KLASTRE CESTOVNÉHO RUCHU AKO FAKTOR REGIONÁLNEHO ROZVOJA V ÚZEMÍ NÍZKYCH TATIER

Bohuslava Gregorová

Abstract

At present, applies global business trend of building strategic alliances on the principle of cooperation, complementarity and especially innovation. This networking of companies can transform into a cluster. Although the concept of clusters is initially applied in industry, gradually the idea of co-operation of companies in order to increase competitiveness and improve market position, was also transferred to the field of tourism. The emergence of tourism clusters is bound to a natural area with high potential and many cultural and historical monuments. As Low Tatras are the most attractive mountains of Slovakia, tourism clusters Liptov and Horehronie were formed here. Their activity is reflected particularly in the construction of a wide range of services and tourism products, resulting in an increase in traffic and revenue growth of tourism. In this way, tourism clusters becoming a tool of regional development.

Keywords: tourism cluster, regional development, Low Tatras mountain, cluster Liptov, cluster Horehronie

Úvod

Uplatniť sa v súčasnej globálnej ekonomike je možné len prostredníctvom integrácie do rozličných partnerstiev a aliancií. Takéto sieťové podnikanie môže mať rôznu podobu, pričom tú najmodernejšiu a z hľadiska reflexie na požiadavky trhu najúspešnejšiu predstavujú klastre. Tieto združenia cielene koordinujú spoluprácu medzi podnikmi a výskumnými inštitúciami (napr. univerzity), čím dochádza k rýchlemu prenosu a implikovaniu mnohých inovácií i technológií, k zvýšeniu špecializácie a nadobudnutiu globálnej konkurenčnej výhody. Práve inovácia spolu so špecializáciou sa považuje za kritický faktor úspechu (Jemala, 2009; Prno, 2006).

Aj keď cestovný ruch predstavuje špecifický fenomén, odhliadnuc od niektorých jeho odlišností (napr. sezónnosť, rôznorodosť lokalizačných faktorov, rozdielny charakter kvalifikácie pracujúcich v cestovnom ruchu, Čuka a i., 2012), bolo možné koncepciu fungovania kooperácie podnikov na princípe klastrov, pôvodne aplikovanú v priemysle, uplatniť aj v jeho prípade. Klastre cestovného ruchu sa tak stali nositeľmi ponuky služieb a tvorcami či marketingovými propagátormi produktov cestovného ruchu. Zviditeľnenie regiónu malo za následok rast jeho návštevnosti, z čoho vyplývali ďalšie pozitívne ekonomické

dopady, a tak klastre cestovného ruchu považujeme za nástroj regionálneho rozvoja.

Teoreticko-metodologické základy výskumu fungovania klastrov cestovného ruchu v území Nízkych Tatier

Pojem klastrov bol prvýkrát použitý v roku 1990 M. Porterom v jeho diele Konkurenčná výhoda národov. Môžeme ho definovať ako geografickú koncentráciu zmluvne prepojených firiem (napr. výskumných inštitúcií, univerzít, dodávateľov, výrobcov, servisných firiem, finančných, školiacich a právnych inštitúcií) fungujúcich v jednej špecifickej oblasti, alebo v malom počte príbuzných odborov. Tieto firmy môžu medzi sebou kooperovať, navzájom si konkurovať, pričom sa snažia získať si čo najlepšie postavenie na trhu (upravené podľa Jemala, 2009; Gúčík, 2010). Zoskupením v klastru tvoria synergické efekty zvyšovaním užitočnej hodnoty pre zákazníka kompletizovaním ponúkaných produktov.

Klaster zvyčajne tvorí jadro (vedúce podniky), ďalej podporné podniky (dodávatelia, subdodávatelia), mäkká miestna infraštruktúra (miestne školy, výskumné inštitúcie i agentúry) a tvrdá podporná infraštruktúra v podobe ciest, odpadového hospodárstva atď. (Gúčík, 2010).

