

## PODMIENKY ZVYŠOVANIA KONKURENCIESCHOPNOSTI V OBLASTI CESTOVNÉHO RUCHU NA SLOVENSKU

Mišúnová Ema - Mišún Ľuboš  
doc.RNDr. Ema Mišúnová, CSc. Katedra VSaRR, NHF EU, Bratislava,  
e-mail: misunova@euba.sk  
Ing. Ľuboš Mišún Katedra tovaroznalectva a kvality tovaru, OF EU, Bratislava  
e-mail: lmisun@euba.sk

### ABSTRACT

#### Preconditions to increase the competitiveness of Slovak tourism industry

Nowadays tourism industry represents a specific sector, one of the fundamentals for region development concept in all areas – local, regional, national and international. As outcome of this, the tourism industry has to be appropriately prepared for innovation trends to hold its competitiveness.

Products of tourism industry in Slovakia have to differentiate from tourism products of surrounding countries, that Slovakia can keep its unique tourism image. To fulfill this requirement, attractive, desiderative and profitable tourism products have to be developed and maintained on our source marketplace. The main task will be to identify gaps in foreign markets and use the opportunity to place there the Slovak tourism products. Competitiveness of Slovak tourism will mainly require fast offer reaction to the customer demand.

### ABSTRAKT

Cestovný ruch dnes predstavuje špecifický sektor, ktorý je jedným zo základných pilierov koncepcií rozvoja územia na všetkých úrovniach – lokálnej, regionálnej, národnej i medzinárodnej. V dôsledku toho odvetvie cestovného ruchu musí byť adekvátne pripravené na inovačné trendy lebo len tak si zachová schopnosť konkurencie.

Produkty cestovného ruchu na Slovensku musia byť odlišiteľné od produktov okolitých krajín, aby si Slovensko zachovalo jedinečnosť svojho turistického obrazu. Preto sa musia vyformovať a prednostne rozvíjať tie produkty, ktoré sú príťažlivé, žiadané a dobre predajné na našich zdrojových trhoch. Úlohou bude hľadať a nájsť také nepokryté medzery na zahraničných trhoch, aby sa ich odhalenie využilo na predaj turistických produktov Slovenska. Konkurencieschopnosť bude vyžadovať predovšetkým rýchle reagovanie ponuky na dopyt klientov.

### KEY WORDS

Products of tourism industry, Competitiveness of Slovak tourism, Innovation trends

### KLÚČOVÉ SLOVÁ

Produkty cestovného ruchu, zvyšovanie konkurencieschopnosti, inovačné trendy

### Úvod

Rozvoj cestovného ruchu v 21. storočí podľa WTO ovplyvňujú viaceré trendy, ku ktorým patrí predovšetkým prehlbujúca sa globalizácia a od nej závislá prosperita cieľových miest, využívanie nových informačných technológií pri ponuke a distribúcii produktu, silný konkurenčný trh, rastúce preferencie účastníkov cestovného ruchu orientované na komfort, zrýchlenie dopravy, profilovanie nových foriem cestovného ruchu a pod.

Cestovný ruch dnes predstavuje špecifický sektor, ktorý je jedným zo základných pilierov koncepcií rozvoja územia na všetkých úrovniach – lokálnej, regionálnej, národnej i medzinárodnej. V dôsledku toho odvetvie cestovného ruchu musí byť adekvátne pripravené na inovačné trendy lebo len tak si zachová schopnosť konkurencie.

Produkty cestovného ruchu na Slovensku musia byť odlišiteľné od produktov okolitých krajín, aby si Slovensko zachovalo jedinečnosť svojho turistického obrazu. Preto sa musia vyformovať a prednostne rozvíjať tie produkty, ktoré sú príťažlivé, žiadané a dobre predajné na našich zdrojových trhoch. Úlohou bude hľadať a nájsť také nepokryté medzery na zahraničných trhoch, aby sa ich odhalenie využilo na predaj turistických produktov Slovenska. Konkurencieschopnosť bude vyžadovať predovšetkým rýchle reagovanie ponuky na dopyt klientov.

## 1. Vplyv európskej politiky na cestovný ruch SR

Európa<sup>1</sup> zostáva najväčším generujúcim a zároveň prijímajúcim turistickým trhom s viac ako 50% celkových svetových turistických pricestovaní a príjmov z aktívneho zahraničného cestovného ruchu. Cestovný ruch v súčasnosti ako vo svete, tak aj v európskych krajinách musí čeliť novým výzvam a nástrahám, ktorými sa stali terorizmus, nepredvídateľné prírodné katastrofy a epidémie.

