



*Rozvoj prirodzeným spôsobom:
Proces rozvoja prírodného turizmu v komunite.*

Thomas D. Potts, Ph.D
Cooperative Extension Tourism Specialist

Extension

Department of Parks, Recreation and Tourism Management
Clemson University
Clemson, South Carolina 29634-1005
(864)656-0372, FAX (864)656-2226

Allan P.C.Marsinko, Ph.D
Associate Professor, Forest Resource Economist
Department of Forest Resources
Clemson University
Clemson, South Carolina 29634-1003

Prepis, editovania a grafika:

THE
STROM THURMOND
INSTITUTE

Martha G.Morris
Operation Manager and Publications Coordinator
Strom Thurmond Institute of Government and Public Affairs
Clemson University
Clemson, South Carolina 29634-5130
(864)656-0215, FAX (864)656-4780

Preklad a grafika: Dana Hodúlová
Editoval: Juraj Kittler, Tatiana Potts

Prostriedky na preklad tohoto manuálu poskytla US AID
Funds for the translation of this manual were granted by US AID

| | |
|---|----|
| POĎAKOVANIE | 2 |
| KAPITOLA | |
| I. PREČO CHCEME ROZVÍJAŤ PRÍRODNÝ TURIZMUS | 7 |
| II. ZBIERANIE INVENTÁRU | 14 |
| Čo budeme potrebovať..... | 15 |
| Základné informácie a ľudské zdroje | 15 |
| Facilitátor | 17 |
| Výbor..... | 17 |
| Pracovná skupina | 20 |
| Ciele..... | 22 |
| Aké atrakcie sú na vašom území | 23 |
| Prírodné zaujímavosti | 24 |
| Zriedkavé a ohrozené druhy | 27 |
| Umelé vytvorené zaujímavosti | 28 |
| Zhrnutie | 30 |
| Festivaly a podujatia | 31 |
| Čo je to prírodná téma | 33 |
| Zhrnutie | 34 |
| Rekreačné aktivity | 34 |
| Zhrnutie | 36 |
| Prírodné tradície | 36 |
| Aké máte ľudské zdroje | 38 |
| Zhrnutie | 39 |
| Služby a infraštruktúra | 40 |
| Zariadenia | 40 |
| Zhrnutie..... | 42 |

| | |
|---|----|
| Ako hodnotíme náš dopravný systém | 43 |
| Diaľnice a iné prístupové cesty | 43 |
| Okružné cesty | 45 |
| Letiská | 46 |
| Iné druhy dopravy | 47 |
| Zhrnutie | 49 |
| Zdravotnícke služby a zariadenia | 50 |
| Zhrnutie | 52 |

III. FINANCOVANIE A IDENTIFIKÁCIA TRHU

| | |
|---|----|
| Niečo o financovaní | 53 |
| Súčastné podmienky na trhu | 54 |
| Zhrnutie | 56 |
| Zameranie sa na zákazníka | 57 |
| Vytvorenie kalendára prírodného turizmu | 59 |
| Mediálna politika | 62 |
| Zhrnutie | 66 |
| Trendy návštevnosti | 67 |
| Konkurencia | 69 |

IV. TECHNIKY RIADENIA

| | |
|---|----|
| Udržiavanie kvality zdrojov | 73 |
| Vlastníctvo pôdy a plánovanie turizmu | 74 |
| Ochrana ekosystémov pre prírodný turizmus | 76 |
| Mokrade, močiare a ústia riek..... | 76 |
| Riečne systémy | 77 |
| Lužné lesy | 79 |
| Lesy | 80 |
| Horské/Alpské systémy | 82 |

| | |
|------------------------------|----|
| Správne územia | 84 |
| Parky | 84 |
| Chránené územia | 86 |
| Rezervácie zveri | 87 |
| Koridory pre divú zver | 88 |
| Možnosti ochrany | 89 |
| Zhrnutie | 94 |

