému a Žilinskému kraji patří přibližně 40% z celkového počtu přenocování. Ale nejvyšší dynamika vývoje je v kraji Bratislavském, kde se už v současné době projevuje nedostatek ubytovacích zařízení zvláště vyšší kategorie. Podle tabulek viz zdroj [9] Struktura návštěvníků podle sociálního zařazení (sociální statut) se nám ukazuje, že Slovensko si oblíbila nejvíce nižší střední třída, hned v závěsu je vyšší střední třída, s lehkým odstupem vyšší třída. Přes 50% turistů je v mladším věku, od 25-44 let. Což je pozitivní., protože tito lidé jsou zaměstnaní a už zaopatření, což znamená, že na dovolené nebudou „škudlit“. Doporučuji zvýšit počet kvalitních ubytovacích zařízení, i ty s více hvězdičkami. Zaměřit se na různé formy

cestovního ruchu, např. na kongresových cestovních ruch, které neovlivňují okolní vlivy, jako počasí, místní obyvatelstvo, atd.

Třeba je také zvýšit renomé práce ve službách cestovního ruchu. Jednu z nejnižších průměrných mezd na Slovensku stále dostávají zaměstnanci hotelů a restaurací. Což je jeden z hlavních důvodů jejich odcházení do zahraničí. A odchází ti schopní, jazykově vybavení. Co takhle změna středních odborných škol? Zapojit budoucí zaměstnavatele, úřady práce, regiony, kraje

Dnes je cestovní ruch na Slovensku organizačně nestabilní s nepřehlednými kompetencemi, vztahy a odpovědností. Charakteristický je také nesystémový přístup k otázkám rozvoje. Na realizaci cestovního ruchu se podílí ústřední státní správa, na úrovni regionů jsou to samosprávy, obce a města, produkt sám o sobě je výsledkem podnikatelských subjektů, nemluvě o různých sdružení a asociacích regionálního charakteru vytvořené obcemi a městy. Rozvoj nebo vůbec oblast CR nemůže řídit jeden „shora“. Nutná je koordinace a spoluúčast všech zainteresovaných stran.

Celostátně brát cestovní ruch jako jednu možnost hospodářství a zvyšování zaměstnanosti.

Podporovat rozvoj cestovního ruchu i v ostatních regionech, ne jen těch, co jsou vytypované v Nové strategii cestovního ruchu SR na léta 2007 – 2013.

Potřeba dobudovat síť turistických informačních kanceláří. Dát tomu jednu formu. Ať „levá ruka ví, co dělá pravá“.

Vytvořit více komplexních programů cestovního ruchu pro každý region pro získání širší klientely turistů.

Dobudovat a rozšířit síť ubytovacích zařízení (od kempů přes turistické ubytovny, penziony až hotely s co nejvíce hvězdičkami), aby si mohl vybrat každý podle svého založení a své peněženky.

Eliminovat extrémně vysoké ceny potravin, produktů a služeb v turisticky atraktivních regionech. Problém nejen v oblastech Slovenska.

Dodržení jednou již vyřčených slibů a realizace postupných kroků. Zvýšení finanční pomoci oblasti cestovního ruchu, zvláště když v poslední době Slovensko ekonomicky roste.

ZÁVĚR

Cílem mé diplomové práce na téma Regionální analýza cestovního ruchu bylo ukázat Slovensko jako zemi vhodnou pro cestovní ruch i s jejími silnými a slabými stránkami.

V první části práce jsem uvedla definice a typologie cestovního ruchu. Vymezila jsem Slovensko jako region a uvedla jeho územněsprávní uspořádání. Následovala regionalizace Slovenska z pohledu cestovního ruchu i s jeho pilíři. Dále jsem neopomněla uvést důležitost cestovního ruchu pro Slovensko a stanovila jeho význam pro tuto zemi.

Zjistila jsem, že Slovensko má obrovský potenciál, co se týká cestovního ruchu. Nepočítaje chybějící moře, pokrývá drtivou většinu nabídek a možných variant cestovního ruchu. Má jedny z nejlepších podmínek ve Střední Evropě z hlediska horského cestovního ruchu. Díky termálním pramenům má špičkové předpoklady pro lázeňský a zdravotní cestovní ruch. Velmi pestrá nabídka aktivit vede k uspokojení většiny cílových aktivit turistů.

Druhá část je analytická. Mým prvním úkolem bylo představení jednotlivých regionů, následovala SWOT analýza cestovního ruchu nejen pro Slovenskou ale i Českou republiku. Základem této části práce, po vyplynutí určitých závěrů SWOT analýzy, je vytvoření dotazníku, který by zmapoval určitý obraz cestovního ruchu z pohledu ne státu, ne VÚC ale „obyčejných“ měst.

Územně správním uspořádáním je Slovensko rozděleno na osm krajů, z hlediska cestovního ruchu na dvacet jedna oblastí regionů cestovního ruchu. Vymezení nebylo striktní. Byly vymezeny na základě nejen geografických kritérií, ale také na základě míry cestovního ruchu v regionu, určitého civilizačního stavu a druhu osídlení, společných znaků, jednotnosti a stejnorodosti nabídky cestovního ruchu.

Z hlediska cestovního ruchu je každý tento region vhodný pro cestovní ruch. Jen je třeba nalézt vhodnou nabídku aktivit a určit tu správnou a vhodnou skupinu turistů. Ji pak podřídit a přizpůsobit nabídku služeb.

Pro rozvoj cestovního ruchu by bylo vhodné tuto oblast „zastřešit“ pod jeden systém, jednu organizaci. Např. vybudovat dostatečně hustou síť místních regionálních sdružení a turisticko informačních kanceláří. Případně pomoci těm již existujícím s podporou propagace daného regionu i celého Slovenska.