Aby sa mohla EÚ vysporiadať s danými situáciami a neustále vzrastajúcou konkurenciou je potrebné, aby európske krajiny sústredili svoje spoločné úsilie na formulovanie európskej politiky cestovného ruchu. Na základe predbežných štatistických údajov v roku 2005 presiahli medzinárodné turistické pricestovania po prvýkrát v histórii 800 miliónov, čo predstavuje nárast oproti roku 2004 o 5,5%. Európa zaznamenala v roku 2005 mierny nárast o 4%. Najsilnejší rast cestovného ruchu bol zaznamenaný v severnej Európe (+7%). Medzinárodné turistické pricestovania v južnej Európe a v stredomorskej oblasti vzrástli o 6%. V tomto regióne vykázalo najväčší rast Turecko (+20%). V strednej a východnej Európe významný nárast medzinárodných turistických pricestovaní vykázali pobaltské krajiny Lotyšsko (+20%), Litva (+15%), Estónsko (+7%). V západnej Európe dosiahli najlepšie výsledky Nemecko (+6%) a Švajčiarsko (+6%).

Zo záverov Medzinárodnej konferencie o vplyve rozšírenia EÚ na cestovný ruch vyplýva, že medzi najvýznamnejšie aktivity tohto integračného zoskupenia v oblasti cestovného ruchu patrí:

- *problematika udržateľného rozvoja cestovného ruchu v Európe*
- *aktivita „cestovný ruch pre všetkých“*
- *zriaďovanie národných satelitných účtov cestovného ruchu a jednotného spoločného satelitného účtu pre celú EÚ*
- *propagácia EÚ ako turistickej destinácie.*

Najnovšou aktivitou Európskej komisie v oblasti cestovného ruchu je *projekt excelentných európskych turistických destinácií*. Jeho cieľom je propagovať európske turistické destinácie, ktorých ekonomický rast je dosahovaný spôsobom

zabezpečujúcim sociálne, kultúrne a environmentálne udržateľný rozvoj cestovného ruchu.

Rozšírenie EÚ v roku 2004 bolo spojené s celým radom zmien, ktoré mali rôzny dopad na ekonomiku jednotlivých členov zoskupenia. Vďaka vstupu nových členov do EÚ nastali v sektore cestovný ruch pozitívne zmeny, ktoré sa prejavili:

- ✓ v turistických tokoch s významným nárastom medzinárodných turistických pricestovaní
- ✓ v náraste príjmov z aktívneho zahraničného cestovného ruchu
- ✓ väčšou publicitou a propagáciou nových členských krajín EÚ a väčším mediálnym pokrytím
- ✓ zlepšením imidžu a zvýšením záujmu starých členov EÚ o nové krajiny
- ✓ nárastom počtu turistov navštevujúcich nové členské krajiny EÚ
- ✓ destinácie nových členov profitovali zo zlepšenej infraštruktúry
- ✓ vďaka zjednodušeným hraničným procedúram bola dosiahnutá ľahšia dostupnosť
- ✓ lepšie letecké spojenie bolo spôsobené tým, že nízko nákladové letecké spoločnosti rozširovali svoje aktivity do týchto teritórií
- ✓ turisti, ktorí cestovali do 10 nových krajín EÚ mohli využívať výhody plynúce z lepšej ochrany spotrebiteľa, vrátane lekárskej starostlivosti, väčšiemu rozsahu služieb a zlepšeným službám pre spotrebiteľov.

Na druhej strane jednou z nevýhod sa ukázal voľný pohyb pracovnej sily, ktorý v praxi znamenal odchod kvalifikovaných pracovníkov v sektore cestovného ruchu do krajín s vyšším príjmom. Ďalšiu nevýhodu možno spojiť so zvýšenou konkurenciou. V sektore cestovného ruchu prevažujú malé podniky, ktoré musia čeliť cenovej konkurencii, kvalite a rozsahu poskytovaných služieb. Na druhej strane EÚ10 môže v krátkodobom horizonte zúročiť výhodu plynúcu z nižších cien v porovnaní s tradičnými európskymi turistickými destináciami. Významnou otázkou zostáva problematika vízovej politiky orientovaná na zjednodušenie cestovania občanom tretích krajín, predovšetkým čo sa týka nových významných trhov akými sú Čína, India a Ruská federácia.