V stredoeurópskom priestore sa podmienky pre vznik klastrov utvorili okolo roku 2000, čo súviselo najmä s implikovaním podporných programov v rámci regionálnej politiky národných vlád. Klastre sa zakotvili do regionálnych strategických programových dokumentov ako inovačné stratégie pre podporu hospodárskeho a sociálneho rozvoja (Čuka a i., 2012). V prípade Slovenska prvé začali vznikať v automobilovom priemysle, od roku 2008 sa táto iniciatíva preniesla do oblasti cestovného ruchu. V súčasnosti na našom území na rôznom stupni (z hľadiska životného cyklu klastra) reálne funguje 10 klastrov cestovného ruchu a vznik ďalších dvoch sa pripravuje. Sú to klaster Liptov, klaster Orava, klaster Turiec, klaster Horehronie, klaster Tatry, klaster Košice, Západoslovenský klaster, Novohradský klaster, klaster Smolenice, Balneaklaster Dudince (Čuka a i., 2012).

Cieľom príspevku je popísať vznik a fungovanie klastrov cestovného ruchu Liptov i Horehronie a analyzovať ich vplyv na rozvoj územia Nízkych Tatier. Metodickými nástrojmi výskumu sa nám stali najmä štúdium dostupnej literatúry, sociologické metódy, ako napr. rozhovor a dotazník (so starostami obcí, ktoré sú členmi klastrov, s predstaviteľmi rôznych zainteresovaných inštitúcií – Jasná Nízke Tatry, Tále a. s., Hotel Partizán a. s.), mailová korešpondencia s ostatnými subjektmi, ktoré sú členmi klastrov a samozrejme terénny výskum, ktorého náplňou bolo jednak pozorovanie činnosti klastrov (v zmysle marketingových akcií) a zároveň verifikácia zistených skutočností, ako aj tých proklamovaných zo strany inštitúcií a podnikov tvoriacich klastre, ohľadne ich fungovania (zľavové karty, produkty cestovného ruchu a pod.).

Tento parciálny výskum bol súčasťou štúdia širšie koncipovanej problematiky zaoberajúcej sa priestorovými zákonitostami cestovného ruchu v Nízkych Tatrách, najmä v súvislosti s témou produktu cestovného ruchu v spomínanom území.

Vznik a fungovanie klastrov cestovného ruchu Liptov a Horehronie

Klaster cestovného ruchu môžeme definovať ako cieľenú vzájomnú spoluprácu aktérov tvorby rekreačných produktov a aktérov regionálneho rozvoja prostredníctvom cestovného ruchu, ktorá súčasne naplňa potreby turistov a zároveň podporuje podnikateľské prostredie v súlade s morálnymi a environmentálnymi nariadeniami príslušného regiónu (Čuka a i., 2012).

Vznik klastra v regióne cestovného ruchu predstavuje dlhodobý proces vychádzajúci z identifikácie potenciálu, teda prírodných a kultúrno-historických atraktivít, ktoré vyvolávajú návštevnosť. Cieľom identifikácie potenciálu a zhodnotenia vhodnosti podmienok pre založenie klastra je:

- určenie existujúcich alebo potenciálnych konkurenčných výhod, ktoré majú perspektívu ďalej sa rozvíjať,
- spracovanie stratégie na využitie kľúčových príležitostí pre podniky a zúčastnených partnerov,
- vytvorenie pridanej hodnoty pre zákazníka s možnosťou ponuky komplexného produktu cestovného ruchu pre národný, či dokonca medzinárodný trh,
- vytvorenie nových pracovných príležitostí,
- spoločné riešenie vzniknutých problémov podnikmi klastra (Gúčik, 2010; Belešová, 2009).

Keďže v podmienkach slovenskej legislatívy neexistuje žiadna právna úprava pre založenie klastrov, majú tieto spoločenstvá väčšinou podobu združení. Na tomto princípe fungujú aj klastre cestovného ruchu Liptov a Horehronie, ktoré svoje aktivity rozvíjajú na území Nízkych Tatier.

