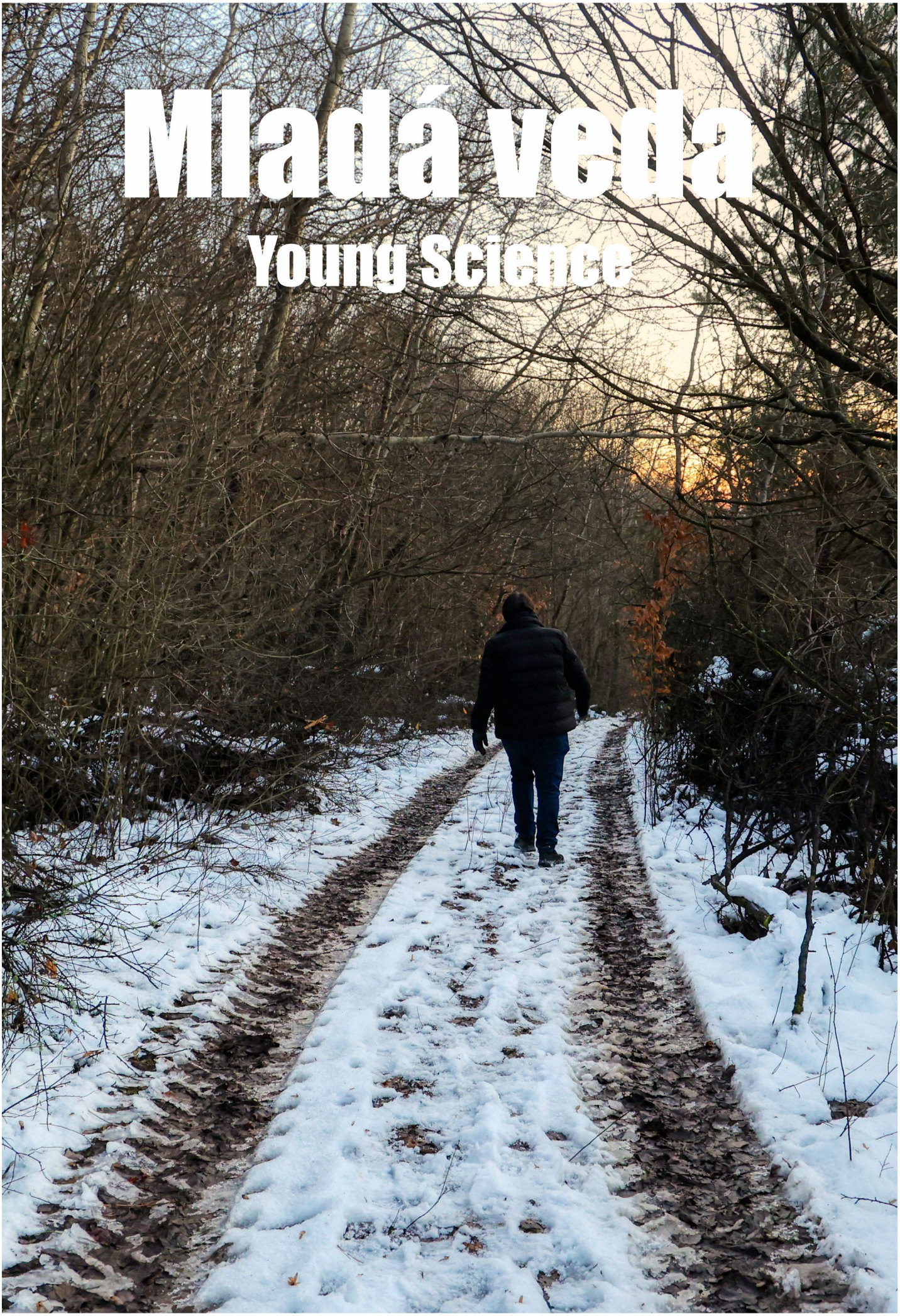
ISSN 1339-3189 5/2023

Mladá veda

Young Science



www.mladaveda.sk

Mladá veda
Young Science

MEDZINÁRODNÝ VEDECKÝ ČASOPIS MLADÁ VEDA / YOUNG SCIENCE

Číslo 5, ročník 11., vydané v decembri 2023
ISSN 1339-3189, EV 167/23/EPP
Kontakt: info@mladaveda.sk, tel.: +421 908 546 716, www.mladaveda.sk
Fotografia na obálke: Zimná prechádzka. © Branislav A. Švorc, foto.branisko.at

REDAKČNÁ RADA
doc. Ing. Peter Adamišin, PhD. (Katedra environmentálneho manažmentu, Prešovská univerzita, Prešov)
doc. Dr. Pavel Chromý, PhD. (Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, Univerzita Karlova, Praha)
Mgr. Jakub Köry, PhD. (School of Mathematics & Statistics, University of Glasgow, Glasgow)
prof. Dr. Paul Robert Magocsi (Chair of Ukrainian Studies, University of Toronto; Royal Society of Canada)
Ing. Lucia Mikušová, PhD. (Ústav biochémie, výživy a ochrany zdravia, Slovenská technická univerzita, Bratislava)
doc. Ing. Peter Skok, CSc. (Ekomos s. r. o., Prešov)
prof. Ing. Róbert Štefko, Ph.D. (Katedra marketingu a medzinárodného obchodu, Prešovská univerzita, Prešov)
prof. PhDr. Peter Švorc, CSc., predseda (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)
doc. Ing. Petr Tománek, CSc. (Katedra veřejné ekonomiky, Vysoká škola báňská - Technická univerzita, Ostrava)
Mgr. Michal Garaj, PhD. (Katedra politických vied, Univerzita sv. Cyrila a Metoda, Trnava)

REDAKCIA
Mgr. Branislav A. Švorc, PhD., šéfredaktor (Vydavateľstvo UNIVERSUM, Prešov)
Mgr. Martin Hajduk, PhD. (Banícke múzeum, Rožňava)
PhDr. Magdaléna Keresztesová, PhD. (Fakulta stredoeurópskych štúdií UKF, Nitra)
RNDr. Richard Nikischer, Ph.D. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha)
PhDr. Veronika Trstianska, PhD. (Ústav stredoeurópskych jazykov a kultúr FSŠ UKF, Nitra)
Mgr. Veronika Zuskáčová (Geografický ústav, Masarykova univerzita, Brno)

VYDAVATEĽ
Vydavateľstvo UNIVERSUM, spol. s r. o.
www.universum-eu.sk
Javorinská 26, 080 01 Prešov
Slovenská republika

© Mladá veda / Young Science. Akékoľvek šírenie a rozmnožovanie textu, fotografií, údajov a iných informácií je možné len s písomným povolením redakcie.

Mladá veda
Young Science
ISSN 1339-3189

Vol. 11 (5), pp. 158-170

UDRŽATEĽNÝ ROZVOJ CESTOVNÉHO RUCHU A KONKURENCIESCHOPNOSŤ

SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT AND COMPETITIVENESS

Stela Kolesárová[1], Ivana Kravčáková Vozárová[2]

Stela Kolesárová pôsobí ako odborná asistentka na Katedre turizmu a hotelového manažmentu FMEO PU v Prešove. V súčasnosti sa jej vedecká činnosť zameriava predovšetkým na problematiku súčasných trendov fúzií a akvizícií v cestovnom ruchu. Ivana Kravčáková Vozárová pôsobí ako odborná asistentka na katedre ekonómie a ekonomiky FMEO PU v Prešove. Vo svojom výskume sa venuje problematike riadeniu podnikov v kontexte globalizácie a integrácie.