V. STANOVENIE CIEĽOV A PRÍPRAVA AKČNÉHO PLÁNU

| | |
|--|-----|
| Dáme to všetko do súvislostí | 95 |
| Použitie vášho hodnotenia | 95 |
| Využitie vašich máp | 97 |
| Analýza vašich informácií | 98 |
| Stanovenie cieľov | 99 |
| Vytváranie vašej témy | 100 |
| Prírodná krása | 102 |
| Unikátne osídlenia..... | 102 |
| Prírodné tradície | 103 |
| Festivaly a podujatia | 103 |
| Rekreačné a voľnočasové programy | 103 |
| Špeciálne kempingy a programy | 104 |
| Turistické informačné centrá | 104 |
| Konkrétne kroky | 104 |
| Prírodné atrakcie | 105 |
| Ľuďmi vytvorené atrakcie | 105 |
| Festivaly a podujatia | 105 |
| Rekreačné aktivity | 106 |
| Prírodné tradície | 106 |
| Ľudské zdroje | 107 |
| Doprava | 107 |
| Zdravie a bezpečnosť verejnosti | 108 |

| | |
|---|-----|
| Trh | 108 |
| Komunikačné služby | 108 |
| Konkurečné postavenie | 109 |
| Riadenie prírodných zdrojov | 109 |
| Nápady pre podporu turizmu | 110 |
| Školenia pohostinnosti - sprievodný prvok úspechu | 111 |

| | |
|--|------------|
| VI. UVEĎTE NA TRH VAŠE PRÍRODNÉ TRADÍCIE | 113 |
| Identifikujte svojich potencionálnych návštevníkov | 113 |
| Ktorí sú to | 113 |
| Odkiaľ prichádzajú | 113 |
| Marketingový plán | 115 |
| Vzorový prírodný marketingový plán | 117 |
| Nástroje marketingu | 119 |
| Brožúry/Turistický sprievodca | 119 |
| Bezplatná a finančne nenáročná publicita | 121 |
| Novinársky balík (informačný materiál)..... | 122 |
| Predajte svoj región | 123 |
| Predajte sa | 123 |
| Miestny spravodaj | 123 |
| Vaše turistické oddelenie | 124 |
| Poznávacie výlety | 124 |
| Komunitné podujatia | 125 |
| Špeciálna propagácia | 125 |
| Platená reklama | 125 |
| Informácie | 126 |
| Skupinové eko-výlety | 127 |
| Balíky prírodnej dovolenky | 130 |
| BIBLIOGRAFIA | 131 |

PREČO CHCEME ROZVÍJAŤ PRÍRODNÝ TURIZMUS

KAPITOLA PRVÁ

PREČO CHCEME ROZVÍJAŤ PRÍRODNÝ TURIZMUS

Prírodný turizmus je založený na existencii lokalít s relatívne nenarušeným životným prostredím. Jeho cieľom je prilákanie návštevníkov do týchto lokalít, čo zároveň napomáha rozvoju miestnej ekonomiky. To, čo robí spomínané miesta príťažlivými, je kombinácia prírodných a zároveň umelo vytvorených zdrojov, pričom si treba uvedomiť, že základným predpokladom pre rozvoj tohoto odvetvia turizmu v tej-ktorej lokalite sú práve prírodné zdroje. Z ekonomického pohľadu je tento druh turizmu odvetvím, skladajúcim sa z mnohých malých podnikov, ktoré sa často delia do kategórií ako doprava, ubytovanie, stravovanie, informácie a iné. Podnikatelia s priamym vzťahom k prírode sú najmä malí chatári sprievodcovské služby, dodávatelia výstroja a zariadení pre turistické služby, požičovne, lodenice, kempingy. Podľa štatistík je v USA až 98% firiem, zaoberajúcich sa cestovným ruchom a turizmom klasifikovaných ako “malé firmy”.

Turistickými mekami, ktoré v súčasnosti ešte stále priťahujú najväčšie zástupy ľudí, sú aj naďalej veľkomestá, rekreačné centrá, skanzeny a národné parky. Aj napriek tomu majú však v poslednom čase na celkovom objeme turistického ruchu čoraz väčší podiel aj malé komunitné iniciatívy, ktorých predstavitelia si stále viac uvedomujú možnosti, ktoré pre nich najmä v ekonomickej oblasti prinášajú podobné aktivity. Významnú úlohu v tomto procese zohráva aj úpadok tradičného miestneho priemyslu, ako je textilná výroba alebo poľnohospodárstvo.

