

**Eudmila Novacká**

## **PODNIKY CESTOVNÉHO RUCHU NA MEDZINÁRODNOM TRHU V OBDOBÍ GLOBÁLNEJ KRÍZY**

***Abstract:** The tourist product is soft due to its geographical, economic, product and organization risks. Tourism is not separated from a society's development; and the current global crisis is intensely felt also in the sales of tourist services.*

*According to assumption of The United Nations World Tourist Organisation (UNWTO) stagnation, even a declining trend are going to continue until the year 2030: the overall rise will not exceed forecasts for previous periods. The so far 4 % average growth may be viewed as success. During the year 2009 the demand for some products in tourism has declined, while a demand for the product priced in the medium range appeared. The supply resulted in restructuring of services. Even speculative bankruptcies occurred.*

***Key words:** crisis, needs, tourist product, demand, offer/supply, prices*

**JEL:** L 83, E 32

### **Úvod**

Cestovný ruch sa na medzinárodnom trhu považuje za priemysel, ktorý má interdisciplinárny charakter. Na tvorbe ponuky cestovného ruchu spolupracujú v určitej miere subjekty súkromného aj verejného sektora. Podniky, ktoré poskytujú služby cestovného ruchu, musia byť permanentne pripravené na krízové situácie. Krízový manažment je samozrejmom súčasťou ich podnikania. Krehkosť produktu cestovného ruchu je nebezpečná a vyplýva z geografického, ekonomického, produktového i organizačného rizika.

Lokálne krízy, ktoré vznikajú v dôsledku výrazných výkyvov alebo kolapsov lokálneho charakteru (živelné pohromy, choroby, teroristické útoky a pod.), majú krátkodobý charakter. Na základe doterajšieho vývoja a skúseností možno konštatovať, že s výraznou podporou verejného sektora je možné lokálne krízy prekonať v priebehu jedného až troch rokov. Globálne krízy nie sú bežné v pravidelných cykloch. Ich pôsobenie je však výrazné a zasahuje do každodenného života. Cestovný ruch uspokojuje v prevažnej miere vyššie potreby, ktoré sa v dôsledku globálnej krízy na medzinárodnom trhu dostávajú do centra pozornosti až v druhom alebo treťom slede.