

Trendy a prístupy v podpore a rozvoji vidieckeho cestovného ruchu

Bihuňová, M., Štěpánková, R.: Trends and Approaches of Development and Services in Rural Tourism. Životné prostredie, 2012, 46, 4, p. 204 – 208.

Slovakia has a range of natural, geographical and cultural potential for tourism development (a lot of historical sides, castles, manor houses, natural and cultural monuments, castles, manor houses, natural and cultural monuments, caves, spas etc.), including potential for rural tourism and agrotourism. Rural tourism and agrotourism is a "tool", which helps to meet inhabitants of cities and villages, it is also an opportunity for economic activities of the village people. It belongs to the sustainable forms of tourism with economic, health and recreational, cultural, cognitive, scientific and social function. The demands, preferences and values are changing in the human life and in the life of all society that is why the rural tourism products and services have to be developed. Visitor's preferences with the combination of their age, travel skills and socio-cultural background "create" these 6 types of motivation (motivation to visit rural sides, villages, nature): (1) relax and fun, (2) romantic holiday, (3) contact with locals and traditions, (4) short time holiday, (5) activities and curiosity, (6) visit of nature.

Interconnection between supply in rural tourism and cultural, historical and natural potential of the locality offers wide range of the possibilities for advertising. One of the tools is a destination management. Nature based tourism and recreation in the forest was the main topic of COST E33 international project, which offer complex assessment of the recreational activities, demand and supply, social and economic benefits of the recreation and planning and management of the recreational sides in different European countries. There are several international organisations, which support rural and agrotourism: WTO (*World Tourism Organisation*), EUROGITES (*European Federation of Farm and Village Tourism*) and ECEAT (*European Centre for Ecological and Agricultural Tourism*).

Key words: rural tourism, agrotourism, motivation of the rural sides visit, current situation and actual problems in rural tourism, trends in rural tourism

Pobyt na vidieku má hlbokú tradíciu. Bol súčasťou vzťahu ku krajine už za čias rímskeho cisára Augusta, v stredoveku sa na vidieku rekreovala šľachta v zámockých parkoch a poľovníckych oborách. V období baroka, ale hlavne v období romantizmu, sa zámerne komponovala krajina aj s cieľom rekreovať sa. Po poľnohospodárskej a priemyselnej revolúcii (v 18. a 19. storočí) sa vo vrstvách bohatých priemyselníkov rozmáhala rekreácia vo forme lovu, rybolovu a vyhlíadkových ciest.

V rokoch 1750 až 1850 sa v Európe vytvorili základy pre masový turizmus. V tomto období sa začali ľudia

hromadne presúvať z vidieka do miest za prácou. Z pohľadu turizmu mala migrácia robotníkov veľký vplyv. Uvedomovali si rozdiel medzi mestským a vidieckym prostredím. Život v meste sa postupne stával monotónnym a stresujúcim, vidiek naopak, stále zaujímavejším. Zvyšujúci sa záujem o atraktívny vidiek bol podmienený nielen rastom kúpnej sily obyvateľstva, bohatstvom a zvyšujúcou sa úrovňou vzdelania strednej triedy, ale taktiež aj s predĺžením voľného času (Rátz, 2004).

V 20. storočí záujem o vidiecky cestovný ruch opäť rastie. Rozsiahla cestná sieť v Európe, zvyšujúci sa počet majiteľov áut, najmä po roku 1945, zvyšujúce

sa príjmy, ako aj dlhšie dovolenkové obdobie, podporili dopyt po vidieckom cestovnom ruchu. Odrazili sa na ňom aj spoločenské zmeny po roku 1989, najmä nové právne predpisy a cestovný ruch nadobudol nové rozmery. Jednou z pozitívnych zmien bolo, že sa vytvorili legislatívne a ďalšie predpoklady na rozvoj ubytovania v súkromí.

