



Mesto BANSKÁ BYSTRICA

Komisia MsZ pre regionálny rozvoj, medzinárodné vzťahy a cestovný ruch

## Zápisnica č. 4/2012

**Dátum a miesto konania:** 19. apríla 2012, hotel Lux v Banskej Bystrici

**Zasadnutie komisie viedla:** PhDr. Ľubica Laššáková - predsedníčka komisie

**Účast' členov na zasadnutí:** prítomní – 3 členovia z radov poslancov  
neprítomní – 4 členovia z radov poslancov  
ospravedlnení – 4 členovia z radov poslancov  
prítomní – 4 členovia z radov neposlancov  
neprítomní – 2 členovia z radov neposlancov  
ospravedlnení – 2 členovia z radov neposlancov  
(viď prezenčná listina)

v rámci medzinárodnej vedeckej konferencie

### **Inovácie v cestovnom ruchu ako predpoklad konkurencieschopnosti Slovenska na medzinárodnom trhu CR**

Tematické okruhy konferencie:

1. Inovácie v cestovnom ruchu ako faktor konkurencieschopnosti na trhu
2. Inovácie produktu cestovného ruchu, regiónov a umiestnenie na trhu
3. Marketingová komunikácia na medzinárodnom trhu cestovného ruchu

Rokovanie:

Vzhľadom k tomu, že prioritou komisie je podrobné oboznamovanie sa s aktuálnym dňaním v oblasti cestovného ruchu, dovolili sme si pripraviť výjazdové zasadnutie komisie priamo na mieste, kde sa aktuálne o tejto problematike, najmä v súvislosti s inováciami v cestovnom ruchu, nielen hovorilo, ale aj živo diskutovalo.

Predsedníčka komisie PhDr. Ľubica Laššáková, privítala prítomných a ospravedlnila neprítomných členov komisie.

Ako sa v záveroch z konferencie hovorí, dovoľm si citovať vybrané pasáže:

„Medzinárodný cestovný ruch je po roku 2008 poznačený globálnou finančnou a hospodárskou krízou, ktorá pripravila mnoho ľudí o prácu a spôsobila vysoké zadlženie. Stala sa však podnetom na mobilizáciu síl, ako sa z nej vymaniť. Nástrojom správneho smerovania Európy aj v cestovnom ruchu je Stratégia Európy 2020, ktorej cieľom je zabezpečiť vysokú mieru zamestnanosti, produktivity a sociálnej súdržnosti. Aj keď potreby uspokojované v cestovnom ruchu patria k menej nevyhnutným, predsa len cestovný ruch je jedným z indikátorov prosperity hospodárstva a individuálneho blahobytu jeho účastníkov. Európska

únia usiluje o to, aby Európa zostala poprednou svetovou destináciou cestovného ruchu (jej podiel na medzinárodnom cestovnom ruchu bol 51,3 %-ný v roku 2011). Zároveň musí byť schopná zhodnotiť bohatstvo a rôznorodosť ponuky, a preto očakáva konkretizovanie iniciatív Stratégie 2020 aj v cestovnom ruchu.

Potenciálom rozvoja a naštartovaním spotreby v cestovnom ruchu nielen na Slovensku je strategická trhovú orientácia na produkty a cieľové skupiny. Nástrojom, ktorý má k tomu prispieť sú inovácie zamerané nielen na produkty a a cieľové skupiny zákazníkov, ale aj na nové technológie a odborné vedomosti, manažment a marketing, ako aj inštitucionálne inovácie zamerané na spolupráca v cieľových miestach cestovného ruchu.

Z prednesených referátov zahraničných a domácich účastníkov konferencie vyplynuli nasledovné závery a odporúčania.

1. Inováciou v cestovnom ruchu rozumieme zavedenie nových alebo významne zlepšených produktov (služieb), procesov, nových marketingových alebo organizačných metód v praxi podnikov a cieľových miest, ktoré môžu mať globálny, národný, regionálny alebo podnikový dosah.
2. Inovácie pokladáme za hybnú silu rozvoja cestovného ruchu z hľadiska rastu kvality produktu a zvýšenia hodnoty pre zákazníka, lepšieho využívania prírodného a kultúrneho dedičstva, odlíšenia sa od konkurencie a tým aj zvýšenia konkurencieschopnosti na trhu. Ide pritom o racionalizáciu výrobných a organizačných procesov, zlepšenie pracovných podmienok, zníženie negatívneho vplyvu na životné prostredie a v neposlednom rade aj o rast tržieb a zisku.
3. V cestovnom ruchu nie sú rozšírené inovácie tak ako v priemysle preto, lebo nie sú predmetom systematického výskumu a ochota inovovať je daná najmä veľkosťou podniku (prevažujú mikro- a malé podniky) a ich kapitálovým podhodnotením, kvalifikačnou štruktúrou ľudského kapitálu, intuitívnym rozhodovaním bez analytických informácií. Podnikatelia uvažujú krátkodobo a pre inovácie sa rozhodujú len vtedy, ak očakávajú rýchlu návratnosť vložených prostriedkov.
4. Zákazníci v cestovnom ruchu vnímajú služby (produkty) ako podobné, preto je nevyhnutné ich rýchlo inovovať alebo pridať im nové vlastnosti, lebo služby je možné ľahko napodobniť. Ani originálne inovácie v cestovnom ruchu nie je možné chrániť patentom. Konkurencia ich preto kopíruje a napodobňuje a tak zbavuje inovátorov konkurenčnej výhody.
5. Na Slovensku je nevyhnutné inovovať na základe použitia metódy analógie vo vzťahu ku konkurenčným štátom ( Rakúsko, Česká republika a Maďarsko). Zavádzanie inovácií na základe osvedčených modelov fungovania organizačnej štruktúry, financovania, marketingu, produktu, zdrojových trhov môže ušetriť nielen čas, ale aj financie a zrýchliť tempo rozvoja cestovného ruchu. Dôkazom toho je doterajšia prax.
6. Podniky a organizácie cestovného ruchu musia inovovať svoje služby, inak neprežijú na trhu. V cestovnom ruchu sa na získanie konkurenčnej výhody využíva najmä kvalita poskytovaných služieb, zmena podnikového imidžu, značka, zavádzanie informačných a komunikačných technológií do procesov a ich využívanie v distribúcii a marketingovej komunikácii. Inovácie sa pritom nemôžu zneužívať na zvyšovanie cien produktov. Ich význam spočíva v postupnej zmene produktu, udržaní existujúcich trhov, ich rozširovaní a získavaní nových trhov.
7. K inováciám v cestovnom ruchu je nevyhnutné pristupovať z hľadiska vonkajších zdrojov (demografické a sociálne zmeny, zdravý životný štýl a formy využívania voľného