Klaster Liptov je starší, (vlastne najstarší na Slovensku vôbec), vznikol v roku 2008 a jeho zakladajúcimi členmi boli 4 najsilnejšie subjekty súkromného sektora Liptova – Thermal park Bešeňová, Aquapark Tatralandia, Jasná Nízke Tatry, Skipark Ružomberok, ako aj tri mestá – Liptovský Mikuláš, Liptovský Hrádok i Ružomberok. Neskôr sa partnermi stali ešte ďalšie organizácie, ako napr. Kúpele Lúčky, cestovná kancelária Liptour a 18 obcí. Je to organizácia destinačného manažmentu pre región Liptova, ktorá sa z neho snaží urobiť európsky rozpoznateľnú destináciu. Táto vízia a strategické zámery sú podporené aj ďalšími špecifickými cieľmi:

- cieleným pozicionovaním značky „Liptov – treba zažiť“ na domácom a zahraničných trhoch,
- budovaním aktívnych produktových radov a produktov destinácie Liptov,
- vybudovaním komplexného systému riadenia cestovného ruchu v regióne Liptova (v okresoch Ružomberok a Liptovský Mikuláš) prostredníctvom fungujúcej regionálnej organizačnej štruktúry,
- proaktívnou a ústretovou politikou s verným a potenciálnym návštevníkom Liptova (terénny výskum a http://www.klasterliptov.sk/sk/klaster_liptov.php, 3. 7. 2012).

Klaster Liptov ďalej plní nasledujúce úlohy a participuje na týchto činnostiach:

- vytvára spoločnú ponuku produktov cestovného ruchu na úrovni regiónu Liptov,
- koordinuje cenovú politiku členov klastra v súvislosti s Liptov region card,
- vytvára podmienky pre spoluprácu s klastrom Horehronie,
- aktívne prezentuje región Liptov na výstavách a veľtrhoch,
- buduje pozitívnu mienku o cestovnom ruchu na Liptove,
- podporuje a usmerňuje efektívnu územnú organizačnú štruktúru cestovného ruchu Liptova,
- zabezpečuje prenos a implementáciu skúseností, inovácií a know-how z krajín Európy,
- pripravuje a realizuje koncepčný program rozvoja cestovného ruchu v regióne,
- koordinuje rozvojové zámery a investície do atrakcií na území regiónu,
- vypracováva odborné analýzy a štúdie,
- sleduje trhové štatistiky a vyhodnocuje trendy,
- vytvára odborné zázemie pre samosprávy a podnikateľov v cestovnom ruchu,
- realizuje spoločné investičné a neinvestičné projekty,
- zvyšuje kvalitu ľudských zdrojov pracujúcich v cestovnom ruchu prostredníctvom koordinácie vzdelávacieho systému,
- podporuje a organizuje kultúrne a športové podujatia s cieľom zvyšovania návštevnosti regiónu (terénny výskum a http://www.klasterliptov.sk/sk/klaster_liptov/sluzby_pre_clenov.php, 3. 7. 2012).

Územie južnej strany Nízkyh Tatier marketingovo spravuje klaster Horehronie – združenie cestovného ruchu, ktorý sa utvoril len nedávno, v lete roku

2011. Jeho vzniku predchádzali aktivity obce Mýto pod Ďumbierom, ktorá ešte v roku 2010 vypracovala projekt v rámci Regionálneho operačného programu (prioritná os 3 – Posilnenie kultúrneho potenciálu regiónov a infraštruktúra cestovného ruchu, Opatrenie 3. 2 Podpora a rozvoj infraštruktúry cestovného ruchu – neinvestičné aktivity) na posilnenie cestovného ruchu v regióne vytvorením partnerstva medzi subjektmi súkromnej a verejnej správy. Jeho ďalšími špecifickými cieľmi bolo zostavenie stratégie rozvoja a programovej ponuky cestovného ruchu. Projekt v hodnote 150 000 € nebol podporený (interné informácie obce Mýto pod Ďumbierom), a tak obec iniciovala v spolupráci s ostatnými subjektmi cestovného ruchu Horehronia (mesto Brezno, obec Čierny Balog a Tále a. s., Tatry mountain resorts a. s., Ski centrum Mýto pod Ďumbierom a. s., Hotel Partizán a. s., Združenie cestovného ruchu Nízke Tatry juh) vznik klastra, ktorého sídlo sa v samotnej obci aj nachádza. Za svoju úlohu si stanovil koordináciu rozvoja produktov na Horehroní a ich spoločnú propagáciu, ako aj úzku spoluprácu s klastrom Liptov (terénny výskum a <http://bystrica.sme.sk/c/5881408/obce-a-subjekty-cestovneho-ruchu-zalozili-klastre-horehronie.html>, 3. 7. 2012).

