

ne dní). Počas cestovania získavajú rozličné dojmy z krajiny, spolucestujúcich, dopravného prostriedku a pod. V cieľovom mieste sa musia návštevníci prispôsobiť miestnemu časovému rytmu. Zamestnanci dopravných prostriedkov, pobytových zariadení a navštívených objektov v cieľovom mieste sa starajú o ich pohodlie a uspokojujú ich potreby, organizujú im program. To, čo je pre turistov voľný čas, je pre rezidentov každodenným časom a pre zamestnancov pracovným časom. Podobne to platí aj o každodennej kultúre hostiteľov. Po uplynutí dovolenky sa turisti vrátia domov (opäť v krátkom čase) a postupne sa musia adaptovať na rytmus všedného dňa.

J. Jafari (1982) formuluje *kultúrny model cestovného ruchu*, ktorý rozlišuje kultúru turistov (hostí), kultúru rezidentov (hospodárov) a kultúru poskytovaných služieb (organizátorov a sprostredkovateľov). V nadväznosti na to M. Thiem (1994) hovorí o kultúre zdrojového regiónu, dovolenkovej kultúre, kultúre služieb a kultúre cieľového regiónu. *Model štyroch kultúr potom tvorí* (obr. 2.2):

1. kultúra zdrojového regiónu, t. j. to, čo je typické pre rezidentov v mieste obvyklého bydliska,
2. dovolenková kultúra, t. j. to, čo je typické pre návštevníkov (turistov) počas cestovania,
3. kultúra poskytovaných služieb, t. j. to, čo je typické pre všetky osoby vplyvom cestovného ruchu v určitom cieľovom mieste,
4. kultúra cieľového miesta alebo regiónu, t. j. to, čo je typické pre rezidentov cieľového miesta (regiónu).



Obrázok 2.2 **Model štyroch kultúr**

Zdroj: THIEM, M., 1994.

S týmto modelom sa stotožnila nielen kultúrna antropológia, ktorá porovnáva kultúry ľudských spoločností, ale aj sociológia. Cestovný ruch je proces prieniku kultúr – kultúry navštevovaných cieľových regiónov a kultúry ľudí – návštevníkov z vysielajúcich regiónov.

Nositeľmi *kultúry zdrojového regiónu* sú jeho rezidenti, ktorí sa zúčastňujú cestovného ruchu vo vlastnom alebo v navštívenom štáte, kde vystupujú ako návštevníci. V procese rozvoja spoločnosti preberá *dovolenková kultúra* západný vzor, ktorý sa prejavuje v životnom štýle návštevníkov a je zvyčajne v kontraste s kultúrou navštívených regiónov. *Kultúra poskytovaných služieb* je spojená s inováciami materiálnych a nemateriálnych hodnôt, napríklad oživovaním starých kultúrnych prvkov, tradícií a ich prispôbovaním novej situácii.

Gastronomický cestovný ruch sa spája s aktivitami gastronomických zariadení a udalostí, kurzami varenia, farmárskymi trhmi, návštevou špecializovaných múzeí alebo výstav. Súčasťou svetového nehmotného kultúrneho dedičstva je napr. francúzska, mexická a stredomorská gastronómia. Tradičné jedlá a nápoje, typické pre slovenské etnografické regióny, sú súčasťou organizovaných podujatí a rodinných osláv.

Aj tradičná výroba vína, piva a liehovín je prítiažlivá pre návštevníkov a je aj motívom cestovania (ako súčasť aj priemyselného cestovného ruchu). Cieľom sú exkurzie do viníc, účasť na obaračkových slávnostiach alebo návšteva vínnych pivníc, podobne aj výroba liehovín a pivovarov (niekedy sa hovorí o tzv. priemyselnom cestovnom ruchu). *Vínny (enologický) cestovný ruch* je motívom cestovania aj pre pestovateľov viniča a znalcov vína. Už v starovekom Grécku a Ríme sa venovala pozornosť vínu a najmä obaračkovým slávnostiam a božstvám (gréč. *Bacchos*, lat. *Dionýsos*). V 20. rokoch 20. storočia boli v Nemecku vytvorené tzv. *vínne cesty* spojené s výrobou a spotrebou vína. V súčasnosti existujú vínne cesty nielen v Európe (vo Francúzsku, Taliansku, Španielsku, Portugalsku, Rakúsku, Švajčiarsku), ale aj v Amerike (v USA a Argentíne), v Austrálii a Oceánii (Austrália, Nový Zéland). V strednej Európe sú známe vínne cesty v ČR, Maďarsku a v SR (Hontianska, Kamenínska, Malokarpatská, Nitrianska kráľovská alebo Tokajská).

