



MARKETINGOVÁ STRATÉGIA

Destinácie Bratislavský región
doma i v zahraničí pre roky 2014 -2016
s výhľadom do roku 2020

Vypracované: GfK Slovakia
31. marca 2014

Autorský team:
Prof. JUDr. Ľudmila Novacká, PhD.
Rastislav Kočan

Obsah

1.	Analýza prostredia a vývoj cestovného ruchu.....	5
1.1	Cestovný ruch – pojmy, charakteristika, teoretické vymedzenie, vývoj	5
1.2	Základné východiská pre ponímanie cestovného ruchu	5
2.	Charakteristika Bratislavského regiónu	15
2.1	Demografické a socio-ekonomické charakteristiky Bratislavského regiónu, potenciál pre segment cestovného ruchu a turizmu	15
2.2	Vzdelávanie a vzdelanostný potenciál	20
3.	Inštitucionálne zabezpečenie cestovného ruchu.....	22
3.1	Koncepcia klastrov a organizácií destinačného manažmentu	22
3.2	Typológia klastrov a ich regionálna podpora	24
3.3	Vzájomné väzby subjektov pôsobiacich v klastroch a ekonomické aspekty	25
3.4	Organizácie destinačného manažmentu – Destination Management Organization	27
3.5	Oblasťné a krajské organizácie cestovného ruchu	28
3.6	Zainterosovanie súkromného sektora v manažmente cieľového miesta	31
4.	Interné prostredie – Slovenská republika.....	34
4.1	Reforma verejnej správy	34
4.2	Stratégia rozvoja cestovného ruchu v SR do roku 2020	37
4.3	Legislatívne prostredie na Slovensku pre oblasť cestovného ruchu ako súčasť regionálneho rozvoja v SR	43
4.4	Analýza prostredia cestovného ruchu v Slovenskej republike s dôrazom na relácie ku Bratislavskému kraju	52
4.5	Analýza environmentálneho prostredia	55
4.6	Výkony cestovného ruchu v SR a BSK	60
5.	Externé prostredie: Česká republika, Maďarsko, Poľsko, Rakúsko, Nemecko, Veľká Británia	72
5.1	Cestovný ruch a jeho postavenie v globalizovanej spoločnosti, vývojové tendencie svetového hospodárstva	72
5.2	Mezinárodné organizácie a program cestovného ruchu	77
5.3	Stratégie cestovného ruchu okolitých krajín	81
5.4	Postavenie krajín V4 z aspektu výkonov v cestovného ruchu a komparácia so Slovenskom	82
5.5	Vývojové trendy trhu cestovného ruchu v EU a vo svete	83
6	Definícia strategickej vízie rozvoja cestovného ruchu v Bratislavskom kraji	90
6.1	Pasportizácia atraktivít a ich potenciál	90
6.2	Potenciál a konkurencieschopnosť kultúrnych a historických atrakcií	93
6.3	Potenciál a konkurencieschopnosť športových a prírodných atrakcií	95
6.4	Potenciál a konkurencieschopnosť podujatí	100

6.5	Súčasný produkt cestovného ruchu v Bratislavskom kraji	102
6.6	Definovanie zdrojových trhov	105
7	Ekonomický prínos cestovného ruchu pre hospodársky rozvoj Bratislavského kraja	112
7.1	Vykazovanie ekonomických impaktov cestovného ruchu	112
7.2	Ekonomické impakty cestovného ruchu v Bratislavskom samosprávnom kraji	113
8	SWOT analýza potenciálu CR v Bratislavskom kraji	119
8.1	Silné stránky	119
8.2	Slabé stránky	120
8.3	Príležitosti	121
8.4	Ohrozenia	122
9	Stratégia výberu priorít marketing destinácie Bratislavský region pre zdrojové trhy	124
9.1	Vývojové trendy cestovného ruchu v Slovenskej republike	124
9.2	Určenie a stanovenie potenciálnych produktových línií, ktoré môžu byť súčasťou potenciálnej ponuky cestovného ruchu v Bratislavskom kraji	129
9.3	Strategický pozicioning	130
9.4	Produktové línie	131
9.5	Produktové balíčky	138
9.6	Prioritné druhy marketingových aktivít	141
9.7	Distribúcia produktu	143
9.8	Komunikácia produktu	144
10	Finančný plán	153
10.1	Zdroje financovania	153
10.2	Plánovací dokument KOBR BSK 2014 - 2016	154
11	Možnosť pre čerpanie finančných zdrojov z fondov EU pre subjekty na území BSK v programovacom období 2014 - 2020	162
11.1	Politika súdržnosti a Stratégia Európa 2020	162
11.2	Programovacie obdobie 2014 – 2020 v kontexte Slovenskej republiky	163
11.3	Podpora aktivít v oblasti cestovného ruchu z prostriedkov európskych štrukturálnych a investičných fondov na území BSK	165
11.4	Aktuálny stav	172

1. Analýza prostredia a vývoj cestovného ruchu

1.1 Cestovný ruch – pojmy, charakteristika, teoretické vymedzenie, vývoj

Cestovný ruch predstavuje súbor aktivít v určitom prostredí s cieľom uspokojiť potreby účastníkov cestovného ruchu na jednej strane a na druhej strane vytvoriť podmienky s cieľom ekonomických a spoločenských prínosov pre poskytovateľov služieb a miestne obyvateľstvo.

Podľa Svetovej organizácie cestovného ruchu (ďalej v texte skratka UN WTO) môže udržateľný cestovný ruch predstavovať:

- optimálne využívanie environmentálnych zdrojov
- rešpektovanie socio-kultúrnej autenticity v hosťateľských krajinách,
- zabezpečenie dlhodobých ekonomických operácií, ktoré prinesú socioekonomický úžitok všetkým zúčastneným.

UN WTO (Svetová organizácia cestovného ruchu) definuje udržateľný cestovný ruch ako vzájomné prepojenie potrieb účastníkov cestovného ruchu a hosťateľských regiónov, pričom je potrebné chrániť a zvyšovať možnosti pre budúcnosť. Podľa UN WTO udržateľný rozvoj cestovného ruchu si vyžaduje manažovať všetky zdroje s aspektom na ekonomické, sociálne a „estetické“ potreby, ktoré vytvoria podmienky na naplnenie kultúrnej integrity, základných ekologických procesov, biologickej diverzity a existencie systémov na podporu života.

Európska komisia prezentuje koncept udržateľného rozvoja ako spôsob ekonomického rastu, ktorý pokrýva potreby spoločnosti utváraním podmienok blahobytu v krátkodobom, strednodobom, no najmä dlhodobom horizonte. Koncept vychádza z predpokladu, že rozvoj musí naplňovať dnešné potreby bez toho, aby boli ohrozené možnosti pokračujúceho rastu pre ďalšie generácie (napríklad vyčerpaním neobnoviteľných zdrojov bez nájdania alternatív, zničením ekosystémov nutných na život, spustením zmien prírodných podmienok, ktoré výrazne skomplikujú možnosti prežitia človeka ako biologického druhu a pod.).

Udržateľný cestovný ruch je definovaný ako cestovný ruch, ktorý je ekonomicky životaschopný, ekologicky a kultúrne citlivý. Udržateľný cestovný ruch neničí zdroje, ktoré sú nevyhnutné pre jeho budúcnosť, hlavne fyzické prostredie a sociálne štruktúry miestnych komunít.

1.2 Základné východiská pre ponímanie cestovného ruchu

Problematika manažmentu v cestovnom ruchu z aspektu udržateľného rozvoja je v ostatnom období vnímaná komplexne. Teória i prax transformovali pôvodné ponímanie „trvalej“ udržateľnosti v cestovnom ruchu z environmentálneho aspektu, na potrebu synergie troch prvkov udržateľného rozvoja, a to:

- ekonomického,
- environmentálneho
- spoločenského resp. sociálneho.

Podstata ekonomického prístupu je založená na precíznom sledovaní hospodárskeho výsledku, na znižovaní nákladov a na zvyšovaní zisku. Environmentálny prístup naďalej presadzuje možnosti ochrany životného prostredia a racionálne využívanie nových technológií s cieľom znižovať zaťaženie životného prostredia.

Spoločenský a sociálny prístup sa rozšíril do niekoľkých dimenzií:

- a) dimenzia sociálneho rozvoja miestneho obyvateľstva ako pozitívny výsledok činností cestovného ruchu v danej lokalite,
- b) dimenzia sociálneho prístupu k zamestnancom podniku, ktorý poskytuje služby cestovného ruchu,
- c) dimenzia spoločenskej zodpovednosti regiónu, združenia alebo podniku. Táto dimenzia je výsledkom vyššej úrovne tzv. inteligentných podnikov, ktoré si uvedomujú svoju spoločenskú zodpovednosť. Uvedomujú si, že výsledkom ich podnikateľských aktivít je na jednej strane uspokojenie potrieb zákazníka a na druhej strane uspokojenie podniku. Tiež si uvedomujú potrebu určitým spôsobom eliminovať alebo kompenzovať negatívne vplyvy, ktoré z jeho činnosti vznikajú.

Podľa viacerých autorov možno charakterizovať spoločenskú zodpovednosť podnikov všeobecne, ale aj v podmienkach trhu cestovného ruchu takto:

- univerzálnosť spoločenskej zodpovednosti bez rozdielu druhu podnikania, bez teritoriálneho ohraničenia, bez rozdielu kultúrnych a náboženských podmienok
- dobrovoľnosť hlavne v rozsahu, ktorý nie je určený zákonom, ani žiadnym iným vymáhateľným spôsobom
- spolupráca so všetkými aktérmi (stakeholders), ktorí aktívne pôsobia na trhu cestovného ruchu, ale i miestne obyvateľstvo, ktoré je v niektorých prípadoch pasív a iniciátori spoločenskej zodpovednosti ho môžu kvalifikovane usmerniť, alebo mu pomôcť
- kvalita života je cieľom spoločenskej zodpovednosti
- rozvoj, ktorý predstavuje širšiu dimenziu v spoločnosti, prepojenú nielen na ekonomické ukazovatele rastu, ale aj na hodnoty, ktoré nemajú ekonomický charakter a niekedy sa nedajú jednoznačne kvantifikovať.

Zodpovednosť je jadrom filozofie, ktorú prezentuje UN WTO v **Globálnom etickom kódexe**.

V článku 3 pod názvom Cestovný ruch ako faktor udržateľného rozvoja zakotvuje rozvoj aktivít cestovného ruchu s hlavným dôrazom na ochranu prírodného bohatstva, udržateľný limitovaný počet návštevníkov a vhodné ekonomické dôsledky na lokálnu ekonomiku.

Ekonomické aspekty udržateľného rozvoja a myšlienku tvorby pracovných miest pre lokálne obyvateľstvo zakotvuje článok 5 s názvom Cestovný ruch užitočná činnosť pre hostiteľskú krajinu a jej obyvateľstvo.

Sociálna zodpovednosť vo vzťahu k účastníkom cestovného ruchu sa premieta v článku 7 Právo na cestovný ruch, ktorý zdôrazňuje potrebu vytvoriť podmienky prostredníctvom sociálneho cestovného ruchu aj pre ekonomicky slabšie skupiny ľudí. Presne definuje segmenty, ktorým treba

venovať zvýšenú pozornosť. Ide o mládež, študentov, seniorov, rodiny s deťmi a zdravotne postihnuté osoby. V článku 6 Povinnosti aktérov v cestovnom ruchu zdôrazňuje dôležitosť seriózneho a korektného prístupu profesionálnych poskytovateľov služieb cestovného ruchu zákazníkom, v súlade s povinnosťami, ktoré sú zmluvne dohodnuté.

Sociálnu zodpovednosť podporuje aj článok 8 Sloboda pohybu účastníkov cestovného ruchu, v ktorom sa odvoláva na Všeobecnú deklaráciu ľudských práv. V tomto článku upozorňuje na potrebu zjednodušiť administratívne postupy a bariéry pri cestovaní.

Sociálna zodpovednosť smerom k zamestnancom aj živnostníkom, ktorí podnikajú v cestovnom ruchu a príbuzných činnostiach je rozpracovaná v článku 9 Práva pracovníkov a podnikateľov v cestovnom ruchu. Tento článok upozorňuje na povinnosť dodržiavať právo hostiteľskej aj vysielajúcej krajiny s cieľom vytvárať podmienky na výmenu skúseností, partnerstvo medzi podnikmi hostiteľskej a vysielajúcej krajiny, možnosť vstupu do aktivít cestovného ruchu pre malé a stredné podniky realizovať pracovné aktivity v prospech danej lokality a rýchlejší rozvoj cestovného ruchu.

V súčasnosti je nevyhnutné riešiť otázky udržateľnosti aj v podmienkach destinácie cestovného ruchu. V rámci udržateľného rozvoja cestovného ruchu v destinácii predstavitelia teórie odporúčajú aplikovať nasledovné globálne trendy udržateľnosti:

- uprednostniť udržateľný výnos z návštevníka (yield per visitor) pred vysokým počtom turistov
- zabezpečiť výmenu zdrojov v ekonomicko-environmentálnom vzťahu
- dlhodobo sa zameriavať a presadzovať vo vhodnej kombinácii a synergii ekonomické, environmentálne a sociálne (spoločenské ciele), ktoré predstavujú významnejší prínos ako politika krátkodobého rastu
- vzdelávať spotrebiteľov s cieľom spotreby šetrných produktov vo vzťahu ku životnému prostrediu
- rozvíjať cestovný ruch v destinácii tak, aby prinášal osôh i pre miestne obyvateľstvo.

Cieľom cestovného ruchu v destinácii je dokázať turistom i pracovníkom, že to, čo dáva skutočnú hodnotu času i peniazom, ktoré investovali do cestovného ruchu nie je len spotreba samotných služieb. Ide o hodnoty, ktoré utvárajú podmienky na zmysluplný vzťah medzi hosťom a hostiteľom. Vzťah, ktorý je založený nielen na ekonomických faktoroch, ale na ocenení identity určitej destinácie, tak, ako sa počas storočí vyvinula. Vzťah, ktorý utvorí vhodné podmienky na vzájomné porozumenie, toleranciu a krátkodobé spolužitie domáceho obyvateľstva a účastníka cestovného ruchu. Základnú ideu možno zdefinovať ako spoločné objavovanie minulosti v destinácii a spoločné podieľanie sa na budovaní budúcnosti destinácie.

Základné princípy udržateľného rozvoja v destinácii možno ponímať takto:

- cestovný ruch je kľúčový zdroj prosperity v destinácii,
- rôzne formy cestovného ruchu ponúkajú možnosť poznať sa a vzájomne rešpektovať atmosféru daného miesta, kultúrne odlišnosti a tradičné znalosti,
- cestovný ruch predstavuje oveľa viac ako uspokojovanie potrieb prostredníctvom spotreby služieb,
- ľudia, ktorí pracujú v cestovnom ruchu, pomáhajú spoznať destináciu a viesť interkultúrny dialóg,

- destinácia cestovného ruchu je zdrojom znalostí a tiež potenciálny zdroj duševného obohatenia všetkých návštevníkov,
- zdroje poznatkov, znalostí a skúseností vyvolávajú dopyt po kvalitnejších produktoch cestovného ruchu hlavne v oblasti skutočných hodnôt.

Destinácia a konkrétni producenti služieb cestovného ruchu orientujú udržateľný prístup na:

- a) starostlivosť o životné prostredie,
- b) starostlivosť o zamestnancov,
- c) starostlivosť o miestne obyvateľstvo,
- d) starostlivosť o zákazníka.

Prístup zákazníka, klienta a jeho výber produktu v cestovnom ruchu je mimoriadne dôležitý. Z retrospektívneho pohľadu do obdobia poslednej dekády 20. storočia môžeme konštatovať, že producenti marketingovými nástrojmi presviedčali alebo dokonca ovplyvňovali myslenie ľudí. V súčasnosti už existuje segment klientely, ktorý ovplyvňuje producenta. Momentálne nie je podstatné, či tomuto klientovi prisúdime prívlastok „udržateľný“, „zodpovedný“, „environmentálny“, „ekologický“, „kultúrny“.

Každý tento prívlastok určitým spôsobom vyjadruje jadro produktu, ktorý uspokojí potreby účastníka cestovného ruchu. Môžeme hovoriť o klientovi, ktorý

- e) vyžaduje produkt cestovného ruchu s atribútmi udržateľnosti,
- f) je ochotný za tento produkt aj viac zaplatiť.

Ide o klienta, ktorý napríklad:

- dáva prednosť stavbe a vybaveniu hotela, reštaurácie či kaviarne z prírodných materiálov,
- je ochotný bývať v ubytovacom zariadení, ktoré nie je lokalizované priamo pod lyžiarskym svahom alebo na pobreží,
- odstaví auto na parkovisko a využíva vnútrostreďskú hromadnú dopravu,
- nevyžaduje si personál z krajiny jeho pôvodu a akceptuje lokálny personál s príslušnými požadovanými jazykovými a odbornými znalosťami,
- je ochotný konzumovať potraviny lokálneho pôvodu, ktoré spĺňajú stanovené parametre kvality a sú schopné substituovať známe globálne značky.

Dimenziu udržateľnosti v cestovnom ruchu zdôraznila **Viedenská deklarácia Európskej komisie CR (2005)**, ktorá stanovila požiadavku

- chrániť a podporovať identitu regiónov,
- chrániť regióny pred negatívnymi vplyvmi nevyváženého rozvoja
- podporovať sociálnu a kultúrnu integráciu
- podporovať environmentálnu udržateľnosť

Význam negatívnych vplyvov cestovného ruchu v Slovenskej republike, ktoré sú spôsobené sezónnou časovou a lokálnou koncentráciou priestorových aktivít, zdôraznila „Indikátorová sektorová správa“. Prioritným cieľom správy bolo poznať vzťahy príčin a následkov medzi činnosťou človeka (cestovným ruchom) a stavom životného prostredia.