Hodnotením krajiny ako priestoru na rekreáciu sa zaoberali mnohí autori už od 70. rokov 20. storočia (Supuka, 2001). Stále je to téma aktuálna, pretože súčasná spoločnosť prináša nové nároky na rekreačné zázemie a ponuku aktivít a služieb v kontexte s novodobými technológiami a možnosťami. Problematiku rekreácie a turizmu v prírodnom prostredí v celo-európskom kontexte riešil medzinárodný projekt COST E33, v rokoch 2004 –2008. Publikované výstupy ponúkajú pohľad na postavenie rekreácie v krajinách EÚ, rozoberajú jej ekonomické a sociálne výhody, legislatívne zázemie a dokumenty týkajúce sa plánovania a manažmentu rekreačných priestorov v jednotlivých krajinách, rozdielnosť ponuky a dopytu s konkrétnymi príkladmi (Supuka a kol., 2008; Cieszewska a kol., 2010).

Vidiecky cestovný ruch v jeho špecifikách

Cestovným ruchom rozumieme 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. získanie komplexného zážitku.

Cestovný ruch je otvorený a dynamický sa vyvíjajúci systém, ktorý tvoria dva podsystemy (Gúčík a kol., 2005): subjekt/návštevník (nositeľ dopytu) a objekt cestovného ruchu (nositeľ ponuky). Ak za základ posudzovania cestovného ruchu zoberieme motiváciu návštevníkov, t. j. motív (účel), pre ktorý cestujú a pobudnú prechodne na cudzom mieste, hovoríme o *druhoch cestovného ruchu*. Ak za základ zoberieme rozličné príčiny, ktoré ho ovplyvňujú a dôsledky, ktoré prináša, ide o *formy cestovného ruchu*. Na cestovný ruch vplýva ekonomické, sociálno-kultúrne, technicko-technologické, politické, legislatívne a ekologické prostredie.



Obr. 1. Lesnícky skanzen vo Vydrove – príklad skĺbenia vzdelávacích aktivít, pobytu v prírode s možnosťou previesť sa na parnej lokomotive čiernohorskej železnice (Vydrovo pri Čiernom Balogu, 2012). Foto: Mária Bihuňová

Obr. 2. Jedinečná lokalita vinohradníckych domčekov v Starej Hore s možnosťou navštíviť staré pivničky (Stará Hora pri Sebechleboch, 2011). Foto: Mária Bihuňová



V poslednom období nielen v zahraničí, ale i na Slovensku nadobúda veľký význam cestovný ruch zameraný na pobyt v prírode. Celosvetový trend v oblasti turizmu smeruje od masového turizmu vo veľkých prímorských letoviskách k menej konzumným spôsobom trávenia voľného času, ktoré prispievajú k osobnému a kultúrnemu obohateniu návštevníka. Spoznávanie kultúrnych tradícií, osobitne špecifik regiónov sveta, sa dnes považuje za jedno z najvýnosnejších odvetví priemyslu.

Vidiecky cestovný ruch predstavuje novodobý fenomén ekonomiky vidieka, ktorý je schopný zhodnocovať prírodné a kultúrno-historické danosti územia a súčas-

ne sa môže stať nielen hlavným, ale aj doplnkovým zdrojom príjmov obyvateľstva (Mikula, 1995). Súvisí s poľnohospodárstvom minimálne v troch oblastiach: starostlivosť o krajinne celky, produkty vyrobené na statkoch a zárobková činnosť roľníkov.

Okrem atraktívnosti krajiny, dobrodružstva spojeného s poznávaním prírody a spôsobu života, tradičnej gastronómie, remeselnej výroby a tradícií je dôležitá aj ponuka služieb. Založená je na aktívnom využití vidieckeho prostredia a osídlenia na rekreačno-turistický pobyt, zväčša doplnený aj o prvky **poznávacieho turizmu** (obr. 1). Poznávanie (aktívne, pasívne) je sprostredkované rôznymi formami – skúsenosťou, zážitkom (obr. 2), pozorovaním, ústnym či písomným prenosom informácií.