Národný salón vín v Slovenskej republike

Od roku 2006 existuje v SR Národný salón vín v Modre, ktorý sústreďuje 100 najlepších vzoriek vín (biele, suché i prírodne sladké, tokajské a ružové). Poskytuje obraz o kvalite vína v šiestich vinohradníckych oblastiach v SR (Malokarpatská, Južnoslovenská, Nitrianska, Stredoslovenská, Východoslovenská a Tokajská) a svedectvo o špičkových vinároch.

V súčasnosti existujú tieto dva modely vínneho cestovného ruchu: európsky a americko-austrálsky. Európsky model sa spája so štátmi s rozvinutou kultúrou produkcie a spotreby vína. Austrálsko-americký model má charakter rozptýlenia a obchodu.

Súčasťou gastronomického cestovného ruchu SR sú aj *tematicky zamerané gastronomické podujatia*, napr. medzinárodná súťaž vo varení bryndzových halušiek v Tureckej, súťaž vo varení štiarcu v Španej Doline, Čipkárske slávnosti v Brusne (čipkárskô), Malokarpatské obaračkové slávnosti striedavo v Modre a v Pezinku, husacie hody v Chorvátskom Grobe. Stálu ponuku špecialít národnej a regionálnej gastronómie možno nájsť v pohostinských zariadeniach ako Slovenská reštaurácia, U starej matere, príležitostnú ponuku organizujú pohostinské zariadenia počas týždňa, napr. ponuka poľovnickej kuchyne alebo husacích hodov.

Cestovanie, poznávanie a práca prospešná pre spoločnosť bez nároku na odmenu sa spája s *dobrovoľníckym cestovným ruchom* (angl. *volunteer tourism*). Dôležitým kritériom je slobodná voľba a organizovanie neziskovými organizáciami. Motivačným faktorom je osobný rast, seberealizácia a následne aj nezištná pomoc rezidentom. Ide zvyčajne o stáže a pobyty spojené s odstraňovaním dôsledkov prírodných katastrof a vojnových konfliktov s cieľom zlepšenia kvality života rezidentov, zveľadenia prírodného prostredia a pomoc v oblastiach postihnutých chorobami. Významná je interakcia dobrovoľníkov a rezidentov, lepšie interkultúrne porozumenie. Dobrovoľnícky cestovný ruch pomáha odstraňovať rasovú diskrimináciu, prekonávať kultúrne a spoločenské bariéry a riešiť problémy miestnej spoločnosti. Nemá znaky masového, ale dobrodružného a udržateľného cestovného ruchu. Najväčší roz-

snahe štátu o podporu cestovného ruchu a jeho významu pre ekonomiku štátu, došlo aj vplyvom vojnových udalostí, k úpadku rozvoja cestovného ruchu. Chýbali najmä českí turisti, ktorí mali najväčší podiel na návštevnosti pred rokom 1939. Štát uplatňoval nárok na dovolenku, propagoval domáci cestovný ruch a vyzýval občanov, aby spoznávali prírodné a kultúrne atraktivity a udržali sa v prevádzke kúpeľné a turistické zariadenia.

4.2.3 Cestovný ruch vo svete a v Európe po druhej svetovej vojne

Druhá svetová vojna obmedzila rozvoj cestovného ruchu. Hlavným cieľom po vojne bola obnova ekonomiky a infraštruktúry cestovného ruchu. V ekonomicky vyspelých štátoch sa pokračovalo v rozvoji domáceho i zahraničného cestovného ruchu za účasti všetkých spoločenských vrstiev. Prudký rozvoj cestovného ruchu bol vyvolaný rastom príjmov obyvateľstva, skracovaním pracovného času, rastúcim stupňom mobility obyvateľstva, ako aj zhoršujúcim sa životným prostredím v priemyselných mestách. Významne sa zmenili formy účasti na cestovnom ruchu. Prispel k tomu rozvoj cestnej a leteckej dopravy, za ktorými zaostávala výstavba ubytovacích zariadení. V snahe uspokojiť rastúci dopyt sa začali rozvíjať nové druhy ubytovania ako autokempingy, stanové tábory a rekreačné dediny. Významným dopravným prostriedkom sa stal automobil, karavan, autokar, loď a lietadlo. Pre turistické prúdy bolo v tomto období typické cestovanie k južným prímorským strediskám a v zimnom období do horských stredísk.

