

Kvalita – strategický faktor rozvoja cestovného ruchu

Quality – the strategic factor of tourism development

The 7th International Conference on Tourism was devoted to the quality as a strategic factor of the tourism development. The fundamental aim of the conference was, therefore, to define the nature of quality of services in tourism, its basic signs and instruments for the achievement.

Na podnet vedenia fakulty BERG bola zástupcom študentov a pedagógov bakalárskeho štúdia III. ročníka odboru krajinná geopropagácia umožnená účasť na 7. medzinárodnej konferencii o cestovnom ruchu, konanej v dňoch 6. – 8.10.1998 v Trenčianskych Tepliciach. Konferencia bola venovaná kvalite, ako aj strategickému faktoru rozvoja cestovného ruchu. Základným cieľom konferencie bolo definovať podstatu kvality služieb v cestovnom ruchu, jej základné znaky a nástroje na jej dosiahnutie.

Kvalita služieb cestovného ruchu na Slovensku je podmienená kvalitou celého prostredia, v ktorom sa cestovný ruch realizuje, teda komplexom aspektov primárnej i sekundárnej ponuky cestovného ruchu. Úspešné budovanie, tvorba a využívanie ponuky sú však maximálne podmienené existenciou koncepcného rozvoja jednotlivých územných celkov pre potreby cestovného ruchu. Základom rozvoja cestovného ruchu v Slovenskej republike musia byť podniky cestovného ruchu, sústredené v strediskách, ktoré sú súčasťou konkrétnych územných celkov, regiónov cestovného ruchu.

Podobne ako v zahraničí, aj v praxi cestovného ruchu na Slovensku poskytujú služby viaceré kategórie pracovníkov. Ide o sprievodcov cestovného ruchu, touroperátorov, miestnych sprievodcov, sprievodcov po kultúrno-historických pamiatkach, horských sprievodcov a sprievodcov po sprístupnených jaskyniach.

Zvyšovanie kvality sprievodcov cestovného ruchu si v prvom rade vyžaduje precíznosť kritéria výberu záujemcov o túto činnosť, opodstatnenosť kvalifikačnej prípravy a neuspokojenie sa so získanou odbornosťou sprievodcu na začiatku kariéry. Je potrebné priebežne ju zdokonaľovať a neponechať hodnotenie svojej odbornosti vo vlastnej kompetencii. Pre prácu sprievodcu treba využívať poznatky a skúsenosti z poskytovania takýchto služieb sprievodcov v krajinách s rozvinutým cestovným ruchom.

Na dosahovanie žiadanej kvality vplyva aj vhodná motivácia sprievodcov, osobitne v prípadoch, keď spätná väzba klientov na cestovnú kanceláriu potvrdzuje ich spokojnosť s pracovným výkonom sprievodcu.

Čo sa týka výberu produktu cestovnej kancelárie je známe, že klienti CK skúmajú alebo sledujú predovšetkým súlad ceny a kvality, dôveryhodnosť, ochotu vyhovieť ich požiadavkám, porovnateľnosť ceny s cenami iných CK a pravdivosť poskytovaných informácií. Sú to jasné známky trhového správania. Úspešnejšie budú tie CK, ktoré dokážu tieto požiadavky pretransformovať do svojej marketingovej stratégie.

Stratégia kvality služieb v kúpeľníctve na Slovensku patrí medzi prvoradé úlohy zlepšenia kvality cestovného ruchu na Slovensku. Kúpele a kúpeľná liečba sú založené na dlhých historických i vedeckých tradíciách, využívajúc liečivé faktory zeme, klímy a vody. Jedným z predpokladov zabezpečenia kvality kúpeľných služieb na Slovensku je zintenzívnenie odbornej práce Zväzu slovenských liečebných kúpeľov pri príprave noriem, certifikátov a akceptovanie hlasu odborníkov. Je veľmi dôležité nadviazať na tradície našich kúpeľov v európskom regióne po 40 ročnej prestávke. Kúpeľníctvo však na rozdiel od ostatných odvetví má lepšie štartovacie podmienky. Návrat človeka 20. storočia k prírode, vyhľadávanie nového spôsobu života, poskytuje nové priestory pre uplatnenie kúpeľov a agroturistiky.

Problematika kvality služieb v sprístupnených jaskyniach na Slovensku si našla svoje miesto aj na konferencii. Jaskyne na Slovensku sú atraktívnym cieľovým miestom cestovného ruchu. Svedčí o tom i ustálená ročná návštevnosť. Vďaka odbornej starostlivosti sú jaskyne udržiavané v dobrom stave. Primeraná cena pre domáceho i zahraničného turistu umožňuje ich návštevnosť nielen udržať, ale aj zvýšiť. Dvanásť sprístupnených jaskýň, ktoré sa môžu popýšiť svojou prírodovednou i estetickou hodnotou, patria medzi európske, či dokonca svetové unikáty. Je však neustále čo zlepšovať tak, aby návštevník jaskýň odchádzal po jej návšteve čo najspokojnejší, najmä v oblasti servisných činností.

Kvalita ako pojem v agroturistike, resp. vidieckom cestovnom ruchu a v jeho subsystéme, je veľmi relatívna. Súvisí s potrebami účastníka a ich uspokojením podľa jeho želaní, túžob a očakávaní. Úzka súvislosť medzi internými a externými faktormi agroturistiky poukazuje na to, že agroturistika bola do prelomového obdobia v našich podmienkach takmer neznámou formou rekreácie a oddychu, ako aj prílevu finančných prostriedkov. Aj s ňou je spojená budúcnosť rozvoja cestovného ruchu na Slovensku.

Praktický prístup k zlepšeniu kvality ponuky Slovenska, ako cieľovej krajiny cestovného ruchu, súvisí s prepojením medzi marketingom cieľového miesta a zážitkami, ktoré sa ponúkajú zákazníkom. Všetko, čo návštevník na Slovensku zažije, má vplyv na jeho spokojnosť i na to, či odporučí túto krajinu svojim priateľom, alebo

sa sám na Slovensko vráti. Slovensko môže pomocou mnohých uskutočniteľných spôsobov zlepšiť kvalitu cestovného ruchu aj napriek finančným obmedzeniam.

Želaním organizátorov tejto konferencie bolo, aby myšlienky, ktoré na nej odzneli, prispeli nielen k rozvoju teórie, ale aj praxe cestovného ruchu na konci druhého a v treťom tisícročí.

Účasťou na 7. medzinárodnej konferencii v Trenčianskych Tepliciach, zameranej na problematiku hodnotenia kvality cestovného ruchu hlavne v podmienkach balneologického prostredia, si študenti bakalárskeho štúdia, zameraného na cestovný ruch a krajinnú geopropagáciu, doplnili poznatky zo strategických faktorov jeho rozvoja.

Prostredie, v ktorom sa konferencia konala, poskytlo tiež bohaté informácie o využití geologického prostredia s výskytom minerálnych a termálnych zdrojov a podzemnej vody pre balneologické účely a jeho následné spropagovanie v rámci turistického ruchu.

Záujemcom o podrobnejšie informácie odporúčame zborník kolektívu autorov:

Kvalita – strategický faktor rozvoja cestovného ruchu. Zborník prednášok zo 7. medzinárodnej konferencie o cestovnom ruchu. Trenčianske Teplice, 6.10. – 8.10.1998, 288 s.

Martina Atanasová

III. ročník Krajinná geopropagácia
F BERG TU Košice

Ján Nyárhidy

III. ročník Krajinná geopropagácia
F BERG TU Košice