Na Slovensku je 346 obcí a lokalít rozptýleného osídlenia (samoty, osady, lazy), ktoré postupne strácajú svoju pôvodnú hospodársku funkciu a stávajú sa rekreačnými objektmi. Okrem kultúrneho a prírodného potenciálu je dôležitá aj lokalizácia obce, v ktorej sa nachádzajú. Môžu mať nížinný, podhorský alebo horský charakter, čo určuje aj ich špecifické rekreačné zázemie a jedinečnú miestnu kultúru.

V rámci vidieckeho cestovného ruchu rozoznávame agroturistiku a ekoagroturistiku. Pojem **agroturistika** sa v Európe objavil už začiatkom 70. rokov minulého storočia, kedy sa najmä v mestách objavili ekologické problémy. Ľudia začali pociťovať potrebu odísť do prírody za čerstvým vzduchom, zdravou stravou a pokojom. Zmena ľudského myslenia tak položila základy agroturistiky. Agroturistika sa spája s uspokojovaním potrieb návštevníkov u agropodnikateľa alebo v poľnohospodárskom podniku (tzv. dovolenka na sedliackom dvore, resp. na farme). S tým sú spojené

Obr. 3. Biofarma Príroda – Salaš, jeden z pozitívnych príkladov rozvoja agroturizmu na Slovensku (Stupava, 2011).
Foto: Mária Bihuňová



športovo-rekreačné aktivity (napr. jazda na koni, poľovníctvo, rybárstvo a pod.), netradičné zážitky (jazda na záprahu, spoznávanie zvierat a pozorovanie ich života, spoznávanie rastlín), tradície a remeslá (ľudové slávnosti), tanec, hudba, tkanie a vyšívanie, čipkárstvo, rezbárstvo, hrnčiarstvo, príprava gastronomických špecialít). V agroturistike je možnosť aktívnej účasti na typických farmárskych prácach (kosenie a hrabanie sena, dojenie, výroba syra a masla, žatevné práce, zber ovocia, konzervovanie ovocia a zeleniny). Ak sa rozvíja na ekologicky hospodáriacich farmách (obr. 3), ide o formu udržateľného cestovného ruchu – o **ekoagroturistiku** (Pichlerová, Benčať, 2009).

Motív návštevnosti vidieka

Preferencia priorít v kombinácii s vekom, cestovateľskými skúsenosťami a sociálno-kultúrnym prostredím vytvára šesť typov pobytu na vidieku (Ehrlich, 2008):

1. *Uvoľnenie a zábaavu* hľadajú „štandardní klienti“, ktorí nevyhľadávajú osobitý zážitok. Do tejto záujmovej skupiny patria 50 a viac roční klienti alebo aj mladí ľudia.
2. *Romantický únik* hľadajú klienti požadujúci vysokú hodnotu štandardu vybavenosti. Snažia sa vyhnúť rizikám. Ide o vekovú skupinu 20 – 30 ročných, strednej až vyššej príjmovej skupiny.
3. *Vidiecki idealisti* – klienti, ktorí si vychutnávajú vidiecke prostredie aj s jeho širokou ponukou, predovšetkým však vyhľadávajú osobný kontakt a skúsenosť. Ostatné faktory majú pre nich obmedzený význam. Ide predovšetkým o mladých ľudí, nezávislých cestovateľov alebo rodiny s deťmi.
4. *Krátkodobé pobyty* realizujú klienti s kratšou dĺžkou pobytu a s nízkou mierou očakávaní. Charakteristický je pre nich stredný alebo mladší vek, vysoká odborná úroveň a časté cestovanie.
5. *Aktivita a zvedavosť* sú motívom pre aktívnych návštevníkov, ktorí pripisujú veľký význam voľnočasovým aktivitám, sú tiež nároční na ďalšie faktory (ponuka aktivít), s výnimkou štandardov vybavenosti. Navštevujú vidiecku krajinu s poslaním „objaviteľa“. Je to stredná veková skupina, dosahujú strednú a vyššiu sociálno-ekonomickú úroveň.
6. *Nadšenci prírody* si chcú naplno užiť prírodné prostredie. Nie sú nároční, sú nezávislí a spoliehajú sa viac ako ostatné skupiny na značku a certifikáty. Majú obvykle stredný vek a tiež strednú sociálno-ekonomickú úroveň (obr. 4).