Širšie ponímanie a prepojenie environmentálneho, ekonomického a sociálneho prístupu prezentujú európski experti v dokumente Európskej komisie o spôsobe merania pokroku, ktorí stanovili v systéme „**Indikátorov trvalo udržateľného rozvoja**“. Tieto indikátory nepokrývajú len otázky životného prostredia, ale aj udržateľnosti ekonomického rastu a sociálnej kohézie. Indikátory sú rozdelené do siedmich tematických okruhov :

- ekonomický rozvoj, chudoba a sociálna exklúzia,
- starnutie obyvateľstva
- verejné zdravie,
- klimatické zmeny a energia,
- vzory výroby a spotreby,
- riadenie prírodných zdrojov,
- doprava, globálne partnerstvo.

Dokument ***O obnovej politike EÚ v oblasti cestovného ruchu: za pevnejšie partnerstvo v rámci európskeho cestovného ruchu*** navrhuje venovať intenzívnu pozornosť činnostiam v cestovnom ruchu, alebo aktivitám, ktoré súvisia s cestovným ruchom v súlade so základnými princípmi udržateľnosti. Zdôrazňuje potrebu sociálne, hospodársky a environmentálne udržateľného cestovného ruchu.

Agenda pre udržateľný a konkurencieschopný Európsky trh (2007) predstavuje európsku koncepciu, ktorá navrhuje možnosti spoločného postupu všetkých inštitúcií, ktoré participujú na rozvoji cestovného ruchu, môžu ovplyvniť a podporiť cestovný ruch. (t. zn. Európskej komisie, členských krajín EÚ prostredníctvom ich vlád, destinačných manažérskych organizácií, miestnych samospráv, podnikov cestovného ruchu a napokon aj účastníkov cestovného ruchu). Cieľom agendy je pozitívne vplyvať na ekonomickú prosperitu, sociálnu spravodlivosť a súdržnosť v podmienkach ochrany prírody a kultúry. Podporu konkurenčnej schopnosti destinácie Európa prepája s potrebou rozvoja a konkurenčnej schopnosti turistických destinácií a podnikov, ktoré v destinácii operujú.

Hlavné zásady dosiahnutia konkurencieschopného a udržateľného cestovného ruchu v Európskej únii sú nasledovné:

- rozvíjať cestovný ruch s pozornosťou na mnohostranné účinky,
- presadzovať dlhodobé plánovanie so zreteľom na budúce generácie,
- dosiahnuť vhodné tempo a rytmus rozvoja v podmienkach vzájomného rešpektovania charakteru, zdrojov a potrieb hostiteľských destinácií a turistov,
- minimalizovať riziká tam, kde existuje neistota či neznalosť a kde je potenciálna možnosť škôd na životnom prostredí alebo spoločenských škôd,
- rešpektovať limity rastu a stanoviť podmienky racionálnej spádovosti v strediskách cestovného ruchu,
- permanentne sledovať dôsledky, účinky a efekty rozvoja cestovného ruchu z aspektu udržateľnosti.

Uvedené zásady je možné dodržiavať len v podmienkach spolupráce zainteresovaných subjektov (stakeholderov) na všetkých úrovniach, kde cestovný ruch pôsobí, t.j. na medzinárodnej, európskej, národnej, regionálnej, resp. lokálnej úrovni.

Agenda definuje trvalú udržateľnosť ako: "vytvorenie správnej rovnováhy medzi dobrými podmienkami pre turistov, potrebami prírodného a kultúrneho prostredia a rozvojom destinácií a podnikov a ich konkurencieschopnosti" v podmienkach integrovaného a holistického prístupu.

Agenda zdôrazňuje podstatu udržateľnosti na oboch stranách trhu. Pozornosť venuje ponuke a udržateľnosť prezentuje prostredníctvom starostlivosti o životné prostredie, kde sa cestovný ruch uskutočňuje, starostlivosti o ľudí, ktorí pracujú v službách cestovného ruchu a starostlivosti o miestne obyvateľstvo, ktoré sa nepriamo stáva súčasťou v ponuke cestovného ruchu. Na strane dopytu je prejavom udržateľnosti starostlivosť o turistov – účastníkov CR. Ideálni turisti sú tí, ktorí na základe svojich skúseností vedia oceniť miesta, kde sa udržateľnosť cestovného ruchu aplikuje.

Rozvoj cestovného ruchu v turisticky vyspelých krajinách a regiónoch je založený na prepojení štátu a priemyslu cestovného ruchu. Inými slovami, štátna politika daných krajín vytvára predpoklady pre štátnu politiku cestovného ruchu, ktorá sa premieta do aktivít regiónov a podnikateľských subjektov.

Významné atraktivity príroda a kultúrne pamiatky sú naďalej v popredí záujmu. Konkurenčná výhoda všetkých úspešných krajín a regiónov spočíva v:

- koordinovanom manažmente cestovného ruchu na celoštátnej, regionálnej a lokálnej úrovni,
- perfektnej infraštruktúre a supraštruktúre cestovného ruchu,
- kvalifikovanej pracovnej sile,
- ústretovosti domáceho obyvateľstva turistom.

Tab č.1. Okruhy činností v CR a Aplikácie v podmienkach BSK.

Okruh činnosti	Aplikácia v podmienkach BSK
Rozvoj cestovného ruchu	<p>áno, najmä:</p> <ul style="list-style-type: none"> – koordinovať politiky, ktoré majú priamy alebo nepriamy vplyv na cestovný ruch, – využívať európske finančné nástroje dostupné v predĺženom čase čerpania za programovacie obdobie rokov 2007 až 2013 na rozvoj európskeho cestovného ruchu, – pokračovať v systematickom koncepčnom prístupe pre čerpanie finančných zdrojov z fondov EÚ aj v nastávajúcom programovacom období rokov 2014 - 2020 – sústrediť sa na konkurencieschopnosť cestovného ruchu a turistickej destinácie – presadzovať hospodársku diverzifikáciu a rozvoj európskych regiónov, najmä menej rozvinutých regiónov, – prepojiť financovanie rozvoja cestovného ruchu s cieľom podporiť aplikáciu noriem kvality, – rozvíjať vzdelávanie v cestovnom ruchu prostredníctvom kurzov a celoživotného vzdelávania
Sociálny, hospodársky a environmentálne udržateľný cestovný ruch	<p>áno, najmä:</p> <ul style="list-style-type: none"> – presadzovať udržateľný prístup v politike EÚ – agendu pre trvalo udržateľný a konkurencieschopný európsky cestovný ruch možno považovať ako základ pre politiku cestovného ruchu, – upevňovať sociálnu zodpovednosť všetkých aktérov v cestovnom ruchu,
Cestovný ruch a vízová povinnosť	<p>Nie je v kompetencii BSK</p>

Okruh činnosti	Aplikácia v podmienkach BSK
Ochrana spotrebiteľa	áno, najmä: <ul style="list-style-type: none"> - podporovať aktivity subjektov, ktoré organizujú sociálny cestovný ruch, - zjednodušiť postupy aplikácie HACCP s cieľom podporovať uvedenie tohto systému v malých podnikoch a mikropodnikoch,
Harmonizácia noriem kvality turistického ubytovania v Európe	nie je v kompetencii BSK
Štatistika	áno, najmä: <ul style="list-style-type: none"> - podporiť zber štatistických údajov, ktoré budú precízne vyhodnocovať starostlivosť o kultúrne a prírodné dedičstvo, - zbierať a vyhodnocovať kvalitatívne údaje o vplyve cestovného ruchu na hospodárstvo, životné prostredie a kvalitu života obyvateľstva v turisticky obľúbených destináciách, - podporiť zber informácií o podnikoch, s cieľom zabrániť im realizovať necitlivý masový cestovný ruch - periodické zisťovanie motivácií, preferencií, využívania ubytovacích a stravovacích služieb, informačných zdrojov domácich a zahraničných návštevníkov BK (jednodňoví návštevníci)
Systémy riadenia kvality	áno, najmä: <ul style="list-style-type: none"> - spolupracovať na lokálnej a miestnej úrovni medzi verejným a súkromným sektorom pri tvorbe systému značiek kvality, - podporovať environmentálne označenia ubytovacích a stravovacích zariadení.
Zdravotný cestovný ruch	áno, najmä: <ul style="list-style-type: none"> - podporiť rozvoj zdravotného cestovného ruchu a tvorbu pracovných miest.
Dostupný cestovný ruch	áno, najmä: <ul style="list-style-type: none"> - rozvíjať možnosti prístupu pre zdravotne postihnutých a rozšíriť označovanie vhodných miest jednotným európskym značením „prístup pre všetkých“ v zariadeniach, ktoré ponúkajú služby cestovného ruchu v ubytovacích a stravovacích zariadeniach, na miestach voľného času, v kultúrnych zariadeniach múzeí, galérií, zábavných areálov, hľadísk a pod., vhodných miest
Práva cestujúcich v doprave	áno, čiastočne v rámci mestskej a prímestskej hromadnej dopravy: <ul style="list-style-type: none"> - zdokonaľiť a rozšíriť systém integrovanej dopravy a zdokonaľiť informačný systém o právach cestujúcich v doprave,
Propagácia európskych destinácií	áno, najmä: <ul style="list-style-type: none"> - podporovať a zlepšovať infraštruktúru pohraničných oblastí, - rozvíjať infraštruktúru cyklotrás v napojení na európsky systém magistral EUROVELO - podporovať zachovávanie kultúrnych tradícií a remesiel
Rôzne	áno, najmä: <ul style="list-style-type: none"> - podporovať účasť seniorov na cestovnom ruchu v období mimo sezóny, - zvyšovať možnosti pracovných príležitostí prostredníctvom navrhovaného programu <i>Odyseus</i>, - poskytovať informácie vo viacerých jazykoch krajín EÚ.

Zdroj: Novacká Ľ.: Vlastné spracovanie v súlade s dokumentom Agenda pre udržateľný a konkurencieschopný Európsky trh, KOM (2007) 621

Európa ako popredná svetová destinácia cestovného ruchu – nový politický rámec pre európsky cestovný ruch (2010) presadzuje politiku, ktorá vychádza zo štyroch základných osí. Tieto osi má Európska únia realizovať v rámci vzájomnej spolupráce členských štátov a hlavných aktérov odvetvia cestovného ruchu (samospráva, štátna správa, združenia, oblastné organizácie, podniky, ktoré poskytujú služby cestovného ruchu aj služby, ktoré súvisia s cestovným ruchom.

Návrh politiky ako realizovať stanovené, EÚ prezentuje v Európskom Akčnom programe formou tzv. plánovaných úloh. Akčný program poukazuje na spoločenskú pridanú hodnotu, ktorú predstavuje kreovanie pocitu európskeho občianstva a možnosti voľného pohybu cestovania bez rozdielu kultúry, tradícií alebo jazyka, v podmienkach rovnakých práv európskeho občana. Navrhuje riešenia zásadných podmienok, ktoré sa týkajú

- sociálneho a ekonomického rozvoja,
- územnej súdržnosti,
- valorizácie prírodného a kultúrneho dedičstva,
- štrukturálnych zmien v dôsledku rozvoja CR.

Tab č.2. Prioritné osi vzájomnej spolupráce európskych krajín a možnosti ich aplikácie v BSK

Prioritná os	Možnosti aplikácie v podmienkach Bratislavského samosprávneho kraja
Os 1: podnietiť konkurencieschopnosť odvetvia CR v Európe	áno v hl. meste SR Bratislave, čiastočne v rámci možností rozvoja jednotlivých subregiónov BSK
Os 2: podporiť rozvoj trvalého, zodpovedného a kvalitného cestovného ruchu	áno
Os 3: upevniť obraz a zviditeľnenie Európy ako súboru udržateľných a kvalitných destinácií	častočne áno , v závislosti od rozvoja infraštruktúry, supraštruktúry a kvality poskytovaných služieb
Os 4: maximalizovať potenciál finančných politík a nástrojov EÚ na rozvoj cestovného ruchu	Limitovane v súlade so všeobecne nastavenými pravidlami financovania z fondov Európskej únie a v závislosti od štátnej politiky

Zdroj: Novacká Ľ.: vlastné spracovanie v súlade s dokumentom Európa ako popredná svetová destinácia cestovného ruchu – nový politický rámec pre európsky cestovný ruch KOM(2010) 352

Koncepcia územného rozvoja Slovenska tvorí základ a východisko nielen na územne koordinovaný rozvoj celého územia Slovenska, aj na územné plánovanie menších územných celkov. Tento dokument vychádza zo základných princípov udržateľného rozvoja. V texte sa uvádza, že „základom rozvoja turizmu zostáva prírodný a civilizačný potenciál, stav dopravnej siete a materiálno–technickej základni – vybavenosti“.

Dokument taxatívne vymenúva aj hlavné formy cestovného ruchu na Slovensku: „cestovný ruch horský v celoročnom zábere, kúpeľný a kultúrno-poznávací. Ďalšie druhy cestovného ruchu sú vodný, vidiecky, tranzitný a pod.“ V záväznej časti uvedeného dokumentu sú stanovené regulatívy, ktoré možno z aspektu udržateľného rozvoja cestovného ruchu v Bratislavskom samosprávnom kraji vnímať nasledovne (používame terminológiu totožnú v dokumente).

Tab č.3. Regulatívy a ich možná aplikácia v BSK

Regulatív	V podmienkach BSK
9.1. Podporovať tie druhy a formy turizmu, ktoré sú predmetom medzinárodného záujmu a ktoré z hľadiska potenciálu patria medzi ťažiskové formy na Slovensku.	áno – ťažiskové formy: kultúrny, poznávací, letný, vidiecky a agroturistika. áno – medzinárodne zaujímavé formy: zážitkový, MICE,
9.2. Nadviazať na medzinárodný turizmus, a to najmä sledovaním turistických tokov a dopravných trás prechádzajúcich, resp. končiacich v SR	áno - vodné trasy (Dunaj, Morava), železničné trasy, cyklotrasy (Eurovelo 6 a 13)
9.3. Previazať dôslednejšie ciele rekreačného a poznávacieho turizmu.	áno – rozširovanie a vytváranie nových tematických trás
9.4. Dotvoriť funkčno-priestorový systém rekreácie a turizmu na celoslovenskej úrovni vytváraním siete rekreačných územných celkov, siete rekreačných záujmových území väčších miest a siete ucelených území vidieckeho osídlenia.	áno, čiastočne vo všetkých subregiónoch BSK
9.5. Viazat' lokalizáciu služieb zabezpečujúcich proces rekreácie a turizmu prednostne do sídiel s cieľom zamedziť neodôvodnené rozširovanie rekreačných útvarov vo voľnej krajine s využitím obnovy a revitalizácie historických mestských a vidieckych celkov a objektov kultúrnych pamiatok.	áno, hlavne na Záhorí a v regióne Senec áno, hlavne na Záhorí a na Podunajsku
9.6. Podporovať podmienky na prímestskú rekreáciu obyvateľov miest v ich záujmovom území.	áno , hlavne v okolí Bratislavy, Malaciek, Pezinka a Senca
9.7. Podporovať rozvoj kúpeľných miest so zriadenými prírodnými liečebnými kúpeľmi alebo kúpeľnými liečebňami, za súčasného rešpektovania tvorby kúpeľného prostredia a ochrany kúpeľných území kúpeľných miest.	Nie sú v rámci BSK
9.8. Podporovať vznik a rozvoj miestnych kúpeľov na základe využitia špecifik daného územia	častočne v miestach termálnych prameňov a vodných plôch
9.9. Na podporu rozvojových smerov turizmu využívať železničnú a cestnú dopravu, rozvoj a prepájanie cyklotrás, ako aj budovanie príslušnej technickej infraštruktúry.	áno , rozvoj cyklotrás v napojení na EUROVELO magistrály a komplexný systém integrovanej dopravy v BSK

Regulatív	V podmienkach BSK
9.10. Zabezpečovať" na územiach európskej sústavy chránených území a územiach národnej sústavy chránených území funkcie spojené s rozvojom turizmu a rekreácie tak, aby nedochádzalo k zhoršeniu stavu ochrany týchto území a predmetu ich ochrany.	áno , chránené územia na úrovni 4. a 5. stupňa ochrany prírody a krajiny a chránené vtáčie územia

.....
Zdroj: Novacká Ľ.: Vlastné spracovanie v súlade s dokumentom Konceptia územného rozvoja Slovenska

2. Charakteristika Bratislavského regiónu

2.1 Demografické a socio-ekonomické charakteristiky Bratislavského regiónu, potenciál pre segment cestovného ruchu a turizmu

Bratislavský kraj je s rozlohou 2 053 km² najmenším krajom SR s podielom 4,2 % z rozlohy Slovenskej republiky. Leží v juhozápadnej časti SR, kde vytvára spoločnú hranicu s Rakúskou a Maďarskou republikou. Na severe, východe a juhovýchode hraničí s Trnavským krajom. V okrese Malacky, v obci Záhorská Ves, leží na západnej hranici s Rakúskom najzápadnejší bod SR. Podľa územno-správneho usporiadania v zmysle zákona NR SR č. 221/1996 Z.z. sa Bratislavský kraj člení na 8 okresov: Bratislava I, Bratislava II, Bratislava III, Bratislava IV, Bratislava V, Malacky, Pezinok a Senec. Okresy Bratislava I až Bratislava V tvoria územie hl. m. SR Bratislavy. Rozlohou 9,6 km² je najmenším okresom, nielen v rámci kraja ale i celej SR, okres Bratislava I, ktorý zaberá len 0,5 % z celkovej rozlohy kraja. Najväčším okresom v kraji je okres Malacky, na ktorý pripadá 46,3 %. Hlavné mesto SR Bratislava a okresy Malacky, Senec a Pezinok sú súčasťou NUTS II Bratislava, ktorý je zdrojom pozitívneho vývoja ekonomiky SR. Najväčším mestom je hlavné mesto SR Bratislava, ktoré pôsobí v sídelnom systéme SR ako jednoznačne centrum najvyššieho významu. V sídelnom páse od viedenskej a bratislavskej aglomerácie až po budapeštiansku aglomeráciu žije vyše 5 mil. obyvateľov a je najhustejšie urbanizovaným územím celého toku Dunaja. Táto koncentrácia rôznych aktivít a jeho napojenie na všetky druhy dopravy a koridory najvyššieho európskeho významu dávajú predpoklad, aby sa práve toto územie stalo aj „uzlovým“ pre celý Podunajský rozvojový pás.