V roku 1950 bolo v medzinárodnom cestovnom ruchu 25,3 mil. účastníkov a z toho na Európu pripadlo 66,5 %. V roku 1960 sa návštevnosť zdvojnásobila a dosiahla 50,3 mil. návštevníkov, z toho na Európu pripadlo 71 %.

Zapojenie jednotlivých štátov do rozvoja cestovného ruchu nebolo rovnomerné, výrazný rozdiel sa v Európe prejavil medzi krajinami v tzv. západnom bloku a východnom bloku vrátane Československa, a to nielen v závislosti od rozmiestnenia atraktivít cestovného ruchu, ale najmä ekonomických a sociálnych podmienok.

4.2.4 Cestovný ruch v Československu a na Slovensku po druhej svetovej vojne

Po druhej svetovej vojne došlo k obnoveniu Československej republiky. Postupne sa odstraňovali škody a cestovný ruch sa sľubne rozvíjal až do roku 1948, kedy došlo k spoločensko-politickej zmene. Československo sa dostalo do sféry vplyvu Sovietskeho zväzu s vedúcou úlohou komunistickej strany a so všetkými znakmi totalitného režimu. V štáte sa uplatňovala štátna kontrola nad ekonomikou, monopol na masmédiá, politická kontrola a sledovanie občanov. V rozvoji cestovného ruchu sa zdôrazňoval jeho sociálny a politicko-výchovný charakter, zahraničný cestovný ruch sa orientoval najmä na socialistické štáty.

V začiatkoch bol cestovný ruch limitovaný nedostatkom potravín a spotrebných predmetov. *Cestovný ruch sa rozvíjal najmä v organizovaných formách* ako súčasť sociálnej politiky s podporou z verejných zdrojov, pritom sa požadovalo, aby plnil ideovo-výchovné úlo-



Obrázok 5.1 **Pyramída potrieb cestovného ruchu**

Zdroj: Vlastné spracovanie.

psychické vlastnosti človeka, ktoré ako podstatné a pomerne trvalé znaky duševného života tvoria osobnosť a prejavujú sa v konaní človeka.

5.2.5 Ekologické faktory

Ekológia skúma vzťahy medzi živými organizmami vrátane človeka a ich životným prostredím. K ekologickým faktorom ovplyvňujúcim dopyt po cestovnom ruchu patrí najmä kvalita životného prostredia. *Životné prostredie* tvorí súhrn materiálnych a duchovných hodnôt, v ktorých sa odohráva, formuje a pretvára život človeka a spoločnosti, vytvárajú sa podmienky na prácu, bývanie, kultúru, rekreáciu, počnúc najširšími regionálnymi podmienkami až po mikropriestor jednotlivca na pracovisku alebo v byte. Životné prostredie tvoria tieto 3 typy: obytné, pracovné a rekreačné prostredie a ich základom je krajina, v ktorej sa nachádzajú.

Obytné prostredie má širokú územnú pôsobnosť. Možno ho ohraničiť znakmi obyvateľnosti krajiny až po vlastný byt. Je to jednota obytných priestorov, úžitkových a rekreačných plôch, spoločenských a technických zariadení. Človek trávi v tomto prostredí takmer 3/4 svojho časového fondu. Obytné prostredie je špecifické v mestskom a vidieckom osídlení. Proces urbanizácie (rast obyvateľstva žijúceho v mestách a obyvateľstva žijúceho mestským spôsobom života) vo svete dosiahol vysoký stupeň a súvisí s industrializáciou. Podiel obyvateľstva žijúceho v mestách s vyše 100 000 obyvateľmi tvorí 1/5 svetovej populácie.

Na Slovensku žije v mestách s vyše 5 000 obyvateľmi 56,2 % obyvateľov a v sídlach vidieckeho typu do 5 000 obyvateľov 43,8 % obyvateľov. Kvôli rastúcemu stupňu urbanizácie sa spája so všetkými sprievodnými znakmi.