Ambíciou klastrov je vybudovať veľký región Tatier, ktorý nerozdeľuje ale spája, ako značku konkurencieschopnú európskym Alpám či Dolomitom. Spolupráca bude založená na spoločných zľavových produktoch, skipasoch, akvapasoch a iných vstupenkách.

Keďže jedným z kľúčov úspechu známych turistických destinácií je vysoko rozpoznateľná značka, na ktorú návštevníci pozitívne reagujú a asociujú si ju s konkrétnymi kvalitnými produktmi, vytvorenie vizuálne silného loga bolo základnou úlohou oboch klastrov [http://www.klastreliptov.sk/sk/marketingove_aktivity.php, 3. 7. 2011]. Severnú stranu Nízkych Tatier prezentuje značka „Liptov – treba zažiť“, južnú stranu „Horehronie – raj v Tatrách“. Spoločným produktom klastrov sú regionálne zľavové karty – Liptov region card a Horehronie region card. Používateľom poskytujú množstvo zliav (od 5 % do 50 %) na základné, ale aj najlukratívnejšie atrakcie v regiónoch, ako aj zľavy na ubytovanie (zatiaľ najvýhodnejšie zľavy sú na skipasy). Zľavy na produkty sa neustále rozširujú, tak ako pribúdajú členovia združenia so svojou ponukou služieb. Liptovský klastor poskytuje prostredníctvom karty dokonca zľavu na ceny potravinových výrobkov značky Liptov (terénny výskum).

Z hľadiska hodnotenia efektívnosti fungovania klastrov v regiónoch cestovného ruchu uskutočneného Čukom a i. (2012) ako v súčasnosti najaktívnejší vystupuje klastor Liptov, ktorý spolu aj s klastrom Horehronie na základe posudzovaných kritérií vykazujú tendencie kontinuálneho rozvoja a rastu.

Klastre cestovného ruchu Liptov a Horehronie ako faktory regionálneho rozvoja na území Nízkych Tatier

Mnohé iniciatívy, ktoré klaster vyvíja, sú prínosom pre ekonomiku regiónu, a preto sa klastre považujú za nástroj regionálneho rozvoja. Vo všeobecnosti môžeme tvrdiť, že existencia klastra v regióne napomáha:

- zvyšovať schopnosť vytvárať bohatstvo v regióne,
- urýchľovať prenos technológií a informácií,
- podnecovať národné či regionálne vlády do budovania špecializovanej infraštruktúry,
- uľahčovať účasť na hospodárskom rozvoji tých subjektov, ktoré sú v akejkolvek nevýhode,
- vytvárať konkurenčnú výhodu,
- zvyšovať príjmy a tvoriť pracovné miesta pre obyvateľov regiónu,
- zvyšovať prestíž a zviditeľňovať atraktívne lokality regiónu,
- prinášať celkový ekonomický rast (Matlovič a i., 2010; Prno, 2006).

Po dobudovaní organizačného a marketingového zázemia, ako aj väzieb so subjektmi ponúkajúcimi služby a produkty cestovného ruchu, klastre v regióne Nízkych Tatier vyvíjajú nasledovné aktivity prispievajúce k rozvoju tohto regiónu:

a) masívna propagácia regiónu a atraktívnych lokalít mnohými spôsobmi. Prvým krokom v tejto iniciatíve bola tvorba web stránok – www.visitliptov.sk a www.horehronie.net. Ďalej účasť na konferenciách, workshopoch a veľtrhoch s jednotnou marketingovou prezentáciou regiónu, tvorba propagačných materiálov popisujúcich atraktivitu lokalít, ako aj príprava a realizácia billboardových i mediálnych kampaní. Posledným krokom v rámci propagácie bolo nadviazanie spolupráce s jednotlivými kanceláriami Slovenskej agentúry cestovného ruchu v zahraničí (Holandsko, Nemecko, Británia) z dôvodu podpory svojich marketingových zámerov pre získanie nových trhov a klientov.