Pre potreby rozvoja cestovného ruchu územie Bratislavského kraja tvoria štyri destinácie cestovného ruchu – subregióny cestovného ruchu:

- a) Bratislava
- b) Malokarpatský región
- c) Podunajský región
- d) Dolné Záhorie

Demografické východiská

V Bratislavskom kraji má trvalé bydlisko 618 380 obyvateľov (k 31.12.2013). V rámci Slovenskej republiky sa Bratislavský kraj zaraďuje na 6. miesto v medzikrajskom porovnaní s podielom 11,2 % na celkovom počte obyvateľstva v SR. Demografické pomery, intenzitu a smerovanie prirodzeného i migračného pohybu obyvateľstva rozhodujúcou mierou ovplyvňovalo hlavné mesto SR Bratislava, ktoré sa na počte obyvateľov kraja podieľalo 68,1 %.

Tab č.4. Demografické údaje o obyvateľstve v Bratislavskom kraji ku 31.12.2013

SR / oblasť / kraj (okres)	Rozloha (km ²)	Počet okresov	Počet obcí spolu	Počet obyvateľov spolu	Muži	Ženy
SR spolu	49 036	79	2 890	5 410 836	2 635 979	2 774 857
Bratislavský kraj	2 053	8	73	618 380	293 026	325 354
<i>Bratislava mesto</i>	368	5	1	417 389	195 110	222 279
Bratislava I	10	1	1	38 823	18 292	20 531
Bratislava II	92	1	3	111 051	51 121	59 930
Bratislava III	75	1	3	62 546	28 980	33 566
Bratislava IV	97	1	6	93 948	44 036	49 912
Bratislava V	94	1	4	111 021	52 681	58 340
Malacky	950	1	26	69 222	33 984	35 238
Pezinok	376	1	17	58 602	28 845	30 757
Senec	360	1	29	72 167	35 087	37 080

Zdroj: Štatistický úrad SR, <http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/index.htm>

V roku 2013 sa v kraji živonarodilo 6 427 detí a zomrelo 5 313 osôb. Prirodzený prírastok tvoril počet 1 114 obyvateľov, t.j. 5,55 obyvateľa na 1000 obyvateľov stredného stavu. Vývoj prirodzeného prírastku obyvateľstva bol do roku 2005 nepriaznivý, čo znamená, že počet narodených bol nižší ako počet zomrelých. Pozitívny trend prirodzeného prírastku obyvateľstva sa začína javiť až od roku 2006. Priemerný vek obyvateľstva v Bratislavskom kraji v roku 2013 dosiahol 40,76 roka. Migrácia obyvateľstva je faktor, ktorý podmieňuje prírastok obyvateľstva v kraji. Ide o migráciu slovenských občanov aj cudzincov, ktorí sa prisťahovali do SR, resp. Bratislavského kraja. V roku 2013 sa do Bratislavského kraja prisťahovalo 2187 obyvateľov, t.j. 2,82 obyvateľa na 1000 obyvateľov stredného stavu. Počet obyvateľov sa v roku 2013 zvýšil o 3 411 osôb, čo bolo spôsobené hlavne prírastkom obyvateľstva sťahovaním. Najvyššiu pozitívnu úroveň migrácie 1932 obyvateľov prisťahovania vykazuje okres Senec, najnižšiu (mínusovú) úroveň zaznamenala v roku 2013 Bratislava I. a Bratislava V.

Kraj pozostáva zo štyroch administratívnych územných celkov Bratislava (17 mestských častí), okresy Malacky, Senec a Pezinok. V BSK sa nachádza 66 obcí a 7 miest. Ide o hlavné mesto SR Bratislava, Malacky, Stupava, Svätý Jur, Pezinok, Modra a Senec. Z celkového počtu 599 436 obyvateľov je ekonomicky aktívnych vyše 320 tis., čo je 53,3 %. Počet obyvateľov vo vzťahu ku územiu konkretizujú nasledovné prehľady:

V Bratislavskom kraji žije obyvateľstvo v menších aglomeráciách. Najvyšší počet obyvateľstva je koncentrovaný v 11 obciach s počtom do 1000 obyvateľov, v 24 obciach s počtom do 2 tisíc obyvateľov a v 21 obciach do 4000 obyvateľov. viac ako 100 tisíc. Tieto obce s pomerne nízkym počtom obyvateľov tvoria 76 %-tný podiel všetkých miest a obcí v Bratislavskom kraji. Na druhej strane však treba poznamenať, že v kraji sa nachádza najväčšie mesto v SR Bratislava. Mesto s počtom do 50 tisíc obyvateľov je v kraji tiež len jedno a to okresné mesto Pezinok. Mestá v počte do 20 tisíc obyvateľov sú dve, okresné mestá Malacký a Senec.

Ekonomické a sociálne špecifiká

V súlade so správou o hospodárskom a sociálnom vývoji SR a jeho krajov v roku 2013 a podľa štvrťročného výkazníctva Slovenského štatistického úradu možno charakterizovať ekonomické postavenie Bratislavského kraja nasledovne:

Tab č.5. Ekonomické štatistické údaje v roku 2013

Kritérium	Slovenská republika	Bratislavský kraj	Podiel BSK v SR v %
Priemerná nominálna mesačná mzda zamestnanca	€ 916	€ 1 049	114,45
Miera zamestnanosti	65%	75%	115,38

Zdroj: Štatistický úrad SR, www.statistics.sk, prepočty Novacká L.

Priemerný počet zamestnaných osôb v hospodárstve SR za rok 2013 dosiahol 2 176 tis. Podľa údajov Slovenského štatistického úradu v súlade s klasifikáciou ekonomických činností NACE v ubytovacích a stravovacích službách pracoval nasledovný počet pracovníkov

Tab č.6. Zamestnanosť v ubytovacích a stravovacích službách v SR v roku 2013

Počet zamestnancov	Počet zamestnancov	Počet zamestnancov	Počet zamestnancov
1Q 2013	2Q 2013	3Q 2013	4Q 2013
57 518	61 197	60 680	60 584

Zdroj: Štatistický úrad SR, <http://www.statistics.sk/pls/elisw/MetalInfo.explorer?obj=39&cmd=go&s=1002&sso=2&so=15>

Priemerný počet pracovníkov podľa klasifikácie NACE bol v roku 2013 v ekonomických činnostiach ubytovacích a stravovacích služieb 52 307 osôb a v ekonomických činnostiach umenia a zábavy a rekreácie 45 849 osôb.

- V porovnaní s rokom 2012 bol zaznamenaný mierny pokles o 0,7 %. Až pätina zamestnaných osôb pracovala v Bratislavskom kraji. Štruktúra zamestnanosti v podnikoch s počtom viac ako 20 zamestnancov je veľmi rozmanitá. Najvyšší podiel zamestnancov je koncentrovaný do verejnej správy, veľkoobchodu a maloobchodu, priemyselnej výroby, dopravy a skladovania, kde počet zamestnancov dosahuje viac ako 10 % z celkového počtu zamestnancov v podnikoch nad 20 osôb v Bratislavskom kraji.
- V činnosti finančných a poisťovacích činností, vzdelávania, informácií a komunikácie, odborných, vedeckých a technických činností. pracuje viac ako 5 % všetkých zamestnancov podnikov nad 20 osôb v z celkového počtu 407 284 v Bratislavskom kraji nasledovná:
- Priemerná nominálna mesačná mzda zamestnanca hospodárstva SR sa oproti roku 2012 zvýšila o 2,4 % na 824 Eur. Mzdy vzrástli vo všetkých krajoch. Celoslovenskú hodnotu priemernej mzdy výrazne ovplyvňovali najvyššie mzdy v Bratislavskom kraji, pričom mzdy v ostatných krajoch neprekročili celoslovenskú úroveň. Regionálny rozdiel medzi najvyššou priemernou mzdou v Bratislavskom kraji (1 049 Eur) a najnižšou priemernou mzdou v Prešovskom kraji (636 Eur) tak dosiahol úroveň 413 Eur. Priemerná nominálna mzda v SR dosiahla úroveň 916 EUR.
- Priemerný počet voľných pracovných miest na Slovensku bol 15 tis., zvýšil sa o 6,9 %. Viac ako polovica bola v Bratislavskom kraji (54,3 %), v porovnaní s rokom 2012 ich počet vzrástol len veľmi mierne (o 1,9 %).
- Počet pracujúcich podľa VZPS v SR v roku 2013 predstavoval 2 329,3 tis. osôb a oproti roku 2012 mierne vzrástol o 0,3 tis. osôb. Regionálne rozmiestnenie pracujúcich v krajoch bolo pomerne vyrovnané. V zahraničí pracovalo spolu 136,4 tis. pracujúcich do 1 roka s rastom o 13 %. Ich podiel na celkovom počte pracujúcich predstavoval 5,9 %. Najviac osôb pracujúcich v zahraničí pochádzalo z Prešovského kraja (38,7 tis. osôb), ktorí tvorili 28,4 % z celoslovenského počtu. Najnižší podiel pracujúcich v zahraničí mal Trnavský kraj (4,6 %). Vysoký rast počtu pracujúcich v zahraničí bol z Bratislavského kraja (o 61,7 %).
- Miera zamestnanosti bola v SR na úrovni 65 % a oproti roku 2012 sa nezmenila. Pokles vykázali štyri kraje. Najvyššiu mieru zamestnanosti 75 % mal Bratislavský kraj, ale zároveň zaznamenal aj pokles (o 1,3 p. b.). Podľa VZPS vykazoval aj najnižšiu mieru nezamestnanosti (6,4 %).

Významné investície do cestovného ruchu smerovali v minulosti do vybudovania Národného tenisového centra v Bratislave, rekonštrukcie golfového areálu v Bernolákove, revitalizácie a kanalizácie na Slnených jazerách v Senci, revitalizácie oddychového areálu Štrkoveckého jazera v Bratislave, Športového areálu v Malackách, mosta Apollo v Bratislave a vybudovanie Nultého okruhu „D4“ obchvatu v Bratislave. V ostatnom období pribudol komplex obchodnej a rekreačnej zóny EUROVEA v Bratislave, komplex schoppnig a biznis centra CENTRÁL v Bratislave, výstavba shopping centra v Pezinku a Avion shopping centra v Bratislave, generálna rekonštrukcia hokejovej arény v Bratislave, nový terminál na medzinárodnom letisku M.R. Štefánika v Bratislave, prvá časť rekonštrukcie zámockého areálu v Malackách a sprístupnenie expozície múzea, Cyklomost slobody cez rieku Morava v Devínskej Novej Vsi, začiatok výstavby náhrady starého mosta v Bratislave, dobudovanie siete turistických informačných centier, ktorú tvorí na území Bratislavského kraja v súčasnosti 13 TIC, biobazénu Borovica Plavecký Štvrtok, dobudovanie areálu Slnených jazier, cyklotrasa JURAVA (Vajnory, Rača, Sv.Jur), Sandbergsko –pajštúnsky geopark, značenie turistických cieľov "hnedými tabuľami" v okresoch Pezinok, Senec a BAIII, Autocamping a

Adventure Park Kuchyňa, nové hotely Sheraton, Kempinski, Chopen, Merkur, Hilton Double tree v Bratislave. Významné investície sa premietli do rekonštrukcie a revitalizácie objektov kaštieľov a kúrií pre účely ubytovacích, rekreačných príp. convention zariadení napr. kaštieľ v Studenom - Moste pri Bratislave, Kaštieľ v Čiernej vode, kaštieľ v Senci, kaštieľ v Bratislave – Rača, a v Tomášove. Z aspektu alokácie investičných zdrojov v Bratislavskom kraji treba poznamenať, že príležitostí a nevyužitých možností investícií do infraštruktúry a supraštruktúry cestovného ruchu je ešte stále veľký počet.

Z údajov Slovenského štatistického úradu možno konštatovať, že Bratislavský kraj má dominantný význam v ostatnom roku 2013 v ukazovateli tržieb

- za predaj v doprave a skladovaní s podielom 58,66 % na celkových tržbách v SR,
- v tržbách za vybrané trhové služby s podielom 58,39 % z celkových tržieb v SR a
- za predaj a opravu motorových vozidiel s podielom 58,06 % na celkových tržbách v SR.
- viac ako tretinu z celkových tržieb na Slovensku vykazuje Bratislavský kraj za maloobchod, veľkoobchod 45,45%, za ubytovanie 34,78% aj za stravovacie služby v reštauráciách a pohostinstvách 34,14 %.

Podrobnejšie štatistické údaje z oblasti hospodárstva sú uvedené v Prílohách č. 17 a 18.

Dopravná situácia

Dopravná poloha Bratislavského kraja a osobitne hl. m. SR Bratislavy je významne exponovaná predovšetkým z hľadiska medzinárodného tranzitu. Zastúpené sú všetky druhy dopravy. Špecifické postavenie má vodná doprava, využívajúca vodnú cestu po Dunaji, s realizáciou časti výkonov v námornej a pobrežnej doprave. Územie Bratislavského kraja sa svojou hustotou **cestnej siete** zaraďuje medzi lepšie vybavené kraje na Slovensku. Na jeho území sa nachádza celkovo 104km diaľničnej komunikácie D1,D2 a D3. Diaľničné ťahy smerujú do Rakúska, Českej republiky a na trase západ – východ SR. Mapa cestnej siete je uvedená v Prílohe č. 1. **Železničná infraštruktúra** je relatívne hustá, no nemá dostatočnú kvalitu, čo dokumentuje úroveň železničných staníc i vlakových súprav. Náročnejšie kritéria spĺňa iba stanica Bratislava - Petržalka. Dlhodobý koncept prestavby bratislavskej hlavnej železničnej stanice, ktorý by, ak by sa realizoval, predstavoval dôstojnú zmenu pre metropolu. Mapa železničnej siete je v Prílohe č. 2

V Bratislave sa nachádza najväčšie medzinárodné letisko na Slovensku. Na **letisko** M.R. Štefánika v súčasnosti prevádzkuje svoje lety sedem leteckých spoločností, ktoré zastrešujú 33 destinácií. Perspektívne sa uvažuje o rozšírení servisu aj pre individuálnu leteckú dopravu (VIP terminál).

Tab č.7. Počet prepravených osôb na medzinárodnom letisku M.R. Štefánika Bratislava.

Druh dopravy	Počet osôb	Počet osôb	Počet osôb	Počet osôb	Počet osôb	Počet osôb
Rok	2008	2009	2010	2011	2012	2013*
Medzinárodná doprava	2 015 310	1 595 559	1 620 598	1 547 217	1 383 956	Medzinárodná i vnútroštátna doprava
z toho pravidelná	1 561 110	1 199 568	1 193 921	1 091 625	943 112	919 730*
nepravidelná	454 200	395 991	426 677	455 592	440 844	450 531*
Vnútroštátna doprava	193 442	108 104	41 690	33 425	29 237	-
z toho pravidelná	192 642	105 937	39 379	31 282	27 897	-
nepravidelná	800	2 167	2 311	2 143	1 340	-
Ostatná doprava	9 840	6 355	3 416	4 422	2 817	2 817
Spolu	2 218 592	1 710 018	1 665 704	1 585 064	1 416 010	1 373 078

Zdroj: <http://www.bts.aero/o-spolocnosti/profil-spolocnosti/statisticke-udaje/>

Lodná doprava v Bratislavskom kraji využíva hlavne Dunajskú lodnú cestu, ktorá je súčasťou spojnice Severného mora s Čiernym morom a tvorí dopravný koridor č. VII. Mapa vodných tokov v Bratislavskom kraji je v Prílohe č. 3. Pre účely CR je dôležitý Osobný prístav v Bratislave, odkiaľ je možné absolvovať medzinárodné plavby do Viedne alebo vyhladkové plavby v rámci Bratislavy a plavby na vodné dielo Gabčíkovo. Prevádzka osobnej lodnej dopravy z aspektu lodného parku v Bratislavskom prístave je v Prílohe č.4. Perspektívne je využitie Dunaja a jeho ramien pre osobnú výletnú dopravu s predpokladom vybudovať viacero marín pre kotvenie nízkotonážnych osobných plavidiel.

2.2 Vzdelávanie a vzdelanostný potenciál

Predpoklad rozvoja vzdelanosti vytvára systém formálneho vzdelávania na základných, stredných a vysokých školách a univerzitách. V Bratislavskom kraji zabezpečuje základné školstvo školy s celkovým počtom 2048 tried. Štátne školy v rozsahu 88,3 % celkového počtu tried prevládajú v systéme základných škôl. Cirkevné školy dosahujú 7,3 % podiel a súkromné školy participujú podielom 4,4 % na celkovom počte tried. Maďarsky hovoriaca minorita má zabezpečenú možnosť vzdelávania v maďarskom jazyku na 7 základných školách v Bratislavskom kraji. Gymnázia zabezpečujú bilingválnu výučbu na 15 školách. Ide o výučbu v anglickom, francúzskom,

nemeckom, španielskom, talianskom, ruskom jazyku. Dve gymnáziá realizujú výučbu v maďarskom jazyku. Vysoké školy a univerzity v Bratislavskom kraji pôsobia vo všetkých systémoch vlastníctva.

Tab č.8. Školy v Bratislavskom kraji.

Školy podľa formy vlastníctva	Základné školy	Gymnáziá	Stredné odborné školy	Konzervatóriá/*počet absolventov	Vysoké Školy /*počet fakúlt
štátna	131	21	40	2/*134	5/*31
súkromná	12	13	20	1/*8	2/*5
cirkevná	11	9	1	1/*33	6/*12
Spolu	154	43	61	4/*175	13/*48

Zdroj: Spracované podľa <http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/>

V Bratislavskom kraji je najväčšie zastúpenie vysokých škôl a univerzít v SR. V hl. m. SR Bratislave má rektorát aj fakultu 13 vysokých škôl - Univerzita Komenského, Slovenská technická univerzita v Bratislave, Ekonomická univerzita v Bratislave, Vysoká škola múzických umení, Vysoká škola výtvarných umení, Vysoká škola ekonómie a manažmentu verejnej správy, Vysoká škola zdravotníctva a sociálnej práce sv. Alžbety, Bratislavská medzinárodná škola liberálnych štúdií, Paneurópska vysoká škola, Slovenská zdravotnícka univerzita, Akadémia policajného zboru, Vysoká škola Geothe UNI, Akadémia médií, odborná vysoká škola mediálnej a marketingovej komunikácie. Trnavská univerzita má na území Bratislavského kraja Teologickú fakultu. Najviac študentov v rámci kraja bolo zapísaných na Univerzite Komenského, Slovenskej technickej univerzite a Ekonomickej univerzite.