V rámci podpory rozvoja v období rokov 2000-2006 vyčlenila Európska komisia 3,5 % štrukturálnych fondov na rozvoj cestovného ruchu. EÚ10 majú možnosť čerpať európske finančné prostriedky na zlepšenie infraštruktúry, podporu

1

<http://www.economy.gov.sk/index/index.php?id=326>, MH SR, Medzinárodná konferencia o vplyve rozšírenia EÚ na rozvoj cestovného ruchu, Vilnius, 10.3.2006

podnikateľských aktivít a propagáciu. V novom programovom období 2007-2013 bude v rámci politiky súdržnosti EÚ zameraná podpora na rozvoj udržateľného cestovného ruchu.

Dlhodobý vplyv rozšírenia EÚ na rozvoj cestovného ruchu sa pravdepodobne odrazí na ďalšom posilňovaní intra-regionálneho cestovného ruchu. Nové členské krajiny budú profitovať zo spoločnej dopravnej politiky EÚ, ako aj zo spoločného legislatívneho rámca v oblasti harmonizácie pravidiel konkurencie v daňovej oblasti, štandardoch kvality a ochrany spotrebiteľov. Očakáva sa aj nárast kúpnej sily obyvateľstva EÚ10, čo spôsobí zvýšenie počtu cestujúcich z týchto krajín do ostatných európskych destinácií.

## **2. Cestovný ruch na Slovensku po vstupe do EÚ**

Slovensko už pred vstupom do Európskej únie bolo začlenené do viacerých medzinárodných organizácií, aby si zabezpečilo vyššiu medzinárodnú spoluprácu s okolitými krajinami. Slovenská republika je členom viacerých medzinárodných organizácií cestovného ruchu, z ktorých najdôležitejšie je členstvo vo Svetovej organizácii cestovného ruchu (WTO), členstvo vo Výbore OECD pre cestovný ruch, vo výbore pre cestovný ruch SEI a v spoločenstvách podunajských štátoch Die Donau a Arge Donau. Propagačné aktivity v cestovnom ruchu sú koordinované spoločne v rámci spolupráce krajín Višegrádskej štvorky. V rámci medzinárodnej spolupráce v cestovnom ruchu sa Slovensko chce naďalej zameriavať na plnenie povinností a záväzkov vyplývajúcich z členstva v týchto medzinárodných organizáciách a zapájať sa do rôznych projektov a iniciatív zameraných na posilňovanie medzinárodných kontaktov najmä v rámci európskeho kontinentu. Posilňovaním postavenia cestovného ruchu v EÚ a jeho koordináciou zo strany orgánov EÚ po prijatí Ústavnej zmluvy EÚ vyplývajú pre členské štáty nové úlohy a z nich aj potreba koordinovaného postupu v tejto oblasti.

Vstup Slovenska do Európskej únie nesporne ovplyvnil aj vývoj slovenského cestovného ruchu. Bez ohľadu na to, či ide o aktívny alebo pasívny cestovný ruch, treba rátať s väčšou konkurenciou a tým následnou špecializáciou. V dôsledku toho je nevyhnutné zmeniť postoj k marketingu a vytvoriť pozitívny imidž Slovenska vo svete. Z priestorového hľadiska je dôležité investovať nielen do rozvoja materiálno-technickej základne Bratislavy a Západoslovenského kraja, ale celého Slovenska. Podcenenie danej skutočnosti môže

spôsobiť, že turisti budú navštevovať Slovensko len v rámci jednoduchých výletov a dominujúcimi budú návštevníci z Rakúska alebo Českej republiky. Nebudú môcť spoznávať Slovensko ako špecifickú a rôznorodú krajinu.

Vstup do Európskej únie sa považoval za dôležitý krok k svetovej prezentácii Slovenska v zahraničí. Podľa štatistík prílev zahraničných turistov stúpa, rastú aj investície do cestovného ruchu. Ráta sa aj s väčším trhom a rastúcim počtom klientov, čo je na jednej strane pozitívne, ale na druhej strane je potrebné zvyšovať kvalitu služieb, ktorá momentálne zaostáva. V porovnaní so susednými krajinami ďaleko zaostávame aj v propagácii, ktorá je na úrovni štátu minimálna.

V štruktúre zahraničných návštevníkov po vstupe Slovenska do EÚ sa pomaly odbúravajú predsudky a zvyšuje sa informovanosť o nových členských krajinách, čo by malo mať za následok zvýšenie príjazdu západnej klientely, ktorá bola doteraz relatívne zriedkavá. Predpoklady sú také, že ak ju dokážeme zaujať a trend posilňovania leteckého spojenia so svetom bude pokračovať, tak môžeme očakávať výrazný impulz na rozvoj turizmu na Slovensku. Netreba však zanedbať ešte stále nevyužitý potenciál krajín ako Poľsko, Maďarsko, Česká republika, krajiny Pobaltia, ktoré sú pre Slovensko najprirodzenejšou destináciou.