Stela Kolesárová works as an assistant professor at the Department of Tourism and Hotel Management FMEO PU in Prešov. Currently, her scientific activity focuses primarily on the issue of current trends in mergers and acquisitions in the tourism industry. Ivana Kravčáková Vozárová works as an assistant professor at the Department of Economics and Economics FMEO PU in Prešov. In his research, he deals with the issue of business management in the context of globalization and integration.

Abstract

Tourism is one of the most promising and dynamic sectors in the world. It is very important to plan and develop tourism purposefully and sustainably, finding compromises between the environmental, economic and social goals of society. Sustainable tourism development management must maintain a high level of satisfaction of tourists' needs, ensure meaningful experiences for consumers, raise their awareness of sustainability issues and spread sustainable tourism practices among them. The significance of the ambitions of the development of the sustainable tourism sector is analyzed in this paper from the point of view of strengthening its competitiveness. The paper analyzes the professional literature and tries to reveal the main forms and factors of strengthening the competitiveness of tourism by implementing the economic, social and environmental goals of the development of the territories of tourism destinations. A systematic literature review yielded several interesting findings: Entrepreneurs are interested in implementing new technologies in tourism services that have a positive impact on the environment and local communities; however, there are many challenges to change the environment, increase consumers' motivation for sustainable

[1] Adresa pracoviska: Mgr. Stela Kolesárová, PhD., Prešovská univerzita v Prešove, Fakulta manažmentu, ekonomiky a obchodu, Katedra turizmu a hotelového manažmentu, Konštantínova 16, 080 01 Prešov
E-mail: stela.kolesarova@unipo.sk

[2] Adresa pracoviska: Ing. Ivana Kravčáková Vozárová, PhD., Prešovská univerzita v Prešove, Fakulta manažmentu, ekonomiky a obchodu, Katedra ekonómie a ekonomiky, Konštantínova 16, 080 01 Prešov
E-mail: ivana.kravcakovavozarova@unipo.sk

tourism services and change their behavior towards more sustainable ones. This paper addresses the main challenges of sustainable tourism development and provides new insights into strengthening the competitiveness of a sustainable tourism destination.
Key words: competitiveness, sustainable development, tourism, tourism destinations

Abstrakt

Cestovný ruch je jedným z najperspektívnejších a najdynamickejších sektorov na svete. Je veľmi dôležité plánovať a rozvíjať cestovný ruch cieľavedome a udržateľne pri hľadaní kompromisov medzi environmentálnymi, ekonomickými a sociálnymi cieľmi spoločnosti. Manažment rozvoja trvalo udržateľného turizmu musí zachovať vysoký stupeň uspokojenia potrieb turistov, zabezpečiť pre spotrebiteľov významné skúsenosti, zvýšiť ich povedomie o otázkach trvalej udržateľnosti a šíriť medzi nimi praktiky trvalo udržateľného turizmu. Význam ambícií rozvoja sektora udržateľného cestovného ruchu je v predkladanom príspevku analyzovaný z pohľadu posilnenia jeho konkurencieschopnosti. Príspevok analyzuje odbornú literatúru a snaží sa odhaliť hlavné formy a faktory posilňovania konkurencieschopnosti cestovného ruchu implementáciou ekonomických, sociálnych a environmentálnych cieľov rozvoja území destinácií cestovného ruchu. Systematický prehľad literatúry priniesol niekoľko zaujímavých zistení: Podnikatelia sa zaujímajú o implementáciu nových technológií v službách cestovného ruchu, ktoré majú pozitívny vplyv na životné prostredie a miestne komunity; existuje však veľa výziev, ako zmeniť prostredie, zvýšiť motiváciu spotrebiteľov pre trvalo udržateľné služby cestovného ruchu a zmeniť ich správanie smerom k udržateľnejšiemu. Príspevok sa zaoberá hlavnými výzvami trvalo udržateľného rozvoja cestovného ruchu a poskytuje nové pohľady na posilnenie konkurencieschopnosti destinácie trvalo udržateľného cestovného ruchu.
Kľúčové slová: konkurencieschopnosť, udržateľný rozvoj, cestovný ruch, destinácie cestovného ruchu,

Úvod

Cestovanie môžeme považovať za neoddeliteľnú súčasť ľudského života. Ani globálne svetové problémy neovplyvnili cestovanie. V roku 2022 cestovalo po svete približne 1,9 miliardy obyvateľov (UNWTO 2022). Cestovný ruch, ako každá iná ekonomická oblasť však neprináša štátom len určité ekonomické výhody, ale vytvára aj niektoré vážne problémy, akými sú nadmerná spotreba energie a zvyšujúce sa negatívne vplyvy na životné prostredie vrátane klimatických zmien. Aj v dôsledku turizmu a expanzie cestovania dochádza k plytvaniu prírodou, turistické destinácie trpia vysokým prílevom turistov a negatívne je to ovplyvnené aj kvalitou života miestnych ľudí. V príspevku sa zaoberáme kľúčovými výzvami rozvoja trvalo udržateľného cestovného ruchu a uvádzame niekoľko myšlienok o možnom upevnení konkurencieschopnosti v sektore cestovného ruchu a trvalo udržateľnom rozvoji destinácií cestovného ruchu. Výskum je založený na systematickom prehľade literatúry s cieľom posúdiť súčasný stupeň výskumu a poskytnúť návod pre ďalší výskum v oblasti trvalo udržateľného cestovného ruchu. Otázky udržateľného cestovného ruchu skúmali UNWTO (2017), UNWTO (2014); Lu a Nepál (2009); Alvarez a Cooper (2014); Waseema (2017); Pjerotic et al. (2017); Pjerotic (2017); Coenen a Truffer (2012); Butler (1999); Kangwa (2017); Streimikiene, a Bilan, 2015); Agyeiwaah, McKercher a Suntikul (2017). Prepojeniam

medzi cestovným ruchom a trvalo udržateľným rozvojom turistických destinácií sa zaoberali aj rôzne štúdie (Egresi, 2018; Madhavan a Rastogi, 2013; Pesonen a Komppula, 2010). Otázky konkurencieschopnosti v rozvoji cestovného ruchu boli sústredené v niekoľkých dôležitých štúdiách Croucha a Ritchieho (1999); Hassan (2000); Mihalič (2000); Croes a Kubičková (2013).

Napriek mnohým výskumom v tejto oblasti je trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu dynamický proces, ktorý neustále čelí novým výzvam, keďže sa menia aplikované technológie a spotrebné aspekty cestovného ruchu. Hlavným cieľom príspevku je na základe prehľadu literatúry naznačiť perspektívy konsolidácie udržateľnosti a konkurencieschopnosti v rozvoji cestovného ruchu s prihliadnutím na súčasné trendy rozvoja. V článku sa taktiež venujeme konceptom trvalo udržateľného cestovného ruchu a zaoberáme sa aj hlavnými výzvami trvalo udržateľného cestovného ruchu a hlavnými otázkami konkurencieschopnosti.

