

TVORIVOSŤ A KONKURENCIESCHOPNOSŤ VIDIECKEHO REGINU

CREATIVITY AND COMPETITIVENESS OF RURAL REGION

Janka Beresecká

Slovenská poľnohospodárska univerzita
Fakulta európskych štúdií a regionálneho rozvoja, katedra regionalistiky a rozvoja vidieka
Tr. A. Hlinku 2, 949 01 Nitra, Slovenská republika
janka.beresecka@uniag.sk

Kľúčové slová

tvorivosť a kreatívna činnosť, vidiecke prostredie, konkurencieschopnosť

Keywords

creativity and creative activity, rural environment, competitiveness

Abstrakt

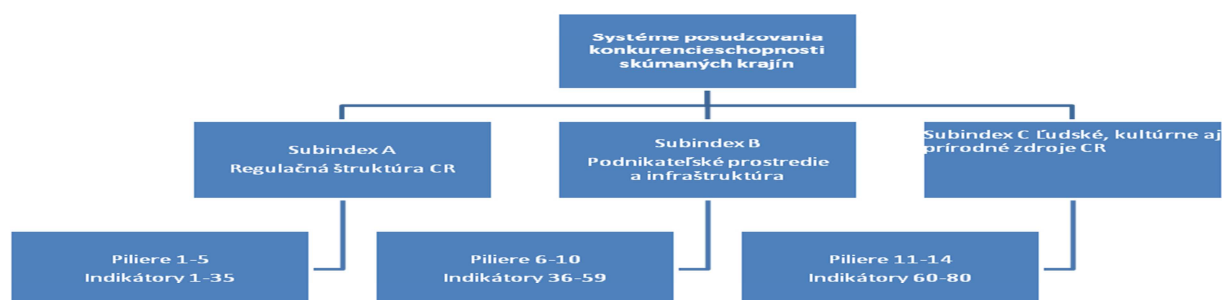
Napriek tomu, že Európa je celosvetovo najnavštevovanejším regiónom, rast počtu prichádzajúcich medzinárodných turistov je nižší ako svetový priemer. Objavujú sa nové prudko sa rozvíjajúce konkurenčné destinácie, ktoré ponúkajú inovačné produkty a služby, pri spievajúce ku konkurenčnému tlaku, ktorému Európa v celosvetovom meradle čelí. V záujme úspešného riešenia problémov, ako aj zvyšovania konkurencieschopnosti regiónov je potrebné produkty cestovného ruchu inovovať a využiť činnosť kreatívnych jedincov.

Abstract

Although Europe is the most visited region, growth in the number of incoming international tourists is lower than the world average. Emerging rapidly developing competing destinations, offering innovative products and services, increase the competition, which Europe is facing globally. In order to meet challenges, as well as increasing the competitiveness of regions need to upgrade tourism products and use creative activity of individuals.

1. Úvod

Cestovný ruch je odvetvím ekonomiky s vysokým rozvojovým potenciálom, zaznamenáva rýchle tempo rastu, generuje 9,4 % svetového HDP, priamo zamestnáva 235 miliónov ľudí, je jedným z najväčších a najrýchlejších rozvíjajúcich sa ekonomických odvetví. Existuje viacero spoločných faktorov konkurencieschopnosti krajiny z pohľadu cestovného ruchu, ako napríklad: bezpečnosť návštevníkov, dostupnosť, otvorenosť pre cezhraničný pohyb, schopnosť jazykového dorozumenia, postoj obyvateľstva a oficiálnych orgánov k návštevníkom a iné (Borovský a kol., 2008). Systém posudzovania konkurencieschopnosti krajín, podľa Novackej (2010) poskytuje obr. 1



Obr. 1 Systém posudzovania a prepočtu indexu konkurencieschopnosti skúmaných krajín, Zdroj: Novacká (2010)

Uplatnením kritérií Novacká (2010) následne uvádza prehľad konkurencieschopnosti vybraných krajín, ktoré sú uvedené v tab. 1

Tab. 1 Prehľad konkurencieschopnosti krajín na trhu cestovného ruchu v Európe v roku 2009

Krajina	Poradie v Európe	Poradie vo svete	Index	I.	Index	II.	Index	III.	Index
Česká republika	19	26	4,86	16	5,50	36	4,41	24	4,67
Maďarsko	25	38	4,45	26	5,35	42	4,06	59	3,95
Slovenská republika	26	46	4,34	34	5,20	54	3,78	55	4,05
Poľsko	32	58	4,18	72	4,44	68	3,53	29	4,56