Prepojenie ponuky agroturizmu s kultúrou, históriou a prírodou ponúka široké možnosti propagácie prostredníctvom **organizácie destinačného manažmentu**. Jej členom môže byť akýkoľvek podnik alebo subjekt priamo aj nepriamo profitujúci z cestovného ruchu, ktorý pôsobí na území, pre ktoré organizácia vznikla (podľa pravidiel

vyplývajúcich zo zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu alebo podľa vlastných pravidiel obsiahnutých v stanovách organizácie). Organizácia je nositeľom *know-how* pre profesionálny marketing destinácie a jej cieľný rozvoj. Mala by dostatočne poznať trh, ako aj nastupujúce trendy. Hlavným zámerom profesionálnej činnosti organizácie je myšlienka *spolu sme silnejší*, jedna destinácia znamená jeden tím (Tomášová, 2010). Bohaté skúsenosti v tejto oblasti majú také krajiny ako Írsko, Rakúsko, Taliansko, Španielsko, Grécko, ale aj susedné Česko.

Rozvoj vidieckeho cestovného ruchu, aj agroturistiky, je na Slovensku podporovaný Ministerstvom pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR a Ministerstvom hospodárstva SR. Aktivity rozvoja vidieka sú zamerané hlavne na sociálny a ekonomický rozvoj oblastí a sú súčasťou Spoločnej poľnohospodárskej politiky EÚ.

Rozvoj vidieka na Slovensku napreduje aj prostredníctvom opatrení *Programu rozvoja vidieka SR 2007 – 2013* a *Operačného programu Rybné hospodárstvo SR 2007 – 2013*.

Najvýznamnejšou medzištátnou organizáciou je *Svetová organizácia cestovného ruchu* (WTO – *World Tourism Organization*). Jej hlavným cieľom je všestranná podpora rozvoja medzinárodného cestovného ruchu. Orientuje sa najmä na ekonomický, sociálno-kultúrny a politický prínos cestovného ruchu vo svete. V oblasti vidieckej turistiky a agroturistiky je najdôležitejšou európskou organizáciou *Eurogites* (Európsky zväz vidieckej turistiky a dovolenky na sedliackom dvore). Čo sa týka ekoturistiky, európskym reprezentantom je *ECEAT* (Európske centrum pre ekologické poľnohospodárstvo a turistiku) so sídlom v Holandsku. Slovensko má zastúpenie vo všetkých horeuvedených medzinárodných organizáciách.

Súčasnosc, prognózy a problémy vo vidieckom cestovnom ruchu

Rozvoj vidieckeho cestovného ruchu je v súčasnosti dôsledkom vývoja spoločnosti a odrazom zmien jej životného štýlu (dôraz sa kladie na rozvíjanie zdravia, wellness pobyty, športové aktivity, získanie autentického zážitku). Súvisí aj so zmenou životných hodnôt, vzrastajúcou potrebou byť v úzkom kontakte s prírodou, tradíciou, domovom, ale aj zmenou kvality prostredia.

Okrem vnútorných faktorov rozvoja cestovného ruchu treba spomenúť aj vonkajšie:

- rast fondu voľného času, možnosť rozdelenia dovolenky na niekoľko kratších úsekov;
- práca na skrátený úväzok, flexibilná pracovná doba;
- rast priemernej dĺžky života populácie, ktorá má dostatočný ekonomický potenciál, relatívne dobrý zdravotný stav a aktívny prístup nezaťažený tradičnou sezónnosťou, školskými prázdninami;



Obr. 4. Rozvoj vidieckeho turizmu podporuje aj organizácia podujatí inšpirovaných históriou a tradičnými remeslami obce – slávnosti dreva v obci Volary (ČR, 2012). Foto: Mária Bihuňová

- nárast informovanosti a flexibility (reklama, nákup pobytov cez internet, rôznorodá, aj špeciálne orientovaná ponuka).

