

**Vidiecky cestovný ruch -
príležitosť pre rozvoj podnikania na vidieku**

CESTOVNÝ RUCH (definícia)

- Cestovné a pobytové aktivity ľudí mimo svoje obvyklé bydlisko, ktoré nie sú dlhšie ako rok a slúžia na využitie voľného času, podnikania alebo iné účely
(táto definícia je dostatočne široká na to, aby umožnila zhrnutie všetkých foriem cestovných a pobytových aktivít)
- Súbor činností zameraných na uspokojovanie potrieb súvisiacich s cestovaním a pobytom osôb mimo miesta trvalého bydliska a zvyčajne vo voľnom čase. Ich cieľom je odpočinok, poznávanie, zdravie, rozptýlenie a zábava, kultúrne a športové vyžitie, služobné cesty, t.j. získavanie komplexného zážitku

FORMY cestovného ruchu možno klasifikovať podľa :

- Účelu návštevy (dovolenky, kultúrne, zdravotné, športové cesty, návštevy priateľov, služobné cesty, návštevy konferencií)
- Trvania pobytu (víkendové, služobné cesty, dovolenkové dlhodobejšie pobyty)
- Charakteru ciest (domáce a zahraničné)
- Typu destinácie (vidiecke, mestské, prímorské, horské)
- Vzdialenosti ciest (ďaleké alebo krátke cesty)
- Vekovej štruktúry účastníkov CR (deti mládež, rodiny, seniari)

Definovanie kategórií CR má mimoriadny význam pre správne vybudovanie organizácií a produktov, ktorých cieľom je maximálne uspokojovanie potrieb účastníkov v jednotlivých segmentoch

Jednotlivé produkty zabezpečuje sektor CR v 3 čiastkových prvkoch

- Ubytovanie a stravovanie
- Atrakcie
- Sprostredkovatelia a organizátori cestovného ruchu (doprava ?)

Cestovný ruch je systém, ktorý tvoria 2 podsystémy

•1. **subjekt** / Návštevník

- nositeľ dopytu a spotrebiteľ produktu cestovného ruchu,
- každý, kto uspokojuje potreby počas cestovania a mimo miesta svojho trvalého pobytu (turista, dovolenkár, výletník)

•2. **objekt** cestovného ruchu

- nositeľ ponuky produktu, ktorý je predmetom spotreby
- všetko, čo sa môže stať cieľom cestovania a zmeny miest pobytu (cieľové miesto, podniky a inštitúcie CR)

Všetci uspokojujú potreby návštevníkov a musia spolupracovať

VÝZNAM CR pre ekonomiku spoločnosti

- Najdynamickejšie rozvíjajúce sa odvetvie svetovej ekonomiky
- SVET : Podiel CR na HDP - cca 13 %, zamestnáva – cca 11 % zamestnancov
- SR : podiel CR na HDP – cca 3,5 % (údaj z r.2006)
- EÚ : podiel CR na HDP – 3-80 % (Cyprus)
- Príležitosť – odvetvie, kde vzniká najviac pracovných príležitostí (priamo , nepriamo)
- Výhoda – zamestnáva vysoký podiel relatívne málo kvalifikovanej pracovnej sily
- Výhoda – CR je materiálovo a surovinovo nenáročné odvetvie, ktoré produkuje
- vysoký podiel pridanej hodnoty

TRENDY v cestovnom ruchu

- Zvyšuje sa priemerná dĺžka života ľudí pričom kvalita života zostáva dlhšie na vysokej úrovni- zvyšujú sa nároky na možnosti trávenia voľného času pre seniorov
- Ľudia sa snažia o zdravý životný štýl, záujem o zdravé životné prostredie
- Vďaka technologickému pokroku majú ľudia viac voľného času, zvyšujú sa nároky na možnosti športu a rekreácie, ľudia preferujú krátkodobé možnosti oddychu priamo v mestách a okolí
- Zvyšujú sa nároky na kvalitu a pestrosť služieb, intenzitu zážitkov
- Ľudia preferujú služby v zmysle „ všetko pod jednou strechou“
- Globalizáciou sa kultúrne správanie príslušníkov rôznych národov zjednocuje, z hľadiska dopytu po rôznych zážitkoch sa stále odlišuje
- S rozvojom služieb sa rodinám predlžuje voľný čas, ktorý môžu venovať regenerácii, záľubám a cestovaniu
- automobilizácia s tým súvisiaci rastúci význam infraštruktúry turistických destinácií
- (parkoviská, čerpacie stanice, technické služby)- v Európe 58 % turistov používa osobné auto, 1 % lietadlo