Legenda: I. Regulačný rámec CR, II. Komerčné prostredie a infraštruktúra CR, III. Ľudské, kultúrne a prírodné zdroje, Zdroj: Novacká (2010)

Z analýzy a detailnejšieho porovnania atribútov konkurencieschopnosti uvádzame postavenie Slovenskej a Českej republiky, vzhľadom k tomu, že tieto republiky mali nástroje rozvoja cestovného ruchu rovnaké. Zmena prostredia a nástrojov sa odzrkadlila na konkurencieschopnosti v tejto oblasti.

Slovenská republika:

- z celkového počtu 140 hodnotených krajín v roku 2008 zastávala 38. pozíciu, v roku 2009 46. pozíciu, čo je pokles o 8 miest
- má výhodné postavenie v skupinách: pravidlá politiky CR a jej regulácia, zdravie a hygiena, infraštruktúra CR, ICT technológie, prírodné zdroje, kultúrne zdroje
- má nízke postavenie v skupinách: environmentálna udržateľnosť, cestovný ruch ako priorita, infraštruktúra leteckej dopravy, cenová konkurencieschopnosť v priemysle cestovného ruchu, prínosy cestovného ruchu

Česká republika:

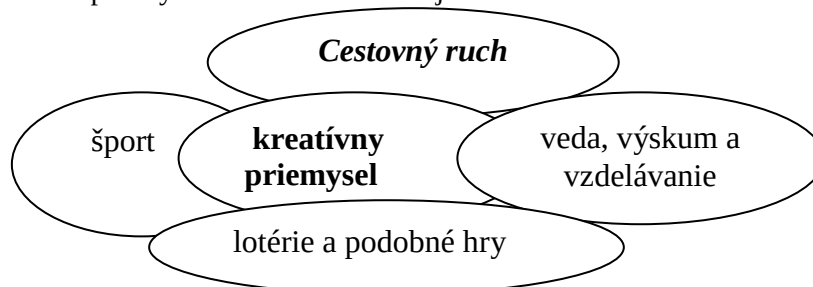
- z celkového počtu 140 hodnotených krajín v roku 2008 obhájila 30. pozíciu, rok 2009 26. pozíciu, čo je nárast o 4 miesta
- má výhodné postavenie v skupinách: infraštruktúra pozemnej dopravy, infraštruktúra cestovného ruchu, ICT technológie, ľudské zdroje, kultúrne zdroje
- nízke postavenie v skupinách: environmentálna udržateľnosť, cestovný ruch ako priorita, cenová konkurencieschopnosť v priemysle cestovného ruchu.

Za účelom porovnania bol výber krajín účelový, nakoľko tieto krajiny mali rovnaké východiská, avšak široká odborná verejnosť konštatuje, že vývoj cestovného ruchu na Slovensku nie je priaznivý z rôznych príčin. Je to: nekompletnosť konkurencieschopných produktov cestovného ruchu, malá ochota

spolupracovať pri rozvoji a koordinácii, nedostatočné zdroje financovania a podpory, obmedzené marketingové aktivity (Gúčík a kol., 2006). Iní dopĺňajú príčiny a to o: neznalosť Slovenska ako krajiny cestovného ruchu pre väčšinu potenciálnych zahraničných návštevníkov, chýbajúci imidž krajiny turizmu, nedostatočná, nejednotná údajová základňa, vysoký podiel jednoduchých a tranzitných návštevníkov, nedostatočná starostlivosť o potenciál cestovného ruchu, nepriaznivý vzťah cena - kvalita, nízka kvalita služieb, nízka cena práce v podnikoch služieb a odchod kvalitných pracovníkov do zahraničia, nedostatočne dobudované informačné služby cestovného ruchu, jazyková bariéra zamestnancov ale aj obyvateľov, nekompletnosť produktov (Pompurová, 2009, Borovský a kol., 2008).