Mestský človek žije viac-menej v umelom prostredí. Všetky hodnoty, ktoré ho obklopujú, vytvoril človek alebo sú aspoň upravené. V mestách sa koncentruje na pomerne malom,

Medzinárodný cestovný ruch vo svete

V medzinárodnom cestovnom ruchu sa v roku 2019 zaznamenalo 1,461 mld. návštevníkov (UNWTO, 2020). Medzinárodný cestovný ruch v porovnaní s rokom 2018 vzrástol o 6 %, t. j. rýchlejšie ako svetová ekonomika, ktorá rástla o 3,7 %. Cestovný ruch tak potvrdil povest' sektora so schopnosťou silného rastu. Úlohou subjektov zainteresovaných na rozvoji cestovného ruchu je, aby riadili jeho rozvoj udržateľným spôsobom, aby priniesol pre všetky štáty, regióny a ich obyvateľov pracovné a podnikateľské príležitosti.

Medzinárodný cestovný ruch generuje príjmy aj z medzinárodnej osobnej dopravy (nevykazujú sa v bilancii cestovného ruchu, ale v bilancii dopravy). Príjmy z medzinárodného cestovného ruchu v roku 2018 tvorili 1 451 mld. USD a vrátane osobnej dopravy tvoria 29 % svetového exportu služieb a 7 % svetového exportu tovaru a služieb. Príjmy z domáceho cestovného ruchu vo svete tvoria 3,5- až 4-násobok príjmov z medzinárodného cestovného ruchu.

Podľa UNWTO (2017) patrí medzinárodný cestovný ruch ako exportný sektor s 1 586 mld. USD na tretie miesto za chemikáliami (1 993 mld. USD) a palivami (1 960 mld. USD). Nasleduje automobilový priemysel (1 470 mld. USD) a potraviny (1 466 mld. USD).

Zdroj: UNWTO, 2019, 2020.

V medzinárodnom cestovnom ruchu možno z dlhodobého hľadiska pozorovať niekoľko vývojových trendov. Významné zmeny nastali v štruktúre návštevnosti regiónov. V druhej polovici 20. storočia (1950 – 2000) sa do medzinárodného cestovného ruchu zapojili mnohé nové štáty na rôznych kontinentoch a regiónoch. Kým v roku 1950 pripadlo na Európu 66,4 % návštevníkov v medzinárodnom cestovnom ruchu, v roku 2000 pri absolútnom raste počtu návštevníkov klesol podiel Európy na 57,8 % a v roku 2018 na 50,7 %. Z dlhodobého hľadiska poklesla návštevnosť Severnej a Južnej Ameriky, výrazne však vzrástla návštevnosť Ázie a Tichomoria, mierne aj Afriky a Blízkeho východu (tab. 7.2).

Štruktúra návštevnosti v medzinárodnom cestovnom ruchu v %

Tabuľka 7.2

Región/Rok	1990	2000	2005	2010	2015	2018	2019
Európa	61,8	57,8	54,9	50,7	49,9	50,7	50,8
Ázia a Tichomorie	12,7	16,8	19,3	21,7	25,0	24,8	24,9
Severná a Južná Amerika	20,3	18,5	16,5	15,9	16,1	15,4	15,0
Afrika	3,2	3,9	4,5	5,3	4,7	4,8	4,9
Blízky východ	2,0	3,0	4,8	6,4	4,3	4,3	4,4
Spolu v %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Svet v mil. návštevníkov	455,0	680,0	808,0	952,0	1 196,0	1 451,0	1 461,0

Zdroj: Prepočítané na základe štatistiky UNWTO, 2010, 2020.

Na základe vývoja návštevnosti v jednotlivých regiónoch a štátoch možno v medzinárodnom cestovnom ruchu pozorovať tieto základné tendencie pohybu turistov v turistických prúdoch:

- prevláda pohyb vnútri kontinentov, napr. medzi štátmi Európskej únie, medzi USA a Kanadou, medzi štátmi Austrálie a Oceánie;

- interkontinentálny pohyb turistov sa výraznejšie prejavuje iba medzi Európou a Severnou Amerikou, medzi Áziou a Severnou Amerikou;
- dlhodobo najväčší pohyb turistov je v Európe, ktorá mala a má vedúce postavenie v intenzite medzinárodného cestovného ruchu. Tu sa prejavuje základná tendencia turistických prúdov, ktoré vznikajú v ekonomicky najrozvinutejších štátoch, kde je vysoký stupeň urbanizácie a vysoká životná úroveň obyvateľstva.