V najbližších rokoch možno rátať s rastom miezd a životnej úrovne ľudí, čo by malo vzbudiť záujem aj o cestovanie. Očakáva sa zlepšenie podnikateľského prostredia, vyššia konkurencia a tlak na zvyšovanie kvality služieb. Podľa hodnotenia „Monitoru konkurencieschopnosti“ WTTC v Tabuľke 1 možno porovnať jednotlivé ukazovatele konkurencieschopnosti nielen niektorých stálych členov EÚ ale zároveň vybraných krajín Európy.

Tabuľka č.1

| <b>Porovnanie ukazovateľov konkurencieschopnosti niektorých európskych krajín podľa hodnotenia „Monitoru konkurencieschopnosti“ WTTC (v %)</b> |             |                              |                |                    |             |               |                             |                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------|----------------|--------------------|-------------|---------------|-----------------------------|---------------------|
| Krajina                                                                                                                                        | Cena        | Význam odvetvia CR v krajine | Infraštruktúra | Životné prostredie | Technológia | Ludské zdroje | Otvorenosť krajiny voči ACR | Spoločenské pozadie |
| Bulharsko                                                                                                                                      | 44,1        | 63,5                         | 68,3           | 47,6               | 68,9        | 73,2          | 66,3                        | 65,6                |
| Česko                                                                                                                                          | 51,2        | 89,9                         | -              | 69,4               | 85,5        | 70,7          | 76,9                        | 72                  |
| Estónsko                                                                                                                                       | 57,3        | 95,2                         | -              | 43,4               | 94,3        | 84,3          | 76,5                        | 76,1                |
| Chorvátsko                                                                                                                                     | 41          | -                            | -              | 62,5               | 74,6        | 68,2          | 67,5                        | 67,8                |
| Litva                                                                                                                                          | 60,6        | 80,5                         | -              | 59,2               | 77,5        | 81,4          | 75,9                        | 64,3                |
| Maďarsko                                                                                                                                       | 58,2        | 99                           | 79             | 61,2               | 91,6        | 81,4          | 73,9                        | 71,2                |
| Poľsko                                                                                                                                         | 30,4        | 78,9                         | -              | 54,9               | 61          | 84,3          | 70,7                        | 65                  |
| Rakúsko                                                                                                                                        | 19          | 100                          | 80,3           | 57,4               | 100         | 90,3          | 75,2                        | 88,3                |
| Rumunsko                                                                                                                                       | 54,4        | 31,7                         | 36,5           | 60,4               | 49          | 68,2          | 65,6                        | 70,2                |
| Rusko                                                                                                                                          | 54          | 35,9                         | -              | 28,8               | 64,6        | 78,6          | 35,9                        | 58,4                |
| <b>Slovensko</b>                                                                                                                               | <b>70,9</b> | <b>35,9</b>                  | <b>72,3</b>    | <b>62,6</b>        | <b>74,9</b> | <b>-</b>      | <b>72,8</b>                 | <b>52,6</b>         |
| Slovinsko                                                                                                                                      | 49,4        | -                            | -              | 59                 | 91,8        | 84,3          | 74,5                        | 84,7                |

Zdroj: MH SR

Pri chýbajúcej jednotnej európskej politike cestovného ruchu je regulácia odvetvia cestovného ruchu v členských krajinách rôzna. Vyplýva z váhy a postavenia cestovného ruchu v ekonomike štátu, z predstavy tej-ktorej vlády o stratégii rozvoja a podobne. Neexistuje teda jednotný návod na rozvoj cestovného ruchu, ktorý by bolo možné aplikovať na konkrétnu krajinu. Väčšina európskych noriem, ktoré sa týkajú aj cestovného ruchu, sa viaže na ochranu spotrebiteľa. Ochrana spotrebiteľa v EÚ má veľký význam, tvoria sa spoločné normy, suverenita krajín v tejto oblasti je dosť obmedzená. Občania EÚ sú si vedomí svojich práv a nárokov, ktoré primerane aj využívajú. Naše slovenské podnikateľské subjekty musia počítať s európskym klientom, na ktorého však ešte nie sme dostatočne pripravení.