Cieľ a metodika

Cieľom predkladaného príspevku je na základe prehľadu literatúry naznačiť perspektívy konsolidácie udržateľnosti a konkurencieschopnosti v rozvoji cestovného ruchu s prihliadnutím na súčasné trendy rozvoja. V príspevku sme sa zamerali na popisný typ výskumu, na základe ktorého sme charakterizovali udržateľný cestovný ruchu, otázky konkurencieschopnosti a udržateľnosti v cestovnom ruchu a konsolidácia otázok konkurencieschopnosti a udržateľnosti v rozvoji cestovného ruchu. Výskum je založený na systematickom prehľade literatúry s cieľom posúdiť súčasný stupeň výskumu a poskytnúť návod pre ďalší výskum v oblasti trvalo udržateľného cestovného ruchu.

Výsledky a diskusia

Trvalo udržateľný rozvoj je považovaný za hlavnú koncepciu rozvoja cestovného ruchu a v modernom svete má obrovský ekonomický, environmentálny a sociálny dopad. Keďže procesy globálneho hospodárstva, sociálneho a technologického rozvoja sa stále rozširujú, analýza nových a špecifických foriem, ktoré sa vyskytujú v podnikaní, je potrebná aj v cestovnom ruchu na to, aby sa dosiahol trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu.
Podľa (Agyeiwaah et al. 2017) inovácie prispievajú k prelomom na medzinárodnej úrovni a predurčujú fungovanie spoločností v nových efektívnych organizačných formách, ktoré zovšeobecňujú myšlienky, poskytujú určitú konkurenčnú výhodu a otvárajú nové možnosti aj v cestovnom ruchu.

Podľa (Madhavan a Rastogi 2013) sú otázky rozvoja trvalo udržateľného cestovného ruchu úzko späté s konkurencieschopnosťou prostredníctvom narastajúcich inovácií vo všetkých oblastiach relevantných pre podnikanie. Okrem toho sa cestovný ruch opisuje ako podnikanie, ktoré sa vyznačuje veľkou rozmanitosťou, integritou a mnohostranným plánovaním. Práve veľké prepojenie štrukturálnych komponentov formujúcich podnikanie v cestovnom ruchu umožňuje spoločnostiam, ktoré poskytujú služby cestovného ruchu, predpoklady spolupracovať pri implementácii inovácií.

V prípade zlepšovania kvality života zohráva dôležitú úlohu cestovný ruch. Kvalita života je jedným z najdôležitejších cieľov trvalo udržateľného rozvoja, ktorý je relevantný aj pre sektor cestovného ruchu z hľadiska poskytovania služieb pre turistov, ako aj

zohľadňovania kvality života obyvateľov v turistických destináciách (Crouch a Ritchie, 1999; Hassan, 2000; Jeon et al. 2016).

Autori (Agyeiwaah et. al. 2017; Coenen a Truffer, 2012; Fayos - Sola et al. 2014; Jasinskas a Simanaviciene 2009; Kangwa 2017; Macdonald a Jolliffe 2017; Pjerotic et al. 2017; Wassema 2017; Streimikiene a Bilan 2015) vo svojich výskumoch sa snažili odpovedať na otázku, či rôzne teórie, výpočty a iné mechanizmy trvalo udržateľného rozvoja zaručujú úspešnejší a udržateľnejší rozvoj v oblasti cestovného ruchu alebo ako nájsť jednoduchšie spôsoby dosiahnutia udržateľnosti v cestovnom ruchu.

Podľa (UNWTO 2020) sa rozlišuje sedem kľúčových ukazovateľov, podľa ktorých je možné merať otázky udržateľnosti v cestovnom ruchu, a to: 1) vytváranie nových pracovných miest vrátane pracovných príležitostí v destináciách cestovného ruchu, 2) vitalita podnikania, 3) kvalita života a vody, 4) ochrana prírodného prostredia, 5) triedenie odpadu, 6) úspora energie a komunálneho odpadu a podpora zelene, 7) postupy udržateľnej spotreby. Tieto účinky sa prejavujú prostredníctvom iných sociálnych faktorov, ako je zamestnanosť a nezamestnanosť obyvateľov, psychologická klíma, dostupnosť sociálnych služieb v turistických destináciách s cieľom triediť odpad, zachovávať prírodné zdroje a iné otázky etického turizmu (Andereck a Nyaupane 2011; Andereck et al. 2005; Andereck et al. 2007; Luekveerawattana 2018; Morgan et al. 2015; Murava a Korobeinykova 2016).

V súčasnosti priťahujú veľkú pozornosť vedcov *sociálne otázky rozvoja cestovného ruchu.* Pojem sociálny cestovný ruch bol vyvinutý na riešenie obáv o sociálne znevýhodnených ľudí (Morgan et al. 2015).

Kakoudakis et al. (2017) analyzovali dopad sociálneho cestovného ruchu z ekonomického hľadiska a ako sa to prejavuje na kvalite života u sociálne znevýhodnených ľudí. Pri pôsobení takéhoto psychologického prostredia je dôležité venovať pozornosť tomu, ako sa nezamestnaní snažia nájsť si zamestnanie a ako na zamestnancov vplývajú dovolenky. Zistilo sa, že pri lepšom psychickom prostredí sa výrazne upevňuje zdravotný stav obyvateľov a v takom prípade sa znižujú náklady na liečbu choroby, zlepšujú sa medziľudské vzťahy a znižuje sa kriminalita. Sociálny cestovný ruch sa považuje za alternatívnu formu cestovného ruchu, ktorá poskytuje možnosť cestovať ľuďom, ktorí majú menej možností. Paralelne vznikajúce rôzne združenia ako napr., hnutia za rodinu, odbory, federácie atď., ktorých hlavným cieľom je rozvoj sociálneho turizmu (Morgan et al. 2015). Sociálny cestovný ruch je v Európe veľmi dobre rozvinutý a poskytuje služby tisíckam ľudí. Cestovný ruch je tiež jedným z opatrení sociálnej integrity. Všeobecné právo na cestovný ruch vychádza z kritérií hodnôt, ktoré formujú rozvojovú základňu sociálneho cestovného ruchu (Ozdemir a Yolal 2017). Počet ľudí, ktorí si dnes môžu užívať dovolenku, výrazne vzrástol vďaka rastúcej popularite cestovného ruchu vo svete. Stále však existujú skupiny ľudí, pre ktoré sú dovolenky nedostupné z rôznych dôvodov (nedostatok zdrojov, prejavy sociálneho vylúčenia, nedostatočná pozornosť verejného sektora, využívanie sociálnych zdrojov a pôsobenie pasívnych komunít a nedostatočná pozornosť). Sociálny cestovný ruch, ktorý je založený viac na sociálnych ako na ekonomických predpokladoch, môže pomôcť pri vytváraní alebo zachovaní turistických destinácií, berúc do úvahy ekonomické, sociálne a environmentálne kritériá trvalej udržateľnosti. Takýto sociálny cestovný ruch môže významne prispieť k zamestnanosti a rastu ekonomiky. Pri rozvoji aktivít cestovného ruchu je potrebné vychádzať nielen z ekonomických kritérií hľadania zisku, ale aj z kritérií zvyšovania

sociálneho blahobytu, ktorými sú (stabilná a kvalitná tvorba pracovných miest, riešenie sezónnosti a zamestnanosti a spolupráca verejného a súkromného partnerstva). V podstate možno konštatovať, že aj krátka dovolenka poskytovaná na hľadanie práce motivuje k hľadaniu zamestnania obzvlášť pozitívne a poskytuje určitú podstatu z hľadiska tvorby blahobytu. Sociálna citlivosť spolu s ekonomickým blahobytom je teda jedným z najvýznamnejších prvkov trvalo udržateľného rozvoja nielen v sektore cestovného ruchu, ale aj v ostatných.