Turistické prúdy mali vplyv aj na vývoj príjmov z medzinárodného cestovného ruchu. V roku 2018 sa Európa podieľala na príjmoch z medzinárodného cestovného ruchu 50,7 % pri ich absolútnom raste, podobne to platí aj o štátoch Ázie a Tichomoria (tab. 7.3).

Štruktúra príjmov z medzinárodného cestovného ruchu v %

Tabuľka 7.3

Región/Rok	1990	2000	2005	2010	2015	2018
Európa	54,0	49,1	51,0	44,2	37,6	50,7
Ázia a Tichomorie	15,1	18,2	20,4	27,1	29,2	24,8
Severná a Južná Amerika	26,5	28,0	21,3	19,8	25,6	15,4
Afrika	1,9	2,3	3,1	3,4	2,7	4,8
Blízky východ	2,5	2,4	4,2	5,5	4,9	4,3
Spolu v %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Svet spolu v mld. USD	255,0	475,0	682,0	975,0	1 260,0	1 451,0

Zdroj: Prepočítané na základe štatistiky UNWTO, 2010, 2019.

Pre mnohé štáty je cestovný ruch najpredávanějšíu komoditou v medzinárodnom obchode. Najnavštevovanejšie štáty s príjmami z medzinárodného cestovného ruchu zachytáva tab. 7.4.

Najnavštevovanejšie štáty s príjmami a výdavkami na medzinárodný cestovný ruch v roku 2018

Tabuľka 7.4

Štát/Ukazovateľ	Návštevníci v mil. osôb	Príjmy v mld. USD	Výdavky v mld. USD
1. Francúzsko	89,4	67,4	48,0
2. Spojené štáty americké	79,6	214,5	144,0
3. Čína (+ Macao, Hongkong)	62,9	117,3	277,0
4. Španielsko	82,8	73,8	–
5. Taliansko	62,1	49,3	30,0
6. Turecko	45,8	25,2	–
7. Nemecko	38,9	43,0	94,0
8. Spojené kráľovstvo	36,3	51,9	76,0
9. Thajsko	38,3	63,0	–
10. Mexiko	41,4	22,5	–
11. Austrália	9,3	45,0	37,0
Spolu	586,8	772,9	x
Svet spolu	1 401,0	1 451,0	x
Podiel v %	41,9	53,3	x

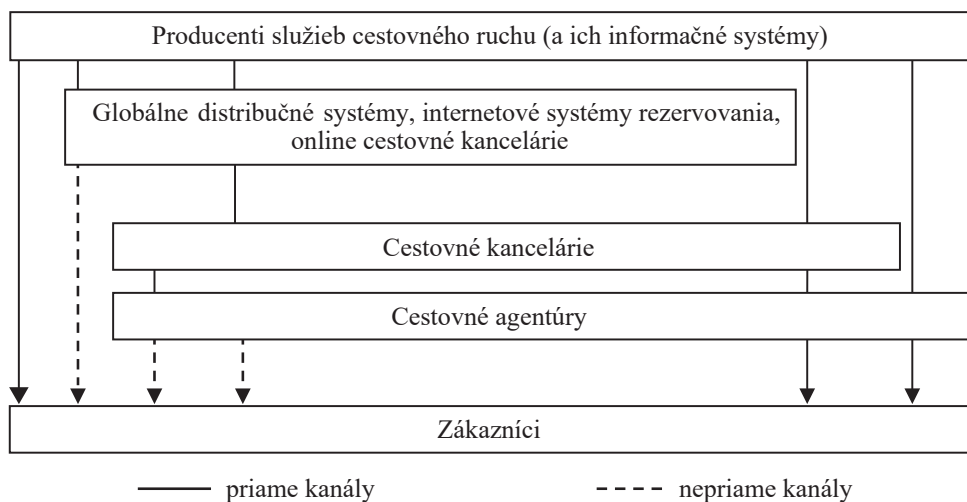
Zdroj: Prepočítané na základe štatistiky UNWTO, 2019.

