



Krajina roka 2010/11
Slovenský kras – Aggtelekský kras

Szlovák-karszt – Aggteleki-karszt
Slovenský kras – Aggtelekský kras

Stratégia udržateľného rozvoja cestovného ruchu

Rožňava / Aggtelek / Viedeň, september 2011

Slovenský kras a Aggtelekský kras sa v rokoch 2010/11 stali Krajinou roka, čo je iniciatíva, ktorá vznikla na základe partnerských vzťahov Medzinárodného zväzu priateľov prírody (Naturfreunde Internationale), Združenia maďarských priateľov prírody (Magyar Természetbarát Szövetség), Klubu slovenských turistov, riaditeľstva Aggtelekského národného parku, Národného parku Slovenský kras a ďalších zainteresovaných subjektov na oboch stranách hraníc.

Nasledujúce body sú výsledkami konferencií, seminárov a podujatí, ktoré sa uskutočnili v regióne v rokoch 2009 až 2011, ako aj analýzou hodnotenia a hodnotenia testov nových ukazovateľov Európskej komisie v súvislosti s udržateľnými turistickými cieľmi. Boli použité existujúce stratégie a pramene v písomnej podobe¹. Prediskutovanie a zhrnutie výsledkov sa uskutočnilo na záverečnej konferencii, ktorá sa konala 9. septembra 2011 v Rožňave.

V súvislosti s partnerskými vzťahmi tvoriacimi základ Krajiny roka považujú signatári nasledujúce štyri závery za významný základ budúceho rozvoja cestovného ruchu v oblasti Slovenského krasu - Aggtelekského krasu:

1. Zintenzívnená cezhraničná horizontálna a vertikálna spolupráca

Vytvorenie a optimalizácia formálnej a neformálnej spolupráce vo všetkých oblastiach:

- a) **Národné parky a cestovný ruch:** región potrebuje intenzívnejšie spájanie chránených oblastí a rozvoja cestovného ruchu v prospech oboch odborných sfér – aj mimo úloh spojených s rozvojom ponuky a ubytovanie. Pomocou imidžu národných parkov má turistická oblasť možnosť vytvoriť si vlastnú originálnu ochrannú známku.
- b) **Cezhraničná spolupráca:** cezhraničná spolupráca dvoch okrajových regiónov – ktorú v danom prípade priaznivo ovplyvňujú aj menšiny žijúce po oboch stranách hraníc – vytvárajú príležitosť pre tvorbu nových ponúk v oblasti cenových ponúk a formovanie spoločnej regionálnej identity.
- c) **Regionálny, cezhraničný zväz turistov:** je potrebné vytvoriť zväz, do ktorého by sa zapojili všetky štátne a súkromné subjekty pôsobiace v oblasti cestovného ruchu, zainteresované mimovládne organizácie a najmä malé a stredné podniky (MSP). Táto organizácia by nemala byť štátna, ale deklarované cezhraničná a orientované na služby. Treba v nej zabezpečiť rovnoprávnú účasť partnerov z oblasti samospráv a regionálnych orgánov. Organizácia, ktorá by mohla fungovať ako PPP (verejno-súkromné partnerstvo štátnej a súkromnej sféry), s týmito kľúčovými cieľmi:
 - Spojenie zainteresovaných subjektov
 - Rozvoj a správa destinácií
 - Vytvorenie udržateľných prvkov ponuky v oblasti cestovného ruchu, ktoré budú generovať lokálne hodnoty a zároveň prispievajú k zachovaniu prírodných a kultúrnych hodnôt regiónu;
 - Organizovanie školení v záujme priebežného zvyšovania kvality v oblasti služieb cestovného ruchu – pestrosť služieb a ponuky pri zohľadnení ekologických aspektov
- d) **Regionálna a národná podpora:** vytváranie udržateľného rozvoja cestovného ruchu je nemyšliteľné bez (finančnej) podpory príslušných regionálnych a národných orgánov. Apelujeme

na tieto orgány, aby aktívne napomáhali rozvoj perspektívnejšieho a udržateľnejšieho fungovania za použitia vlastných prostriedkov, ako aj prostredníctvom využívania príslušných eurofondov.

2. Rozvoj infraštruktúry, profesionalizácia a tvorba miestnych hodnôt

Udržateľný cestovný ruch vyžaduje kvalitnú, profesionálnu, nadmieru udržateľnú infraštruktúru a turistické ponuky založené na regionálnych zdrojoch:

- a) **Rozvíjanie ubytovacích kapacít:** ubytovanie, letná dovolenka na sedliackom dvore a zvyšovanie kvality obdobných vidieckych foriem ubytovania a ich spojenie do štruktúry, ktorá bude zahŕňať miestne špecifiká.
- b) **Vzdelávanie a školenie pre (potenciálnych) hotelierov,** v záujme zvyšovania kvality služieb a väčšieho súladu s očakávaniami v oblasti cestovného ruchu – environmentálnymi zásadami a zásadami udržateľnosti.
- c) **Vytváranie miestnych hodnôt prostredníctvom regionálnych produktov:** zvýšená výroba a predaj regionálnych poľnohospodárskych a remeselníckych výrobkov na jednej strane znamená rozširovanie sekundárnej ponuky v oblasti cestovného ruchu a zároveň prostredníctvom regionálnej ochrannej známky prispieva k vytváraniu uceleného imidžu regiónu. Už existujúce projekty (napr. Gemerská karta) alebo podujatia (napr. Gemersko-turnianske Letné dni) sa využívajú na spoločnú cezhraničnú prezentáciu regionálnych produktov.
- d) **Vytváranie miestnych produktov prostredníctvom „spomaľovania“ (zásada „Slow-down“):** Poskytovatelia služieb v oblasti cestovného ruchu musia vytvárať prvky ponuky, ktoré budú inšpirovať návštevníkov k dlhšiemu pobytu v regióne a tým pádom k tvorbe významnejších miestnych hodnôt a zároveň k zabezpečeniu príjmov, na rozdiel od krátkodobých pobytov, ktoré prinášajú zisk iba externým turistickým agentúram a investorom.
- e) **Dôraz na marketing v oblasti udržateľných ponúk:** medzi milovníkmi prírody i kultúry existuje segment spotrebiteľov, ktorí majú záujem o udržateľnosť. Marketing sa musí sústrediť na prvky ponuky, ktorú zodpovedajú kritériám udržateľnosti a tvorby miestnych hodnôt.

3. Zlepšenie dopravnej situácie

Hromadná doprava v súčasnosti neposkytuje príťažlivé a jednoducho využiteľné možnosti pre turistov, ktorí preto prichádzajú do oblasti väčšinou vlastnými autami. Na zlepšenie súčasnej situácie musia vyvinúť úsilie všetky zainteresované spolupracujúce subjekty:

- a) **Obnovenie chýbajúceho cezhraničného železničného spojenia medzi Tornanádaska (HU) a Turňou nad Bodvou (Torna, SK),** ako aj obnova a/alebo zrýchlenie železničných tratí Košice-Rožňava-Rimavská Sobota a Miskolc-Tornanádaska, ako aj skrátenie intervalov pri premávke železničných súprav.
- b) Vytvorenie kyvadlových spojov z najbližších železničných staníc a ich propagácia
- c) **Zlepšenie miestnej mobility:** napr. zriadenie zberných taxíkov, ktoré sa dajú kontaktovať telefonicky, požičiavanie (elektrických) bicyklov, atď.
- d) **Rozšírenie regionálnych cezhraničných cyklistických trás** a ich zapojenie do nadregionálnej siete cyklistických trás (napr. vytvorenie príťažlivých ponúk pozdĺž EuroVelol1). Ubytovacie kapacity sa okrem toho musia prispôbiť cykloturistike špeciálnymi ponukami (napr. odstavnými plochami pre bicykle, servis).
- e) **Aktívna propagácia hromadnej dopravy** vo všetkých turistických reklamných médiách.

4. Ekologická záťaž a monitoring

Možnosť záťaže jednotlivých území regiónu vyžaduje analýzu najmä na maďarskej strane, pričom je potrebné stanoviť limity kapacít, ako aj rozvoj a aplikáciu vhodných monitorovacích prostriedkov.

- a) Konkrétne stanovenie limitov kapacity

- b) **Propagácia eko-nálepky** cieľom eko-nálepky je nielen propagácia medzi návštevníkmi, ale aj účinný ekologický manažment ubytovacích kapacít, ktorá okrem iného zabezpečí možnosť materiálnych úspor (napr. v oblasti hospodárenia s energiou).
- c) Uplatňovanie **nového** (zatiaľ nezverejneného) **systému ukazovateľov Európskej komisie v oblasti udržateľných destinácií cestovného ruchu**: táto regionálna iniciatíva okrem hodnotenia súčasnej situácie pojednáva aj o oblastiach, ktoré vyžadujú zlepšenie. Jeho pravidelné používanie poskytuje prehľad o vývojových tendenciách.

9.9.2011

Rožňava / Aggtelek / Viedeň



Christian Baumgartner

generálny tajomník Medzinárodného zväzu priateľov prírody



Szabó Imre

predseda Združenia maďarských priateľov prírody



Peter Perhala

predseda Klubu slovenských turistov

¹ Okrem iného: Tourism strategy and management plan of the Aggtelek Karst and its surrounding areas. (Béla Berecz, Júlia Fűzi, Dezső Nagy, Zsuzsa Tolnay; Josváfö, 2008); Trans-boundary Cooperation for Sustainable Tourism in Protected Areas. Case Studies from the Biosphere Reserves Šumava (Czech Republic), Aggtelek (Hungary) and Babia Góra (Poland). (Ecological Tourism in Europe, 2009)