Vzdelávanie pre potreby manažmentu cestovného ruchu a služieb cestovného ruchu zabezpečuje stredné a vysoké školstvo.

Stredné školy vytvárajú podmienky pre vzdelávanie v rozmanitých študijných odboroch, ktoré vytvárajú nie celkom ucelenú ponuku vzdelávania študijných odborov. Vybrané študijné programy na stredných školách v Bratislavskom kraji, **cielené na cestovný ruch** sú uvedené v Prílohe 5.

Vzdelávanie na úrovni vysokoškolského štúdia v Bratislavskom kraji zabezpečuje Ekonomická univerzita v Bratislave v rámci študijného odboru Podnikanie v obchode a cestovnom ruchu pre 1. stupeň a Manažment v cestovnom ruchu pre 2. stupeň vysokoškolského štúdia.

Vedecký a výskumný potenciál v Bratislavskom kraji je koncentrovaný v 56 špecializovaných ústavoch Slovenskej akadémie vied, na univerzitách a v individuálnych výskumných ústavoch. Vývoj sa rozvíja v maximálnej spolupráci s priemyslom.

3. Inštitucionálne zabezpečenie cestovného ruchu

Prirodzené regióny a destinácie ako také, spolu s charakteristikami ktoré ich určujú a procesmi ktoré ich ovplyvňujú vytvárajú predpoklad na dominanciu špecifických tendencií ich rozvoja. Súčasná doba dominancie a dynamiky komunikačných a informačných technológií, spolu s globalizáciou, integráciou a interdependenciou, stoja za zrodom aktuálnych vývojových tendencií regionálneho hospodárstva, ekonomiky a odrážajú sa zákonite aj na poli cestovného ruchu. Prirodzene sa dajú vymedziť najmä informačná spoločnosť a ekonomika, inovačné systémy a inovácie a koncepcia učiacich s regiónov spolu s koncepciou klastrov, v našom prípade organizácií destinačného manažmentu. Regionálne hospodárstvo ako relatívne uzavretý systém tiež podlieha prirodzenému vývoju. Tendencie, ktoré ho sprevádzajú sú charakteristické hlavne nástupom technologických zmien a exponenciálnym rastom dostupnosti informácií v regiónoch a destináciách. Ich problémy sa teda sledujú v globálnom meradle a takisto aj ich tendencie majú dosah ďaleko za ich hranice. Súvislosť medzi tendenciami vývoja regionálneho hospodárstva je evidentná a preto sa množstvo ich základných znakov vo svojich princípoch prelína. Spomínané poznatky a informácie sa odrážajú v celej spoločnosti a tým pádom aj v ekonomickej sfére.

Dominantnými a určujúcimi sa stávajú hlavne inovácie a schopnosti samotných regiónov či regionálnych subjektov podporovať, vytvárať a dynamizovať inovačné procesy. S nimi úzko súvisia predpoklady učenia sa regiónov a následného transferu know-how do bežnej praxe. Vyrcholením celého tohto procesu prejavov vývojových tendencií regionálneho hospodárstva je koncepcia klastrov a v oblasti cestovného ruchu zakladanie organizácií destinačného manažmentu. V nich sa kombinujú všetky atribúty modernej inovačnej ekonomiky, spolu s prirodzenou tendenciou kooperácie sektorovo, priemyselne a hlavne geograficky príbuzných subjektov. V kombinácii s vhodným zapojením verejných, vzdelávacích a výskumných inštitúcií sa dá dosiahnuť fungujúci systém vzájomnej konkurencie a kooperácie, za účelom prospechu a zisku všetkých zainteresovaných strán.

3.1 Koncepcia klastrov a organizácií destinačného manažmentu

Klastre sa dajú vymedziť ako geograficky sústredené odvetvia, ktoré získavajú svojou výkonnosťou a konkurenčnú výhodu tým, že využívajú umiestnenie v určitej lokalite a všetky faktory, ktoré s tým súvisia. Má to zároveň vzťah k aglomeračným úsporám, no v skutočnosti sa aglomeračné výhody prejavujú v rámci klastra. Zjednodušene možno povedať, že klastr je geograficky sústredená skupina vzájomne previazaných odvetví, ktorých väzby sa navzájom posilňujú a zvyšujú ich konkurenčnú výhodu. Za konkurenčnú výhodu považujeme schopnosť firmy alebo odvetvia pôsobiť na globálnych trhoch. Odvetvie sa dá definovať v užšom slova zmysle ako špecifický druh tovaru a služieb. Napríklad môže ísť o osobné počítače a nie o výpočtovú techniku, alebo o enzýmy a nie biotechnológie. Príklad služieb môže byť finančné a poisťné poradenstvo.

Klastre sú geografické zoskupenia firiem a spoločností, dodávateľov, poskytovateľov služieb a súvisiacich inštitúcií v určitom odbore, ktoré sú zároveň spájané externalitami a doplňujúcimi faktormi rôzneho druhu. Klastre takisto kooperujú a nadväzujú kontakty so spriaznenými priemyselnými odvetviami v rámci priebehu hospodárskej súťaže. Dodávatelia predstavujú

poskytovateľov špecializovaných služieb a vstupov vo forme technológií, strojov, infraštruktúry a pod. Rozširovanie klastra prebieha v dvoch rôznych smeroch a to smerom nadol, pre získanie odbytových možností, a smerom do strán, pre nadviazanie spolupráce s poskytovateľmi doplnkových služieb a tovarov a spolupráce so spoločnosťami príbuzných odvetví, technológií a vstupov.

Väčšina klastrov tiež zahrňuje vládne či iné inštitúcie – ako napríklad univerzity, normotvorné agentúry, výskumné tímy, či obchodné asociácie, ktoré poskytujú špecializované školenia, vzdelávanie, informácie, výskum a technickú podporu. Taktiež verejné inštitúcie pre inštitucionálnu podporu zhora. Umiestnenie v rámci klastra umožňuje firmám stať sa viac špecializovanými, produktívnejšími a inovatívnejšími. Externality klastrov platia zároveň aj pre ostatné časti ekonomiky a nie len pre poznatkovo orientované a technologicky založené časti.

V stanovisku Výboru regiónov EÚ sú definované klastre ako geografické koncentrácie podnikov špecializované v istej oblasti, prepojené s istými dodávateľmi a s ostatnými podnikmi v príbuzných odvetviach, ktoré si navzájom konkurujú a pritom spolupracujú. Tento sektor zahŕňa viacero odvetví, ako aj vzájomné obohacovanie oblastí vedomostí a činností. Klastre teda naplno rozvinú svoj potenciál, pokiaľ sú schopné vyťažiť zo vzájomnej závislosti, aby sa mohli pustiť do doplňujúcich činností, čím vytvoria synergie, ktoré majú za následok spoločný rast celého odvetvia, z čoho majú osoh všetci účastníci klastra. Hovorí sa a o spolupráci tzv. „cooperation“, čo je definícia podnikovej stratégie na polceste medzi spolupracou a hospodárskou súťažou, ktorá je vlastná klastrom a vedie k najvyššej úrovni hospodárskej súťaže. Účastníci klastra si musia navzájom dôverovať a zdieľať tie isté ciele a priority, aby mohli dospieť k celkovej koordinácii v zložitom kontexte na viacerých úrovniach.

Významnou súčasťou klastra je aj zapojenie vedecko-výskumných pracovísk a univerzít. Sledujú pri tom viacero dôvodov: sú centrami poznania a inovácií, prehľad týchto inštitúcií o potrebách jednotlivých odvetví a ich následné vedecko-výskumné zameranie, aplikácia inovácií a poznatkov do praxe, efektívnejšie prehodnocovanie postupov a hľadanie nových a iné. Dôležitým však je aj nájdenie vhodnej odvetvovej špecializácie klastra a nájdenie vnútorných možností rozvoja, založených na regionálnom potenciáli (služby, technológie, tradičné odvetvia, suroviny, ľudský kapitál).

Koncepcia klastrových iniciatív v sebe zahŕňa najviac spoločných oporných bodov, ktoré sú určujúcimi pre ostatné regionálne procesy v teórii učiacich sa regiónov, poznatkovo orientovanej a informačnej spoločnosti a v poznatkovo orientovanej ekonomike. Spolupráca verejného a súkromného sektora, vzdelávacích a výskumno-vývojových inštitúcií a iných subjektov regionálnej ekonomiky, transfer poznatkov, informácií a znalostí v regióne, inštitucionalizácia vzájomnej kooperácie a interakcie, aktivizácia lokálnych subjektov smerom k trvalo udržateľnému rozvoju a svetovej konkurencieschopnosti, podpora vzdelávania a výskumu ako aj mnohé ďalšie faktory vplývajú na úspešnosť vzniku a fungovania regionálnych klastrov a taktiež na rozvoj, dynamiku, využitie potenciálu a konkurencieschopnosť celého regiónu.

3.2 Typológia klastrov a ich regionálna podpora

Pre spracovanie problematiky pôsobenia klastrov, ich interakcií s okolím, vplyvu na svojich členom a iných aspektov ich fungovania, je potrebné vymedziť ich hlavné typy. Vo všeobecnosti sú definované rôzne typy klastrov:

1. **Klastre založené na hodnotovom reťazci** – podstatnou súčasťou sú vzájomné vzťahy medzi dodávateľmi a prijímateľmi služieb, tovarov, poznatkov a kapitálu v klastri. Takto vytvorený klastor je teda sieťou ich vzájomných komplementárnych obchodných štruktúr od dodávateľov primárnych produktov, kapitálu, služieb, poznatkov cez subdodávateľov, až po prvotné články hodnotového reťazca subjektov, ktoré aktívne participujú na chode, výrobe a produkcii klastra. Príkladom môže byť informačno-technologický klastor, produkujúci osobné počítače.
2. **Klastre založené na kompetenciách** – oproti klastrom založeným na hodnotovom reťazci a dodávateľských väzbách, je tento typ charakteristický oblasťami technickej expertízy alebo kompetenciami v regióne. Môže ísť o vedecko-výskumné, inovačné, poznatkové a iné kompetencie. Tie prechádzajú cez širokú škálu ekonomicko-hospodárskych aktivít a ich aplikácia je realizovaná aj mimo geografickú koncentráciu klastra. To znamená, že produkty klastra sa dostávajú ku klientom nachádzajúcim sa v iných častiach regiónu. Príkladom môže byť informačno-technologický klastor.
3. **Klastre založené na odvetví a priemysle** – vznikajú na základe odvetvovej príbuznosti ich členov. Majú za cieľ rozvoj špecifickej oblasti hospodárstva a tak sa ich stratégie rozvoja, ekonomického rastu, hospodárskej a firemnej politiky, postupov na trhu, úspor nákladov, budovania infraštruktúry navzájom dopĺňajú a zároveň zhodujú vo viacerých bodoch. Príkladom môže byť potravinársky a automobilový klastor.
4. **Klastre založené na znalostiach a inováciách** – dôraz sa v nich kladie na rozvoj poznatkovo orientovanej a znalostne založenej stratégie klastra. Inovačné procesy a ich produktivita prebiehajú zároveň s podporou výskumno-vývojovej činnosti. Do klastra sa často začleňujú aj vzdelávacie a vedecko-výskumné inštitúcie, z dôvodu podpory tvorby poznatkov a ich prenosu do praxe. Príkladom môže byť strojársky a plastikársky klastor.
5. **Klastre založené na využívaní potenciálu** – podľa miery využívania potenciálu regiónu, oblasti či sektora sa tieto klastre delia na fungujúce klastre, ktoré už boli identifikované a ich členská základňa plne chápe význam participácie, latentné klastre, tie predstavujú príležitosti doposiaľ nevyužívané a potenciálne klastre, ktoré majú vytvorené určité podmienky pre fungovanie avšak absentujú špecifické vstupy a kritická miera potrebných faktorov pre vznik a fungovanie.
6. **Klastre založené na lokalizácii** – sú determinované polohou ich členov, ktorí na základe geografickej pôsobnosti v regióne vytvárajú vzájomné vzťahy a nadväzujú kontakty. Dochádza ku spoločným investíciám do infraštruktúry, služieb, vzdelávacích inštitúcií, vedenia a reprezentácie klastra navonok, čo sa odráža v úspore nákladov členov. Silná zviazanosť s konkrétnou oblasťou predpokladá aj pozitívny vplyv verejných inštitúcií a orgánov štátnej správy a samosprávy, nakoľko je možná identifikácia vynaložených prostriedkov v regióne. Príkladom je klastor cestovného ruchu.

Na to aby klastre mohli začať proces ich inštitucionalizácie, je potrebná ich prvotná identifikácia. Tá sa z hľadiska úrovne uskutočňuje na:

- národnej úrovni: skúmajú sa väzby odvetví v celkovej národnej ekonomike, určujú sa zamerania jednotlivých častí hospodárstva a priemyslu, ktoré majú potenciál zvyšovania konkurencieschopnosti a inovatívnosti celého hospodárstva.
- odvetvovej úrovni: jedná sa o vnútorné vzťahy a väzby v rôznych štádiách výrobného reťazca, potenciál odvetvia v danej lokalite, jeho tradícia a súčasná situácia, dodávateľské a subdodávateľský potenciál a zameranie, odvetvová zamestnanosť v regióne.
- firemnej úrovni: určujú sa základné firmy okolo ktorých sa klaster identifikuje, schopnosť nadväzovania kontaktov, sieť dodávateľov, otvorenosť inováciám a projektom rozvoja regiónu, miera otvorenosti spolupráci s výskumno-vývojovými a vzdelávacími inštitúciami.

Identifikácia môže byť založená aj na kvantitatívnych technikách, kde sa analyzujú vstupy a výstupy pri vymedzených väzbách dodávateľov a odberateľov a nevnímaní ich vzájomných vzťahov, a na kvalitatívnych technikách, u ktorých sa zahrňujú sily vzťahov medzi jednotlivými subjektmi klastra, ako spolupráca firiem, materiálne a informačné toky. Najvhodnejšou je kombinácia kvalitatívnych a kvantitatívnych metód, ktorých dynamika sa dá zachytiť sledovaním ich vývoja v určitom období.

3.3 Vzájomné väzby subjektov pôsobiacich v klastroch a ekonomické aspekty

V rámci klastra existujú dva základné druhy väzieb medzi jeho účastníkmi, ktoré vytvárajú vzájomné prepojenie jednotlivých aktérov:

- **vertikálne väzby:** tvorí ich dodávateľský reťazec a väzby medzi zákazníkom a dodávateľom či subdodávateľom. Kooperácia medzi subjektmi sa uskutočňuje pozdĺž hodnotového reťazca. Sú determinované rozsahom pôsobnosti klastra, zameraním činnosti, inovačnou aktivitou a rôznymi úrovňami postavenia jednotlivých členov. Dodávatelia pôsobiaci v rámci klastra, môžu poskytovať svoje služby, produkty, inovácie aj mimo región a tým pádom rozširovať aj potenciálne portfólio zákazníkov. Väzby sa postupne rozširujú aj na iných členov a tým pádom sa vytvára aj tlak na inovačnú činnosť.
- **horizontálne väzby:** sú vytvárané medzi členmi klastra systémom podpory šírenia špecializovaných služieb, inovačných technológií, kvalifikovanej pracovnej sily, sofistikovanej infraštruktúry, distribučných kanálov, obchodných kontaktov, komunikačných zariadení, know how, predikcie rizikových faktorov, modelov a stratégií podnikania a iných. Prebiehajú a sú vytvorené medzi subjektmi na rovnakom stupni a pozícii v hodnotovom reťazci. Sú obrazom reálneho fungovania klastra založeného na kvalite vzájomných vzťahov medzi členmi klastra.
- **zmiešané väzby:** sú kombináciou horizontálnych a vertikálnych, kde dochádza k spolupráci subjektov na horizontálnej báze, avšak s prebiehajúcimi aktívnymi a vertikálnymi väzbami na väčšie spoločnosti, ktoré sa nachádzajú na vyššom pozícii v hodnotovom reťazci klastra.

Dosah vzájomných väzieb vytvára interné a externé siete, ktoré sú tvorené buď členmi klastra alebo siete obsahujúce súčasti pochádzajúce z externého prostredia. Charakter jednotlivých väzieb im

dáva komerčný (produkty sú poskytované za úhradu), čiastočne komerčný (podstatná väčšina sa hradí) a nekomerčný (produkty poskytované dobrovoľnou výmenou medzi subjektmi klastra) rozmer.