### **3. Konkurencieschopnosť - súčasť rozvoja cestovného ruchu Slovenskej republiky**

Zo Stratégie rozvoja cestovného ruchu Slovenskej republiky do roku 2013 vyplýva, že hlavnými strategickými cieľmi rozvoja CR na Slovensku sú:

- ♦ *posilnenie postavenia odvetvia cestovného ruchu v národnom hospodárstve*
- ♦ *rast konkurencieschopnosti odvetvia cestovného ruchu Slovenskej republiky v európskom priestore*
- ♦ *rast objemu pobytového cestovného ruchu*
- ♦ *zlepšenie štruktúry návštevníkov*

Jedným z najdôležitejších strategických cieľov rozvoja CR na Slovensku je práve rast konkurencieschopnosti odvetvia cestovného ruchu Slovenskej republiky v európskom priestore.

Aktivity, ktoré by mohli podporiť dosiahnutie strategického cieľa 2 a ktoré môžu pozitívne ovplyvniť rast konkurencieschopnosti cestovného ruchu SR v európskom priestore je niekoľko:

- ♦ výraznejšia finančná podpora štátnej propagácie Slovenska ako cieľovej krajiny cestovného ruchu
- ♦ koordinácia práce na vytvorení jednotného celoštátneho turistického informačného systému
- ♦ zvýšenie intenzity podpory pri financovaní realizácie projektov zo štrukturálnych fondov EÚ a zabezpečenie ich kofinancovania z verejných zdrojov
- ♦ zjednodušenie existujúceho systému udeľovania víz a zrušenie alebo zavedenie bezplatnej vízovej povinnosti pre Ukrajinu, Rusko, Čínu.
- ♦ obnovenie a zabezpečenie údržby kultúrnych a historických pamiatok za podpory európskych štrukturálnych fondov
- ♦ v rámci celkovej marketingovej stratégie cestovného ruchu spracovanie zásady na využitie slovenského kultúrneho dedičstva v cestovnom ruchu
- ♦ informovanie potenciálnych zahraničných investorov o možnostiach a výhodách investovania do rozvoja cestovného ruchu na Slovensku

- ♦ v rámci znalostnej ekonomiky príprava odborníkov pre cestovný ruch.

Práve problematike znalostnej ekonomiky je venovaná pozornosť vo všetkých sférach ekonomického diania a nemôže absentovať ani v cestovnom ruchu. Prípravu odborníkov pre cestovný ruch treba prispôsobiť trendom globalizácie a internacionalizácie s dôrazom na vysokú odbornosť, jazykovú pripravenosť, multikulturálne aspekty, etickú zodpovednosť voči zákazníkovi a vlastníkovi podniku, ekológii prostredia a národnej kultúrnej identite. Prehodnotiť sieť stredných odborných škôl, zladovať študijné plány odborných škôl cestovného ruchu s potrebami praxe, umožňovať rekvalifikáciu skupinám nezamestnaných, zintenzívniť poradenskú a vzdelávaciu činnosť pre začínajúcich podnikateľov.

V cestovnom ruchu, v porovnaní s ostatnými odvetvami, sa veľmi ťažko uplatňujú systémy riadenia kvality. Význam kvality a jej riadenie najsilnejšie preniklo do priemyselných odvetví, postupne sa uplatňuje i v službách. Zavedenie tohto systému je pre drobné podniky cestovného ruchu ekonomicky náročné, niektorí nedostatočne chápu zásady a nástroje kvality, ktoré vedú k potrebe zmien v podniku, k ešte vyššiemu vzdelávaniu jednotlivcov aj kolektívu. V Českej republike, kde na trhu už pôsobí agentúra s predmetnou činnosťou, sa táto činnosť zavádza taktiež pomaly. Preto na začiatku bude potrebné, možno i určitou finančnou čiastkou, podporiť zavádzanie systémov kvality v zariadeniach cestovného ruchu, a to aj využitím európskych štrukturálnych fondov a prostredníctvom profesijných zväzov.

Zárukou úspešnosti slovenského cestovného ruchu v ostrej medzinárodnej konkurencii bude zachovanie priaznivého pomeru kvality k cene. Dlhodobý rozvoj cestovného ruchu nesmieme budovať na princípe nízkych cien, aj keď zatiaľ nám to prináša zisk. Turistov neodrádza vyššia cena ale nekvalitná služba, ktorá jej nezodpovedá. V tomto zmysle treba zmeniť postoje poskytovateľov služieb k cenotvorbe.

