

Pozitíva a slabiny slovenského turizmu

Trend; 19/2016; 12/05/2016; s.: 6; Jarmila Horváthová ; Zaradenie: TREND TOP v cestovaní

Je vhodné zvážiť rozvoj cestovného ruchu ako priority hospodárstva

Jarmila Horváthová / horvathova@trend.sk

Tri odvetvia pôsobia vari najvýraznejšie na rozvoj svetovej ekonomiky - automobilový priemysel, ťažobný priemysel a cestovný ruch. Slovensko sa na ťažbu surovín môže spoliehať iba v minimálnej miere. Automobilový priemysel síce nepopierateľne podporil vzostup hospodárstva, ale rozhodnutia o jeho budúcnosti sú v rukách zahraničného kapitálu. Keby však cestovný ruch získal väčšiu vážnosť, stal sa prioritou, mohol by výrazne a pozitívne ovplyvniť miestnu a regionálnu ekonomiku, prispieť k riešeniu nezamestnanosti a mať stabilizačný vplyv na celé hospodárstvo. Tieto vyjadrenia sa uvádzajú v štúdiu Predpoklady a priority rozvoja cestovného ruchu na Slovensku v kontexte európskej konkurencieschopnosti, ktorú koncom roka 2014 zverejnil kolektív pedagógov **Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici** pod vedením Andreja Malachovského. Zadávatelom bolo Ministerstvo dopravy a regionálneho rozvoja SR.

Potrebný adresný marketing

Autori štúdie si uvedomujú, že Slovensko nikdy nebude destináciou, v ktorej budú ľudia tráviť svoju hlavnú dovolenku, a to ani v zime, ani v lete. Môže však byť cieľovým miestom na druhú dovolenku alebo na krátkodobé pobyty a predĺžené víkendy. Na to je potrebné podstatne zlepšovať informovanosť o krajine a o možnostiach tráviť tu dovolenku. To by mala byť v prvom rade najmä úloha štátneho tourist boardu a v druhom organizácií cestovného ruchu.

Pri obmedzených zdrojoch, ktoré národný tourist board, teda Slovenská agentúra pre cestovný ruch má, je dôležitá otázka, na ktoré trhy má svoje propagačné a informačné aktivity zameriavať. „Tu je potrebné si uvedomiť, aká je veľkosť trhu, na ktorý cieľme naše aktivity, a aké percento ich obyvateľov sem prichádza. Pri obmedzených finančných zdrojoch to znamená poznanie, že je potrebné robiť adresný marketing na trhoch, ktoré sú manažérsky a marketingovo zvládnuteľné, a nevenovať sa nedosiahnuteľným cieľom na vzdialených a obrovských trhoch, kde nie je možné adresne zacieliť marketingové aktivity. Pre cieľové miesto je to zásadné poznanie,“ uvádzajú autori štúdie.

Toto odporúčanie podporil na konferencii TRENDU Horeca Manažment 2016 Jozef Ivanič, majiteľ hotelov Forton a Lesná v Starej Lesnej: „Aj keď sa kompetentní radi chvália napríklad 95-percentným prírastkom čínskych turistov v roku 2014 oproti 2013, treba sa pozrieť, z akého základu vychádzali, a najmä na fakt, koľko nocí na Slovensku strávili. Priemerná dĺžka prenocovania sa totiž u Číňanov pohybuje okolo jedného dňa, keďže zámorskí turisti majú väčšinou návštevu Slovenska len ako jednohubku popri návšteve okolitých krajín. Podľa mňa pár bilbordov v blízkych poľských mestách prinesie viac peňazí ako návštevy z Číny,“ konštatoval.

Aj čiastkové úspechy pomôžu

Aby sa zlepšila a najmä stabilizovala situácia v slovenskom turizme a návštevnosť Slovenska, je podľa Andreja Malachovského a kol. potrebné k nám aktívne prenášať poznatky a skúsenosti z turisticky vyspelých štátov. Oceňujú pritom činnosť oblastných organizácií cestovného ruchu, aj keď podľa nich prišla s veľkým oneskorením. Druhým výrazným pozitívom sú okrem naozaj jedinečnej prírodnej ponuky, ktorá je Slovensku daná, výrazné investície do technickej infraštruktúry horských stredísk a investície v hotelierstve a pohostinstve. Tu však autori štúdie upozorňujú na fakt, že vplyvom zmien klímy môžu mať nižšie položené horské strediská v budúcnosti problémy. Trendu viacerých krátkych dovolení vyhovuje aj ponuka kúpeľného cestovného ruchu reflektujúca rýchle tempo života. Ako slabina im v skúmaní vyšla jednoznačne značná kolísavosť kvality služieb - a to aj na malých územiach.

Výskumom sa tiež potvrdil extrémny prierezový charakter cestovného ruchu. „Preto len samostatná a samotná politika cestovného ruchu nemôže zabezpečiť plnohodnotné efekty z jeho rozvoja. Na úrovni vlády, regiónov a miest si musíme položiť otázku, či chceme, aby bol cestovný ruch skutočne kľúčovým sektorom ekonomiky alebo len doplnkovým. Ak má byť v súlade s odporúčaniami OECD kľúčovým sektorom, potom musíme prijať maximalistický súbor opatrení na podporu jeho rozvoja,“ uvádza A. Malachovský a kol.

Zároveň však autori dodávajú, že za súčasného stavu sa treba zmieriť so skutočnosťou, že sa dostavia len čiastkové úspechy. Ale tieto čiastkové úspechy a ich postupná kumulácia sa neskôr môžu stať základom úspešného rozvoja.

Slovensko môže byť cieľovým miestom na druhú dovolenku alebo na krátkodobé pobyty