Dostatočný rozpočet pri financovaní klastra zohráva v jeho pôsobení nezameniteľnú úlohu. Klastre ktoré vhodným spôsobom kombinujú zdroje finančných prostriedkov dokážu efektívnejšie reagovať na požiadavky trhu. Takisto aj realizácia nimi rozbehnutých projektov je úspešnejšia, nakoľko dostatočné finančné zabezpečenie pôsobí ako záruka likvidity klastra vo vzťahoch k externým subjektom. V neposlednom rade sa dostatok financií odráža v schopnosti klastra zabezpečiť požadovanú infraštruktúru, vzdelanostnú úroveň a kvalifikovanosť pracovnej sily a v plnení vymedzených cieľov v stanovenom časovom horizonte. Existujú v zásade tri základné modely financovania klastrových iniciatív, a to financovanie súkromným sektorom, verejným sektorom a kombinované financovanie:

1. **súkromný sektor:** klaster je financovaný firmami, kde obvykle využíva jeden alebo viacero podnikov – lídrov, klastrové iniciatívy pre organizáciu a optimalizáciu svojho dodávateľského reťazca. Finančné prostriedky pochádzajú z členských príspevkov, účastníckych poplatkov alebo príspevkov nečlenov, ktorí sa k spolufinancovaniu zaviazali kvôli možnosti participácie na projektoch klastra. Zdrojmi pri propagácii členov klastra, samotného klastra a regiónu smerom von, môžu byť zdroje z reklamy a sponzoringu od ďalších externých prispievateľov. Typickým príkladom tohto modelu financovania sú klastre automobilového priemyslu.
2. **súkromný a verejný sektor:** iniciátorom klastrového prístupu môže byť súkromný a verejný sektor súčasne a aj na financovaní sa podieľajú obidve zložky. Verejný sektor sa angažuje vtedy, keď vidí v podpore klastrov nástroj pre rozvoj regionálnej priemyselnej dynamiky. Môže sa jednať o najrôznejšie modely spoločného financovania s využitím štrukturálnych fondov, regionálnych a štátnych rozpočtov formou grantových schém a programov, ktoré vyžadujú spolufinancovanie klastrových firiem. Takýmto spôsobom financovania sa dosahuje aj vyšší stupeň kontroly využitia súkromných zdrojov. Vo väčšine prípadov postupne klesá verejná podpora, keďže klaster naberá na ekonomickej sile a jeho členovia sú schopní vyfinancovať kompletne fungovanie zo svojich zdrojov.
3. **verejný sektor:** tento model financovania nie je až tak rozšírený a vyskytuje sa najmä u klastrov kde sa medzi zakladajúcimi členmi nachádza aj verejná inštitúcia či regionálna a miestna samospráva. Existuje najmä v oblasti cestovného ruchu a najmä u nových strategicky významných sektorov ako sú biotechnológie alebo elektronika a pod., môže byť samotným iniciátorom sám verejný sektor, to znamená centrálna alebo aj regionálna vláda.

Regionálne pôsobiaca vláda môže podporiť fungovanie klastra aj kvôli zhodnosti priorit klastra a stratégie regiónu, alebo ak má klaster výrazný vplyv na konkurencieschopnosť, zamestnanosť a udržateľnosť životnej a vzdelanostnej úrovne regiónu. Na spolufinancovaní fungovania klastra sa môžu podieľať aj dotácie z fondov EÚ, federálnej vlády, či inej inštitúcie zastrešujúcej viacero štátov v ktorých klastre pôsobia.

3.4 Organizácie destinačného manažmentu – Destination Management Organization

Okrem klasických klastrov, ktoré všeobecne charakterizujeme vyššie, sú v praxi ich špecifické typy, najvýraznejšie sa prejavujúce v oblasti cestovného ruchu. Jedným z typov klastrov sú už spomínané klastre založené na lokalizácii, ktoré sú determinované polohou ich členov. Tí na základe geografickej pôsobnosti v regióne vytvárajú vzájomné vzťahy a nadväzujú kontakty. Konkretizovane sa dá medzi nimi vymedziť aj špecifická skupina destinačných organizácií, do ktorej možno zaradiť krajské a oblastné organizácie cestovného ruchu pôsobiace v rámci Slovenskej republiky a v medziach Zákona o podpore cestovného ruchu č. 91/2010.

Kľúčová riadiaca jednotka v oblasti cestovného ruchu je tá, ktorá vykonáva manažment cieľového miesta na danom území - organizácia destinačného manažmentu (DMO). Hlavným cieľom zakladania týchto organizácií je rozvoj cestovného ruchu v cieľovom mieste, zvyšovanie počtu návštevníkov, ich výdavkov, prenocovaní ako aj uspokojovanie potrieb návštevníkov v cieľovom mieste prostredníctvom subjektov verejnej a súkromnej (podnikateľskej) sféry. Každý región, resp. stredisko cestovného ruchu (cieľové miesto) má mať vlastnú organizačnú štruktúru v podobe manažérskych organizácií cestovného ruchu, ktorá vytvára predpoklady pre partnerstvo súkromného a verejného sektora a spája všetky zainteresované subjekty. Manažérske organizácie majú vplyv na ekonomický a sociálny rast daného územia v závislosti od stupňa rozvoja cestovného ruchu ako ekonomickej činnosti v cieľovom mieste.

V oblasti efektívnej koordinácie spolupráce všetkých sektorov spoločnosti zohrávajú významnú úlohu organizácie destinačného manažmentu. Ich základnou úlohou je prostredníctvom svojich koordinačných a marketingových aktivít prepojiť jednotlivých aktérov v cestovnom ruchu do združenia, ktoré môže v závislosti od regionálneho kontextu plniť nasledujúce úlohy: koordináciu produktov, marketing územia až po manažment návštevníkov. Na regionálnej úrovni zohrávajú v tejto súvislosti významnú úlohu orgány verejnej správy (obce, VÚC). Personálne zabezpečenie fungovania organizácií destinačného manažmentu závisí od významu a postavenia cestovného ruchu v danom kraji, ako aj od počtu atraktívnych regiónov cestovného ruchu. Pracoviská organizácie destinačného manažmentu je vhodné zriadiť najmä v miestach sústredeného cestovného ruchu v danom regióne.

V literatúre sa niekedy stretáme aj s pojmom spoločnosť destinačného manažmentu (DMC), ktorá je podľa Výkladového slovníka cestovného ruchu (2002) definovaná ako „organizácia zameraná na manažment cieľového miesta v oblasti vytvárania a presadzovania destinácie a jej produktov na trhu CR, na vývoj a aktívny predaj hlavných produktov, koordinuje a riadi tvorbu produktov CR, cenovú politiku a aktívny predaj destinácie. DMC je spravidla podporovaná alebo vytvorená hlavnými poskytovateľmi služieb v cieľovom mieste“

Tab. č.9. Základné úlohy DMO.

Väzba na cieľové miesto - destináciu	Potreby a požiadavky	
	Individualizované	Neindividualizované
Oddeliteľné od CM - destinácie	<ul style="list-style-type: none"> • Tvorba produktu • Marketing špecifických produktov cestovného ruchu • Branding špecifických produktov destinácie • Držba majetkových práv 	<ul style="list-style-type: none"> • Riadenie infraštruktúry • Základný marketing
Neoddeliteľné od CM - destinácie	<ul style="list-style-type: none"> • Lobbying 	<ul style="list-style-type: none"> • Branding regiónu • Informačný a rezervačný servis • Rozvoj infraštruktúry • Poskytovanie know-how

Zdroj: Pechlaner, H. – Osti, L.: Reengineering Tourism Organisations – The case of Italy. In: The Tourist Review (AIEST). 2002, č. 1 + 2, s. 20

3.5 Oblastné a krajské organizácie cestovného ruchu

Podľa vzoru manažmentu cieľového miesta v zahraničí, aj na Slovensku sa osvedčilo riadenie cieľového miesta formou manažérskej organizácie na princípe verejno-súkromného partnerstva. Vznikajú tak dva druhy organizácií destinačného manažmentu a to oblastná organizácia cestovného ruchu – OOCR a krajská organizácia cestovného ruchu - KOOCR. Organizácie sú právnické osoby založené podľa zákona č. 91/2010 Z.z. (novelizovaný zákonom č. 415/2013 Z.z.) o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov s účinnosťou od 1. decembra 2011. Posledná novelizácia zákona prebehla počas konca roka 2013 s účinnosťou od 1.1.2014 a došlo v nej najmä k úprave oprávnených aktivít z dotácie pre OOCR a KOOCR ako aj úpravu niektorých bodov dotýkajúcich sa turistických informačných centier.

Zavádzanie modernej organizačnej štruktúry v cestovnom ruchu u nás aj v zahraničí sleduje cieľ zvýšiť profesionálnosť v celom odvetví. Zlúčením čo najväčšieho množstva finančných a ďalších zdrojov, ktoré sa predtým často vynakladali rozdrobene, menej účelne a efektívne, sa vytvára priestor na investície do kvalitnejšieho marketingu, infraštruktúry alebo starostlivosti o hosťa cez nové organizácie.

Oblastná organizácia cestovného ruchu pôsobí na oblastnej úrovni, kde podporuje a vytvára podmienky pre rozvoj cestovného ruchu na svojom území a chráni záujmy svojich členov. Jej základnými orgánmi sú valné zhromaždenie, predstavenstvo a dozorná rada. Medzi kľúčové ciele OOCR patrí podpora udržateľného CR v prospech obyvateľov a podnikateľských subjektov

cieľového miesta; rast kvality a konkurencieschopnosti produktu; nárast počtu prenocovaní, predĺženie priemernej dĺžky pobytu a zvýšenie spotrebných výdavkov návštevníkov v cieľovom mieste; koordinácia záujmov všetkých subjektov v cieľovom mieste a spoločná tvorba produktu; tvorba rozpoznateľnej značky a identity cieľového miesta; cielená a efektívna propagácia. OOCR na Slovensku mali v roku 2012 spolu približne 500 členov, čo v priemere predstavovalo 16,6 členov, z toho 38,76 % zástupcov verejného a 61,24 % súkromného sektora. Jednou z najdôležitejších úloh bude presvedčiť subjekty v jednotlivých OOCR, aby sa pridali k členom organizácie a participovali na spoločných úlohách a financovaní. Príkladom toho môžu byť niektoré švajčiarske kantóny, kde regionálna legislatíva ukladá povinnosť každému podniku s obrátom nad 30 000€ ročne profitujúcemu z cestovného ruchu automaticky vstúpiť do DMO a platiť členský príspevok vypočítaný na základe potenciálneho prínosu cestovného ruchu pre konkrétny typ podniku. To znamená, že členmi organizácie sú napríklad aj zubári, ktorí však na členských príspevkoch odvedú podstatne menšiu časť ako ubytovacie či pohostinské zariadenia.

Na území vyššieho územného celku pôsobí krajská organizácia cestovného ruchu, ktorá vytvára podmienky pre rozvoj cestovného ruchu v kraji a takisto zastupuje a chráni záujmy svojich členov. Jej členom je vyšší územný celok a aspoň jedna OOCR pôsobiaca na jeho území. V rámci VÚC môže pôsobiť iba jedna krajská organizácia, to znamená, že na území Slovenskej republiky môže vzniknúť maximálne osem KOOCR. Prvá KOOCR na Slovensku bola založená na území Bratislavského kraja. „Cieľom KOOCR by nemala byť propagácia kraja ako takého, ale jednotlivých destinácií a toho, čo ich tematicky spája (napr. téma pobyt pri vode, vinárska ponuka, gastronómia, baníctvo...)“ . Medzi hlavné úlohy krajskej organizácie cestovného ruchu patrí tvorba propagačných materiálov, účasť na veľtrhoch a výstavách cestovného ruchu, kreovanie koncepčných materiálov, vyhodnocovanie štatistík a prieskumov dotýkajúcich sa daného regiónu, vývoj a tvorba produktov a i. (interné dokumenty KOOCR BRT).

V súčasnosti sú na území Slovenskej republiky vytvorené štyri krajské organizácie (KOOCR - Turizmus regiónu Bratislava, KOOCR – Žilinský turistický kraj, KOOCR – Severovýchod Slovenska, KOOCR – Košický kraj) a tridsaťštyri oblastných organizácií cestovného ruchu. Okrem vyššie spomínaných činností sa manažérske organizácie cestovného ruchu venujú aj mnohým ďalším aktivitám za účelom rozvoja cestovného ruchu na svojom území.

Nasledujúce tri tabuľky zobrazujú aktivity oblastných a krajských organizácií CR.

Tab. č.10. Aktivity OOCR a KOOCR – A. Plánovanie a tvorba funkčného prostredia CR.

A. Plánovanie a tvorba funkčného prostredia CR	OOCR	KOOCR
A1 audit existujúcej primárnej ponuky	vykonáva	vykonáva
A2 strategické plánovanie	nevykonáva	vykonáva
A3 plánovanie udržateľného rozvoja CR v súlade s charakterom prírodného a kultúrneho potenciálu	nevykonáva	vykonáva
A4 stanovenie únosného zaťaženia regiónu pomocou indikátorov udržateľného rastu	nevykonáva	vykonáva
A5 plánovanie a rozvoj v najmenšej jednotke riadenia	vykonáva	nevykonáva
A6 tvorba vízií a z nej vychádzajúce koncepcie, stratégie, akčné plány	vykonáva	vykonáva
A7 tvorba a udržanie systému spolupráce VS a SS, so zapojením 3. sektora a obyvateľstva, tvorba pracovných skupín aj mimo združených členov (networking)	vykonáva	vykonáva
A8 iniciatíva supraštruktúry a infraštruktúry CR v súlade s potrebami trhu	vykonáva	súčinnosť
A9 zastupovanie záujmov regiónu v regionálnych, národných a nadnárodných európskych riadiacich štruktúrach, diplomatické nevykonáva kultúrny nevykonáva športový lobbying	súčinnosť	vykonáva
A10 administratíva, personálny manažment	vykonáva	vykonáva
A11 fundraising – mimo garantovaných zdrojov	vykonáva	vykonáva
A12 manažment projektov	vykonáva	vykonáva
A13 zavedenie a aplikácia moderných IT technológií	vykonáva	súčinnosť
A14 sledovanie politického, legislatívneho vývoja – transformácia nových skutočností do systému riadenia	vykonáva	vykonáva
A15 monitoring, štatistické sledovanie výkonov cestovného ruchu v regióne	súčinnosť	vykonáva
A16 analýza trhov, sledovanie trendov, aplikácia moderných metód riadenia	nevykonáva	vykonáva
A17 tvorba scenáru krízového manažmentu	súčinnosť	vykonáva
A18 vzdelávanie aktérov systému CR	súčinnosť	vykonáva
A19 výchova obyvateľstva	súčinnosť	vykonáva

Tab. č.11. Aktivity OOCR a KOOCR – B. Zabezpečenie plynulosti poskytovania služieb.

B. Zabezpečenie plynulosti poskytovania služieb	OOCR	KOOCR
B1 aktualizácia strategických dokumentov podľa požiadaviek trhu	súčinnosť	vykonáva
B2 aktualizácia údajov o primárnej a sekundárnej ponuke CR regiónu	vykonáva	vykonáva
B3 tvorba nových produktov	vykonáva	súčinnosť
B4 tvorba nových atrakcií a ich manažment	vykonáva	súčinnosť
B5 tvorba nových podujatí a ich manažment	vykonáva	súčinnosť
B6 koordinácia výkonu hráčov v danom území s cieľom max. uspokojenia potrieb a očakávaní hostí (dotazníky,...)	vykonáva	vykonáva
B7 sledovanie kvality poskytovaných služieb	súčinnosť	vykonáva
B8 koordinácia výkonov turistických informačných centier	vykonáva	vykonáva
B9 optimalizácia výkonu zariadení – návštevnícky manažment	vykonáva	súčinnosť
B10 poradenstvo	vykonáva	vykonáva

Tab. č.12. Aktivity OOCR a KOOCR – C. Marketing.

C. Marketing	OOCR	KOOCR
C1 tvorba destinačnej identity – positioning, značka	súčinnosť	vykonáva
C2 poskytovanie širokospektrálnych a nestranných informácií	vykonáva	súčinnosť
C3 spracovanie a výkon rezervácií	vykonáva	súčinnosť
C4 kampane na zvýšenie obrátov – najmä MSP	vykonáva	vykonáva
C5 aplikácia všetkých dostupných marketingových promo nástrojov cielených na zákazníkov, obchodných partnerov a v delení podľa potenciálnych cieľových trhov na: <ul style="list-style-type: none"> - lokálny - národný - medzinárodný (printy, výstavy, reklama – printová a netová, e-marketing, direct mail, TV reklama, TIC/uvítacia kancelária, rádio reklama, convention/podpora podujatí, sponzoring, podpora obchodných partnerov, infocesty, PR)	súčinnosť	vykonáva

3.6 Zainteresovanie súkromného sektora v manažmente cieľového miesta

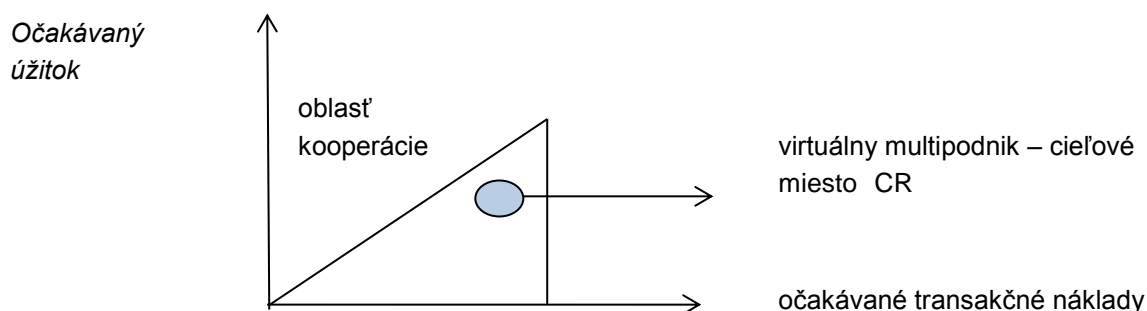
Myšlienku spájania verejného a súkromného sektora v cestovnom ruchu vyjadruje a upravuje zákon č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu (novelizácia č. 415/2013 Z.z.). Na jeho základe vznikajú profesionálne organizácie destinačného manažmentu na celom území Slovenska, ktoré si

vedomujú nezastupiteľnú úlohu podnikateľov v procese zakladania organizácií ako aj rozvoja cestovného ruchu na danom území, kde DMO má svoju pôsobnosť.

Ako plynie zo samotného zákona, podnikateľské subjekty môžu dobrovoľne požiadať o členstvo v oblastných organizáciách CR. Podľa § 22 odsek 2 má podnikateľ určité práva a povinnosti, ktoré vyplývajú z jeho členstva. Vzniká mu tak právo na informácie o činnosti a hospodárnosti OOCR, je oprávnený zúčastňovať sa na zasadnutiach valného zhromaždenia, voliť orgány a byť volený do orgánov OOCR, vykonávať zverené funkcie v orgánoch OOCR, upozorňovať orgány OOCR na nedostatky, dávať podnety na ich odstránenie a skvalitnenie činnosti. Takisto sa môže propagovať prostredníctvom marketingových aktivít oblastnej organizácie ako aj zúčastňovať sa na podujatiach a aktivitách OOCR. Ak vstúpi podnikateľský subjekt do OOCR, automaticky mu plynie povinnosť podieľať sa na financovaní organizácie členským príspevkom.