Pritom Slovensko má v oblasti potenciálu pre cestovný ruch obrovské výhody. Prírodné podmienky sú geomorfologicky najzaujímavejšie, vytvárajú širokú škálu zaujímavosti nielen v úrovni zalesnenia krajiny a množstve minerálnych a termálnych vôd, ale aj v zachovalej ľudovej architektúre, kultúrno-historických pamiatkach (Borovský a kol., 2008). Okrem vymenovaného aj rôznorodosť atraktivít, početnosť národných parkov a sprístupnených jaskýň, kultúrne dedičstvo, ľudové umenie, hudba, zvyky, remeslá, folklór, architektúra, kultúrne programy, festivaly, priaznivá cenová úroveň pre zahraničných návštevníkov, všeobecná vzdelanostná úroveň obyvateľstva (Pompurová, 2009) vytvára významnú konkurenčnú prednosť v ponuke (Gúčík a kol., 2006) a východiská pre zostavenie žiadaného produktu.

Nositelom konkurenčných výhod sú inovácie, ktorými sú zmeny prinášajúce zvýšenú úžitkovú a pridanú hodnotu (Borovský a kol., 2008). Tieto hodnoty obohacujú produkt cestovného ruchu o kreatívnu činnosť. Tvorivosť sa tak stáva rovnako významným vstupom ako kapitál a ľudská práca. Výsledky duševnej tvorivej činnosti zabezpečuje skupina osôb, ktorá vytvára nové kreatívne obsahy a ktorú nazývame kreatívnou triedou. Kreatívna trieda, kreatívny a kultúrny priemysel je neodmysliteľnou súčasťou rozvoja cestovného ruchu. Podiel kreatívneho priemyslu na turizme v súčasnosti asi najbližšie vyjadruje podiel iných služieb na turizme (kultúra, rekreácia, iné zábavné služby a ďalšie služby) podľa satelitného účtu za rok 2008. Tento podiel je 9,4 % z celkového objemu 3 613 mil. eur. Vybrané vzťahy kreatívneho priemyslu Slovenska zobrazuje obr.2.



Obr. 2 Vybrané vzťahy kreatívneho priemyslu Slovenska, Zdroj : FLORIDA, R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life. (2002) http://www.creativeclass.com/richard_florida/books/the_rise_of_the_creative_class.

Výsledky synergie ľudskej tvorivosti, mobility, technologickej vyspelosti a záujmu človeka o humanizáciu spoločnosti, vytvárajú podmienky pre rastúcu schopnosť prijímať produkty, ktoré vplývajú na kreatívnu ekonomiku. Osobitá povaha kreatívneho priemyslu zasahuje do jeho rozvoja, resp. do ovplyvňovania podmienok, v ktorých pôsobí, nielen rozhodnutia na národnej úrovni, ale rovnako aj rozhodnutia orgánov na úrovni miestnej. (Petrášová, 2012).

Práve vidiek má vhodný, avšak nevyužitý potenciál na tvorbu klasického a doplnujúceho produktu. Potenciál vyjadruje spôsobilosť územného celku vytvoriť podmienky pre rozvoj, je rozmiestnený nerovnomerne a kvalitatívne rôznorodo. Bez potenciálu, jeho využitia, nemožno hovoriť o akomkoľvek rozvoji.

Úroveň rozvoja vidieckych regiónov je výsledkom dlhodobého procesu, ktorý je ovplyvňovaný faktormi, ktoré sa v danom území nachádzajú, ich vzájomným pôsobením, schopnosťou využitia. Mnohí autori pre potreby cestovného ruchu medzi faktory ovplyvňujúce rozvoj radia: kultúrno-historické podmienky, ktoré vnímajú ako bohatú paletu výtvorov ľudskej činnosti a priraduje k nim:

- architektonické svetské a sakrálne pamiatky - kúrie, kaplnky,

- umelecko-výtvarné diela – súsošie, náradia,
- hmotný a duchovný folklór – odevy, umelecká výroba, piesne, zvyky, tradície,
- archeologické náleziská vo voľnej prírode i muzeálne zbierky,
- miesta viažuce sa na rodiská a pôsobiská významných dejateľov,
- kultúrno-osvetové strediská
- organizované podujatia, ktoré reprezentujú regionálne odlišnosti premietnuté v tradíciách a vo folklóre daného regiónu.