(trendy poskytovateľov, zákaznícke a destinačné trendy)

Výsledky prvého európskeho prieskumu medzi obyvateľmi EÚ o ich dovolenkových plánoch na rok 2009

Európska komisia zverejnila 20.03.2009 výsledky prvého európskeho prieskumu medzi obyvateľmi 27 členských krajín EÚ o ich postojoch k cestovaniu, dovolenkových plánoch a preferenciách na rok 2009.

Prieskum sa realizoval na vzorke 27 000 náhodne vybraných občanov EÚ starších ako 15 rokov v priebehu februára 2009. Najmenej 50 % občanov EÚ cestuje každoročne na dovolenky, pričom vo väčšine členských krajín je toto číslo vyššie a takmer tri štvrtiny občanov uskutoční minimálne jednu dovolenku ročne.

Medzi najdôležitejšie zistenia prieskumu patria nasledovné:

- trendom je objavovanie domácej krajiny: v roku 2009 plánuje 48 % Európanov tráviť svoje dovolenky vo svojej vlastnej krajine, zatiaľ čo v roku 2008 tak urobilo 43 %
- väčšina Európanov má finančné zdroje na financovanie dovolenky: asi 4 z 10 obyvateľov EÚ, ktorí plánujú dovolenku v roku 2009 si myslia, že majú dostatočné zdroje (41 %), 40 % sa vyjadrilo, že budú musieť prehodnotiť svoje výdavky, ale stále si môžu dovoliť ísť na dovolenku. 1 z 10 opýtaných (11 %) odpovedal, že má vážne finančné problémy, ktoré by mohli mať vplyv na jeho dovolenkové plány

- vyžadovanie kvality: 33 % Európanov je zameraných na kvalitu a dávajú prednosť úžitkovej hodnote vzhľadom na cenu
- iba 19 % opýtaných si bolo takmer istých, že nebudú v roku 2009 cestovať, čo je výrazne pod percentuálnym podielom tých, ktorí necestovali v roku 2008 (32 %)
- 28 % občanov EÚ stále nie je rozhodnutých čo sa týka typu dovolenky (dĺžka a destinácia)
- počet osôb organizujúcich svoju hlavnú dovolenku individuálne v roku 2009 stúpol na 56 %, pričom sa na tento účel často využíva internet
- Európania preferujú trávenie dovolenky v tradičných turistických destináciách (54 %), zatiaľ čo 28 % by radšej išlo do nových destinácií
- 14 % by si vybralo Španielsko, ktoré bolo zároveň najpopulárnejšou destináciou na dovolenku aj v roku 2008 a takisto dominuje v plánoch na tento rok. Nasleduje Taliansko (11,9 %) a Francúzsko (11,1 %)
- 31 % občanov EÚ uviedlo, že miestne atraktivity sú hlavným dôvodom pri výbere dovolenkovej destinácie, nasleduje kultúrne dedičstvo (24 %) a možnosti zábavy (15 %)
- aj počasie zohráva svoju úlohu, keďže polovica občanov EÚ trávi svoju dovolenku v mesiacoch júl a august a 42 % uviedlo, že by sa najskôr vzdali zimnej dovolenky, keby ich financie neboli dostačujúce na uspokojenie ich celkových dovolenkových plánov. 23 % opýtaných povedalo, že by šetrili peniaze cestovaním mimo sezóny.

zdroj SACR

Dokumenty pre podporu rozvoja CR na Slovensku

1. Nová stratégia rozvoja cestovného ruchu (www.economy.gov.sk)

Strategický cieľ : *zvyšovanie konkurencieschopnosti CR na Slovensku pri lepšom využívaní potenciálu so zámerom vyrovnávania regionálnych disparít a tvorby nových pracovných príležitostí*

2. Štátna politika cestovného ruchu

Dokument vychádza z novej stratégie so zámerom zabezpečiť trvaloudržateľný rozvoj cestovného ruchu, rozvoj zamestnanosti, rozvoj podnikania, prezentáciu Slovenska.