Keďže podnikateľské subjekty sledujú ako svoj primárny cieľ dosahovanie zisku a uspokojovanie individuálnych záujmov, platforma pre kooperáciu s DMO je tak jasnejšie špecifikovaná ako v prípade verejného sektora. Pri rozhodovaní o spolupráci, súkromní podnikatelia porovnávajú úžitok s transakčnými nákladmi, ktoré vznikajú pri vytváraní ako aj formalizácií vzťahov. Miera ochoty podnikateľských subjektov na kooperáciu, ktorá je funkciou úžitku a transakčných nákladov je znázornená na nasledujúcom obrázku (Hrabovská, 2010).

Nasledujúca schéma zobrazuje mieru ochoty podnikateľských subjektov na kooperáciu



Zdroj: Hrabovská, Z. Organizácie destinačného manažmentu ako kľúčový determinant regionálneho rozvoja In: Zborník vedeckých prác Katedry ekonómie a ekonomiky ANNO 2010, s. 92

Úspech destinácie je vo vzájomnom vzťahu súkromného sektora a DMO. Ak podnikatelia nie sú ochotní alebo schopní spolupracovať, nemôže DMO fungovať efektívne. Súčasná tendencia DMO upustiť od prevažujúceho členstva z verejného sektora môžu byť dôkazom rastúceho uznania a dôležitosti súkromných podnikov v štruktúre cieľového miesta.

Súkromných podnikateľov motivuje viacero faktorov pre vstup do DMO. Ich motivácia môže byť rozdelená na základe cieľov, ktoré chcú dosiahnuť: strategicky orientovaný zámer (podnik má za cieľ zlepšiť svoju konkurenčnú výhodu a tým aj celkové postavenie na trhu prostredníctvom zlúčenia

schopností, skúseností, kapitálu a iných zdrojov s DMO), nákladovo orientovaný zámer (kľúčová motivácia podnikateľov so zreteľom na efektívnosť a znižovanie nákladov), zámer orientovaný na vzdelávanie (podniky si uvedomujú schopnosť DMO poskytovať nové informácie, skúsenosti, vedomosti, čím nachádzajú nové spôsoby rozširovania vlastných schopností), konkurencieschopnosť (DMO zoskupuje pod jednou strechou mnohé subjekty poskytujúce služby v cestovnom ruchu, čo uľahčuje prácu súkromným podnikateľom) alebo zodpovednosť voči verejnosti (niektorí podnikatelia si uvedomujú sociálnu zodpovednosť voči rôznym záujmovým skupinám v cieľovom mieste, ich cieľom je podieľať sa na rozvoji CM alebo šírení jeho dobrého mena).

4. Interné prostredie – Slovenská republika

4.1 Reforma verejnej správy

V súčasnom období prebieha reforma verejnej správy v súlade Programom ESO - Efektívna, spoľahlivá a otvorená verejná správa. ESO predstavuje zmeny, ktoré sa premietli hlavne v začlenení najnižších orgánov štátnej správy do pôsobnosti okresných úradov. Podstatou reformy verejnej správy ESO je zefektívniť, zlacniť a zmodernizovať výkon štátnej správy pre občana. Jedným z očakávaných dopadov je odbremenenie občana od zbytočnej administratívnej záťaže (napr. formou tzv. obiehania po úradoch resp. poskytovania duplicitných informácií o sebe viacerým úradom, keď už štátna správa týmito údajmi disponuje). V súčasnosti realizuje rezort vnútra procesy v rámci reformy v technicko-logistickej rovine (vytvorenie integrovanej siete miestnej štátnej správy a oddelenie kontaktného miesta pre občana vo forme min. 1 pracoviska v závislosti od veľkosti okresu). Optimalizácia výkonu, procesov a štruktúr štátnej správy je v štádiu prípravy a bude realizovaná ako dlhodobý proces s cieľom zabezpečiť občanovi pohodlné, rýchle a lacnejšie služby.

Pôvodne obvodné úrady sa transformovali na okresné úrady v počte 49 a vzniklo 23 nových okresných úradov (mimo Bratislavského samosprávneho kraja).

Všetky integrované úrady štátnej správy sa vo forme odborov sústredia do jedného okresného úradu v danom územnom celku. V zmysle princípu kópie územno-správneho členenia ESO navrhuje v Bratislave 1 okresný úrad.

Do okresného úradu za začlenili zrušené obvodné úrady životného prostredia, obvodné úrady pre cestnú dopravu a pozemné komunikácie, obvodné lesné úrady, obvodné pozemkové úrady a správy katastra.

Na každom okresnom úrade (v SR celkom 72 okresných úradov) budú fungovať tzv. klientské centrá (v SR celkom 89), ktoré budú poskytovať aj služby daňových úradov a Sociálnej poisťovne.

Reforma ESO je pre svoju komplexnosť a náročnosť rozdelená do viacerých etáp. Podstatou prvej etapy programu ESO bola integrácia špecializovaných pôsobností štátnej správy s účinnosťou k 1. januáru 2013, kedy došlo k zrušeniu špecializovaných miestnych orgánov štátnej správy na krajskej úrovni. Hlavným cieľom druhej etapy procesu integrácie k 1.10.2013 bolo vytvorenie jednotnej a prehľadnej štruktúry miestnych orgánov štátnej správy sústredením pôsobností vybraných orgánov špecializovanej miestnej štátnej správy do jedného štátneho úradu na miestnej úrovni, ktorý bude vykonávať pôsobnosť na prevažnej väčšine úsekov štátnej správy. Jednotlivé opatrenia reformy ESO budú postupne implementované až do roku 2020 nasledovne:

- Integrácia špecializovanej miestnej štátnej správy - do polovice roka 2014
- Spreádzkovanie klientskych centier pre občanov – 2014/2015
- Optimalizácia výkonu štátnej správy, optimalizácia procesov a štruktúr ústredných orgánov štátnej správy, optimalizácia procesov a výkonu samosprávy – 2014-2020

Z aspektu cestovného ruchu pre občana – podnikateľa možno konštatovať, že predpokladaný výsledok reformy ESO by mal priniesť logistické zjednodušenie administratívnych úkonov, ktoré sa bude smerovať do jedného okresného úradu. V konkrétnom vyjadrení ide o zníženie prepravnej vzdialenosti na 50 km a potrebného času na prepravu v rozsahu 1 hodiny. Kompetencia okresných úradov je nastavená na služby v nasledovných agendách: živnostenská, matričná, pobytová, úseku ciest a dopravy, životného prostredia, dokladov a evidencie, výpisov z obchodného registra, výpisov z katastra, priestupkov, školstva, lesných a pozemkových úradov, práce a sociálnych vecí, sociálnej poisťovne, zdravotnej poisťovne, daní.

Služby v uvedených agendách budú zabezpečovať odbory v nasledovnej štruktúre okresného úradu:

- odbor vnútornej správy,
- katastrálny odbor,
- odbor živnostenského podnikania,
- odbor ciest a dopravy,
- odbor životného prostredia,
- školský odbor, lesný odbor,
- odbor práce a sociálnych vecí,
- pozemkový odbor.

Pre podnikateľa v cestovnom ruchu (napr. prevádzkovateľa stravovacích služieb) by mala reforma ESO v budúcnosti predstavovať zjednodušenie administratívnych úkonov na jednom klientskom mieste v úkonoch, ktoré pôvodne musel riešiť na nasledovných inštitúciách:

- Stavebný úrad (zmena užívania, stavebné konanie)
- HaZZ (bezpečnosť)
- ObU (prevádzkový poriadok)
- Daňová správa (dane z príjmu)
- Miestny úrad (miestne dane a poplatky)
- Pošta (koncesionársky poplatok)
- Polícia (motorové vozidlo)
- Sociálna poisťovňa (zamestnanci, príp. vlastné sociálne poistenie)
- Úrad verejného zdravotníctva (hygiena).

Z aspektu manažmentu cestovného ruchu v okrese, v rámci princípov prepojenia verejného a súkromného sektora možno konštatovať, že cestovný ruch sa rozplýva do jednotlivých odborov. Okresný úrad stráca schopnosť komplexne a synergicky riešiť udržateľný rozvoj cestovného ruchu v krátkodobom časovom horizonte.

Potrebu vzájomného prepojenia a spolupráce verejného a súkromného sektora v rozvoji cestovného ruchu bude možné dosiahnuť len s veľkým úsilím. Ide o permanentné úlohy, ktoré sa orientujú na:

- aktivizáciu malého a stredného podnikania v cestovnom ruchu,
- na zachovanie a tvorbu pracovných príležitostí formou priamej a nepriamej zamestnanosti v cestovnom ruchu
- na prepojenie environmentálnych požiadaviek s ekonomickými a spoločenskými potrebami v cestovnom ruchu

- na spoločenský záujem zmysluplného využitia voľného času obyvateľstva v SR s ekonomickými prínosmi v rámci domáceho cestovného ruchu
- na spoločenský záujem rozvoja sociálneho cestovného ruchu v spolupráci s podnikateľským sektorom s cieľom zabezpečiť možnosť kultúrneho a zdravotného prínosu pre obyvateľstvo SR a možnosť predĺžiť prevádzku zariadení v cestovnom ruchu aj mimo tzv. sezóny.

Na splnenie cieľa zachovať rozvoj cestovného ruchu alebo vo vybraných okresoch naštartovať rozvoj cestovného ruchu ako jednu z priorit okresu bude potrebné výrazne presadzovať záujmy cestovného ruchu v rámci každého jednotlivého odboru okresu.

Kompetencie kraja

Bratislavský samosprávny kraj podľa § 4 zákona č. 302/2001 Z.z. o samospráve vyšších územných celkov v znení neskorších predpisov sa stará o všestranný rozvoj svojho územia a o potreby svojich obyvateľov. Medzi hlavné pôsobnosti patrí zabezpečenie tvorby a plnenia programu sociálneho, ekonomického a kultúrneho rozvoja územia samosprávneho kraja, ktorý schvaľuje zastupiteľstvo samosprávneho kraja. Pritom najmä:

- zabezpečuje tvorbu a plnenie programu sociálneho, ekonomického a kultúrneho rozvoja územia samosprávneho kraja
- vykonáva plánovacie činnosti týkajúce sa územia samosprávneho kraja,
- obstaráva, prerokúva a schvaľuje územnoplánovacie podklady samosprávneho kraja a územné plány regiónov
- účelne využíva miestne ľudské, prírodné a iné zdroje,
- vykonáva vlastnú investičnú činnosť a podnikateľskú činnosť v záujme zabezpečenia potrieb obyvateľov samosprávneho kraja a rozvoja samosprávneho kraja,
- zakladá, zriaďuje, zrušuje a kontroluje svoje rozpočtové a príspevkové organizácie a iné právnické osoby podľa osobitných predpisov,
- podieľa sa na tvorbe a ochrane životného prostredia,
- utvára predpoklady na optimálne usporiadanie vzájomných vzťahov sídelných útvarov a ostatných prvkov svojho územia,
- utvára podmienky na rozvoj výchovy a vzdelávania, najmä na stredných školách a na rozvoj ďalšieho vzdelávania
- utvára podmienky na tvorbu, prezentáciu a rozvoj kultúrnych hodnôt a kultúrnych aktivít a stará sa o ochranu pamiatkového fondu
- koordinuje rozvoj cestovného ruchu
- koordinuje rozvoj telesnej kultúry a starostlivosť o deti a mládež
- spolupracuje s obcami pri tvorbe programov sociálneho a ekonomického rozvoja obcí
- podieľa sa na riešení problémov, ktoré sa týkajú viacerých obcí na území samosprávneho kraja
- rozvíja spoluprácu s územnými celkami a s orgánmi iných štátov
- vykonáva ďalšie pôsobnosti ustanovené osobitnými zákonmi.

Zákonom č. 416/2001 Z.z. o prechode niektorých kompetencií z orgánov štátnej správy na obce a vyššie územné celky boli ustanovené pôsobnosti, ktoré prešli na samosprávne kraje a obce. Na samosprávne kraje prešli vybrané pôsobnosti na úsekoch

- pozemných komunikácií,
- dráh,

- cestnej dopravy,
- civilnej ochrany,
- sociálnej pomoci,
- územného plánovania,
- školstva,
- telesnej kultúry,
- divadelnej činnosti,
- múzeí a galérií,
- osvetovej činnosti,
- knižníc,
- zdravotníctva,
- humánnej farmácie,
- regionálneho rozvoja a cestovného ruchu.

4.2 Stratégia rozvoja cestovného ruchu v SR do roku 2020

Stratégia rozvoja cestovného ruchu v SR do roku 2020 je základný dokument kompetentného Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja. Tento dokument nadväzuje na programové vyhlásenie Vlády SR. V programovom vyhlásení vlády SR je cestovný ruch zahrnutý do viacerých oblastí. V rámci ekonomickej diplomacie bude vláda SR venovať pozornosť dobudovaniu systému jednotnej prezentácie Slovenska v zahraničí s osobitným dôrazom na maximálnu mieru synergie kultúrnych hodnôt, ekonomických záujmov a na podporu cestovného ruchu.

Stratégia cituje Programové vyhlásenie vlády a z toho vyplývajúci aj základný cieľ hospodárskej politiky v cestovnom ruchu, ktorý predstavuje úlohu zvyšovať „konkurencieschopnosť cestovného ruchu pri lepšom využívaní jeho potenciálu so zámerom vyrovnávať regionálne disparity a vytvárať nové pracovné príležitosti“.

Zdôrazňuje potrebu vychádzať zo zásadných dokumentov, ktoré majú priamy vplyv na možnosti rozvoja cestovného ruchu. Ide hlavne o nasledovné východiskové dokumenty:

- Národná stratégia regionálneho rozvoja Slovenskej republiky uvádza, že realizácia podpory zamestnanosti v cestovnom ruchu bude vyžadovať užšiu medzirezortnú a medzisektorovú spoluprácu. Zdôrazňuje potrebu informatizácie a v práci všetkých subjektov cestovného ruchu s dôrazom na turistické informačné centrá. Tento dokument k faktorom rozvoja všetkých krajov na Slovensku zaraďuje aj cestovný ruch.
- Ochrana prírody - zonácia Zákon č. 543/2002 Z. z. o ochrane prírody a krajiny v znení neskorších predpisov upravuje pôsobnosť orgánov štátnej správy a obcí, ako aj práva a povinnosti právnických osôb a fyzických osôb pri ochrane krajiny. V tejto súvislosti zákon osobitne predpokladal vydanie nariadenia, ktorým sa vyhlásia zóny Tatranského národného parku, keďže zóny v ostatných chránených územiach vyhlásené pred účinnosťou zákona považuje za zóny v zmysle tohto zákona. Zo širšieho, medzinárodného hľadiska je potrebné uviesť, že bol prijatý Rámcový dohovor o ochrane a trvalo udržateľnom rozvoji Karpát

(Karpatskom dohovore). Jeho prijatím Slovensko prevzalo určité záväzky aj z hľadiska cestovného ruchu ako predpokladu trvalo udržateľného rozvoja.

Stratégia analyzuje doterajší vývoj a zdôrazňuje potrebu venovať zvýšenú pozornosť nasledovným okruhom a:

- Vzdelávanie a ľudské zdroje pre cestovný ruch
- Kvalita poskytovaných služieb cestovného ruchu – kontrolná činnosť
- Medzinárodná spolupráca v cestovnom ruchu
- Podpora cestovného ruchu z prostriedkov Európskeho spoločenstva
- Satelitný účet cestovného ruchu
- Poznatky a skúsenosti z implementácie zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov
- Národná stratégia rozvoja cyklistickej dopravy a cykloturistiky v SR
- Marketing cestovného ruchu

Strategický cieľ s časovým horizontom do roku 2020 kontinuálne pokračuje v nastavenom ciele, ktorý bol zakotvený v Novej stratégii rozvoja cestovného ruchu do roku 2013 a ktorý stanovuje požiadavku : **zvyšovanie konkurencieschopnosti cestovného ruchu pri lepšom využívaní jeho potenciálu, so zámerom vyrovnávať regionálne disparity a vytvárať nové pracovné príležitosti.**

Stratégia zdôrazňuje, že je potrebné nielen pokračovať v začatých aktuálnych procesoch, ale na základe nových poznatkov a východísk definovať nové čiastkové ciele:

- a) sústrediť pozornosť na inovácie existujúcich produktov cestovného ruchu na základe trendov v dopyte po cestovnom ruchu,
- b) lepšie využívať prírodný a kultúrohistorický potenciál Slovenska podporou cieľových miest, kde už existuje stabilizovaný dopyt kľúčových trhov (nepodporovať nové cieľové miesta s nestabilnými segmentmi trhu, ktoré neprinesú dostatočný synergický efekt),
- c) podporovať cieľové miesta s dostatočným prírodným a kultúrohistorickým potenciálom v zaostávajúcich regiónoch s vysokou mierou nezamestnanosti a tak vytvárať nové pracovné príležitosti.

Hlavné druhy – produktové skupiny cestovného ruchu na Slovensku

Kultúrny, historický a prírodný potenciál cestovného ruchu na Slovensku z dlhodobého hľadiska predurčuje hlavné druhy cestovného ruchu, ktorými sú:

Letný cestovný ruch. Motívom je predovšetkým pobyt pri vode (termálne kúpaliská, akvaparky, vodné plochy), oddych, turistika v horských strediskách, ale aj relax, súčasne rastie snaha o získavanie nových poznatkov, poznávanie nových krajov a oblastí. Nemenej dôležitou je otázka potreby pohybu ako súčasť zdravého životného štýlu. Z územného hľadiska to znamená, že cestovný ruch sa môže rozvíjať na Slovensku aj na územiach, ktoré sa doteraz málo využívali, ale za predpokladu dostatočne silného dopytu.