Pre rozvoj vidieckeho cestovného ruchu v Slovenskej republike je podľa mnohých odborníkov predurčený Nitriansky kraj, ktorý možno z hľadiska ekonomického, charakterizovať ako poľnohospodársko - priemyselný a z hľadiska urbanistického ako kraj vidiecky. Avšak práve tento kraj je pre rozvoj domáceho cestovného ruchu málo atraktívny. Pompurová uvádza atraktivnosť krajov Slovenskej republiky, tab. 2.

Tab.2 Koeficient atraktívnosti ka1 z hľadiska uspokojeného dopytu v domácom cestovnom ruchu

Rok/územie	BSK	TTK	TSK	NSK	ŽSK	BBSK	PSK	KSK	SR
2000	4,95	2,30	2,59	2,30	5,07	4,97	6,75	3,30	32,25
2011	5,90	2,39	3,35	2,42	8,52	5,31	7,41	3,54	38,83
Spolu	5,72	2,52	3,44	2,48	6,60	5,61	7,18	3,65	37,21

Interpretácia koeficientov: atraktívnosti cieľového miesta z hľadiska uspokojeného dopytu ka1 veľmi neatraktívne : (0 - 30), neatraktívne : (30 - 50), málo atraktívne: (50-70), silno atraktívne : (70-90), veľmi silno atraktívne: (90, a viac), Zdroj: Pompurová (2009)

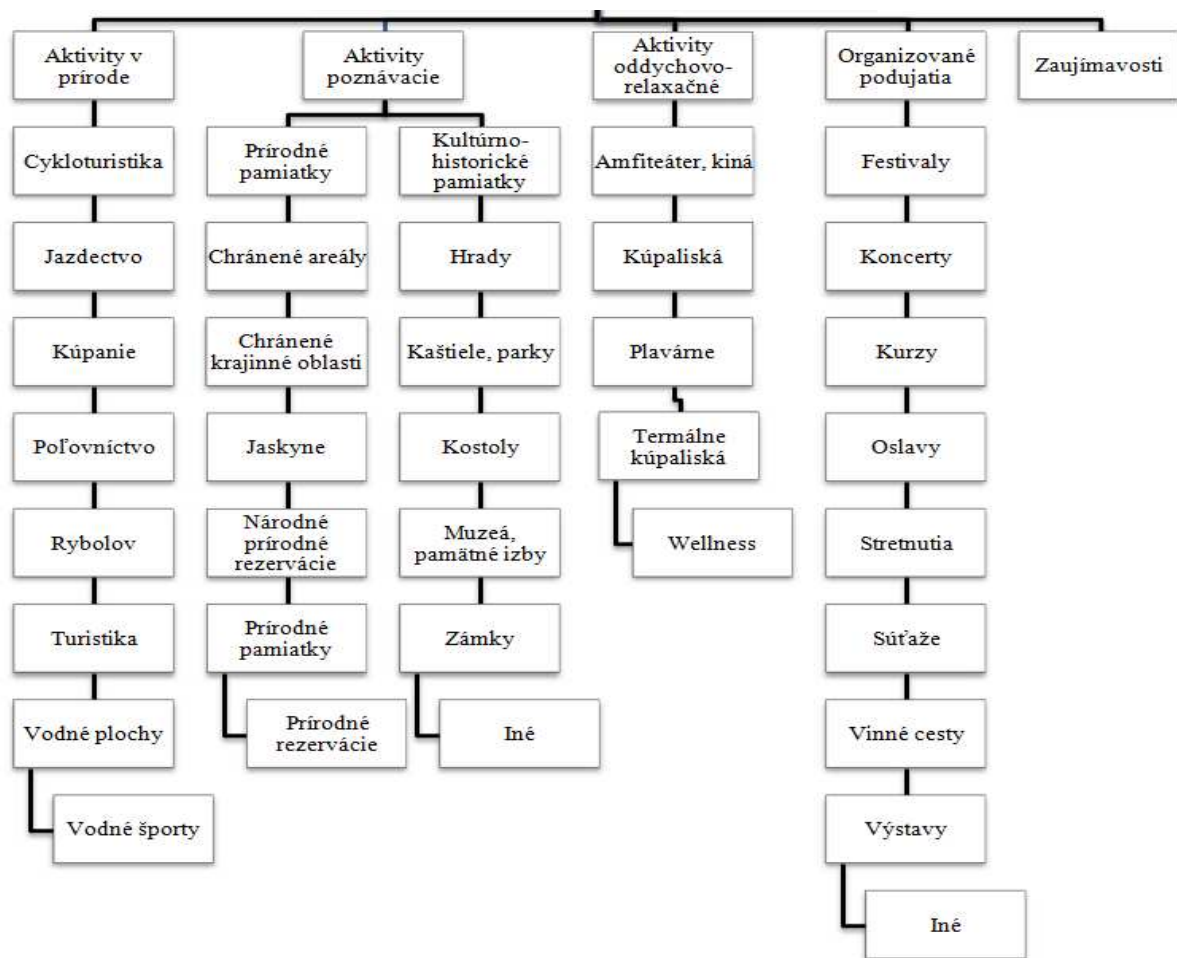
Z uvedeného vyplýva, že Nitriansky kraj je pre turistov ubytovaných na Slovensku najmenej atraktívny, ročne sa tu ubytovalo len 2,5 % obyvateľov Slovenska.