Aby sa prírodný turizmus stal úspešnou súčasťou hospodárskeho rozvoja komunit, musí byť trvalo udržateľný, aj keby mal fungovať len sezónne. Aby takým mohol byť, treba ho správne naplánovať a riadiť, aby sme pre návštevníkov súvisle zabezpečovali vysoko kvalitný zážitok vo voľnej prírode.

Nie každá komunita sa hodí pre rozvoj prírodného turizmu, tak, ako ani prírodný turizmus nie je vhodný pre každú komunitu.

Táto kniha bola vytvorená tak, aby:

- ☞ Pomohla lokalitám rozhodnúť sa, či sa vydajú cestou podpory prírodného turizmu a keď toto rozhodnutie bude pozitívne:
- ☞ Napomáhala uvedomenie si potencionálnych výhod ako aj finančných na rozvoj prírodprírodného turizmu.
- ☞ Poskytla základné schémy pre jeho rozvoj .
- ☞ Pomohla pri propagácii a ochrane zdrojov miestnych komunít.

Táto kniha je adresovaná hlavne malým mestám a dedinám. Môže tiež poskytnúť užitočné informácie obyvateľov väčších miest. Jej zámerom je stať sa úvodným sprievodcom plánovania, alebo akýmsi “šlabikárom prírodného turizmu.”

Komunity sa rozhodnú začať s rozvojom prírodného turizmu ako súčasť ich ekonomickej základne z rôznych dôvodov.

P r í r o d n ý t u r i z m u s :

- má určitým spôsobom tendenciu priniesť úžitok takmer všetkým obyvateľom komunity.
- vytvára nové pracovné príležitosti
- prináša “nové” finančné zdroje do mesta
- vo všeobecnosti jeho štart nie je finančne náročný
- je “čistejší,”ako akýkoľvek iný priemysel
 - môže uviesť do života konzerváciu a ochranu prírodných a historických zdrojov a podporuje občiansku hrdosť a pocit lokálpatriotizmu.
- môže zvýšiť príležitostí na rekreáciu vo voľnej prírode pre samotnú komunitu.

Miestni podnikatelia, ktorých činnosť sa neviaže priamo na turistický ruch, niekedy považujú nezaujímavé podporovať aktivity, ktoré by mali prilákať turistov a slúžiť im. Dovoľte, aby sme sa s vami podelili s príbehom, ktorý ilustruje tento problém:

Istý usporiadateľ rybárskej súťaže v malom meste prišiel ponúknuť reklamný priestor v brožúre, ktorú pri tejto príležitosti vydal, dilerovi elektrospotrebičov. Diler bol presvedčený, že prijatím podobnej ponuky by zbytočne míňal svoje peniaze, pretože rybári sa predsa nebudú zaujímať o jeho produkty, tých zaujímajú len a len ich udice, návnady a prípadne ochranné prostriedky proti komárom. Ako sa tak obaja rozprávali, prišiel skladník a opýtal sa dílera, kedy dodá do lodeníc novú mikrovlnnú rúru. Usporiadateľ rýchlo poukázal na to, že rybárov by lodenica nezarobila dosť peňazí, aby si mohli dovoliť kúpiť novú mikrovlnku. Diler elektro-spotrebičov je teraz pravidelným podporovateľom mestského rybárskeho turnaja a iných udalostí, ktoré súvisia s turizmom.