Cieľom dokumentu je podporovať účasť domáceho obyvateľstva na rozvoji cestovného ruchu pri rešpektovaní únosnosti krajiny

3. Regionalizácia cestovného ruchu (2004)

- *východiskový dokument ďalšieho rozvoja CR, ktorý analyzuje aktuálny stav podmienok rozvoja, vyhodnocuje potenciál územia, navrhuje kategorizáciu regiónov a rozvojové priority cestovného ruchu v regiónoch*

Návrh zákona o združeniach - odporúčanie pre zakladateľov združení cestovného ruchu

Návrh zákona o podpore cestovného ruchu - schválený 4.3.2010

Vidiecky cestovný ruch

- forma cestovného ruchu spojená s pobytom vo vidieckom prostredí
- Jedna z ťažiskových foriem cestovného ruchu na Slovensku
- Je založený na aktívnom využívaní vidieckeho osídlenia pre rekreačno-turistický pobyt
- Patrí k alternatívnym možnostiam využívania voľného času
- Rozvíja regióny s malou hustotou obyvateľstva
- Cieľovými skupinami sú individuálni turisti, rodiny s deťmi
- Hlavným rekreačným faktorom sa stáva samotný vidiek, ktorý môže slúžiť ako zdroj rekreačného prostredia, ako cieľové miesto rekreácie a poznávania
- Takmer všetky obce majú predpoklady turistického využitia - postupne strácajú svoju pôvodnú hospodársku funkciu a majú prírodný a kultúrny potenciál pre rozvoj CR(väzba na rekreačné územie, ekologicky kvalitné prostredie, blízkosť dopravných trás, územia s rozvinutým turizmom výhodou) - 42 % populácie žije na vidieku, príležitosť pre rozvoj obcí
- Významným motívom pobytu na vidieku je lepšia kvalita životného prostredia, návrat človeka k prírode a odklon od masového CR k individuálnym formám využitia dovolenky

Agroturistika

- Špeciálna forma vidieckej turistiky, ktorá je úzko spätá s poľnohospodárskou produkciou
- Považuje sa za formu udržateľného cestovného ruchu
- Je založená na uspokojovaní potrieb návštevníka u agropodnikateľa alebo v poľnohospodárskom podniku (dovolenka na sedliackom dvore, na farme)
- športovo-rekreačné aktivity – jazda na koni, rybolov, poľovníctvo
- Netradičné zážitky (jazda na koči, spoznávanie a pozorovanie zvierat a rastlín)
- Tradície a remeslá (ľudové slávnosti, tkanie, rezbárstvo....)
- Aktívna účasť na farmárskych prácach (kosenie, výroba syra, konzervovanie ovocia...)
- Ekoagroturistika – ak sa realizuje na ekologických farmách

Kľúčové úlohy a aktivity rozvoja vidieckeho turizmu

Z hľadiska ekonomiky :

- Vidiecky turizmus dáva možnosť tvorby dôchodku a vytvárania pracovných miest
- Umožňuje oživiť tradičné ekonomické aktivity, ktoré upadajú a spôsobujú odliv vidiekeho obyvateľstva
- 42 % populácie žije na vidieku, zdroj zamestnanosti

Z hľadiska ochrany životného prostredia

- Vznik podnikov vidieckeho turizmu zabezpečuje ochranu životného prostredia nakoľko toto má pre vidiecky turizmus podstatný význam

Zákonné aspekty

Pre úspešný vidiecky turizmus sú nevyhnutné prijaté zákony a regulácie, nevyhnutná je aj podpora vládnych orgánov

Kvalita života

Pohyb obyvateľstva do vidieckych oblastí môže pomôcť k udržaniu životaschopnosti krajiny cez služby, ktorých poskytovanie je podstatné pre kvalitu života turistov a miestne obyvateľstvo

Udržiavanie kultúry a tradícií

Pre dôležitosť, ktorú kultúra a tradícia predstavujú pre návštevníkov, vidiecky turizmus môže zohrať dôležitú úlohu pri zabezpečení dlhoročného udržania