b) sprístupňovanie a rozširovanie ponuky produktov cestovného ruchu. Na územie Nízkych Tatier sa viažu predovšetkým športovo-rekreačné produkty cestovného ruchu, ktoré klastre ponúkajú, ako napr. cyklotrasy a turistické trasy (Jánošíkove skrýše, Po stopách tatranských svišťov, Po starej osemnástke za baníkmi Liptova, Vyhliadkový vrch Salatín, Hrebeňová túra Nízke Tatry). Na svojich internetových stránkach klastre zároveň ponúkajú produkty členských podnikov a organizácií z oblasti wellness a spa aktivít, teambuildingu, ostatných zimných a letných športov.

c) iniciovanie vzniku miestnych združení cestovného ruchu, ktoré sa postupne stanú členmi klastra. Tvorba združení sa týka najmä hotelov i reštaurácií,

cestovných kancelárií, sprievodcov a zároveň aj prepravcov. Týmto aktivitami klastre prispievajú k zvýšeniu zamestnanosti, podnecujú prílev nových investorov, podporujú tvorbu komplexného produktu cestovného ruchu a tým de facto zvyšujú návštevnosť regiónu.

d) príprava marketingových kampaní, ktoré majú za úlohu podporovať image regiónu a celého Slovenska v zahraničí ako unikátnej destinácie pre strávenie letnej aj zimnej dovolenky, podporovať domáci cestovný ruch a propagovať pobytové balíky spolu so skipasmi (napr. kampaň LETO 2011, ZIMA 2011/2012, SKI&AQUA, SKI balík 4=3 a pod.).

e) tvorba a rozširovanie svojej ponuky služieb, čoho príkladom je on-line rezervačný systém ubytovania, alebo zľavové karty Liptov region card a Horehronie region card. Tieto aktivity dokumentujú snahu klastrov ponúknuť návštevníkom komplexnú paletu služieb a potvrdiť konkurencieschopnosť regiónu voči ostatným európskym regiónom. Zľavové karty napomáhajú vytvárať trvalejší pozitívny vzťah medzi návštevníkom a producentom služieb cestovného ruchu v regióne s cieľom dosiahnuť opakovanú návštevnosť a zaistenie si stálych klientov.

f) budovanie vzdelávacích centier špecializovaných na cestovný ruch a spolupráca s odbornými školami i univerzitami ponúka priestor pre zvyšovanie vzdelanostnej úrovne obyvateľstva, rekvalifikáciu a možnosť získania uplatnenia pre dlhodobo nezamestnaných. Tento posledný bod je cieľom práce klastra Liptov v strednodobom horizonte (interné informácie klastrov Liptov a Horehronie; Gregorová, 2012).

Záver

Klastre cestovného ruchu považujeme za nástroj regionálneho rozvoja, ktoré vykazujú pozitívne ekonomické, sociálne a kultúrne vplyvy na región. Prostredníctvom tvorby a predaja služieb či produktov cestovného ruchu zvyšujú príjmy regiónu, jeho hrubý národný produkt, čím vyrovnávajú regionálne rozdiely. Prispievajú k tvorbe nových pracovných miest, znižujú teda nezamestnanosť, zvyšujú životnú úroveň autochtónneho obyvateľstva, pozitívne ovplyvňujú budovanie infraštruktúry. Rozvoj a rast klastrov zvyšuje dopyt po kvalifikovanej pracovnej sile (manažment, odchod), čím sa vytvára priestor na zvyšovanie vzdelanostnej úrovne obyvateľov. Z hľadiska zachovania pôvodného potenciálu klastre prispievajú k ochrane prírodného prostredia a kultúrno-historických pamiatok, čo následne buduje v obyvateľoch pocit spolupatričnosti a hrdosti na svoj región.