2. Cieľ práce

Cestovný ruch je atraktívne odvetvie. Aj v podmienkach Slovenska je v tomto priestore rozvojový potenciál. Najmä menej rozvinuté, zaostávajúce, vidiecke regióny vidia v rozvoji cestovného ruchu ekonomicky a sociálny prínos.

Cieľom príspevku bolo zistiť či v podmienkach Slovenskej republiky sú vytvorené predpoklady pre rozvoj cestovného ruchu. Na základe sústavy kritérií špecificky zvolených pre vidiecke prostredie uvedených v obrázku 2 sme skúmali rozvojový potenciál v typicky vidieckom regióne ako je Nitriansky kraj, na najnižšej priestorovej úrovni – obec. V rámci kraja bol vybraný typicky vidiecky okres a to Levice. Výber obcí v spomínanom okrese bol podmienený existenciou ubytovacích zariadení v danom priestore. V Levickom okrese sú to obce: Hokovce, Hronovce, Žemberovce.

Za účelom dosiahnutia cieľa boli použité primárne zdroje: osobné rozhovory s prevádzkovateľmi, so starostami obcí, pracovníkmi turistických informačných kancelárií, pracovníkmi VÚC; sekundárne zdroje: dostupná domáca a zahraničná knižná literatúra, odborné časopisy, údaje zo Štatistického úradu Slovenskej republiky. Pri spracovaní dosiahnutých údajov boli použité: technika opytovania a riadené rozhovory, metódy popisnej štatistiky, základné matematicko-štatistické metódy.



Obr.2 Kritéria pre hodnotenie potenciálu cestovného ruchu vo vidieckom priestore, Zdroj: vlastné spracovanie

3. Výsledky

Nitriansky kraj je prevažne vidiecky, pomaly rastúci región SR, s primeranou aktivitou a pozíciou, priemerným stupňom pripravenosti na inovácie, priemerne konkurencieschopný mimo centra rozvojových aktivít EÚ.

Z hľadiska socioekonomickej úrovne vykazuje Nitriansky kraj priemerné až podpriemerné hodnoty, pričom prírodný, polohový, ekonomický, kultúrny potenciál kraja je vyšší ako úroveň jeho využívania.

Postavenie okresov tohto kraja z pohľadu cestovného ruchu na základe vybraných ekonomických ukazovateľov poskytuje tab. 3.

Tab.3 Vývoj vybraných ukazovateľov v okresoch Nitrianskeho kraja

Okresy	Počet ubytovacích zariadení				Počet návštevníkov				Tržby ubytovacích zariadení v €			
	2001	2005	2010	Index 10/01	2001	2005	2010	Index 10/01	2001	2005	2009	Index 09/01
Komárno	25	23	44	1,8	25396	17283	26440	1,0	544653	662161	3127 525	5,7
Levice	26	24	35	1,3	14668	19104	33400	2,3	392874	70486	1770 800	4,5
Nitra	27	25	45	1,7	64711	74733	76909	1,2	2 031 614	2 970806	4454 253	2,2
Nové Zámky	54	64	105	1,9	57433	60640	71233	1,2	1 319 201	2 963224	4185 493	3,2
Šaľa	6	7	9	1,5	10658	8354	2057	0,2	168402	202 758	83 302	0,5
Topoľčany	14	14	18	1,3	12262	7889	9180	0,7	188864	208 075	286 066	1,5
Zlaté Moravce	11	12	14	1,3	11684	15460	15818	1,4	340584	692 331	838 326	2,5