Bratislavský kraj je vhodnou destináciou pre letný cestovný ruch. Hlavné mesto SR Bratislava ponúka počas letnej sezóny dostatočné množstvo podujatí, otvorené sú múzeá i galérie, v uliciach centra hlavného mesta sú situované terasy pri reštauráciách a kaviarňach, aktivity sa realizujú aj

mestských parkoch (medická, Sad J.Kráľa, Horský park,...). V katastri obce sa nachádzajú umelé i prirodzené vodné plochy (turisticky využívané Zlaté Piesky). Rieka Dunaj poskytuje vhodné príležitosti pre výletné plavby, obľúbené je splavovanie Malého Dunaja. V Podunajsku, najmä oblasť Slnecných jazier je tradičným miestom trávenia dovolenky návštevníkov destinácie CR, ponuka služieb sa neustále skvalitňuje a rozširuje. Kvalitu poskytovaných služieb si udržal i Senecký Aquapark. V poslednom období sa do popredia záujmu návštevníkov dostáva aj areál vodných športov v Čunove. V okrese Senec sú v letnej turistickej sezóne sprístupnené miestne múzeá a galérie. Oblasť Dolného Záhoria poskytuje dostatočné množstvo vhodných podmienok pre rekreáciu v privátnych chatových oblastiach. Je tu aj možnosť cykloturistiky, kúpania, hubárenia a rybolovu. Malokarpatský región je vyhľadávaným miestom počas letnej turistickej sezóny najmä návšteva historických kráľovských miest (Sv.Jur, Pezinok, Modra) s ponukou populárnej vinárskej turistiky. Obľúbené sú i prevádzky husacínarov s ponukou typickej miestnej gastronómie. Letná ponuka Malokarpatskej oblasti je významným doplnkom letnej ponuky oblasti Senca, najmä v prípade menej prízivného letného počasia. Celý región je vhodný pre cykloturistiku a pešiu turistiku. V regióne je dostatočné množstvo ubytovacích a stravovacích zariadení šo štandardnou i nadštandardnou ponukou leisure pre potenciálnych návštevníkov.

Zimný cestovný ruch. Po rozsiahlych investíciách do horských stredísk cestovného ruchu v posledných rokoch má Slovensko konkurencieschopnú ponuku pre stredoeurópsky trh cestovného ruchu s výnimkou Rakúska. Tá vychádza nielen z geografických podmienok, ale aj z vybudovaných kapacít. Pri rozvoji zimného cestovného ruchu je nevyhnutné vo zvýšenej miere rešpektovať požiadavky na ochranu prírody, keďže mnohé strediská sa nachádzajú v blízkosti, resp. priamo v chránených krajinných oblastiach. Osobitnou kapitolou sú Vysoké Tatry, kde je potrebné dokončiť plánovanú zonáciu. Súčasne je pri rozvoji horských stredísk cestovného ruchu potrebné rešpektovať klimatické zmeny a lyžiarske zariadenia budovať v minimálnej nadmorskej výške údolnej stanice 700 – 800 metrov nad morom.

Účastníci zimného cestovného ruchu sa v Bratislavskom kraji sústreďujú najmä v hlavnom meste SR v Bratislave a v Malokarpatskom regióne. Motiváciu ich návštevy sú zvyčajne dožinkové slávnosti, jarmoky a lokálne festivaly niektorých obcí a miest, ďalej vrcholiaca sezóna zabijačkových a hodových slávností, rovnako vinárska sezóna a adventné trhy. Pre možnosť zimných športových aktivít je vhodná len oblasť Bezinskej baby, Kamzíku, Zochovej chaty a Malokarpatských kopcov.

Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch. Slovenské kúpeľníctvo malo aj po spoločensko-politických zmenách v roku 1989 predpoklad byť „vlajkovou loďou“ cestovného ruchu. Prírodné liečebné kúpele majú nezastupiteľnú úlohu v prevencii chorôb. Kúpeľná liečba pomáha predchádzať civilizačným ochoreniam. Mnohé slovenské liečebné kúpele zaraďujú do svojho programu služby wellness, víkendové pobyty na skrášľovanie, odbúravanie stresu a pod., a to aj pod lekárskeho dozoru. Súčasne bola na Slovensku vytvorená pomerne široká sieť termálnych kúpalísk a akvaparkov. V súlade s trendmi dopytu rozvinuli ponuku služieb wellness okrem prírodných liečebných kúpeľov aj hotely. Na účely zdravotného cestovného ruchu sú využívané aj iné prírodné danosti, ako napríklad jaskyne. Slovensko má pritom sprístupnených 12 jaskýň.

Na území Bratislavského kraja sa nenachádzajú žiadne kúpele. Jediná verejnosti prístupná jaskyňa je jaskyňa Deravá skala v katastri obce Plavecký Mikuláš. Pre kúpeľný a zdravotný cestovný ruch sú vhodné lokality v okrese Senec a Dolného Záhoria. V Senci je to jediný Aquapark v riešenom území a oblasť Dolného Záhoria je vhodná najmä pre klimatické pobyty vďaka svojej hustej zalesnenosti. Dá sa konštatovať, že potenciál termálnych prameňov je v súčasnosti nevyužitý.

Kultúrny a mestský cestovný ruch. V tomto smere má Slovensko pomerne veľký, avšak málo využívaný potenciál. Prekážkou je predovšetkým stavebno-technický stav historických pamiatok. Nedostatočne rozvinutým produktom sú organizované podujatia (kalendár podujatí – kultúrnych, športových, obchodných), ktorých nositeľom sú mestá a obce (plánovacia a realizačná úroveň). Prekážkou je aj slabá a nedostatočná prezentačno- propagačná aktivita doma alebo v zahraničí (marketing organizácie cestovného ruchu).

Bratislavský kraj je považovaný za kultúrne najvybavenejší región Slovenska. Kultúra minulosti i súčasného života a historické objekty spojené s významnými medzníkmi vývoja sú pre návštevníkov destinácie Bratislavský región štatisticky na prvom mieste ich záujmu.

Ako perspektívny a ekonomicky lukratívny je kongresový cestovný ruch, keďže vyžaduje nielen služby spojené priamo s organizovaním kongresov, konferencií a podujatí obdobného charakteru, ale aj služby doplnkového charakteru. Pre rozvoj kongresového cestovného ruchu má Slovensko vhodné materiálne predpoklady v hoteloch (už uskutočnené modernizácie hotelov), ktoré by mali takéto služby ponúkať najmä v mimosezónnom období za predpokladu vysokej kvality služieb vrátane sprievodných programov.

Bratislava je najvhodnejšou lokalitou z celej ponuky slovenských mítingových kapacít pre konferencie a menšie kongresy. Región so svojim vybavením menších konferenčných kapacít a vhodnej ponuky pre incentívu môžeme definovať ako vhodný pre MICE segment cestovného ruchu. Výhodou je bezpečnosť a veľmi dobrá dostupnosť všetkými druhmi dopravy.

Vidiecky cestovný ruch a agroturistika. Vidiecky cestovný ruch je spojený predovšetkým s jednoduchšími formami ubytovania (ubytovanie v súkromí, penziónoch a pod.) vo vidieckej krajine s možnosťou poznávania života na vidieku. Súčasťou vidieckeho cestovného ruchu je agroturistika spojená s pobytom na sedliackom dvore. Vo svete ide o pomerne široko využívaný druh cestovného ruchu, v podmienkach Slovenska však o relatívne nerozvinutý. Situácia je dôsledkom predchádzajúcich období, kedy u nás existovalo štátne a družstevné hospodárenie na pôde a prerušila sa tradícia súkromného podnikania v agrosektore. Je preto potrebné využívať skúsenosti a poznatky z okolitých krajín. Viacero fariem s prepojením na ponuku v cestovnom ruchu sú etablované na Záhorí v okrese Malacky. Vinárstvo a degustácia vína má výborné zázemie v Malokarpatskej oblasti v okrese Pezinok. Uvedené okresy majú predpoklady pre rozvoj vidieckeho cestovného ruchu, rozšírenie ponuky a skvalitnenie služieb v zážitkovej gastronómii.

Vzhľadom na geografickú rôznorodosť a bohatstvo Slovenska možnosť **predstavujú aj geoparky a geoturistika.** Podľa medzinárodnej organizácie UNESCO je geoparkom územie obsahujúce fenomény zvláštneho geologického významu, určitej zvláštnosti, alebo krásy, ktoré sú prezentované v závislosti od regiónu, geologickej histórie, vzniku a procesov, ktoré ho formovali. Prostredníctvom špecifického cestovného ruchu a tzv. geoturistiky môžu byť geoparky významným aspektom pre miestny ekonomický rozvoj smerujúci k zvýšeniu zamestnanosti a k novým ekonomickým aktivitám regiónu. Konštituovanie geoparkov a ich sietí má sledovať tri ciele:

- využitie prírodného dedičstva ako výchovného a vzdelávacieho prostriedku v geologických a environmentálnych vedných odboroch pre najširšie vrstvy spoločnosti
- prispieť k zabezpečeniu trvalo udržateľného rozvoja príslušného územia a jeho blízkeho okolia
- zabezpečiť príslušný stupeň ochrany a zachovanie náplne geoparku pre budúce generácie

Záverom je možné konštatovať, že tieto hlavné druhy – produktové skupiny cestovného ruchu vychádzajú z doterajšieho vývoja, získaných skúseností, sú v súlade aj s Koncepciou územného rozvoja Slovenska a nadväzujú na Novú stratégiu rozvoja cestovného ruchu SR do roku 2013 schválenú uznesením vlády SR č. 417 z 8. mája 2007.

Sandbersko-pajštúnsky geopark zaberá širšie okolie Bratislavy. Toto územie sa vyznačuje pestrou geologickou stavbou na malom území. Výsledkom sú rozmanité formy reliéfu. Ide o územie v okresoch Bratislava IV., Malacky a Pezinok.

Komplexná databáza vhodných ubytovacích, stravovacích zariadení ako i poskytovateľov služieb v CR spolu s databázou kultúrnych inštitúcií, vinárni a vinoték, prírodných rezervácií, náučných chodníkov a kalendár podujatí sú dostupné na webovej stránke krajskej organizácie Bratislava Region Tourism www.goB.sk.

Oblasti a úlohy smerujúce k napĺňaniu strategického cieľa rozvoja CR v SR

K napĺňaniu stanoveného strategického cieľa je preto možné vidieť realizáciu úloh v troch oblastiach:

1. oblasť kvality v konkrétnom i širšom chápaní. Ide nielen o kvalitu konkrétnych tovarov a služieb, ale aj všetkého, čo ju vytvára, podmieňuje, ovplyvňuje. Ide o súbor faktorov, ktorých výsledkom je ponúkaný produkt spotrebúvaný návštevníkom v cestovnom ruchu. V nadväznosti na túto oblasť je potrebné realizovať aj zámery a úlohy v druhej oblasti.

2. oblasť podpory dopytu a ponuky so zámerom prijatia prorastových opatrení. Cieľom je prijatie opatrení stimulujúcich dopyt v príjazdovom zahraničnom i domácom cestovnom ruchu. Výsledkom bude zvýšenie návštevnosti Slovenska, výkonov všetkých subjektov cestovného ruchu s následnou tvorbou pracovných miest. V neposlednom rade je však cieľom aj vytvorenie podmienok na rozvoj podnikateľského prostredia, ktoré je v cestovnom ruchu charakteristické veľkým, dominantným počtom malých subjektov. Aj týmto sú do značnej miery determinované ich rozvojové, investičné, marketingové a iné aktivity. Táto skutočnosť sa prejavuje predovšetkým v nedostatočnej tvorbe produktov cestovného ruchu v cieľových miestach.

3. oblasť prezentácie Slovenska ako krajiny cestovného ruchu. Obsahom tejto oblasti sú úlohy a opatrenia zamerané na prezentáciu a propagáciu Slovenska, na produkty cestovného ruchu na cieľových trhoch cestovného ruchu. Obsah prezentácie pritom musí vychádzať z predstáv, ktoré o SR majú jej obyvatelia. Prezentácia SR nesmie byť „prekvapením“ pre vlastných občanov, lebo oni sú jej súčasťou. Z toho vyplýva, že prezentácia krajiny musí vychádzať z existujúcej štátnej identity a musí odzrkadľovať existujúce hodnoty danej spoločnosti. Forma prezentácie sa musí zamerať na využitie všetkých nových komunikačných a informačných technológií. Významnú úlohu pritom majú plniť aj organizácie cestovného ruchu.

Stratégia menuje konkrétne okruhy úloh, ktoré treba v časovom horizonte do roku 2020 v rámci cestovného ruchu riešiť. Väčšina okruhov si vyžaduje riešenie na celoštátnej úrovni a BSK musí aktívne participovať zo svojej pozície kraja. Vybrané okruhy však BSK môže na svojom území iniciatívne riešiť aj v rámci svojej kompetencie.

Tab. č.13. Okruhy úloh v oblasti kvality.

Okruh	Kompetencia MDVRR	Možnosť aplikácie v podmienkach BSK
Zaviesť národný systém kvality služieb	áno	čiastočne formou participácie na národnom systéme
Zvýšiť úroveň a kvalitu destinačného manažmentu CR	áno	áno
Vytvárať podmienky na podporu aktivít v cestovnom ruchu	áno	čiastočne prostredníctvom finančného a organizačného manažmentu
Odstraňovať administratívne prekážky podnikania	áno	čiastočne v rámci procesov
Motivovať subjekty cestovného ruchu k inováciám	áno	-
Umožniť širšiu účasť zdravotne znevýhodnených občanov na CR prostredníctvom stavebno-technického riešenia	áno	áno
V rámci iniciatívy EÚ týkajúcej sa zamerania, prípravy a realizácie Dunajskej stratégie podporovať využitie Dunaja a jeho prítokov na účely cestovného ruchu	áno	áno
Podporiť rozvoj cykloturistiky, pešej turistiky a vodnej turistiky na Slovensku	áno	áno
Skvalitniť pripravenosť absolventov v rámci výchovno-vzdelávacieho procesu na ich uplatnenie v cestovnom ruchu	áno	Čiastočne áno na úrovni základného a stredného školstva
Skvalitniť úroveň verejnej osobnej dopravy	áno	v regionálnom rozsahu prímestskej a čiastočne mestskej dopravy
Aktívnou kontrolnou a dozornou činnosťou zisťovať a analyzovať nedostatky v službách cestovného ruchu	áno	Čiastočne áno (nepodorené legislatívou)
Podporiť rozvoj kúpeľníctva na Slovensku	áno	-
V rámci medzinárodnej spolupráce sa zapájať predovšetkým do iniciatív UNWTO a Európskej komisie v cestovnom ruchu	áno	v rámci programov interregionálnej spolupráce
Novelizovať zákon č. 281/2001 Z. z. o zájazdoch, podmienkach podnikania CK a CA a o zmene a doplnení OZ	áno	-
V súčinnosti s rezortom životného prostredia i samosprávami riešiť otázky trvalej udržateľnosti cestovného ruchu	áno	Aktívna spolupráca
V súčinnosti s dotk. subjektmi, vrátane samospráv a záujm. združení, podporovať budovanie a prevádzku geoparkov	áno	Aktívna spolupráca
Satelitný účet cestovného ruchu	áno	Aktívna spolupráca na pilotnom regionálnom TSA

Tab. č.14. Okruhy úloh v oblasti podpory dopytu a ponuky.

Okruh	Kompetencia MDVRR	Možnosť aplikácie v podmienkach BSK
Vytvoriť prorastový finančný nástroj podpory subjektov pôsobiacich v príjazdovom cestovnom ruchu	áno	-
Vytvoriť finančný nástroj na podporu domáceho cestovného ruchu	áno	-
Podporiť významné projekty cestovného ruchu formou investičnej pomoci	áno	čiastočne
Podpora podnikania pomocou ďalších ekonomických nástrojov	áno	čiastočne

Tab. č.15. Okruhy v oblasti zvýšenia atraktívnosti Slovenska ako dovolenkového cieľa a rozvoj informačných služieb cestovného ruchu.

Okruh	Kompetencia MDVRR	Možnosť aplikácie v podmienkach BSK
Tvorba identity SR	áno	čiastočne v spolupráci so SACR a Ministerstvom dopravy VaRR
Budovanie značky Slovensko	áno	čiastočne v spolupráci so SACR a Ministerstvom zahraničných vecí
Konkurencieschopnosť národných a regionálnych produktov cestovného ruchu	áno	áno
Tvorba špecifických regionálnych produktov cestovného ruchu	áno	áno
Rozvíjať informačné a propagačno-prezentačné aktivity obcí, miest a región	áno	áno
Rozvíjať informačné a propagačno-prezentačné aktivity obcí, miest a región	áno	áno
Spolupracovať s verejnoprávnymi médiami pri poskytovaní informácií o aktivitách a atraktivitách cestovného ruchu	áno	áno
Marketingová podpora cestovného ruchu	áno	áno
Podporiť rozvoj domáceho cestovného ruchu	áno	čiastočne
Skvalitniť navigáciu turistov a návštevníkov	áno	áno

Zdroj: Novacká, L: Vlastné spracovanie podľa Stratégie rozvoja CR do r.2020, str. 33-45

4.3 Legislatívne prostredie na Slovensku pre oblasť cestovného ruchu ako súčasti regionálneho rozvoja v SR

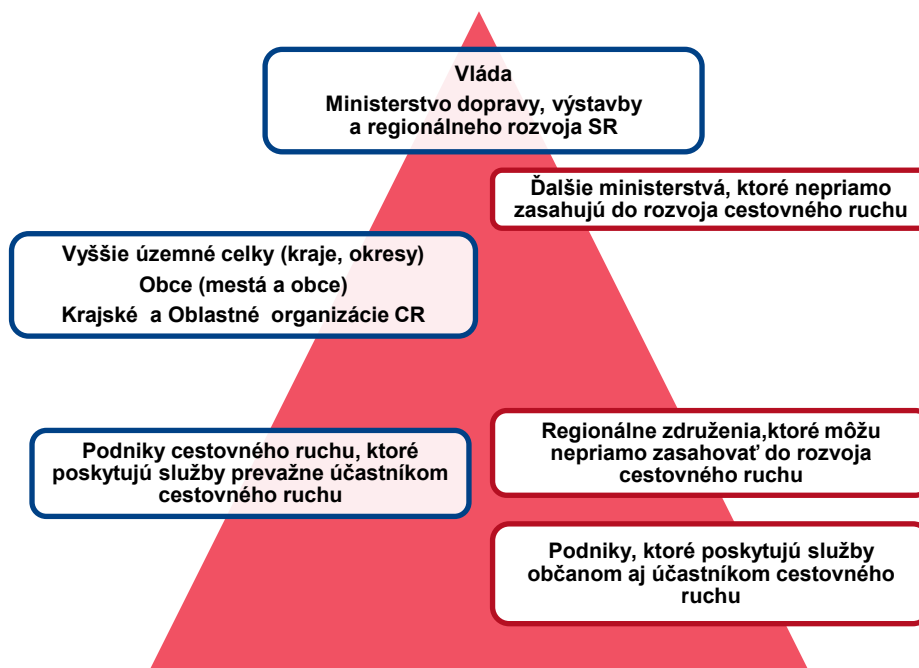
Manažment cestovného ruchu v SR vyplýva z ostatného vývoja na území SR a zo skúseností v turisticky vyspelých krajinách. Formálne postavenie jednotlivých inštitúcií, ktoré v regionálnom rozvoji cestovného ruchu majú stanovený rozsah kompetencií zakotvuje zákon o podpore cestovného ruchu č. 91/2010 Z. z.