Kľúčové aktivity

- Rekreačná jazda na koňoch, kočiaroch, saniach
- Rybolov a poľovníctvo
- Poľnohospodárske práce
- Chov hospodárskych zvierat- koní, poníkov, oviec, kôz
- Salašníctvo
- Zber plodín, húb a liečivých rastlín
- Gastronomické ochutnávky, ovčiarske, husacie hody, ochutnávky vín, zabíjačkové hody, pikniky
- Ľudové remeslá – čipkárstvo, garbiarstvo, hrnčiarstvo, kováčstvo, košíkarstvo, drotárstvo
- Prehliadka výrobných prevádzok

Podnikanie vo vidieckom cestovnom ruchu

- Má svoje osobitosti - je ovplyvnené cieľmi, ktoré sledujú návštevníci a podnikatelia

Návštevník

- ✓ chce stráviť pobyt v zdravom a netradičnom prostredí spojený s neformálnym návratom
- ✓ k prírode a hodnotám, ktoré reprezentujú vidiek
- ✓ chce vykonávať telesnú aktivitu s cieľom starostlivosti o zdravie
- ✓ chce plnohodnotnú stravu

Podnikateľ

- ✓ uspokojovaním potrieb návštevníka zhodnocuje poľnohospodárske produkty vlastnej výroby, prípadne miestne produkty
- ✓ stimuluje rozvoj a zachovanie remesiel, zachováva a zveľadľuje ľudovú architektúru, umenie a tradície a tak ekonomicky stimuluje vidiek

pre úspech vidieckeho cestovného ruchu je dôležité

Využitie rekreačného a kultúrneho potenciálu pre cestovný ruch

Využívanie bytového fondu

Príprava obyvateľstva

Pripravenosť pre poskytovanie služieb

FORMY PODNIKANIA vo vidieckom cestovnom ruchu

Poskytovať služby vo vidieckom cestovnom ruchu možno dvomi spôsobmi

- Bez živnostenského oprávnenia
- So živnostenským oprávnením

1. bez živnostenského oprávnenia

- **prenájom nehnuteľnosti**
(okrem základných služieb (kúrenie, voda, električka) nesmú byť poskytované ďalšie služby napr. výmena bielizne, poskytovanie stravy, upratovanie)
- **Prenájom hnutel'ného majetku** (športová výstroj, bicykle, člny)
zmluvný vzťah medzi zúčastnenými stranami - ZMLUVA o nájme podľa Obč. zákonníka (občan, ktorý prenajíma, zdaňuje svoje príjmy)
- **poskytovanie služieb cez sprostredkovateľa** (TIK, CK)
zmluvný vzťah – zaradenie objektu, služby do ponuky TIK
- V prípade , že v obci je viac záujemcov o poskytovanie služieb vo vidieckom cestovnom ruchu, môže **živnostenské oprávnenie byť vydané pre obec**

2. podnikanie so živnostenským oprávnením

- v súlade so Živnostenským zákonom- Zákon č.445/1991 v znení neskorších predpisov
- musí sa jednať o sústavnú činnosť, nemôže mať príležitostný a občasný charakter a mala by sa vykonávať ako hlavná činnosť - podnikateľ ručí za svoje záväzky celým svojim majetkom (v prípade VCR sa jedná predovšetkým o individuálne podnikanie - FO)

Živnosti sa delia na :

- ohlasovacie
 - remeselné živnosti – pohostinská činnosť
 - viazané živnosti – ubytovacie služby (s poskytovaním stravovacích služieb)
 - voľné živnosti - ostatné , ubytovanie (strav. do 10 lôžok)
- koncesované - zmenárenská činnosť

Vidiecky parlament na Slovensku a problematika vidiekeho turizmu

- ❖ **Vyhlásenie účastníkov Informačného dňa Vidiekeho parlamentu, konaného 22.5.2009 v Tisovci, venovaného vidieckemu cestovnému ruchu na Slovensku**

Účastníci stretnutia, členovia a priaznivci Vidiekeho parlamentu (VIPA) na Slovensku, považujú cestovný ruch za významné odvetvie hospodárstva, ktoré pri existujúcom prírodnom a ľudskom potenciáli pomôže rozvoju slovenského vidieka zhodnocovaním jeho miestnych zdrojov.

Ďakujem za pozornosť

Ing.Janka Mikušáková

0905838999

jmikusakova@gmail.com