Hoci *otázky udržateľného cestovného ruchu* sú spojené najmä s podporou zeleného a sociálneho cestovného ruchu, je potrebné riešiť dôležité otázky konkurencieschopnosti, keďže konkurencieschopnosť je vnímaná ako jeden z hlavných ekonomických rozmerov trvalej udržateľnosti, ktorý je relevantný aj pre sektor cestovného ruchu. Hlavným problémom identifikovaným na základe systematického prehľadu výskumu udržateľného cestovného ruchu je hľadanie možností, ako dosiahnuť všetky tri dimenzie trvalej udržateľnosti (ekonomickú, sociálnu a environmentálnu) spoločne, a to znamená rozvíjať konkurencieschopné podnikanie v cestovnom ruchu riešením environmentálnych a sociálnych výziev cestovného ruchu *(holistickým spôsobom).* Systematický prehľad literatúry o otázkach konkurencieschopnosti cestovného ruchu by mohol poskytnúť relevantné odpovede, ako dosiahnuť kompromis medzi sociálnou, ekonomickou a environmentálnou dimenziou rozvoja trvalo udržateľného cestovného ruchu.

Podľa štúdie (UNWTO 2017) sa moderná ekonomika vyznačuje vysokou konkurencieschopnosťou v akejkoľvek oblasti podnikania vrátane cestovného ruchu. Spoločnosti, ktoré sa chcú udržať na trhu, sú nútené zvyšovať efektivitu podnikania, implementovať najmodernejšie technológie, hľadať konkurenčnú výhodu produktov a poskytovaných služieb, bojovať o väčší podiel na trhu a udržať si najlepších špecialistov. Autor (Smagurauskienė 2009) zdôrazňuje, že pri prevádzke v takýchto podmienkach musí organizačné riadenie nevyhnutne čeliť problémom v prípade, ak nie je možný ďalší rozvoj bez prilákania investičných zdrojov. Investície poskytujú organizácii extra konkurenčnú výhodu a silné meradlo rastu.

Finančná podpora pre podniky určitej veľkosti je kľúčovým nástrojom politiky malého a stredného podnikania.

Zistilo sa, že malé a stredné podniky sú ekonomickým motorom v EÚ. Tvoria najväčšiu časť ekonomiky a vytvárajú vysoké príjmy. Najväčší potenciál malého a stredného podnikania súvisí s mladou generáciou, ktorá je zameraná na vytváranie podnikania vedome a cieľavedome (Macdonald a Jolliffe 2003).

Podľa Jasinskas a Simanavičienė (2009) sa rozlišujú tri kľúčové aspekty, ktoré overujú poskytovanie finančnej podpory MSP: rozhodnutie, racionalita a ľudská motivácia:

- *Aspekty závislosti od rozhodnutí iných cudzích štátov -* autori takýto aspekt opisujú ako situáciu, keď jeden štát pri ekonomických rozhodnutiach ovplyvňuje rozhodovanie inej krajiny.
- *Aspekt racionality* - je známe, že podpora z Európskych štrukturálnych a investičných fondov (EŠIF) tvorí 75 % z celej poskytnutej sumy podpory. Pri sledovaní tohto ukazovateľa by teda pri prístupe autorov bolo nerozumné ho odmietnuť a nevyužívať, keďže v inom prípade by mohli prísť „finančné injekcie“ do iných štátov.

- *Aspekt predpokladu ľudskej motivácie* - veľa občanov by stratilo dôveru v štátne orgány, ak by pred vyhlásením ochoty vstúpiť do EÚ hovorili o výhodách podpory EÚ a po jej realizácii by ju podnikateľom nedodávala.

Po zohľadnení týchto troch diskutovaných aspektov možno vysloviť domnienku, že finančná podpora by nemala byť odmietnutá s cieľom založiť si vlastný podnik alebo hľadať príslušné počiatočné financovanie. Je potrebné vyhľadať a vybrať z možných foriem finančnej podpory tú najrelevantnejšiu. Podľa Smagurauskienė (2009) existujú dve kľúčové kategórie finančnej podpory: *„štát podnikom“* a *„obchod podnikom“* (nesnaží sa v takom prípade analyzovať, čo podnik dáva štátu) (pozri obrázok 1).

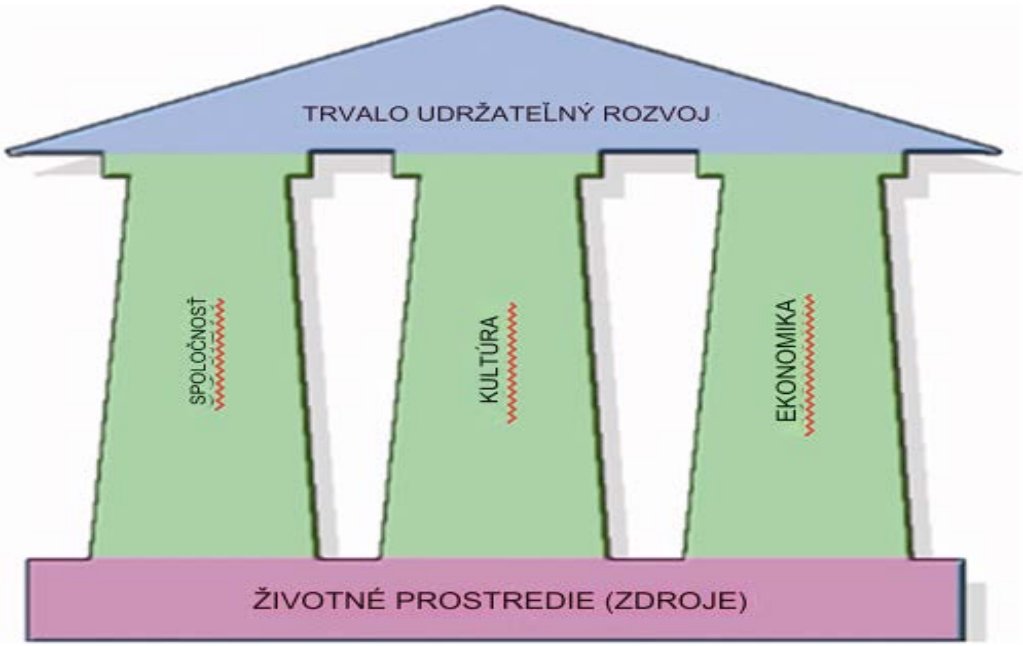
Obr. 1 – Kľúčové kategórie finančnej podpory
Zdroj: wileyonlinelibrary.com