Keď turista minie korunu, je to ako keď hodíte kameň do vody, pri prvom náraze vyšplechne najviac vody, ale následne sa na vodnom povrchu vytvoria vlnky, ktoré sa postupne dostanú do všetkých oblastí podnikateľských aktivít komunity. Široká verejnosť má priamy úžitok z prírodného turizmu v dvoch smeroch:

- ☞ po prvé, turisti prispievajú k plateniu miestnych daní prostredníctvom tovaru a služieb, ako je napríklad nákup suvenírov, jedlo v reštaurácii či prenájom hotelových izieb. Môžu si tiež zakúpiť rôzne povolenia: na parkovanie, kempovanie, rybárske a poľovnícke lístky. Toto pomôže poskytovaniu verejných služieb obyvateľstvu bez toho, aby bolo nutné vyberať dodatočné dane z vrecák miestnych obyvateľov.
- ☞ Po druhé, prírodný turizmus iniciuje a podporuje podnikanie ako poskytovanie výstroja, múzeá, lodenice, prístreky pre divú zver a rekreačné oblasti, ktoré môžu užívať domáci obyvatelia ako aj turisti a takto zlepšuje celkovú kvalitu života komunity.

Turizmus ako priemyselné odvetvie je náročný na pracovné sily a vyžaduje si mnoho zamestnancov vo vzťahu k rozsahu investícií. Pracovné miesta v turistickom ruchu navyše vo väčšine prípadov nevyžadujú žiadne mimoriadne vzdelanie. Prírodný turizmus môže poskytnúť mimoriadne výhodné príležitosti pre tých, ktorí zvlášť dobre poznajú svoje okolie - jeho prírodné zaujímavosti a históriu - a ktorí majú záujem profesionálne zabezpečiť niektoré služby, ktoré s ním súvisia: napr. Požičiavanie výstroja, sprievodcovské služby, poznávacie zájazdy, stravovanie a ubytovanie.

V zásade existujú štyri spôsoby, ktorými si môže najmä malá vidiecka komunita zabezpečiť finančné zdroje: cez poľnohospodárstvo, ťažký priemysel (napr.:baníctvo), výrobu a prírodný turizmus. Nemusí byť vhodná pre prvé tri, ale takmer do každej komunity prichádzajú nejakí návštevníci a tým pádom tu existuje aj určitý stupeň turizmu. Otázkou je, či Vaša komunita má potenciál prírodných zdrojov, aby zvýšila túto návštevnosť a či medzi jej členmi existuje aj záujem o rozvoj podobných aktivít ?

Keď v komunite postaví novú továreň, môže spôsobiť znečistenie vzduchu, vody a vizuálne znečistenie a obyčajne vyvolá zvýšenie verejných výdavkov na cesty, kanalizáciu a vodovod, nové školy a viac služieb, ako aj stratu pôdy na ďalšie stavby a nákupné strediská. Prírodný turizmus - aj napriek tomu, že tiež so sebou prináša niektoré z týchto problémov - je oveľa "čistejší" vo všetkých horeuvedených ohľadoch, zvlášť ak je racionálne naplánovaný. Nároky prírodného tuzimu sú obyčajne malé a nevyžadujú nákladnú podporu verejných služieb. Pretože turisti komunitu iba navštevujú, dodatočné výdavky na školy, zdravotníctvo a iné služby sú minimálne v porovnaní s inými formami hospodárskeho rozvoja. Treba si uvedomiť, že bez správneho plánovania a kontroly by komunita mohla trpieť pod bremenom zvýšenia daní, vyšších cien, preľudnenosti a deštrukciou jej prírodných oblastí.

Faktory, ktoré lákajú záujemcov o prírodnú turistiku - nezničené životné prostredie, možnosti rekreácie v prírode, kultúrne podujatia, čistota, priateľskosť a dobré vzťahy s miestnou komunitou - sú tými istými kvalitami, ktoré robia dojem aj na iné priemyselné odvetvia v ich rozhodovaní o budúcich investíciách. Berme na zreteľ aj skutočnosť, že je len málo komunít, ktoré sú vhodné výlučne na prírodný turizmus ako jedinú formu ekonomických aktivít a pre väčšinu z nich by bolo prospešnejšie vyrovnané zmiešané hospodárstvo s prírodným turizmom ako jednou jeho zložkou.