Pomoci musí také slovenská vláda. A to nejen přímými finančními dotacemi ale i programy pro podporu cestovního ruchu. Je nutné prohlásit cestovní ruch za jednu z hlavních priorit a to nejen „papírově“, zvláště ve východních regionech země. Je třeba zjednodušit kroky k dosažení vládní pomoci, umožnit její čerpání i jiným než vybraným střediskům cestovního ruchu identifikovaných v Národní strategii cestovního ruchu Slovenska do roku 2013. Naučit regiony využívat podpůrné programy z Evropské unie. Dále je nutné dobudovat dopravní infrastrukturu (i třeba s pomocí právě programů z Evropské unie), její nedokončená výstavba je brzdou nejenom pro budoucí rozvoj oblasti cestovního ruchu. Dále také chybí pravidla pro řízení, koordinaci a stanovení zodpovědnosti pro jednotlivce i celé organizace působící v této oblasti. Některé subjekty nedodržují některé legislativní normy, které se jich týkají. Nutné stanovit pravidla a sankce. Je třeba také zlepšit a zefektivnit zahraniční propagaci země.

Z analýzy výsledků vyplývají závěry, které jsou v oblasti cestovního ruchu závislé na poloze a významnosti kraje, regionu, který odpovídá. S tím souvisí příliv finančních prostředků a podpora vlády. Dostatečné finanční prostředky jsou pádným ale ne jediným argumentem pro možný rozvoj cestovního ruchu. Je nutné si zpracovat strategii rozvoje cestovního ruchu a zapojit se do tohoto procesu aktivněji sám za sebe. No a v neposlední řadě je třeba stimulovat obyvatelstvo k účasti na domácím cestovním ruchu, např. podporou podnikání, nenávratnými půjčkami, s dotacemi na vytváření nových pracovních míst.

V poslední kapitole mé diplomové práce jsem se snažila navrhnout možná řešení zjištěných problémů a další možnosti pro případný rozvoj a budoucnost cestovního ruchu na Slovensku.

U našich slovenských sousedů by rozvoj CR významně ovlivnil růst zaměstnanosti, bez velkých investičních výdajů na jedno pracovní místo a zaměstnanost by mohla růst i v okresech s menší industrializací. Jak jsem již psala výše, právě v těch regionech bez hospodářského růstu, s velkou nezaměstnaností a bez budoucnosti, by cestovní ruch mohl být jednou z cest budoucího rozvoje.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie:

- [1] HORNER, S., SWABROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, s.r.o. 2003. ISBN 80-247-0202-9.
- [2] MALÁ, V. a kol.: *Základy cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladatelství Oeconomica 2002. ISBN 80-245-0439-1.
- [3] FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, s.r.o. 2001, ISBN 80-247-0207-X.

Internetová monografie:

- [4] *Národní strategický referenční rámec 2007 – 2013*, Ministerstvo výstavby a regionálního rozvoje Slovenskej republiky, 29.6.2007
- [5] *Nová stratégia rozvoja cestovného ruchu Slovenskej republiky do roku 2013*, Ministersvo hospodárstva Slovenskej republiky
- [6] *Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike*, Ministerstvo hospodárstva SR, odbor cestovného ruchu, 2005
- [7] *Závěrečné porovnanie hlavných sezónnych zástění a celkový odhad výdavkov zahraničných návštevníkov za rok 200*, Kamelia Media, s.r.o., pro Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky [online]. [cit. 2008-04-018]. Dostupný z WWW: <http://www.economy.gov.sk/index/go.php?id=2149>>.
- [8] *Informácia o činnosti Slovenskej republiky v medzinárodných organizáciách cestovného ruchu za roky 2005 – 2006*, Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky

Internetové zdroje:

- [9] Oficiální stránky vlády Slovenské republiky [online]. [cit. 2008-04-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.vlada.gov.sk>>.
- [10] Oficiální stránky prezidenta Slovenské republiky [online]. [cit. 2008-04-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.prezident.sk/>>.
- [11] Ministerstvo kultury Slovenskej republiky [online]. [cit. 2008-04-02]. Dostupné z WWW: <http://www.culture.gov.sk/>>.

- [12] Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky [online]. [cit. 2008-04-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.economy.gov.sk/index/index.php>>.
- [13] Slovenská agentura pre cestovný ruch – SACR [online]. [cit. 2008-04-02]. Dostupná z WWW: <<http://www.sacr.sk/sacr?id=1>>.
- [14] Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism [online]. [cit. 2008-04-02]. Dostupná z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/>>.
- [15] Štatistický úrad Slovenskej republiky [online]. [cit. 2008-04-02]. Dostupný z WWW: <<http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=4>>.
- [16] Slovakia.Travel [online]. [cit. 2008-04-02]. Dostupný z WWW: <<http://www.slovakia.travel/intropage.aspx?l=1>>.
- [17] Portál Vzdělávání cestovního ruchu [online]. [cit. 2008-04-05]. Dostupný z WWW: <<http://www.vzdelavaniucr.cz/>>.
- [18] Český statistický úřad [online]. [cit. 2008-04-05]. Dostupný z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cestovni_ruch>.
- [19] Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky [online]. [cit. 2008-04-08]. Dostupné z WWW: <http://www.mmr.cz/cestovni-ruch>>.
- [20] Katalog s názvem „Kudy z nudy“, CzechTourism [online]. [cit. 2008-04-09]. Dostupný z WWW: <<http://www.kudyznudy.cz/cs/index.html>>.
- [21] Regionální informační bulletin, CzechTourism, [online]. [cit. 2008-04-09]. Dostupný z WWW: <<http://regionbulletin.czechtourism.cz/>>.
- [22] Projekt „133 premiér v České republice“, CzechTourism, [online]. [cit. 2008-04-09]. Dostupný z WWW: <http://www.133premier.cz/cs/index.html>>.
- [23] [online]. [cit. 2008-04-17]. Dostupná z WWW: <<http://www.odporucame.sk/podujatia.php?region=18&kat=>>>.
- [24] E–Slovensko, nabídka ubytování, turistické informace, mapy. [online]. [cit. 2008-04-017]. Dostupný z WWW: <<http://www.e-slovensko.cz/mapy/>>.
- [25] Mapy zemí Evropské unie, Slovensko. [online]. [cit. 2008-04-18] Dostupné z WWW: <http://www.vasaeuropa.sk/index.php?z=220>>.
- [26] [online]. [cit. 2008-04-08]. Dostupné z WWW: <http://www.regiony.eu/>>.