Zdroj: ŠÚSR, vlastné spracovanie

Z údajov uvedených v tabuľke 3 je zrejmé, že aj napriek nízkemu indexu počtu ubytovacích zariadení v okrese Levice, možno dosiahnuť vysoký počet návštevníkov, čo sa do značnej miery odzrkadlilo v ekonomickom efekte. Je preto žiaduce venovať sa takémuto priestoru a identifikovať možnosti rozvoja potenciálu. Na identifikáciu boli aplikované vlastné navrhované kritéria, ktorých návrh bol zostavený na základe analýzy dopytovej stránky cestovného ruchu, podľa indikátorov uvedených v obrázku 3.

Na základe aplikovaných navrhovaných kritérií v spomínanom priestore bol identifikovaný potenciál, ktorý zobrazuje tabuľka 4. Vzhľadom k tomu, že kategória zaujímavosti je v priestore rôznorodá, bola skúmaná a označená len jedným symbolom.

Tab.4 Potenciál cestovného ruchu vo vybranom okrese a obciach Nitrianskeho kraja

Okres	Súčasný potenciál						
	Mestá, obce	Aktivity v prírode	Aktivity poznávacie		Aktivity oddychovo-relaxačné	Organizované podujatia	Zaujímavosti
			Prírodné pamiatky	Kultúrno-historické pamiatky			
 Levice							
	 Hokovce						
	 Hronovce						
	 Zemberovce						

Legenda aktivity v prírode

● Cykloturistika, ● Jazdecstvo, ● Kúpanie, ● Poľovníctvo, ● Rybolov, ● Turistika, ● Vodné plochy, ● Vodné športy

Legenda prírodné pamiatky

■ Chránené areály, ■ Chránené kraj. oblasti, ■ Jaskyne, ■ Národné prírodné rezervácie, ■ Prírodné pamiatky, ■ Prírodné rezervácie

Legenda kultúrno-historické pamiatky

▲ Hrad, ▲ Kaštieľ, ▲ parky, ▲ Kostoly, ▲ Múzeá, ▲ pamätné izby, ▲ Zámky, ▲ Iné

Legenda aktivity oddychovo-relaxačné

◐ Amfiteáter, kiná, ◐ Kúpaliská, ◐ Plavárne, ◐ Termálne kúpaliská, ◐ Wellness

Legenda organizované podujatia

★ Festivaly, ★ Koncerty, ★ Kurzy, ★ Oslavy, ★ Stretnutia, ★ Súťaže, ★ Vinné cesty, ★ Výstavy, ★ Iné

Legenda zaujímavosti

★ Zaujímavosti

Zdroj: vlastné spracovanie

Z analýzy potenciálu vo vybranom vidieckom priestore je zrejmé, že najvyššia početnosť sa prejavuje v kategórii kultúrno-historické pamiatky. Tento lokalizačný faktor je zjavne limitujúci, jeho využitie sa viaže na investície vynaložené na rekonštrukciu a údržbu. Z výsledkov primárneho výskumu s aktérmi cestovného ruchu na miestnej úrovni vyplynulo, že motívom účasti na cestovnom ruchu sa stala tvorivá činnosť jedincov, občanov vybraných obcí. Predmetom ďalšieho skúmania bola analýza uvedená v tabuľke 5 skupiny aktivít „organizované podujatia“, ktoré sú výsledkom tvorivej činnosti.

Tab. 5 Analýza skupiny potenciálu- Organizované podujatia

 Mesto Levice	Organizované podujatia	
	Festivaly	
	Koncerty	Vážnej hudby, Country fest, World etno fest Levice
	Kurzy	kreslenia, tanca, pletenia košíkov, taratových kariet,
	Oslavy	Levický jarmok , Netradičný levický jarmok Levické poľovnícke dni, Levické hradné slávnosti, Mikuláš, Boje na Hrone,
	Stretnutia	