Na obrázku 1 je vidieť, že na rozdeľovaní finančnej podpory sa podieľa štát aj podniky. Je dôležité rozlišovať a chápať, že úloha štátu zostáva dôležitá aj pri realizáciách nápadov a zakladanie MSP by v niektorých prípadoch nebolo možné. Pritom treba zdôvodniť, že bez podnikania, ktoré je jedným z najvýznamnejších momentov ekonomickej pridanej hodnoty, by nebol štát. Čím viac podnikateľských nápadov sa realizuje, tým sa pozoruje väčší hospodársky rast krajiny. Podnikateľ na základe získania finančnej podpory pre podnikanie od štátu si založí nový podnikateľský subjekt (hotel), v ktorom vytvorí nové pracovné miesta nie len v hoteli, ale aj v iných spoločnostiach (napr. práčovne).

Na príklade možno zdôrazniť, že každý novovzniknutý podnik vytvára pomerne veľkú pridanú hodnotu inému podniku, dodáva inú službu alebo produkt, preto možno priznať finančnú podporu podnikaniu. Pri zohľadnení zákonov trhu a efektívnosti prideľovania zdrojov poskytovaných trhmi by sa však štátne zásahy na trhoch mali obmedziť riešením zlyhaní trhu, ako je znečistenie, verejné statky a internalizácia externých a interných nákladov spojených s obchodnými operáciami. Štátna podpora trvalo udržateľného cestovného ruchu by preto mala byť spojená s podporou inovácií, využívaním obnoviteľných zdrojov, zabezpečením sociálnej integrity pre ľudí so zdravotným postihnutím, vytváraním nových pracovných miest a ďalšími prínosmi pre kvalitu života miestneho obyvateľstva, ktoré sú považované za verejné prínosy (Streimikiene a Bilan 2015).

Okrem toho je potrebné zdôrazniť, že trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu je úzko spojený s pozornosťou voči spotrebiteľovi, pretože to umožňuje prilákať viac spotrebiteľov, rozšíriť podnikanie a zvýšiť konkurencieschopnosť (Luekveerawattana 2018). Podnikateľské organizácie cestovného ruchu investujú pomerne veľa do prieskumu spotrebiteľského trhu a zaujímajú sa o ich spotrebiteľské správanie a motívy. Vo vedeckej

literatúre sa uvádza, že nielen motivácia, životný štýl či demografické parametre ovplyvňujú turistické správanie, ale aj národnosť a kultúru krajiny (Andereck et al. 2005, 2007; Andereck a Nyaupane 2011; Morgan et al. 2015). Cestovný ruch sa rozrastá pomerne vysokým tempom, objavuje sa viac turistov rôznych národností a kultúr, a to podporuje väčší záujem o kultúrne rozdiely, spoznávanie miestnych tradícií a zvykov. Poskytovatelia služieb cestovného ruchu, ktorí poznajú medzikultúrne rozdiely a poznajú správanie turistov, aplikujú tieto poznatky na tvorbu balíkov turistických služieb. To umožní naplniť očakávania spotrebiteľov a vytvoriť priaznivejšie prostredie ako v skupine, tak aj v individuálnej službe (Ozdemir a Yolal 2017).



Obr. 2 - Vplyv cestovného ruchu na životné prostredie a ekonomiku a na spoločnosť
Zdroj: wileyonlinelibrary.com

Na obrázku 2 je vidieť, že cestovný ruch je druh podnikania, ktorý má vplyv na životné prostredie, ekonomiku a na spoločnosť. Analýzou výskumu a prezentovaných výstupov Ganglmair - Wooliscroft (2017) možno konštatovať, že hoci spoločnosť je z hľadiska spotreby čoraz zodpovednejšia, výber služieb trvalo udržateľného cestovného ruchu však zostáva relatívne nízky. Výsledky zverejnené týmito vedcami tiež ukázali, že existuje silná závislosť/korelácia medzi každodennými spotrebiteľskými návykmi spotrebiteľov a správaním počas sviatkov. Zovšeobecnením možno vyvodiť predpoklad, že v každodenných činnostiach sa spoločnosť riadi princípmi udržateľnej spotreby a rovnaké princípy bude uplatňovať aj počas sviatkov.

Do udržateľného cestovného ruchu je široko preniknutý aspekt udržateľnej spotreby. Turisti, ktorí sú za udržateľnú a zodpovednú spotrebu, si zvyčajne nevyberajú balíky služieb trvalo udržateľného cestovného ruchu, ktoré navrhujú organizácie pre marketing destinácií (DMO). Podľa Ponnapureddyho et al. (2017) niektoré organizácie, ktoré sú ochotné prilákať viac turistov, sa prezentujú ako udržateľnejšie, ako v skutočnosti sú. Na základe výsledkov výskumu autorov (Ganglmair - Wooliscroft 2017) bolo dokázané, že dôvera v organizáciu priamo ovplyvňuje zámery spotrebiteľov služieb cestovného ruchu objednať si určitú službu. Výsledky výskumu odhalili, že vyššiu dôveru u turistov vyvoláva hotelová reklama, ktorá

poskytuje jasné a užitočné informácie, ktorá zároveň odráža udržateľnosť a nezatieňuje niektorými presahujúcimi informáciami jej podstatu.

Udržateľný cestovný ruch nie je len ochrana prírody alebo spoločensky zodpovedné podnikanie. Je potrebné pripomenúť, že teoretická definícia trvalo udržateľného cestovného ruchu zahŕňa ekonomický, sociálny a environmentálny rozmer ochrany. V tejto súvislosti sa zistilo, že problémom, ktorému sa venuje menej pozornosti, je sociálna angažovanosť. Pri analýze komunikácie medzi organizáciami a potenciálnymi spotrebiteľmi služieb cestovného ruchu a najmä medzi zdravotne postihnutými je možné pozorovať nasledovné.

Podľa Cloqueta et al. (2017) reklamné opatrenia nie sú zamerané na zdravotne postihnutých turistov, nie sú pre nich poskytované relevantné informácie v reklamách/filmoch, nie sú zobrazované osoby so zdravotným postihnutím čo následne vyvoláva pocit nezapojenia. Na základe prieskumu sa zistilo, že reklama, s ktorou sa spotrebiteľ môže identifikovať, tiež zvyšuje pocit angažovanosti, tiež zvyšuje pravdepodobnosť, a tým posilňuje motiváciu, že spotrebiteľ získa navrhovaný produkt alebo samostatnú službu cestovného ruchu alebo balík služieb. Posilnením pripomienok, zistených výsledkami výskumu, možno teda konštatovať, že organizácie cestovného ruchu, ktoré rozširujú rozvoj trvalo udržateľného cestovného ruchu, by mali venovať väčšiu pozornosť zapojeniu zdravotne postihnutých spotrebiteľov služieb cestovného ruchu (Benur Bramwell 2015).