[27] Databáze regionálnej štatistiky [online]. [cit. 2008-04-21]. Dostupná z WWW: <<http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/index.htm>>.

[28] Moje Slovensko.sk [online]. [cit. 2008-04-27]. Dostupné z WWW: <<http://www.mojeslovensko.sk/zakladne-udaje.html>>.

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

CECTA	Asociace cestovního ruchu střeoevropských krajin
CR	Cestovní ruch
CzechTourism	Česká centrála cestovního ruchu.
ČR	Česká republika
ETC	Evropská komise pro cestovní ruch.
SACR	Slovenská agentura pre cestovný ruch
SR	Slovenská republika
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
V4	Pracovní skupiny pro cestovní ruch Vyšegradské čtyřky
ŽSR	Železnice Slovenské republiky

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr. 1: Územněsprávní uspořádání Slovenska</i>	<i>str. 16</i>
<i>Obr. 2: Mapa Slovenska</i>	<i>str. 18</i>
<i>Obr. 3: Bratislava</i>	<i>str. 24</i>
<i>Obr. 4: Termální koupaliště Veľký Meder</i>	<i>str. 25</i>
<i>Obr. 5: Hrad Devín</i>	<i>str. 25</i>
<i>Obr. 6: Biele Karpaty</i>	<i>str. 26</i>
<i>Obr. 7: Bojnice</i>	<i>str. 27</i>
<i>Obr. 8: Malá Fatra</i>	<i>str. 28</i>
<i>Obr. 9: Oravský hrad</i>	<i>str. 28</i>
<i>Obr. 10: Rezervace lidové architektury Vlkolínec</i>	<i>str. 29</i>
<i>Obr. 11: Slovenský kras</i>	<i>str. 29</i>
<i>Obr. 12: Vysoké Tatry</i>	<i>str. 30</i>
<i>Obr. 13: Dubnické opalové baně</i>	<i>str. 31</i>
<i>Obr. 14: Pravoslavný kostelík</i>	<i>str. 32</i>
<i>Obr. 15: Zemplínská Šírava</i>	<i>str. 33</i>
<i>Graf 1: Zdroj informací českých turistů o Slovensku</i>	<i>str. 47</i>
<i>Graf 2: Zdroj informací před pobytem na Slovensku od všech zahraničních turistů</i>	<i>str. 49</i>

SEZNAM TABULEK

Tab. 1: Ochrana památkového fondu - rok 2006

Tab. 2: Finanční prostředky z veřejných zdrojů vynaložené na obnovu národních kulturních památek členěné podle formy vlastnictví

Tab. 3: Rozdělení Slovenska z pohledu územní samosprávy

Tab. 4: Navštívené regiony (tranzitní i netranzitní návštěvníci, regiony podle pořadí návštěvnosti - %, rok 2007

Tab. 5 : Zájem o jednotlivé druhy cestovního ruchu zahraničních návštěvníků

Tab. 6: Navštívené regiony podle typů netranzitních pobytů (podle návštěvnosti s dlouhodobými pobyty)

Tab. 7: Ubytovací zařízení a jejich výkony za rok 2007 – podle krajů

Tab. 8: Zdroj informací o Slovensku - netranzitní zahraniční návštěvníci z jednotlivých států

Tab. 9: Zdroj informací před pobytem o Slovensku, resp. navštíveném místě (tranzitní i netranzitní turisté)

SEZNAM PŘÍLOH

- P I Regiony cestovního ruchu
- P II Regionalizace cestovního ruchu v SR – Kategorizace regionů cestovního ruchu ve střednědobém horizontu
- P III Nosné formy cestovního ruchu v jednotlivých regionech
- P IV Podíly regionů cestovního ruchu na kapacitách a výkonech cestovního ruchu v SR
- P V Začlenění ŽSR do evropských železničních koridorů
- P VI Síť dálnic a rychlostních cest SR
- P VII: Dotazníkové šetření - otázky
- P VIII: Obeslaná města

PŘÍLOHA P I: REGIONY CESTOVNÍHO RUCHU

Legenda :

- hlavné mesto
- krajské mesto
- okresné mesto
- mesto
- obec
- mestská časť
- hranica SR
- hranica kraja
- hranica okresu
- hranica ZÚJ
- 1 hranica regiónov CR