11.3.3 Systémy rezervovania v cestovnom ruchu

To, či bude podnik alebo cieľové miesto predávať produkt sám alebo využije sprostredkovateľov, je dôležité a má vplyv na ekonomiku podnikania. *Distribučné kanály* v cestovnom ruchu sa delia na priame a nepriame:

- *priame distribučné kanály* – nemajú sprostredkovateľské stupne a predaj produktu si zabezpečuje sám producent služieb. To znamená, že sám robí aj prieskum trhu, šíri presvedčivé informácie o svojom produkte, nadväzuje kontakty s potenciálnymi zákazníkmi, financuje s tým spojené náklady a nesie riziko. Priamu distribúciu robia zvyčajne podniky, ktoré uspokojujú každodenný dopyt;
- *nepriame distribučné kanály* – sú založené na využívaní sprostredkovateľa pri predaji produktu.

Sprostredkovatelia produktu cestovného ruchu sú globálne distribučné systémy, internetové systémy rezervovania, online cestovné kancelárie, cestovné kancelárie a cestovné agentúry, prípadne aj turistické informačné centrá (obr. 11.1).



Obrázok 11.1 **Distribučné kanály v cestovnom ruchu**

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Významným distribučným kanálom sa stal *internet*, ktorý sa považuje za svetový informačný a komunikačný systém. Komunikácia na internete sa uskutočňuje prostredníctvom elektronickej pošty alebo na internetových stránkach, ktoré sa využívajú najmä na ponuku produktov podnikov s možnosťou získavania potrebných informácií a obchodovania, t. j. objednávania a kúpy ponúkaných služieb. Internet ponúka možnosti, ktoré skracujú distribučný kanál a znižujú náklady.

Vplyvom internetu sa výrazne zmenili distribučné kanály. Koncom 80. rokov 20. storočia sa v cestovnom ruchu využívali najmä centrálné systémy rezervovania (CRS) a neskôr ich prepojením vznikli globálne distribučné systémy (GDS). V súčasnosti umožnil internet

14.5 Barometer cestovného ruchu

Nedostatok relevantných údajov o cestovnom ruchu nielen z hľadiska návštevnosti, ale aj jeho výkonnosti, mal za následok vytvorenie špecifických nástrojov na zber údajov vyjadrujúcich podstatné stránky cestovného ruchu a jeho výkonnosti. Súčasťou týchto snáh bol napr. dovolenkový prieskum, ktorý už v roku 1962 začali v západnom Flámsku s cieľom vytvoriť tzv. *index produkcie cestovného ruchu* (Vanhove, N., 2018) a vytvorenie tzv. barometra cestovného ruchu. *Barometer cestovného ruchu* je rozšíreným nástrojom aj v iných krajinách. V Rakúsku sa od roku 1981 zostavuje *Vorarlberger Tourismusbarometer*, na Azúrovom pobreží vo Francúzsku sa od roku 1987 zostavuje *L' Observatoire du Tourisme de la Côte d'Azur*, v Nemecku vychádza *Das Sparkassen-Tourismusbarometer* a nemecký automotoklub ADAC vydáva *Reisemonitor*.

Švajčiarsky barometer cestovného ruchu vznikol v roku 2001 ako reakcia na problém nedostatku spoľahlivých údajov o cestovnom ruchu. Jeho koncepcia sa zakladá na monitorovaní cestovného ruchu v dvoch švajčiarskych kantónoch (Berner Oberland a Grisons) a dosiaľ nemá celoštátnu úroveň. Podstatou je dobrovoľná spolupráca hotelov, mládežníckych ubytovní (hostelov), víkendových chát a chalúp, kempingov, reštaurácií, lanoviek, športových, kultúrnych a zábavných zariadení a organizácií cestovného ruchu. Zúčastnené subjekty poskytujú naturálne a hodnotové údaje o cestovnom ruchu.