Preto je možné hlavné problémy konkurencieschopnosti v cestovnom ruchu riešiť aj dosahovaním sociálnych a environmentálnych cieľov trvalo udržateľného rozvoja cestovného ruchu rozvojom inovácií spojených s praktikami trvalo udržateľnej spotreby v službách cestovného ruchu a priťahovaním environmentálne uvedomelých spotrebiteľov a školením takéhoto typu spotrebiteľov poskytovaním služieb zelených alebo ekologických služieb cestovného ruchu. Ďalším dôležitým príspevkom ku konkurencieschopnosti cestovného ruchu sú inovácie v sociálnej oblasti a poskytovanie služieb sociálneho cestovného ruchu pre zdravotne postihnutých a starých ľudí. Zelený a sociálny cestovný ruch môže zároveň priniesť množstvo výhod pre miestne komunity cestovného ruchu, a to najmä zvýšením kvality života. Pre konsolidáciu otázok konkurencieschopnosti a udržateľnosti v cestovnom ruchu je potrebná analýza služieb a produktov cestovného ruchu a potrieb zákazníkov, najmä s prihliadnutím na súčasné demografické trendy vo svete. Podľa štatistík je väčšina turistov vo veku 30 – 50 rokov a viac ako 65 rokov a dá sa predpokladať, že počet turistov sa bude každým rokom zvyšovať a väčšina z nich bude vo veku nad 65 rokov.

Starnutie obyvateľov sa považuje za jednu z najvýznamnejších spoločenských premien v 21. storočí, ktorá ovplyvní takmer všetky sociálne sektory vrátane trhu práce a financií, produktov a služieb, dopravy a sociálnych potrieb, ako aj rodinnej štruktúry a vzťahov rôznych generácií. Podľa štatistických údajov je takmer v každej krajine prítomná časť ľudí starších ako 60 rokov, ktorá rastie rýchlejšie ako ktorákoľvek iná skupina. Najmä tento trend je rýchly v Európskej únii a vytvára mnoho dôležitých výziev. Nasledovné odhaľuje, že čoskoro sa počet ľudí vo veku 65 rokov a starších zdvojnásobí v súlade s podielom obyvateľov sveta. V súlade s číslami možno konštatovať, že počet ľudí vo veku 60+ sa do roku 2050 v porovnaní s rokom 2016 zdvojnásobí. Najviac seniorov bude v Japonsku a vyspelých krajinách. Takýto rýchly nárast počtu starších ľudí mení všetky etapy života. Nasledujúce ukazuje, že pôrodnosť celosvetovo klesá. Starnutie človeka je determinované

mnohými faktormi, ktoré na človeka vplývajú z prostredia aj zvnútra. Každý faktor má pozitívne a negatívne stránky (Batini 2015; Flatt 2012; Itrat, Nigar, a Huque 2013; Katz a Calasanti 2015; Lee, Lan, a Yen 2011; Liang a Luo 2012; Nikitina a Vorontsova 2015; Sedgley, Pritchard a Morgan 2011; Villar 2012). Starnutie je veľmi široký pojem, ktorý zahŕňa rôzne oblasti života, a to; *fyziologické (medicínske), psychologické a mnohé ďalšie.*

Podľa Itrata et al. (2013) je starnutie postupný a progresívny proces a vo všeobecnosti porucha funkcií, kedy je adaptované na stres a zvýšené riziko ochorenia.

Avšak podľa Flatta (2012) je starnutie stabilizácia a prispôsobovanie síl na základe prirodzeného výberu zmenenému prostrediu. Starnutie je tiež proces, počas ktorého sa zvyšuje počet starších ľudí vo všeobecnej spoločnosti. Preto neexistuje jediný výraz, ktorý by popisoval pojem starnutia. Dá sa však dospieť k záveru, že starnutie ovplyvňuje celý ľudský organizmus (vnútorné aj vonkajšie), a to je nezvratný proces.

Existuje niekoľko sociálnych ukazovateľov, ktoré popisujú starnutie; 1) počet obyvateľov vo vyššom veku, 2) stupeň staroby obyvateľov, 3) ukazovateľ zdvojnásobeného obdobia pre stupeň rezidentskej staroby, 4) demografický koeficient senility, 5) stredný vek rezidenta, 6) priemerná dĺžka života rezidenta, tzv. rezidentská pyramída, 7) rodový koeficient (rodová korelácia – počet všetkých mužov žijúcich v krajine vydelený počtom žien v krajine), 8) rôzne koeficienty závislosti a 9) koeficient podporovaných rodičov (ľudí vo veku, ktorí podporujú podporu) (Mendes de Leon 2005; Noll 2002, 2005).

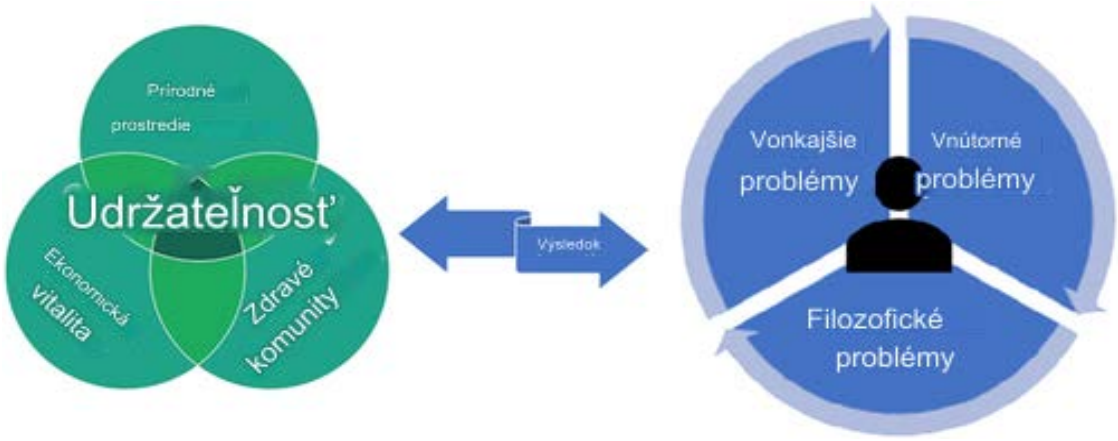
Trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu je možné dosiahnuť bez poškodenia konkurencieschopnosti rozvoja tohto sektora, ak sa tak dôležité problémy, akými sú starnutie ľudskej populácie a potreby ľudí so zdravotným postihnutím, trvalo udržateľná spotreba a trvalo udržateľný rozvoj destinácií cestovného ruchu, budú riešiť poskytovaním služieb cestovného ruchu.

Preto, aby bolo možné riešiť hlavné problémy ekonomickej udržateľnosti alebo posilniť konkurencieschopnosť sektora trvalo udržateľného cestovného ruchu, je potrebné zaoberať sa mnohými sociálnymi a environmentálnymi problémami spojenými s rozvojom trvalo udržateľného cestovného ruchu v turistických destináciách.