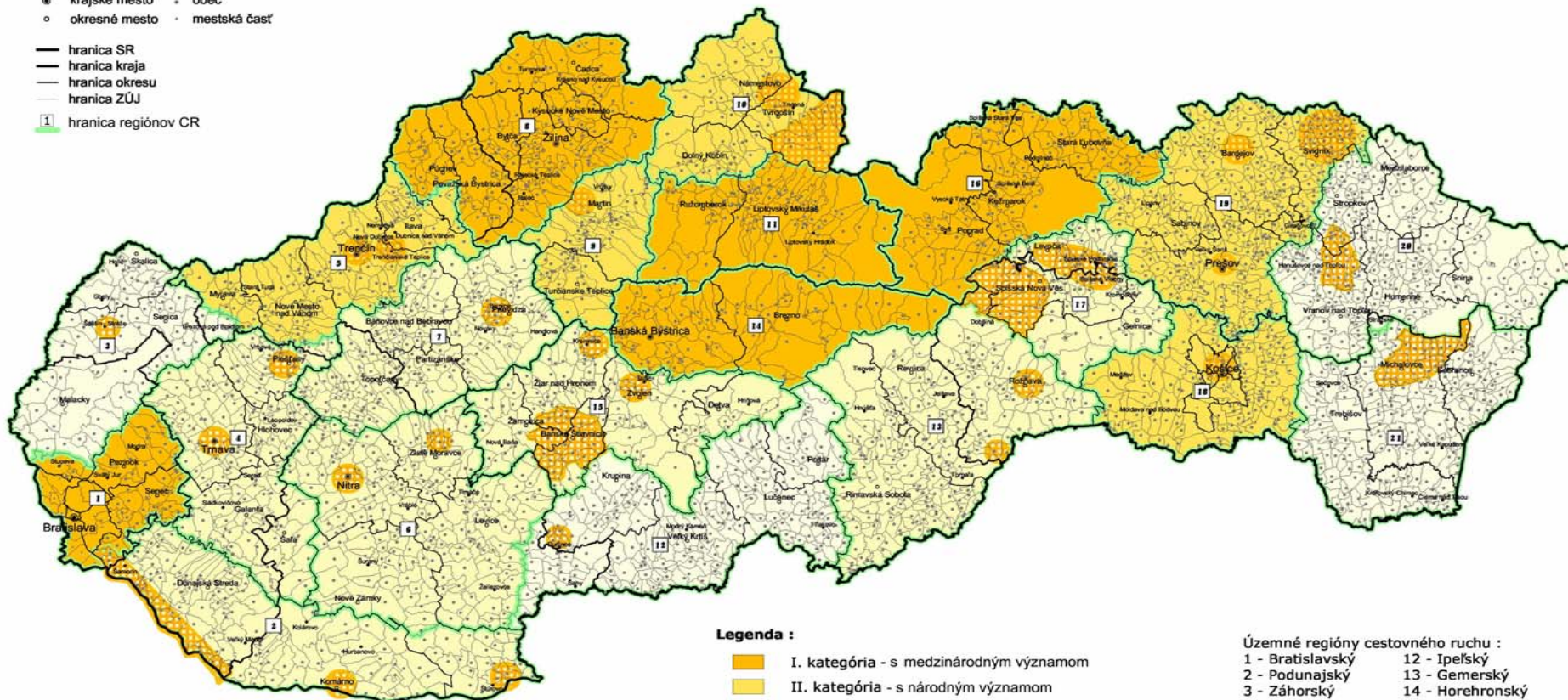
- Regióny cestovného ruchu :**
- | | |
|---------------------|-----------------------------|
| 1 - Bratislavský | 12 - Ipel'ský región |
| 2 - Podunajský | 13 - Gemerský región |
| 3 - Záhorský | 14 - Horehronský región |
| 4 - Dolnopovažský | 15 - Pohronský región |
| 5 - Stredopovažský | 16 - Tatranský región |
| 6 - Nitriansky | 17 - Spišský región |
| 7 - Hornonitriansky | 18 - Košický región |
| 8 - Severopovažský | 19 - Šarišský región |
| 9 - Turčiansky | 20 - Hornozemplínsky región |
| 10 - Oravský | 21 - Dolnozemplínsky región |
| 11 - Liptovský | |



PŘÍLOHA P II: REGIONALIZACE CESTOVNÍHO RUCHU V SR – KATEGORIZACE REGIONŮ CR VE STŘEDNĚDOBÉM HORIZONTU

Legenda :

- hlavné mesto
- krajské mesto
- okresné mesto
- mesto
- obec
- mestská časť
- hranica SR
- hranica kraja
- hranica okresu
- hranica ZÚJ
- 1 hranica regiónov CR



Legenda :

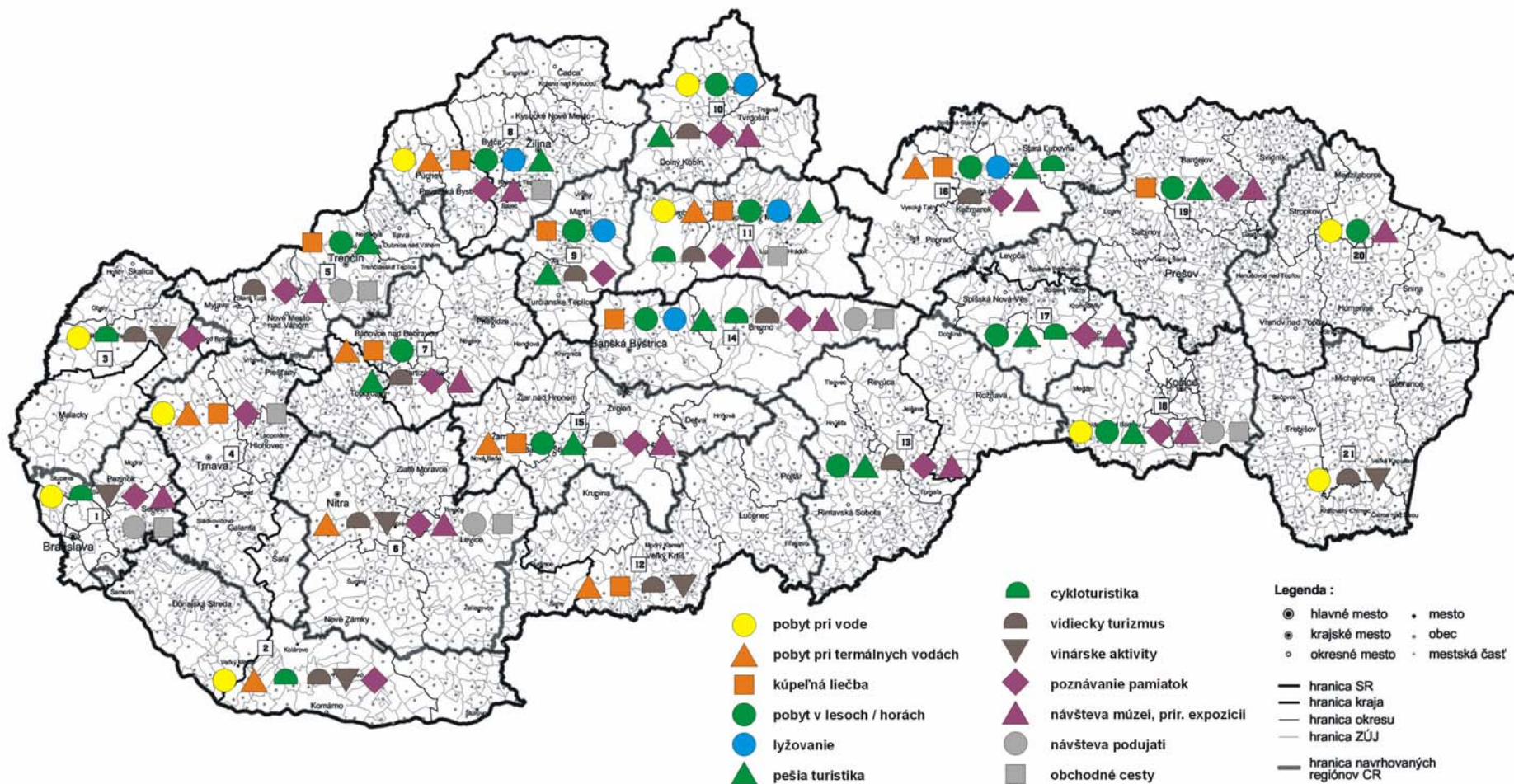
- I. kategória - s medzinárodným významom
- II. kategória - s národným významom
- III. kategória - s nadregionálnym významom
- IV. kategória - s regionálnym významom
- územia v regióne vyššej kategórie ako príslušný región