V rámci Európy predstavuje podiel vidieckeho cestovného ruchu na cestovnom ruchu krajiny veľmi rôzne hodnoty (v rozmedzí 2 – 40%) v závislosti od krajiny. V prevažnej miere je tvorený domácimi účastníkmi tej ktorej krajiny, zahraniční účastníci sú väčšinou zo susedných štátov. Dostupné údaje o cieľových skupinách a obsadenosti kapacity dokumentujú nasledovné údaje (Ehrlich, 2008):

- 95 % návštevníkov je domácich (prichádza z rovnakej krajiny);
- 80 % z nich má trvalé bydlisko vzdialené menej ako tri hodiny cesty, čo je príčinou krátkodobých pobytov;
- priemerné ročné obsadenie kapacít je na úrovni 20 – 25 %, ale môže byť aj veľmi nízke na úrovni 12 – 15 %, v niektorých regiónoch ubytovacie zariadenia fungujú iba niekoľko mesiacov v roku;
- 35 % obsadenie kapacít je považované za veľmi solídny výsledok (iba menej ako 10 % zariadení dosahuje tento výsledok);
- priemerná dĺžka pobytu je od 1,5 dňa (vysielajúci trh je miestny), cez 3,6 dní (domáci s viac ako 4 hodinami cestovania) do približne 9 dní (zahraniční návštevníci);
- 85 % návštevníkov preferuje nezávislé ubytovanie (prenájom zariadeného domu alebo rekreačného zariadenia), iba 15 % návštevníkov preferuje a využíva tradičný štýl ubytovania, prípadne s ďalšími doplnkovými službami a menej ako 5 % očakáva, aby ubytovacie zariadenie poskytovalo aj iné služby okrem raňajok, prípadne celodennej stravy.

Veľký podiel na priaznivom vývoji vidieckeho cestovného ruchu má nárast kapacít v krajinách, ktoré sa iba nedávno začali orientovať na ponuku vo vidieckom turizme. V krajinách, v ktorých sa vidiecky cestovný ruch rozvíja už dlhodobo, je silná konkurencia medzi účastníkmi, čo má za následok zdokonaľovanie, inováciu a špecializáciu v ponuke služieb. Okrem rozširovania ponuky sa začali vytvárať komplexné balíky služieb pre jednotlivé kategórie návštevníkov: *rodinné dovolenky* (dovolenka na farme s opatrovateľskou službou, ihriskom, ZOO, možnosťou jazdy na poníkoch atď.), *aktívne dovolenky* (návštevníci pomáhajú pri zbere úrody, napr. pri vinobraní), *dobrodružné dovolenky* (turistika, jazda na koni, horskom bicykli, golf, poľovanie, nordic walking, splavy), *pôžitkárске dovolenky* (kurzy varenia, varenie s bylinkami, semináre o miestnych špecialitách – víne, syroch či alkoholických nápojoch), *kultúrne dovolenky* (semináre ohľadom zvykov a tradícií), *tvorivé dovolenky* (maľovanie, hrnčiarstvo, kurzy fotografovania), *relaxačné dovolenky* (sauny, masáže, plavecký bazén, krčmičky), *špecializované dovolenkové pobyty pre vodičkarov a ľudí s obmedzenou možnosťou pohybu* (Juhászová, 2003).

Okrem prínosov a pozitív, ktoré súvisia s vidieckym cestovným ruchom, existujú určité obmedzenia, ktoré limitujú jeho rozvoj. Patria sem:

- kvalita a komplexnosť poskytovaných služieb (často, okrem poskytnutia ubytovacích služieb (najmä ubytovania v súkromí) chýba ponuka doplnkových služieb;
- nedostatok integrácie a kooperatívneho manažmentu malých poskytovateľov produktov a služieb;
- nedostatok odborných vedomostí a zručností medzi malými poskytovateľmi služieb vo vidieckom cestovnom ruchu, pretrvávajúca jazyková bariéra;
- pasívny postoj k propagácii a predaju – spoliehanie sa na pozitívnu „ústnu“ propagáciu (odporúčania priateľov a známych), slabá propagácia Slovenska ako krajiny cestovného ruchu v zahraničí;
- nízka priemerná ročná obsadenosť kapacít a cenová hladina, ktorá neumožňuje reprodukciu a ďalšiu inováciu služieb;
- neexistujúce medzinárodné značky alebo certifikáty, ktoré by umožnili „virtuálnu dôveru“ medzi návštevníkmi;
- výrazná regulácia a štatutárne požiadavky predstavujúce, v závislosti od krajiny, dodatočné administratívne prekážky pre drobných podnikateľov.

* * *

Slovenská republika patrí medzi menšie európske krajiny, ale má pozoruhodne rôznorodý turistický potenciál – veľa historických miest, prírodné a kultúrne pamiatky, hrady, zámky, kúpele a relatívne nedotknuté

horské regióny. Vidiecka turistika, aj agroturistika, je jednou z možností hospodárskeho rozvoja obce, prispievaním k zlepšeniu štruktúry návštevnosti mikroregiónov, oživeniu lokálnych tradícií, obnoveniu *genia loci* miesta a zvýšeniu životnej úrovne obyvateľov. Patrí k perspektívnym produktom cestovného ruchu spĺňajúcim požiadavky trvalo udržateľného rozvoja, pričom dosahuje ekonomickú, zdravotno-rekreačnú, kultúrno-poznávaciu, vedecko-informačnú a spoločensko-výchovnú funkciu.

Príspevok vznikol s podporou projektov VEGA 1/0769/12 a KEGA 020 SPU/2011.

Literatúra

- Ciezweska, A., Drexler, D., Bihuňová, M., Kalincák, P., Belova, O., Prochadzka, J.: Eastern Region. In: Pröbstl, U. et al. (eds.): Management of Recreation and Nature Based Tourism in European Forests. Berlin: Springer-Verlag, Heidelberg: Springer e-books, 2010, p. 115 – 140.
- Ehrlich, K.: Perspektívy rozvoja vidieckeho cestovného ruchu v Európe. Príručka vypracovaná Skupinou pre trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu. 2008. (http://www.vioregio.sk/sk/vzdelavanie/prirucka/perspektivy_cr_v_europe.php)
- Gúčík, M. a kol.: Príručka podnikateľa vo vidieckom cestovnom ruchu a agroturistike. Banská Bystrica: VOKA, 2005, 60 s.
- Juhászová, V.: Postavenie agroturistiky v rámci cestovného ruchu Rakúska. Praha: ČVUT, 2003, 66 s.
- Mikula, P.: Agroturistika v nápadach. Praha: Institut výchovy a vzdelávania MZe ČR, 1995, 40 s.
- Pichlerová, M., Benčať, T.: Cestovný ruch v krajine. Zvolen: Technická univerzita vo Zvolene, 2009, 117 s.
- Rátz, T.: European Tourism. Székesfehérvár: Kodolányi János University College, 2004, 121 p.
- Supuka, J.: Podmienky na rekreáciu v prímestských a mestských zónach na Slovensku. Životné prostredie, 2001, 35, 5, s. 234 – 238.
- Supuka, J., Štěpánková, R., Bihuňová, M., Feriancová, L.: Recreation and Nature Tourism Demand, Supply and Actual Usage. In: Sievänen, T. et al. (eds.): Forest Recreation Monitoring – A European Perspective. Helsinki: METLA, 2008, p. 216 – 226.
- Tomášová, P.: Agroturizmus potrebuje marketing. ProgressLetter, 2010, 8, 21-22, s. 6 – 9.

Ing. Mária Bihuňová, PhD., maria.bihunova@uniag.sk
Doc. Ing. arch. Roberta Štěpánková, PhD.,
roberta.stepankova@uniag.sk

Katedra záhradnej a krajinnej architektúry Fakulty záhradníctva a krajinného inžinierstva Slovenskej poľnohospodárskej univerzity v Nitre, Tulipánová 7, 949 76 Nitra