Otázky udržateľnej spotreby by sa mali brať ako priorita pri vývoji produktov a služieb cestovného ruchu s cieľom riešiť otázky environmentálnej udržateľnosti. Sociálne otázky trvalej udržateľnosti v rozvoji cestovného ruchu sú spojené s príspevkom k rozvoju miestnych komunít a riešením potrieb pre produkty a služby cestovného ruchu pre starnúcu spoločnosť a ľudí so zdravotným postihnutím.

Na obrázku 3 sú hlavné dimenzie rozvoja trvalo udržateľného cestovného ruchu prepojené s hybnou silou zmien správania a ich dôsledkami pre trvalo udržateľnú spotrebu. Obrázok 3 zároveň sumarizuje hlavné zistenia výskumu a poskytuje usmernenia pre budúci výskum na skúmanie ciest a výziev trvalo udržateľného rozvoja cestovného ruchu.

Mladá veda
Young Science
ISSN 1339-3189
Vol. 11 (5), pp. 158-170



Obr. 3 - Hlavné dimenzie rozvoja trvalo udržateľného cestovného ruchu a ich dôsledky na trvalo udržateľnú spotrebu
Zdroj: wileyonlinelibrary.com

Výzvou pre globálny trvalo udržateľný cestovný ruch bude nájsť rovnováhu medzi zachovaním aktivity v bohatých krajinách, pričom sa treba vyhnúť preplneniu a privedením aktivity do chudobných krajín, z ktorých niektoré sú príliš závislé od sektora a trhov, ktoré budú potrebovať veľa stimulov na zotavenie (Romagosa 2020).

Záver

Na to, aby sa trvalo udržateľný cestovný ruch stal spoločenskou normou, je potrebné systematicky vzdelávať organizácie, spotrebiteľov a zainteresované strany.

Existujú nové perspektívy rozvoja trvalo udržateľného cestovného ruchu pokiaľ ide o produkty a služby, so zameraním na nové druhy cestovného ruchu a samostatné segmenty spotrebiteľov so zameraním na starších ľudí a ľudí so zdravotným postihnutím, ako aj na služby zeleného cestovného ruchu. Počas posledných rokov sa v dôsledku globalizácie stal cestovný ruch dostupný pre mnohých ľudí, najmä pre strednú triedu a v dôsledku toho sa cestovný ruch stal jedným z najväčších priemyselných odvetví na svete. Hoci sa cestovný ruch stal dostupný pre väčšinu a bolo jednoduchšie cestovať, niektoré sociálne skupiny, napríklad ľudia so zdravotným postihnutím a seniori, boli na trhu cestovného ruchu zvyčajne podceňovaní a zabudnutí, pretože predstavovali menšinu s nízkou ekonomickou silou. Vzhľadom na nízku pôrodnosť na celom svete a vysoký počet seniorov však táto situácia dostala nový trend a v súčasnosti sa seniori stali širokou a významnou skupinou, ktorá poskytuje väčšie využitie služieb cestovného ruchu ako iné skupiny.

Nakoľko služby cestovného ruchu majú vplyv na hostiteľské oblasti vrátane vplyvov na miestne životné prostredie, hostiteľské komunity a rozvoj pracovných príležitostí, odvetvie cestovného ruchu má dôležité dôsledky pre trvalo udržateľný rozvoj turistických destinácií. Sektor cestovného ruchu by mal podporovať postupy udržateľnej spotreby s cieľom prispieť k trvalo udržateľnému rozvoju turistických destinácií.

Existuje široký prienik aspektu udržateľnej spotreby do udržateľného cestovného ruchu. Turisti v súčasnosti vyhľadávajú služby trvalo udržateľného cestovného ruchu a užívajú si zodpovedné praktiky spotreby, a preto majú záujem vybrať si balíky služieb trvalo udržateľného cestovného ruchu, ktoré navrhujú rôzne organizácie cestovného ruchu.

Konkurencieschopnosť a environmentálne a sociálne otázky rozvoja trvalo udržateľného turizmu možno riešiť spoločne, a to implementáciou inovácií a podporovaním princípov udržateľnej spotreby, poskytovaním nových služieb cestovného ruchu pre zdravotne postihnutých a starých ľudí a spoločným dosahovaním výhod tým, že prispejeme k blahobytu a potrebám miestnych komunít. Dôležité je aj riešiť demografický profil turistov a ich meniace sa potreby služieb a produktov cestovného ruchu. Preto by sa funkcie udržateľnej spotreby a sociálneho cestovného ruchu mali brať ako prioritné pri vývoji produktov a služieb cestovného ruchu s cieľom riešiť otázky environmentálnej a sociálnej udržateľnosti.

Tento článok odporúčal na publikovanie vo vedeckom časopise Mladá veda: doc. Ing. Kristína Šambronská, PhD.

Použitá literatúra

1. AGYEIWAAH, E., MCKERCHER, B., & SUNTIKUL, W. (2017). Identifying core indi- cators of sustainable tourism: A path forward? In: *Tourism Management Perspectives*, roč. 24, s. 26–33.
2. ALVAREZ, M. D., & COOPER, C. (2014). Tourism as an instrument for develop- ment: A theoretical and practical study. Emerald Group Publishing.
3. ANDERECK, K. L., VALENTINE, K. M., KNOPF, R. C., & VOGT, C. A. (2005). Resi- dents' perceptions of community tourism impacts. *In: Annals of Tourism Research*, roč. 32, s. 1056–1076.
4. ANDERECK, K. L., VALENTINE, K. M., VOGT, C. A., & KNOPF, R. C. (2007). A cross-cultural analysis of tourism and quality of life perceptions. *In: Journal of Sustainable Tourism*, roč. 15, s. 483–502.
5. ANDERECK, K. L., & NYAUPANE, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *In: Journal of Travel Research*, roč. 50, s. 248–260.
6. BATINI, F. (2015). *Aging population and the current account of the Third Age*. [online]. [cit. 2023-11-25]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/ 276061077_Aging_population_and_the_current_account_of_the_ Third_Age
7. BENUR, A., & BRAMWELL, B. (2015). Tourism product development and prod- uct diversification in destinations. *In: Tourism Management*, roč. 50, s. 213–224.
8. BUTLER, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state of the art review. *In: Tourism Geographies*, roč. 1, č. 1, s. 7–25.
9. CLOQUET, I., PALOMINO, M., SHAW, G., STEPHEN, G., & TAYLOR, T. (2017). Dis- ability, social inclusion and the marketing of tourist attractions. *In: Journal of Sustainable Tourism*, roč. 26, č. 2, s. 221–237.
10. COENEN, L., & TRUFFER, B. (2012). Places and spaces of sustainability transi- tions: Geographical contributions to an emerging research and policy field. *In: European Planning Studies*, roč. 20, č. 3, s. 367–374.
11. CROES, R., & KUBICKOVA, M. (2013). From potential to ability to compete: Towards a performance-based tourism competitiveness index. *In: Journal of Destination Marketing & Management*, roč. 2, č. 3, s. 146–154.
12. CROUCH, G. I., & RITCHIE, J. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *In: Journal of Business Research*, roč. 44, č. 3, s. 137–152.
13. EGRESI, I. O., (2018). Residents' attitudes to tourists visiting their mosques: a case study from Istanbul, Turkey. *In: Journal of Tourism and Cultural Change*, roč. 16, č. 1, s. 1–21.
14. FAYOS-SOLA, E., ALVAREZ, M. D., & COOPER, C. (Ed.) (2014). Tourism as an Instrument for Development: A Theoretical and Practical Study. *In: Bridging Tourism Theory and Practice*, roč. 5, s. 13-16.
15. FLATT, T. (2012). A new definition of aging? *In: Frontiers in Genetics*, roč. 3 č. 14, s. 148.
16. GANGLMAIR-WOOLISCROFT, A. (2017). Ethical behaviour on holiday and at home: Combining behaviour in two contexts. *In: Journal of Sustainable Tourism*, roč. 25, č. 4, s. 589–604.
17. HASSAN, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an envi- ronmentally sustainable tourism industry. *In: Journal of Travel Research*, roč. 38, č. 3, s. 239–245.