Územné regióny cestovného ruchu :

- | | |
|---------------------|----------------------|
| 1 - Bratislavský | 12 - Ipeľský |
| 2 - Podunajský | 13 - Gemerský |
| 3 - Záhorský | 14 - Horehronský |
| 4 - Dolnopovažský | 15 - Pohronský |
| 5 - Strednopovažský | 16 - Tatranský |
| 6 - Nitriansky | 17 - Spišský |
| 7 - Hornonitriansky | 18 - Košický |
| 8 - Severopovažský | 19 - Šarišský |
| 9 - Turčiansky | 20 - Hornozemský |
| 10 - Oravský | 21 - Dolnozemplínsky |
| 11 - Liptovský | |



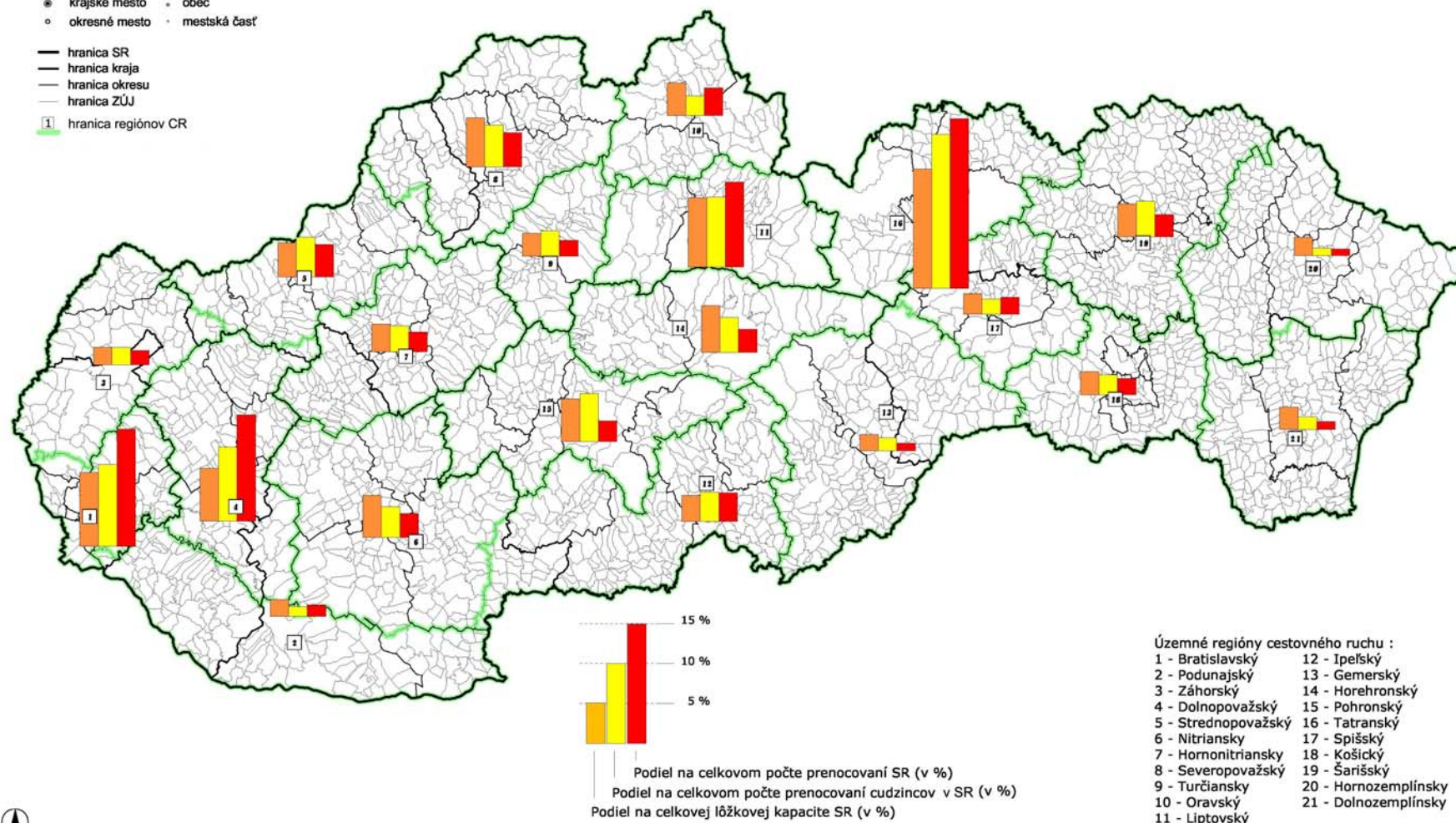
PŘÍLOHA P III: NOSNÉ FORMY CESTOVNÍHO RUCHU V JEDNOTLIVÝCH REGIONECH



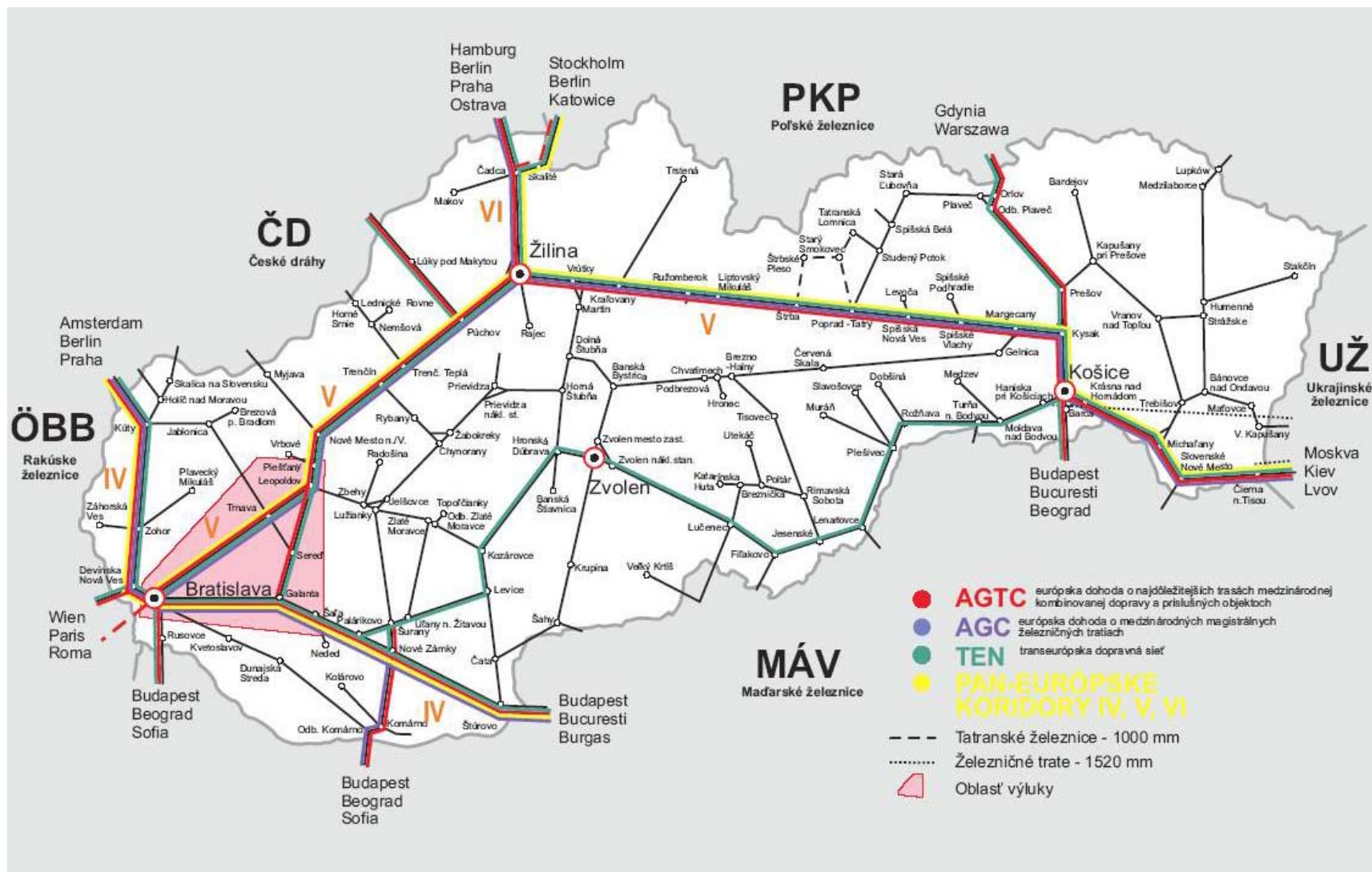
PŘÍLOHA P IV: PODÍLY REGIONŮ CR NA KAPACITÁCH A VÝKONECH CESTOVNÍHO RUCHU V CR

Legenda :

- ⊙ hlavní město • město
- ⊙ krajské město • obec
- okresné město • městská část
- hranica SR
- hranica kraja
- hranica okresu
- hranica ZÚJ
- 1 hranica regiónov CR