Obsah Švajčiarskeho barometra cestovného ruchu

- relevantné faktory ovplyvňujúce dopyt po cestovnom ruchu: dôležitými ukazovateľmi sú príjmy a ceny. Oficiálne (štátne) údaje o príjmoch a cenách sa nepublikujú každý mesiac, nie sú prispôbené cestovnému ruchu. Namiesto toho sa používa *index spotrebiteľskej klímy* (publikuje sa každé tri mesiace), vývoj cien v konkurenčných cieľových miestach (na základe cien zájazdov), výmenný kurz mien krajín vysielajúcich návštevníkov, počet hodín slnečného svitu za mesiac. Pri každom indikátore sa zmeny zaznamenávajú v porovnaní s rovnakým obdobím predchádzajúceho roka;
- odvetvia cestovného ruchu: pre každé odvetvie sa vypočítava indikátor početnosti (napr. počet prenocovaní), indikátor obratu a 1 – 3 špecifické indikátory (napr. v hoteloch priemerná tržba za prenocovanie, v reštauráciách priemerná tržba na jedno miesto pri stole, pri lanovkách prvé použitie) atď.;
- spojenie výsledkov jednotlivých odvetví sa premietne do *indexu výkonnosti cestovného ruchu* (*Tourism Performance Index – TPI*). Toto spojenie vychádza z údajov o tržbách, keďže nie všetky odvetvia činnosti môžu poskytnúť údaje o početnosti, pritom závažnosť každého odvetvia zodpovedá jeho prínosu k pridanej hodnote cestovného ruchu.

Zdroj: Tourism Review, 2008.

Švajčiarsky barometer cestovného ruchu umožňuje sledovanie nielen výkonnosti jednotlivých odvetví cestovného ruchu a regiónov, ale charakterizuje aj pozitívny a negatívny vývoj. To umožňuje podnikom a organizáciám porovnávať svoju výkonnosť v odvetví.

Od roku 2003 publikuje UNWTO *barometer svetového cestovného ruchu* (*UNWTO World Tourism Barometer*), ktorý monitoruje vývoj cestovného ruchu vo svete, a tak poskytuje sektoru cestovného ruchu včasné informácie. Barometer vychádza 4-krát za rok.

18 CESTOVNÝ RUCH V REGIONÁLNO M ROZVOJI

Cestovný ruch predpokladá existenciu vhodných prírodných a kultúrohistorických zdrojov, ktoré sa môžu stať objektom záujmu návštevníkov a zhodnocovať sa v cestovnom ruchu. Aby sa tak stalo, musí existovať dostatočný dopyt aj z mimoregionálneho prostredia a z hľadiska ponuky využitie vnútroregionálnych výrobných faktorov, najmä zdrojov práce. Cestovný ruch sa považuje za nástroj vyrovnávania regionálnych disparít. C. Kaspar (1995) hovorí o vyrovnávacej funkcii cestovného ruchu a pripomína, že sa musíme vyvarovať pred názorom, že cestovný ruch je ekonomickým „všeliekom“. S rastúcim stupňom rozvoja cestovného ruchu treba brať ohľad na jeho dlhodobu udržateľný rozvoj.

V tejto kapitole poukážeme na vplyv cestovného ruchu na rozvoj regiónu a jeho špecializáciu, na cestovný ruch ako polarizujúcu ekonomickú činnosť, udržateľnosť rozvoja cestovného ruchu v území a na meranie stupňa rozvoja cestovného ruchu v regióne.

18.1 Región a regionálny rozvoj

Región je územne vymedzený priestor na tvorbu a uskutočňovanie regionálnej a štruktúrálnej politiky. V praxi treba rozlišovať medzi regiónom ako administratívno-správnou jednotkou a účelovo vymedzeným regiónom zameraným na riešenie určitých problémov, napr. ochrany prírody a krajiny (napr. národné parky, chránené krajinné oblasti, regióny s poškodeným životným prostredím). Účelové regióny zvyčajne nerešpektujú hranice administratívno-správnych regiónov a na ich správu sa zriaďuje osobitný orgán (napr. správa národného parku). Účelový charakter majú aj regióny cestovného ruchu.

Región, ako administratívno-správna jednotka, vzniká rozdelením štátu na menšie územné celky, napr. kraje. V takto definovanej územnej jednotke sú rozmiestnené ekonomické a sociálne činnosti využívajúce miestne zdroje (prírodné, ľudské a ekonomické) zamerané na uspokojovanie potrieb⁴⁹.

Na území Európskej únie sa územia členia na menšie jednotky tak, aby bolo možné sledovať, analyzovať a vyhodnocovať stav ich ekonomického a sociálneho rozvoja. Je to dôležité aj z hľadiska čerpania podpory z fondov Európskej únie. Na meranie stupňa rozvoja sa využíva regionálna štatistika, podľa ktorej sa priestor Európskej únie člení na územné štatistické jednotky tzv. *NUTS (Nomenclature des unités territoriales statistiques)*. Na tomto základe sa vytvorili porovnateľné regióny, ktoré rešpektujú hranice a rozlohu územia, počet obyvateľov, ako aj stabilitu a súdržnosť (kohéziu) územia.