Návštevníkov lákajú vo všeobecnosti najmä tie prírodné zdroje, ktoré sú niečím osobité - lesy, jazerá, parky, rezervácie a nezvyčajný život vo voľnej prírode. Keď si hodnotu tohto všetkého uvedomujú ľudia, ktorí do komunity prichádzajú zvonku, môže to podnieť záujem a hrdosť domácich obyvateľov. Stimuluje ich to, aby zachovali a ochraňovali tie prvky, ktoré prispievajú k tejto unikátnosti. Malebné jazerá, močiare, rieky a iné podobné lokality sú iba niekoľkými príkladmi základných zdrojov komunity, ktoré možno posilniť, keď si ľudia uvedomia, že za hranicami ich obce či mesta sú vysoko hodnotné. Keď občania a samospráva porozumejú túžbe

návštevníka po esteticky pozitívnom a zdravom životnom prostredí ako základného predpokladu pre turistický zážitok, môže to pomôcť pri dosahovaní vyšších komunitných cieľov.

Každý sektor v komunite musí vedieť, čo mu rozvoj prírodného turizmu môže priniesť, pretože úspešný rozvoj sa môže uskutočniť iba v obci, meste či inom územnom celku, v ktorom samospráva, komerčné firmy a projektanti vývoja, finančníci a široká verejnosť majú pozitívny, resp. asertívny postoj k vytvoreniu a udržaniu prírodného komunitného hospodárstva.

Predstavitelia miestnej správy a samosprávy si musia uvedomiť, aké výhody, nevýhody a náklady sa spájajú s prírodným turizmom, aby sa vedeli rozhodnúť pre prípadnú podporu jeho rozvoja. Musia tiež vedieť, ako funguje, aby vedeli správne plánovať a riadiť jeho rast. Kľúčom k úspešnému rozvoju prírodného turizmu pritom zostáva optimálne využívanie základných prírodných zdrojov. Pri plánovaní potenciálnej ekonomickej návratnosti je pritom potrebné pamätať aj na nevyhnutnú ochranu tých prírodných prvkov, ktoré sú považované za hlavné turistické atrakcie a budú teda vystavené aj najväčšiemu náporu návštevníkov tak, aby sa zachovali aj pre nasledujúce generácie. Proces plánovania, ktorý zohľadňuje aj životné prostredie, bude teda zvažovať aj neželateľné dôsledky jeho nadmerného zaťaženia a dopad nevhodného rozvoja. Zničenie základných zdrojov môže totiž zároveň negatívne ovplyvniť kvalitu života celej komunity. Možno bude potrebné so začiatkom rozvoja turizmu upraviť aj niektoré miestne zákony tak, aby podporovali rozvoj, a zároveň musia ochraňovať tie veci, ktoré sú tradične cenné pre komunitu.

Úspešný rozvoj prírodného turizmu závisí aj od úrovne spolupráce medzi súkromným a verejným sektorom. Miestna samospráva zodpovedá za životné prostredie a za základnú infraštruktúru, bez ktorej turizmus nemôže fungovať. Samospráva sa musí zaujímať o ochranu prírody, dopravu, zber odpadu, políciu a požiarnu ochranu, zdravotníctvo a množstvo iných podporných služieb, keďže všetky z nich do určitej miery budú ovplyvnené zvýšeným počtom návštevníkov. Seriózny projekt podpory rozvoja prírodného turizmu si preto vyžaduje už v prvopočiatoch - viac ako akékoľvek iné rozhodnutie v oblasti ekonomického rozvoja - čo

najpodrobnejšiu analýzu zdrojov, priorít, možností a komunitných cieľov.

Komerčné firmy - či sú to už miestni obchodníci, či rozvojoví pracovníci z iných oblastí - musia pochopiť ako funguje prírodný turizmus ešte pred tým, ako začnú robiť záväzné rozhodnutia v oblasti plánovania, prípravy návrhov alebo budovania jednotlivých zariadení. Príliš často verejní predstavitelia a komunitní lídri urýchlene prijímajú nové investície takmer akéhokoľvek druhu. Výsledkom je povolenie rozvoja nevhodného spôsobu ekonomických aktivít pre dlhodobé blaho komunity.