PŘÍLOHA P V: ZAČLENĚNÍ ŽSR DO EVROPSKÝCH ŽELEZNIČNÍCH KORIDORŮ

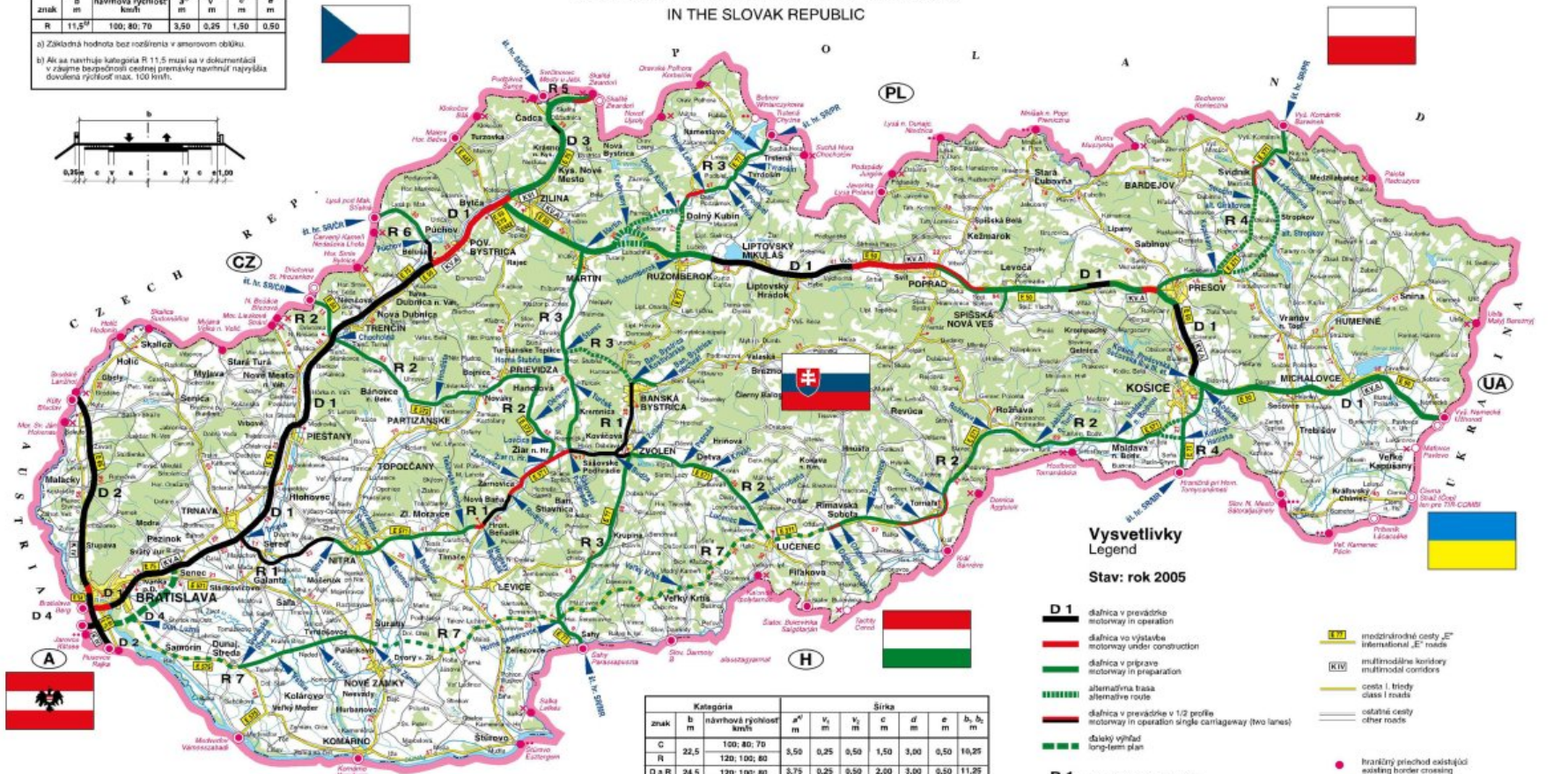
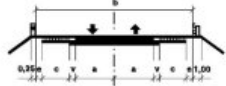


PŘÍLOHA P VI: SÍŤ DÁLNIC A RYCHLOSTNÍCH CEST SLOVENSKÉ REPUBLIKY

SIETŤ DIALNIC A RYCHLOSTNÝCH CIEST SR NETWORK OF MOTORWAYS AND EXPRESSROADS IN THE SLOVAK REPUBLIC

Klasifikácia	Šírka		Klasifikácia				
	znak	b m	návrhová rýchlosť km/h	a ¹ m	v m	c m	e m
R	11,5 ²¹	100; 80; 70	3,50	0,25	1,50	0,50	0,50

a) Základná hodnota bez rozšírenia v smernom oblúku.
b) Ak sa návrhová kategória R 11,5 musí sa v dokumentácii v rámci bezpečnosti cennej prepravky navrhovať najvyššia dovolená rýchlosť max. 100 km/h.



Vysvetlivky
Legend
Stav: rok 2005

- D 1** diaľnica v prevádzke motorway in operation
- D 2** diaľnica vo výstavbe motorway under construction
- D 3** diaľnica v príprave motorway in preparation
- D 4** alternatívna trasa alternatívna route
- D 5** diaľnica v prevádzke v 1/2 profíle motorway in operation single carriageway (two lanes)
- D 6** diaľsky výhled long-term plan
- R 1** rýchlostná cesta v prevádzke expressroad in operation
- R 2** rýchlostná cesta vo výstavbe expressroad under construction
- R 3** rýchlostná cesta v príprave expressroad in preparation
- R 4** alternatívna trasa alternatívna route
- R 5** rýchlostná cesta v prevádzke v 1/2 profíle expressroad in operation single carriageway (two lanes)
- R 6** rýchlostná cesta v príprave - alt. riešenie expressroad in preparation - alternative
- EU** medzinárodné cesty „E“ international „E“ roads
- KIV** multimodálne koridory multimodal corridors
- 1** cesta I. triedy class I roads
- 2** ostatné cesty other roads
- hraničný prechod existujúci existing border crossing
- medzinárodný hraničný prechod aj pre TIR international border crossing also for TIR
- hraničný prechod plánovaný planned border crossing
- medzinárodný hraničný prechod plánovaný aj pre TIR international border crossing planned also for TIR
- ×** hraničný prechod s nákladnou dopravou do 3,5 t border crossing with freight transport up to 3,5 t
- let. uvoľnená doprava passenger cars only
- let. chodci a cyklisti pedestrians and cyclists only

Klasifikácia	Šírka		Klasifikácia				
	znak	b m	návrhová rýchlosť km/h	a ¹ m	v m	c m	e m
C	22,5	100; 80; 70	3,50	0,25	1,50	3,00	10,25
D	22,5	120; 100; 80	3,75	0,25	2,00	3,00	11,25
D	26,5	120; 100; 80	3,75	0,25	2,50	4,00	11,75
D	28 ²¹	120; 100; 80	3,75 ²¹	0,25	2,75 ²¹	3,00	12,50 ²¹

a) Základná hodnota bez rozšírenia v smernom oblúku.
b) Kategória D 28 sa navrhuje v prípade, že odlišovaná výšková intenzita dopravy dosahuje do 20 rokov od predpokladaného dátumu uvedenia do prevádzky väčšiu hodnotu ako 18 000 voz./24 h.
c) V strednom diaľacom pásu sa líca zvislými zvyčajne umiestňujú min. 0,50 m od hrany spevnenia, v odvodňovacích priechodoch pri podzemných nádržkách, pri oporných stĺpoch portálov a poči sa môže íce zvoľadiť umiestniť min. 0,25 m od hrany spevnenia. Potom je by, b2 len 12,25 m.
d) Ak traba z kapacitných dôvodov navrhovať šesť alebo viacerých D, príp. R, navrhujú sa tret, príp. ďalší prv (pri strednom diaľacom pásu) šírky 3,50 m.