⁴⁹ Na Slovensku sú administratívno-správne regióny upravené zákonom č. 221/1996 Z. z. o územnom a správnom usporiadaní SR, ktorý vymedzuje 8 krajov a 79 okresov.

Dohody o spolupráci v cestovnom ruchu v Slovenskej republike (príklady)

Medzivládne dohody o cestovnom ruchu:

- Dohoda medzi vládou Slovenskej republiky a vládou Rakúskej republiky o spolupráci v cestovnom ruchu podpísaná 1. júla 1994 vo Viedni.
- Dohoda medzi vládou Slovenskej republiky a vládou Chorvátskej republiky o spolupráci v cestovnom ruchu podpísaná 12. februára 1996 v Záhrebe.
- Dohoda medzi vládou Slovenskej republiky a vládou Uzbeckej republiky o spolupráci v cestovnom ruchu podpísaná 17. januára 1997 v Bratislave.
- Dohoda medzi vládou Slovenskej republiky a vládou Cyperskej republiky o spolupráci v cestovnom ruchu podpísaná 21. mája 1997 v Nikózii.
- Dohoda medzi vládou Slovenskej republiky a vládou Poľskej republiky o spolupráci v cestovnom ruchu podpísaná 26. júna 1997 v Tatranskej Javorine.
- Dohoda medzi vládou Slovenskej republiky a vládou Bulharskej republiky o spolupráci v cestovnom ruchu podpísaná 3. decembra 1997 v Bratislave.
- Dohoda medzi vládou Slovenskej republiky a vládou Ruskej federácie o spolupráci v cestovnom ruchu podpísaná 28. mája 1998 v Moskve.
- Dohoda medzi vládou Slovenskej republiky a vládou Rumunskej republiky o spolupráci v cestovnom ruchu podpísaná 3. septembra 1999 v Bratislave.
- Dohoda medzi vládou Slovenskej republiky a vládou Tureckej republiky o spolupráci v cestovnom ruchu podpísaná 25. marca 2002 v Ankare.
- Dohoda medzi vládou Slovenskej republiky a Kabinetom ministrov Ukrajiny o spolupráci v cestovnom ruchu podpísaná 12. júna 2001 v Bratislave.
- Dohoda medzi vládou SR a vládou Kórejskej republiky o spolupráci v oblasti kultúry, vzdelávania a cestovného ruchu podpísaná 30. októbra 2007 v Soule.

Rezortné dohody v cestovnom ruchu:

- Dohoda medzi Ministerstvom hospodárstva Slovenskej republiky a Ministerstvom ekonomických vzťahov Maďarskej republiky o spolupráci v cestovnom ruchu podpísaná 21. marca 1996 v Budapešti.
- Dohoda medzi Ministerstvom hospodárstva Slovenskej republiky a Ministerstvom športu a cestovného ruchu Bieloruskej republiky podpísaná 19. júna 2007 v Bratislave.

So štátmi, s ktorými nie sú uzatvorené medzivládne dohody o cestovnom ruchu, upravujú vzájomné vzťahy *obchodné alebo kultúrne dohody*, ktoré majú osobitnú doložku o cestovnom ruchu. Subjektom týchto dohôd je štát a majú zvyčajne rámcový charakter.

Opatrenia týkajúce sa riešenia rôznych stránok rozvoja cestovného ruchu medzi štátmi sú predmetom aj *rezortných zmlúv a protokolov* uzatvorených medzi ústrednými orgánmi štátnej správy jednotlivých štátov. Ide najmä o otázky, ktoré patria do kompetencie ministerstiev (zahraničných vecí, zdravotníctva, hospodárstva, dopravy, centrálnej banky a pod.). Upravujú zvyčajne otázky platobného styku, zdravotnej starostlivosti, poistenia a pod. Rezortné zmluvy sa uzatvárajú zvyčajne na 5 rokov, protokoly na 1 – 2 roky a podrobnejšie vymedzujú niektoré ustanovenia dohôd o spolupráci v cestovnom ruchu.

Obchodné kontrakty uzatvárajú obchodní partneri v súlade s platnými vnútroštátnymi právnymi normami a medzinárodnými zmluvami. Obchodné kontrakty s partnermi v zahra-