	Súťaže	Športové súťaže v areáli kúpaliska, Levická superstar, Perlova parta – súťaž amatérskych spevákov ľudovej piesne, Súťaž o najkrajšie mesto a obec
	Vinné cesty	
	Výstavy	
	Iné	Levické divadelní dni, Karneval detí na ľade
Obec Hokovce 	Organizované podujatia	
	Festivally	
	Koncerty	
	Kurzy	
	Oslavy	Mikuláš, Deň detí
	Stretnutia	
	Súťaže	
	Vinné cesty	
	Výstavy	
	Iné	
Obec Hronovce 	Organizované podujatia	
	Festivally	
	Koncerty	
	Kurzy	
	Oslavy	
	Stretnutia	
	Súťaže	Cestný beh - každoročne organizovaný
	Vinné cesty	
	Výstavy	
	Iné	Veterán
Obec Žemberovce 	Organizované podujatia	
	Festivally	
	Koncerty	
	Kurzy	
	Oslavy	Fašiangová zábava, Fašiangový sprievod, Jánske ohne, Vianočná kapustnica, Deň učiteľov, Deň detí, Deň matiek, Čaro zrelosti – stretnutie s dôchodcami, Stretnutie detí s Mikulášom
	Stretnutia	
	Súťaže	Stolnotenisový turnaj, Súťaž – Žiak roka, Požiarnická súťaž,
	Vinné cesty	
	Výstavy	
	Iné	Prehliadka divadiel, Žemberovské remeselnícke trhy

Zdroj : vlastné spracovanie

Na základe uplatnených navrhovaných kritérií možno konštatovať, že potenciál pre rozvoj cestovného ruchu v Nitrianskom kraji v okrese Levice a obciach Hokovce, Hronovce, Žemberovce je rôznorodý a nerovnomerne rozmiestnený. Rôznorodosť organizovaných podujatí je nízka, zaujímavosti v skúmanom priestore sú málo početné a nevyužívané.

4. Záver

Vo vidieckom priestore sa nachádza rôznorodý, v niektorých skupinách aktivít aj početný rozvojový potenciál. Skoro každá obec má potenciál, ale len tá je schopná potenciál využiť, ktorá má inovatívny a tvorivý prístup. Podnikatelia v cestovnom ruchu sú významným aktivizujúcim potenciálom, ktorí aktivizujú obec, občanov a podnecujú tvorivosť a kreativitu. Kreativita sa prejavuje v organizovaných podujatiach, v rôznorodosti, nápaditosti ale hlavne tradícií.

Špecifikom toho priestoru sú tradície a atribúty národnej, materiálnej a duchovnej kultúry a kreatívne, inovatívne využitie tradícií je pre tento priestor veľká príležitosť.

Tradícia a udržateľnosť organizovaných podujatí v spojení so súčasnými trendmi, kde odborná verejnosť očakáva ďalší rast starších ľudí ako účastníkov cestovného ruchu môže výrazne ovplyvniť konkurencieschopnosť vidieckeho priestoru.

Literatúra

BOROVSKÝ, J. - SMOLKOVÁ, E. - NIŇAJOVÁ, I. 2008. *Cestovný ruch - trendy a perspektívy*. Bratislava : IURA Edition, 2008. 280 s. ISBN 978-80-8078-215-3.

GÚČIK, a kol. 2006. *Managment cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Slovak-Swiss Tourism, 2006. 224 s. ISBN 80-88945-84-4.

PETRÁŠOVÁ, V.2012 *Kreativita podnikateľov a ekonomické nástroje samosprávy na jej podporu*. In *Sociálne poslanstvo Jána Pavla II. pre dnešný svet*. Ružomberok: Katolícka univerzita, 2012, s. 484--491. ISBN 978-80-8084-956-6 (brož.).

NOVACKÁ, Ľ. 2010. *Cestovný ruch a EÚ*. 1. vyd. Bratislava : Sprint dva, 2010.160 s. ISBN 978-80-89393-26-8.

POMPUROVÁ, K. 2012 *Atraktivnosť Slovenska ako cestovného cieľa z hľadiska dopytu domáceho obyvateľstva*. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*. ISSN 0139-8660, 2012, roč. 45, č. 3, 145-148

BERESECKÁ, J. 2012 *Zvýšenie účinnosti marketingových prístupov k rozvoju vidieckeho turizmu v Nitrianskom kraji*, školiteľ: Mária Fáziková. -- 2012. -- 177 s. : grafy, ilustr. : 30 cm. -- Doktorandská dizertačná práca (PhD.). - Katedra masmediálnej komunikácie a reklamy FF UKF Nitra.

FLORIDA, R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and EverydayLife.(2002)http://www.creativeclass.com/richard_florida/books/the_rise_of_the_creative_class