PŘÍLOHA P VII: DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ - OTÁZKY

V příloze P I Regiony cestovního ruchu naleznete mapku Slovenska, kdy je tato země rozdělena na regiony cestovního ruchu. Vzala jsem každý region a do vyznačených měst v těchto regionech na této mapce jsem poslala dotazník s následujícími otázkami.

Pokud jsem na oficiálních stránkách daných měst nenašla přímo na městském úřadě odbor cestovního ruchu, zaslala jsem e-mail na odbor regionálního rozvoje, případně na sekretariát města, na informace nebo na turisticko informační kancelář, byla-li.

1. Zahraniční obraz Slovenska - propagace cestovního ruchu Slovenska v zahraničí Vám připadá?
2. Ovlivňuje podle Vás obraz Slovenska v zahraničí návštěvnost turistů? Zasloužil by si více pozornosti? Je třeba ho zlepšit?
3. Stimuluje vláda podnikatelské prostředí pro cestovní ruch? Cítíte silnou podporu v podnikání?
4. Měl by se aktivní cestovní ruch stát prioritou?
5. Cítíte výhodu blízkosti hlavního města?
6. Kdo se u vás zabývá oblastí cestovního ruchu?
7. Máte zpracovanou strategii rozvoje cestovního ruchu? Ano? Kdo ji zpracovával?
8. Máte vlastní sdružení na podporu cestovního ruchu?
9. Mají podle Vás tyto sdružení smysl?
10. Ano? Berete si odněkud vzor (Rakousko, Švýcarsko)?
11. Jak hodnotíte potenciál Vašeho kraje z hlediska cestovního ruchu?
12. Co infrastruktura, ovlivňuje u Vás cestovní ruch? Dá se zlepšit?
13. Kolik je u vás zaměstnaných lidí v oblasti cestovním ruchu či jemu příbuzných?
14. Co podle vás brzdí v rozvoji cestovního ruchu ve Vašem kraji?
15. Největší investice do cestovního ruchu u Vás, ve Vašem kraji? Z vlastních prostředků, z dotací? Kterých?
16. Viz cestovní ruch - cítíte podporu vlády?

17. Přináší Vám cestovní ruch nové pracovní příležitosti?
18. Co by pomohlo podle Vás k většímu přílivu turistů ? Kvalitnější služby, vybudování potřebné infrastruktury? Další ubytovací zařízení?
19. Návštěvnost ve vašem kraji stoupá nebo klesá?
20. Přicházejí k vám turisté movití? Či to jsou tzv. baťůžkáři? Utratí u vás hodně peněz?
21. Národnost turistů?
22. Zůstávají turisté déle než na jednu noc?
23. Mají proč a hlavně kde zůstat?
24. Spolupracujete s nějakou cestovní kanceláří? S podobným sdružením na podporu cestovního ruchu, např. ve vedleším kraji?
25. Spolupracujete s ostatními regiony cestovního ruchu? V jakém směru a jakou formou?
26. Turisté projíždějí vaším krajem (jste tranzitním krajem) nebo zůstávají (cílový kraj)?
27. Váš názor na cestovní ruch v ČR? Zdá se Vám, že se mu dostává lepší podpory? Silné, slabé stránky cestovního ruchu ve Vašem kraji.

PŘÍLOHA P VIII: OBESLANÁ MĚSTA

Regiony a jejich města, kam jsem dotazník elektronickou poštou zaslala, cca 86 e-mailů, zhruba desetina nedošla (e-mailem nemožno doručit), vyplněných dotazníků se vrátilo zpět 26, tj. 34%.

Bratislavský region – Bratislava, Pezinok, Modra, *Senec*, *Svatý Jur*

Podunajský region – Kolajovo, Urbanovo, *Komárno*, Velký Meder

Záhorský region – Malacký, Gbely, Holič

Dolnopovažský region – Trnava, *Šal'a*, Sladkovičovo, *Leopoldov*, Hlohovec

Strednopovažský region – Trenčín, *Nová Dubnica*, Myjava

Nitranský – *Štúrovo*, Šahy, Levice, Zlaté Moravce, Nitra, *Nové Zámky*, Vrábľa, Dudince

Hornonitrianský – *Topolčany*, Prievidza, Handlové

Severopovažský – Žilina, Kysucké Nové Město, *Trenčianské Teplice*

Turčianský – Martin, *Turčianské Teplice*

Oravský region – Náměstovo, Tvrdošín, *Dolný Kubín*

Liptovský region – *Rožumberok*, Liptovský Mikuláš, Liptovský Hrádok

Ipel'ský region – Krupina, Velký Krtíš, *Lučenec*, Fil'akovo, Poltár

Gemerský region – Rimavská Sobota, *Revúca*, Hnúšťa, Tisovec

Horehronský region – Brezno, *Bánská Bystrica*,

Pohronský region – Zvolen, Kremnica, Bánské Štiavnice, Hriňové, *Detva*

Tatranský region – *Stará L'ubovňa*, Spišská Stará Ves, *Kežmarok*, *Poprad*, *Vysoké Tatry*

Spišský region – Spišská Nová Ves, Levoča, Gelnica, *Spišské Podhradie*

Košický region – *Košice*, Medzev, Moldava nad Bodvou

Šarišský region – Prešov, *Velký Šariš*, Sabinov, Lipany, Svidník

Honozemplínský region – Humenné, Snina, Stražské, *Stropkov*, Vranov nad Topľou

Dolnozemplínský region – Kralovský Chlumeč, Čišena nad Tisou, *Trebišov*, Sečovce,
Michlovce, Sobrance