Podnikatelia, ktorí myslia len na okamžité zisky, môžu komunitu do viesť do "turistickej pasce." Je to stav, z ktorého sa neskôr dá len ťažko dostať. Tí, ktorí necitlivo zaobchádzajú s prírodnými zdrojmi môžu vytvoriť komunitu zničenú znečistením pri modifikovaní prírody, stavbe nových konštrukcií, nápisov a nevkusných stánkov pri ceste. Neoddeliteľnou súčasťou vidieckeho šarmu je to, že tu nenájdete znečistenie, plasty a neónové svetlá. Pokiaľ takéto veci povolíte, šarm sa rýchlo stratí. Dôležité je, aby ste si zachovali vidiecku integritu.

Miestni bankári a iní finančníci musia pochopiť podstatu prírodného turizmu, aby dokázali prijímať múdre rozhodnutia na odporu jeho rozvoja. Mnohí z nich sa orientujú na "produkčné" hospodárstvo. Zdá sa im, že turizmus nič nepodporuje, a preto často odmietajú investičné príležitosti. Rozvoj turizmu zahŕňa také rôznorodé projekty - s rôznou návratnosťou investícií - že finančníci si majú z čoho vybrať. Mnohé z nich budú stabilnejšie a s väčším potenciálom návratnosti ako ktorékoľvek iné ne-turistické investície. Bez podpory miestnych finančných kruhov budú musieť podnikatelia hľadať ekonomické zdroje inde a peniaze tak budú z komunity odchádzať namiesto toho, aby tie zdroje, ktoré sa v nej vytvorila, zostávali a slúžili ako zdroj jej rozvoja.

Najdôležitejšou skupinou, ktorú treba poučiť o fungovaní: výhodách, ale i výdavkoch, spojených s prírodným turizmom, sú samotní občania komunity. Bez ich podpory by ani najlepšie pripravené plány nemohli uspieť. Prírodný turizmus by mal byť a musí sa stať záležitosťou celej komunity. Jednotliví občania sa môžu stať najsilnejším, alebo aj naslabším spojivkom v tomto úsilí. Ich prístup k návštevníkom rozhodne viac ako akýkoľvek iný faktor o tom, či sa turista vráti a povie aj ostatným o všetkom dobrom, čo je vo vašej komunite.

Úspešný turizmus závisí od krehkých vzťahov hostiteľa a hosťa, ktoré prevyšujú samotný prírodný zážitok. Patrí sem aj výzor súkromných domov, zdvorilosť miestnych ľudí, znalosti a prístup personálu v reštauráciách a na benzínových pumpách, ako aj ceny v obchodoch.

Úspešné podnikanie v oblasti prírodného turizmu teda v skratke závisí od zdravej, priateľskej a do vecí zasvätenej komunity, ktorá sa odhodlá zabezpečiť pobyt návštevníka tak, aby bol príjemný a milý, ako keď si jeden z vašich susedov pozve svojich hostí.

Oblasť prírodného turizmu je vhodnou bázou pre rozvoj súťaživosti. Aby komunita vyťažila čo najviac zo svojho základného potenciálu, jej predstavitelia musia pochopiť, čo motivuje ľudí, aby cestovali do jednotlivých prírodných regiónov akými pravidlami sa pri výbere lokality, kde strávia svoje dovolenky či víkendy, riadia. Poznanie týchto zásad vám pomôže pri plánovaní rozvoja. Na druhej strane poznanie, čo spôsobuje, že tieto pravidlá sa niekedy menia, umožňuje vznik náhodilých plánov, ktoré bude možné realizovať, keď si podmienky vyžadujú takúto zmenu. Plánovači tiež musia pochopiť vzájomne sa dopĺňajúcu úlohu prírodných atrakcií a infraštruktúry a ich prepojenia, ktoré treba vytoriť pre úplný a pozitívny “zážitok” z vidieckeho turizmu. Nakoniec, preto, že sa svet zmenšuje na globálnu komunitu cestovateľov, miestni rozvojoví podnikatelia a zakladatelia si musia vážiť špeciálne potreby zahraničných hostí.