času, ekologické uvedenie, dôraz na bezpečnosť, využívanie IKT v rozhodovaní, kvalita za peniaze), ktoré sú variabilné, nie je možné ich plánovať a majú podobu trendov v dopyte. Okrem toho rozhodujúce sú vnútorné zdroje (ľudský kapitál, nové technológie a procesy), ktoré sú vo veľkých podnikoch súčasťou stratégie, plánujú sa a sú zdrojovo zabezpečené. V cieľových miestach sa integrujú prírodné a kultúrno-historické a spoločenské atraktivity, ktoré predstavujú jedinečnosť (USP), spolu s infraštruktúrnou vybavenosťou a službami vyžadujú marketingovú podporu nových alebo inovovaných produktov (balíkov) a sú výsledkom spolupráce verejného a súkromného sektora vrátane miestneho obyvateľstva.

8. Subjekty zainteresované na rozvoji cestovného ruchu v cieľových miestach majú preto koordinovať svoje postupy, kooperovať a vytvárať organizačné štruktúry a tak aj podmienky pre inovácie a získanie konkurenčnej výhody na trhu. Osobitné poslanie v tomto procese má politika štátu v cestovnom ruchu. Aj preto je nevyhnutná reštrukturalizácia sektora cestovného ruchu cestou kooperácie a koncentrácie a v cieľových miestach, ktorá bude mať za následok vyššiu koncentráciu zdrojov, prinesie možnosti úspor z rozsahu a potenciálnych inovácií.

9. Konkurenčné výhody inovácií v cestovnom ruchu je nevyhnutné posudzovať z hľadiska produktu (jeho jedinečnosti, kvality, značky), zákazníka (vyššia pridaná hodnota, lepšie uspokojenie potrieb), z hľadiska inovátora (rast dopytu, vyššie tržby a efektívnosť podnikania), obyvateľstva cieľových miest (pracovné príležitosti, vyššia kvalita života a životného prostredia) i z hľadiska cieľového miesta (rast atraktívnosti a konkurencieschopnosti na trhu cestovného ruchu).

10. Inovácie a podpora rozvoja cestovného ruchu sú aj jedným z riešení hospodárskych problémov Slovenska spôsobených neproporcionálnou štruktúrou ekonomiky, ktorá spôsobuje vysoké výkyvy v období hospodárskej recesie. Z národohospodárskeho hľadiska môžu inovácie priniesť výrazné zvýšenie príjmov z cestovného ruchu na úrovni štátu, regiónov a cieľových miest. Touto cestou je možné znížiť priepastné medziregionálne disparity a vysokú mieru nezamestnanosti. Dôkazom je rozvoj cestovného ruchu meraný napr. počtom prenocovaní a príjmami v okolitých štátoch.

Účastníci konferencie pokladajú za dôležité, aby jej závery a odporúčania využili:

a) orgány verejnej správy a samosprávy s cieľom rešpektovať politiku Európskej únie v rozvoji cestovného ruchu, osobitne pri formovaní podmienok podnikania, podpore výskumu cestovného ruchu, tvorbe kvality ako faktora konkurencieschopnosti a formovania imidžu krajiny v zahraničí,“

V závere sa prítomní dohodli, že nasledujúce zasadnutie Komisie MsZ pre RR, MV a CR sa uskutoční v termíne po 20.05. 2012 o 15.00 hod. v zasadačke č. 250 na 2. poschodí MsÚ.

PhDr. Ľubica Laššáková, predsedníčka komisie, poďakovala prítomným členom komisie za účasť aj diskusiu a výjazdové zasadnutie komisie ukončila.

V Banskej Bystrici: 25.04.2012

Zapísal: Ing. Peter Cibul'a

.....  
PhDr. Ľubica Laššáková  
predsedníčka komisie