Všetky vyššie uvedené vplyvy klastrov cestovného ruchu sa naplno prejavujú aj v regióne Nízkych Tatier prostredníctvom fungovania klastrov Liptov a Horehronie.

Príspevok vznikol v rámci riešenia projektu UGA I-12-005-0 Percepcia potenciálu cestovného ruchu rekreačnej oblasti Chopok - Juh v Nízkych Tatrách

Literatúra

Belešová, S. 2009. Klastre cestovného ruchu ako faktor regionálneho rozvoja. In Geografické informácie 13. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, 2009, s. 22 – 26. ISSN 1337-9453

Čuka, P. a i. 2012. Short profile of the specific functioning tourism clusters in Slovakia. In Current Issues of Tourism Research. STS Science Centre Ltd. ISSN 2048-7878 (v tlači)

Gregorová, B. 2012. Vybrané priestorové zákonitosti rozvoja cestovného ruchu v Nízkych Tatrách na príklade modelového územia Chopok – juh. Dizertačná práca. 318 s.

Gúčík, M. 2010. Cestovný ruch. Úvod do štúdia. 1. vyd. Banská Bystrica : DALI BB, s. r. o., 2010, 307 s. ISBN 978-80-89090-80-8

Jemala, M. 2009. Strategické podnikateľské aliancie: kvalitatívna analýza špecifických faktorov podnikania v klastroch. [cit. 3. 7. 2012] Dostupné online na internete vo formáte pdf.: www.vse.cz/polek/download.php?jnl=aop&pdf=276.pdf

Matlovič, R. a i. 2010. Regionálny rozvoj pre geografov. 1. vyd. Prešov : Vydavateľstvo Prešovskej univerzity, 2010, 717 s. ISBN 978-80-555-0065-2

Prno, I. 2006. Klastre – nové nástroje ekonomického rozvoja. [cit. 3. 7. 2012] Dostupné online na internete:

[http://comm1.sopk.sk/webdb/platon.nsf/69bc7b5f5e190342c1256ed900472a8c/1D71121581756857C12570AE00232F8D/\\$FILE/Clanok_Klastre_06_priloha.doc](http://comm1.sopk.sk/webdb/platon.nsf/69bc7b5f5e190342c1256ed900472a8c/1D71121581756857C12570AE00232F8D/$FILE/Clanok_Klastre_06_priloha.doc)

http://www.klasterliptov.sk/sk/klaster_liptov.php [cit. 3. 7. 2012]

http://www.klasterliptov.sk/sk/klaster_liptov/sluzby_pre_clenov.php [cit. 3. 7. 2012]

<http://bystrica.sme.sk/c/5881408/obce-a-subjekty-cestovneho-ruchu-zalozili-klaster-horehronie.html> [cit. 3. 7. 2012]

http://www.klasterliptov.sk/sk/marketingove_aktivty.php [cit. 3. 7. 2012]

interné informácie obce Mýto pod Ďumbierom

interné informácie klastrov Liptov a Horehronie

TOURISM CLUSTERS AS A FACTOR OF REGIONAL DEVELOPMENT IN LOW TATRAS REGION

Summary

Global economic integration brings new possibilities of co-operation, e. g. in the form of clusters. We can define them (according to M. Porter) as geographic

concentrations of businesses and institutions, which mutually compete, cooperate and complete each other. In Central Europe conditions for clusters formation have been developed since 2000. In Slovakia, 10 clusters of tourism really exist and work – Cluster Liptov, Cluster Horehronie, Cluster Orava, Cluster Turiec, Cluster Tatry, Cluster Košice, Cluster Smolenice, Balnea Cluster Dudince, Cluster of Novohrad and Cluster of tourism Western Slovakia. First two clusters (Liptov and Horehronie) are the aim of our research analysis, because they operate on the territory of Low Tatras region. According to our findings, tourism clusters Horehronie and Liptov are the instruments of regional development in this region, because of their positive economic, environmental, social and also cultural impacts.

PaedDr. Bohuslava Gregorová

Katedra geografie, geológie a krajinnej ekológie FPV UMB

Tajovského 40, 974 01 Banská Bystrica

E – mail: bohuslava.gregorova@umb.sk