V záujme ďalšieho rozvoja cestovného ruchu na Slovensku musíme brať do úvahy, že susedné konkurenčné krajiny masívnejšie finančne podporujú štátnu propagáciu, intenzívne rozvíjajú svoje produkty, oslovujú nové cieľové skupiny. Taktiež marketingové agentúry susedných krajín majú početnejšie zastúpenia v zahraničí, než má Slovensko, ich marketing je dynamickejší a efektívnejší. Ak štát nepríspeje vyššími čiastkami na propagáciu Slovenska ako cieľovej krajiny cestovného ruchu v zahraničí, aktívny zahraničný cestovný ruch bude stagnovať bez možností oslaviť

nové trhy a intenzívnejšie sa starať o už existujúce trhy.

Za bariéry ďalšieho rozvoja cestovného ruchu možno považovať skutočnosť, že Slovensko má nezmenený zlý imidž krajiny, v ktorej nie je dostatočne zabezpečený majetok turistov proti krádeži. Negatívne pôsobí stagnovanie obnovy kúpeľných zariadení a znižovanie ich obsadenosti domácou ale aj zahraničnou klientelou. Niektoré zákony svojimi čiastkovými ustanoveniami bránia rozvoju podnikateľského prostredia v oblasti cestovného ruchu. V podnikoch cestovného ruchu pretrvávajú nerovnomerná úroveň a nedostatočná kvalita poskytovaných služieb, ktoré nedosahujú európsku úroveň

#### 4. Záver

V roku 2020 Svetová organizácia cestovného ruchu (WTO) predpokladá 6,1 mld. zahraničných ciest s turistickým cieľom. Zahraniční turisti vynaložia na cestovanie viac než dva bilióny dolárov. To predstavuje priemernú ročnú mieru rastu ciest do zahraničia 4,3 %. Je to viac ako predpokladaný 3-percentný maximálny ročný rast svetového hospodárstva. Za takýchto odhadov by bolo žiaduce, aby vďaka svojmu vysokému potenciálu možností rozvoja cestovného ruchu bola naša krajina schopná čeliť silnej konkurencii a úspešne sa uplatniť ako na európskom, tak aj svetovom trhu cestovného ruchu.

Vstupom Slovenska do EÚ nastal voľný pohyb tovaru a služieb, ktorý otvoril ponuku turistických služieb na celom teritóriu EÚ a umožnil expandovanie na nové trhy. Z hľadiska podnikateľských subjektov ide zároveň o zvýšenie konkurencie. V podnikateľskej sfére cestovného ruchu existuje rozvinuté konkurenčné prostredie prevažne malých a ekonomicky slabých podnikov poskytujúcich predovšetkým ubytovacie a stravovacie služby. Neexistujú však žiadne väčšie spoločnosti, ktoré by plnili funkcie trhového vodcu z hľadiska kvality a inovácie služieb a zlepšovania obrazu krajiny v zahraničí.

Ak by na Slovensku existovala dostatočne konkurencieschopná ponuka v domácom cestovnom ruchu, bolo by možné vplývať na čiastočnú zmenu dopytu po pasívnom zahraničnom cestovnom ruchu (PZCR), pretože nemalú časť dopytu by bol schopný absorbovať domáci trh. Z hľadiska vývoja salda cestovného ruchu by to bol nesporný prínos pre slovenskú ekonomiku.

## **Literatúra**

- [1] Stratégia rozvoja cestovného ruchu SR, do roku 2013, MH SR, Sekcia cestovného ruchu
- [2] MIŠÚNOVÁ, E.: *Geographie economique de la Slovaquie*. Vydavateľstvo Ekonóm, 2000, 2. vydanie, počet strán 136. **ISBN 80- 225- 1254-0**
- [3] MIŠÚNOVÁ, E.: Negative influence of tourist industry on ecological environment, p 389-395, *Economic and Ecology in Function of Tourism Development*, 2<sup>nd</sup> International Scientific, Economics & Ecology in Function of Tourism MIŠÚNOVÁ, E.: Malé a stredné podnikanie v cestovnom ruchu SR a regionálny rozvoj. In: *Sborník příspěvku z mezinár. konf. REGIO 2002/IMPA Karlove Vary 2002*. Vydala Západočeská univerzita v Plzni, červen 2003, s.60-73
- [4] <http://www.economy.gov.sk/index/index.php?ida=326>, MH SR, Medzinárodná konferencia o vplyve rozšírenia EÚ na rozvoj cestovného ruchu, Vilnius, 10.3.2006