18. ITRAT, M., NIGAR, Z., & HUQUE, N. (2013). Concept of aging in Unami medi- cine. *In: International Journal of Research in Ayurveda and Pharmacy*, roč. 4, č. 3, s. 459–462.
19. JASINSKAS, E., & SIMANAVIČIENE, Z. (2009). The influence of government's support on social responsibility of farmers' farms. *In: Economics and Management*, roč. 14, s. 257–263.
20. JEON, M. M., KANG, M. M., & DESMARAIS, E. (2016). Residents' perceived quality of life in a cultural-heritage tourism destination. *In: Applied Research in Quality of Life*, roč. 11, s. 105–123.
21. KAKOUDAKIS, K. I., MCCABE, S., & STORY, V. (2017). Social tourism and self-efficacy: Exploring links between tourism participation, job- seeking and unemployment. *In: Annals of Tourism Research*, roč. 65, s. 108–121.
22. KANGWA, J. (2017). The legacy of David Livingstone: A contribution to sustainable tourism. *In: The Expository Times*, roč. 128, č. 5, s. 209–221.
23. KATZ, S., & CALASANTI, T. (2015). Critical perspectives on successful aging: Does it “appeal more than it illuminates”? *In: The Gerontologist*, roč. 55, č. 1, s. 26–33.
24. LEE, P. L., LAN, W., & YEN, T. W. (2011). Aging successfully: A four–factor model. *In: Educational Gerontology*, roč. 37, č. 3, s. 210–227.
25. LIANG, J., & LUO, B. (2012). Toward a discourse shift in social gerontology: From successful aging to harmonious aging. *In: Journal of Aging Studies*, roč. 26, s. 327–334.
26. LU, J., & NEPAL, S. K. (2009). Sustainable tourism research: An analysis of papers published in the Journal of Sustainable Tourism. *In: Journal of Susainable Tourism*, roč. 17, č. 1, s. 5–16.
27. LUEKVEERAWATTANA, R. (2018). Key factors affecting of tourists' decisions to stay at environmental friendly hotels. *In: Polish Journal of Management Studies*, roč. 17, č. 2, s. 148–157.
28. MACDONALD, R., & JOLLIFFE, L. (2003). Cultural rural tourism: Evidence from Canada. *In: Annals of Tourism Research*, roč. 30, č. 2, s. 307–322.
29. MADHAVAN, H., & RASTOGI, R. (2013). Social and psychological factors influencing destination preferences of domestic tourists in India. *In: Leisure Studies*, roč. 3, č, 2, s. 207–217.
30. MENDES DE LEON, C. F. (2005). Social engagement and successful aging. *European In: Journal of Ageing*, roč. 2, č. 1, s. 64–66.
31. MIHALIČ, T. (2000). Environmental management of a tourist destination: A factor of tourism competitiveness. *In: Tourism Management*, roč. 21, č. 1, s. 65–78.
32. MORGAN, N., PRITCHARD, A., & SEDGLEY, D. (2015). Social tourism and well- being in later life. *In: Annals of Tourism Research*, roč. 52, s. 1–15.
33. MURAVA, I., & KOROBEINYKOVA, Y. (2016). The analysis of the waste problem in tourist destinations on the example of Carpathian region in Ukraine. *In: Journal of Ecological Engineering*, roč. 17, č. 2, s. 43–51.
34. NIKITINA, O., & VORONTSOVA, G. (2015). Aging population and tourism: Socially determined model of consumer behavior in the "senior tourism" segment. *In: ProcediaSocial and Behavioral Sciences*, roč. 214, s. 845–851.
35. NOLL, H.-H. (2002). Towards a European system of social indicators: Theoretical framework and system architecture. *In: Social Indicators Research*, roč. 58, s. 47–84.
36. NOLL, H.-H. (2005). Social indicators and quality of life research: Background, achievements and current trends. *In: Advances in sociological knowledge over half a century*, roč. 1, s. 185–212.
37. OZDEMIR, C., & YOLAL, M. (2017). Cross-cultural tourist behavior: An examination of tourists' behavior in guided tours. *In: Tourism and Hospitality Research*, roč. 17, č. 3, s. 314–324.
38. PESONEN, J., & KOMPPULA, R. (2010). Rural wellbeing tourism: Motivations and expectations. *In: Journal of Hospitality and Tourism Management*, roč. 17 č. 1, s. 150–157.
39. PJEROTIC, L., DELIBASIC, M., JOKSIENE, I., GRIESIENE, I., & GEORGETA, C. P. (2017). Sustainable tourism development in the rural areas. *In: Transformations in Business & Economics*, roč. 16, č. 3, s. 21–30.
40. PJEROTIC, L. (2017). Stakeholder cooperation in implementation of the sustainable development concept: Montenegrin tourist destinations. *In: Journal of International Studies*, roč. 10, č. 2, s. 148–157.
41. ROMAGOSA, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *In: Tourism Geographies*, roč.22, s. 690–694.
42. SEDGLEY, D., PRITCHARD, A., & MORGAN, N. (2011). Tourism and ageing a transformative research agenda. *In: Annals of Tourism Research*, roč. 38, č. 2, s. 422–436.

43. SMAGURAUSKIENÉ, L. (2009). Territorial institutional system of business promotion in Lithuania. *In: Annales Geographicae*, roč. 42, č. 1-2, s. 55–66.
44. STREIMIKIENE, D., & BILAN, Y. (2015). Review of rural tourism development theories. *In: Transformations in Business & Economics*, roč.14, č. 2, s. 21–34.
45. UNWTO. (2017). Is the international year of sustainable tourism for development. [online]. [cit. 2023-11-25]. Dostupné z: http://www.unwto.org/archive/global/ press-release/2017-01-03/2017-international-year-sustainable- tourism-development
46. UNWTO. (2020). International tourism highlights. 2020 Edition, Madrid, Spain. [online]. [cit. 2023-11-25]. Dostupné z: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/ 9789284421152
47. VILLAR, F. (2012). Successful ageing and development: The contribution of generativity in older age. *In: Ageing and Society*, roč. 7, s. 1087–1105.
48. WASEEMA, M. (2017). Enhancing destination competitiveness for a sustainable tourism industry: The case of Maldives. OIDA. *In: International Journal of Sustainable Development*, roč. 10, č. 2, s. 11–24.

Mladá veda

Young Science

ISSN 1339-3189