Uvedený zákon definuje postavenie a kompetencie v cestovnom ruchu právnických osôb, ktoré **priamo** vstupujú do systému manažmentu cestovného ruchu v SR. Ide o kompetencie nasledovných orgánov: (§ 3)

1. ministerstva, ktoré **je** zodpovedné za cestovný ruch v rámci činnosti vrcholného orgánu štátnej správy, t.j. vlády SR,
2. vyšších územných celkov a obcí v rámci samosprávy,
3. oblastných a krajských organizácií cestovného ruchu,
4. agentúry, príspevkovej organizácie, zriadenej ministerstvom.

Všeobecne možno znázorniť manažment cestovného ruchu v Slovenskej republike takto

Hierarchia inštitucionálneho zabezpečenia cestovného ruchu v SR



Zdroj: Novacká, L: vlastné spracovanie podľa Stratégie rozvoja CR do r.2020, str. 41-45

Ministerstvo, v súčasnosti Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR a je z hľadiska rozvoja a podpory cestovného ruchu zodpovedné za plnenie nasledovných úloh: (§ 4)

- a) vytvára podmienky pre rozvoj cestovného ruchu ako štátnej priority,
- b) vypracúva, implementuje a monitoruje štátnu politiku rozvoja cestovného ruchu,
- c) vypracúva národnú koncepciu rozvoja cestovného ruchu a zodpovedá za jej plnenie,
- d) zabezpečuje potrebné stimuly a pomoc pri investíciách súkromného sektora do cestovného ruchu,
- e) podieľa sa na tvorbe systému štatistických informácií o cestovnom ruchu,
- f) spracúva komplexné štatistické údaje o vývoji cestovného ruchu v Slovenskej republike,
- g) spolupracuje s Ministerstvom školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky pri podpore uplatňovania medzinárodných štandardov a rozvoji vzdelávania v cestovnom ruchu,
- h) spravuje Register krajských a oblastných organizácií cestovného ruchu (ďalej len „register“),
- i) plní úlohy a záväzky Slovenskej republiky vyplývajúce z členstva
 - vo Svetovej organizácii cestovného ruchu a ostatných medzinárodných a medzištátnych organizáciách a združeníach cestovného ruchu,
 - v Európskej únii v oblasti cestovného ruchu a z medzinárodných zmlúv týkajúcich sa cestovného ruchu,
 - vo Výbore pre cestovný ruch Organizácie pre hospodársku spoluprácu a rozvoj,
- j) zabezpečuje
 - plnenie úloh cezhraničnej spolupráce v cestovnom ruchu,
 - zahraničnú spoluprácu v cestovnom ruchu v oblasti dvojstranných a multilaterálnych vzťahov,
 - plnenie medzinárodných bilaterálnych a multilaterálnych zmlúv v cestovnom ruchu,
- k) metodicky usmerňuje a kontroluje plnenie úloh agentúry,
- l) vypracúva programy rozvoja cestovného ruchu a vyhodnocuje ich realizáciu,
- m) podporuje činnosť územnej samosprávy pri rozvoji cestovného ruchu a činnosť krajských oblastných organizácií cestovného ruchu (ďalej len „organizácie cestovného ruchu“),
- n) zadáva úlohy subjektom výskumu cestovného ruchu,
- o) podieľa sa na vytváraní mechanizmu fungovania jednotnej prezentácie Slovenskej republiky v zahraničí.

V rámci organizačnej štruktúry ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja je cestovný ruch začlenený na úrovni sekcie. Uvedené úlohy ministerstva sú prenesené na „Sekciu cestovného ruchu“. Ministerstvo zriadilo aj príspevkovú organizáciu Slovenskú agentúru pre cestovný ruch – SACR. Manažment cestovného ruchu na úrovni Ministerstva dopravy, regionálneho rozvoja a výstavby SR a a príspevkovej organizácie SACR možno znázorniť nasledovne:

Organizačná štruktúra manažmentu cestovného ruchu na úrovni ministerstva je uvedená v Prílohe č. 6.

Oficiálne zahraničné zastúpenia SACR sú v súčasnosti zriadené v nasledovných štátoch: Česká republika, Maďarsko, Nemecko, Poľsko, Rakúsko, Ruská federácia.

Slovenská agentúra pre cestovný ruch pracuje v súlade s plánom činnosti. V roku 2012 tvorili náklady na činnosť SACR vo výške 10 936 740,47 €.

Činnosť SACR v roku 2012 bola financovaná okrem transferu na rok 2012 aj z prostriedkov refundácií Opatrenia 3.2 Operačný program Konkurencieschopnosť a hospodársky rast (OP KaHR), z vlastných príjmov, z refundovaných prostriedkov Technickej pomoci, zálohovej platby Technickej pomoci (mzdy zamestnancov Štrukturálnych fondov) a zálohovej platby Opatrenia 3.2 OP KaHR.

Úlohy SACR v súlade so zákonom o podpore cestovného ruchu sú tieto: § 7

(3) Agentúra koordinuje vypracovanie návrhu a realizácie propagácie a prezentácie Slovenskej republiky ako cieľovej krajiny cestovného ruchu podľa zásad jednotnej prezentácie Slovenskej republiky v zahraničí.

(4) Na zabezpečenie svojej činnosti môže agentúra zriaďovať svoje zahraničné zastúpenia a vnútroštátne regionálne pracoviská.

(5) Regionálne pracoviská agentúry zabezpečujú zber a výmenu územných údajov, komunikáciu s partnermi, podieľajú sa na marketingovej podpore predaja produktov cestovného ruchu regionálneho a národného charakteru a plnia na území príslušných regiónov úlohy, ktoré vyplývajú zo schválených koncepčných dokumentov cestovného ruchu.

(6) Agentúra vykonáva podpornú a koordinačnú činnosť pre organizácie cestovného ruchu. Podrobnosti o organizácii a činnosti agentúry upraví štatút agentúry, ktorý schvaľuje ministerstvo.

Novela zákona z r. 2014 definuje inštitúciu Turistické informačné centrum (§24b).

(1) Turistické informačné centrum je účelové zariadenie, ktoré v rámci daného kraja, oblasti alebo obce

- a) zabezpečuje zber, spracúvanie a poskytovanie informácií z oblasti cestovného ruchu,*
- b) zabezpečuje kontinuálne informovanie domácich návštevníkov a zahraničných návštevníkov poskytovaním informácií na základe aktualizácie ich obsahu, mapovania atraktivít daného regiónu, produktov cestovného ruchu a podujatí.*

(2) Turistické informačné centrum môže zriadiť obec, organizácia cestovného ruchu alebo iný subjekt.

Pôsobnosť vyšších územných celkov

Pôsobnosť **vyšších územných celkov** je zadefinovaná nasledovne: § 5

- a) môže založiť krajskú organizáciu a podieľa sa na jej spolufinancovaní,*
- b) spolupracuje s krajskou organizáciou pri tvorbe koncepcie rozvoja cestovného ruchu, ročného plánu aktivít a monitorovacej správy o vývoji cestovného ruchu na území kraja,*
- c) vytvára podmienky na spoluprácu s podnikateľskými subjektmi pôsobiacimi na jeho území,*
- d) vytvára podmienky na osvetu a výchovu obyvateľstva k podnikaniu v cestovnom ruchu,*
- e) spolupracuje s ústrednými orgánmi štátnej správy pri realizácii štátnej politiky cestovného ruchu v Slovenskej republike,*
- f) podporuje rozvoj cezhraničnej, medziregionálnej a nadnárodnej spolupráce v cestovnom ruchu,*
- g) vytvára podmienky na podporné mechanizmy a nástroje, ktoré motivujú subjekty na jeho území k rozvoju cestovného ruchu, zvyšovaniu kvality služieb a konkurencieschopnosti,*

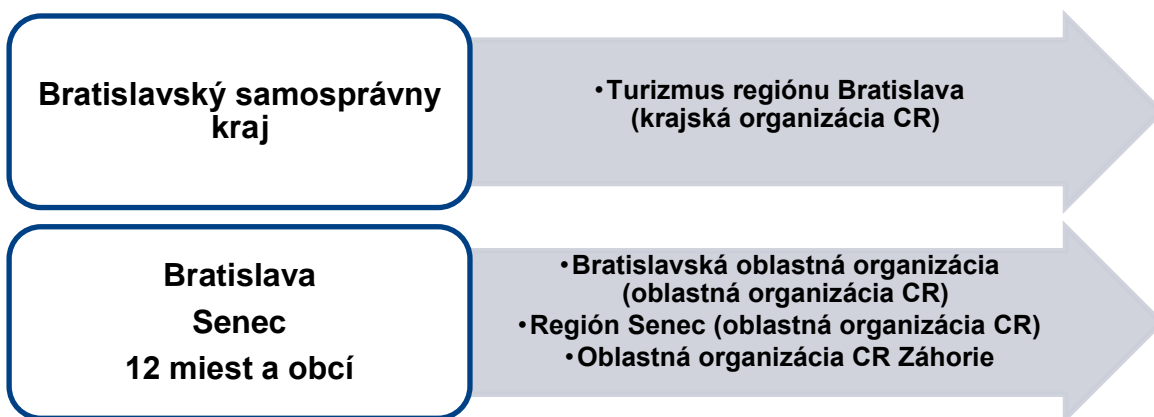
h) *podieľa sa na vytváraní mechanizmu fungovania jednotnej prezentácie Slovenskej republiky v zahraničí.*

Obec má v zmysle zákona nasledovné kompetencie pôsobnosti: § 6

- a) *môže iniciovať vznik oblastnej organizácie a podieľa sa na spolufinancovaní jej aktivít,*
- b) *spolupracuje s organizáciami cestovného ruchu pri tvorbe koncepcie rozvoja cestovného ruchu na území obce, ročného plánu aktivít a monitorovacej správy o vývoji cestovného ruchu na území obce,*
- c) *tvorí programy, plány, stratégie a koncepcie rozvoja cestovného ruchu,*
- d) *vytvára vlastné finančné zdroje na realizáciu aktivít v cestovnom ruchu,*
- e) *buduje infraštruktúru podporujúcu aktivity v cestovnom ruchu, ktorá spadá do pôsobnosti obce,*
- f) *sústredzuje štatistické údaje o cestovnom ruchu v obci,*
- g) *spolupracuje s ústrednými orgánmi štátnej správy a s orgánmi vyššieho územného celku pri realizácii štátnej politiky cestovného ruchu v Slovenskej republike,*
- h) *podieľa sa na uplatňovaní mechanizmu fungovania jednotnej prezentácie Slovenskej republiky v zahraničí.*

Z uvedeného textu zákona vyplýva, že vyšší územný celok i obec môžu iniciovať vznik príslušnej organizácie cestovného ruchu a spolupodieľať sa na spolufinancovaní jej aktivít. V Bratislavskom kraji vznikli organizácie cestovného ruchu na oboch úrovniach.

Zriaďovatelia organizácií cestovného ruchu v Bratislavskom kraji:



Krajské organizácie cestovného ruchu, ktoré vznikli v zmysle tohto zákona majú vymedzené kompetencie nasledovne: § 8

(1) *Krajská organizácia je právnická osoba založená podľa tohto zákona, ktorá podporuje a vytvára podmienky na rozvoj cestovného ruchu na území kraja a chráni záujmy svojich členov.*

(2) *Členmi krajskej organizácie sú vyšší územný celok a najmenej jedna oblastná organizácia pôsobiaca na jeho území založená podľa tohto zákona.*

(3) *Výnosy krajskej organizácie sú jej príjmami a nerozdeľujú sa medzi členov.*

(4) Ak oblastná organizácia vznikne neskôr ako krajská organizácia, môže sa stať jej členom schválením jej členstva krajskou organizáciou, prístupím k zakladateľskej zmluve a stanovám a zapísaním do zoznamu členov krajskej organizácie.

(5) Členský príspevok oblastnej organizácie krajskej organizácii je najmenej 10 % z členských príspevkov získaných oblastnou organizáciou od obcí a podnikateľských subjektov v predchádzajúcom kalendárnom roku.

(6) Na území vyššieho územného celku môže pôsobiť len jedna krajská organizácia registrovaná podľa tohto zákona.

Práva a povinnosti krajskej organizácie cestovného ruchu sú nasledovné: § 11

- a) vykonáva činnosť podľa stanov a v súlade so strategickými dokumentmi vyšších územných celkov,
- b) podporuje činnosť svojich členov pri tvorbe a realizácii koncepcie rozvoja cestovného ruchu na území vyššieho územného celku,
- c) tvorí a realizuje marketing a propagáciu cestovného ruchu pre svojich členov doma a v zahraničí,
- d) presadzuje spoločné záujmy svojich členov,
- e) pri svojej činnosti spolupracuje s orgánmi vyššieho územného celku,
- f) podporuje kultúrny, spoločenský a športový život a zachovanie prírodného a kultúrneho dedičstva,
- g) organizuje podujatia pre obyvateľov a návštevníkov,
- h) poskytuje svojim členom poradensko-konzultačné služby,
- i) presadzuje trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu tak, aby sa chránilo a zachovávalo životné prostredie a rešpektoval sa spôsob života miestneho obyvateľstva a vlastnícke práva,
- j) spolupracuje pri zostavovaní a realizácii koncepcie rozvoja cestovného ruchu vyššieho územného celku,
- k) v spolupráci s orgánmi vyššieho územného celku vypracúva a realizuje ročný plán aktivít krajskej organizácie,
- l) vypracúva rozpočet, ktorý schvaľuje najvyšší orgán krajskej organizácie,
- m) iniciuje alebo zabezpečuje tvorbu, manažment a prezentáciu produktov cestovného ruchu,
- n) zostavuje výročnú správu, ktorú zverejňuje na svojich internetových stránkach,
- o) môže zriadiť alebo založiť turisticko-informačnú kanceláriu,
- p) vedie za územie vyššieho územného celku evidenciu turisticko-informačných kancelárií,
- q) predkladá ministerstvu každoročne do 15. marca doklad preukazujúci sumu finančných

Oblastné organizácie cestovného ruchu majú nasledovný rozsah pôsobnosti: § 13

(1) Oblastná organizácia je právnická osoba založená podľa tohto zákona, ktorá podporuje a vytvára podmienky na rozvoj cestovného ruchu na svojom území a chráni záujmy svojich členov.

(2) Ak pôsobnosť oblastnej organizácie presahuje územie kraja, jej valné zhromaždenie rozhodne, do ktorej krajskej organizácie bude patriť.

(3) Výnosy oblastnej organizácie sú jej príjmami a nerozdeľujú sa medzi jej členov.

Oblastná organizácia cestovného ruchu má nasledovné úlohy: § 15

- a) podporuje činnosť svojich členov pri tvorbe a realizácii koncepcie rozvoja cestovného ruchu na území svojej pôsobnosti,
- b) tvorí a realizuje marketing a propagáciu cestovného ruchu pre svojich členov a obec doma a v zahraničí,
- c) presadzuje spoločné záujmy svojich členov,
- d) spolupracuje s orgánmi obcí pri rozvoji územia v rámci svojej pôsobnosti vrátane spracúvania a realizácie programov jeho podpory a rozvoja,
- e) podporuje kultúrny, spoločenský a športový život a zachovanie prírodného a kultúrneho dedičstva,
- f) organizuje podujatia pre obyvateľov a návštevníkov,
- g) poskytuje svojim členom poradensko-konzultačné služby,
- h) spracúva a predkladá projekty rozvoja cestovného ruchu a zabezpečuje ich realizáciu,
- i) presadzuje trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu tak, aby sa chránilo a zachovávalo životné prostredie zo všetkých jeho stránok a rešpektoval sa spôsob života miestneho obyvateľstva a rešpektovali sa vlastnícke práva,
- j) zostavuje a realizuje koncepciu rozvoja cestovného ruchu, pričom vychádza z vlastných analýz, krajskej koncepcie cestovného ruchu a národnej koncepcie cestovného ruchu,
- k) v spolupráci s orgánmi obcí, ktoré sú jej členmi, vypracúva a realizuje ročný plán aktivít a monitorovaciu správu o vývoji cestovného ruchu na svojom území,
- l) iniciuje alebo zabezpečuje tvorbu, manažment a prezentáciu produktov cestovného ruchu na svojom území,
- m) zostavuje ročný plán aktivít, ktorý schvaľuje valné zhromaždenie,
- n) aktualizuje integrovaný informačný systém vo svojej pôsobnosti,
- o) mapuje produkty, aktivity a hodnoty cieľového miesta vo svojom území v spolupráci s obcami, členmi oblastnej organizácie a zástupcami odbornej verejnosti,
- p) zostavuje výročnú správu, ktorú zverejňuje na svojich internetových stránkach,
- q) môže zriadiť alebo založiť turisticko-informačnú kanceláriu,
- r) predkladá ministerstvu každoročne do 15. marca doklad preukazujúci sumu finančných
- s) prostriedkov získaných z členských príspevkov za predchádzajúci rozpočtový rok.

Aplikácia zákona o podpore rozvoja cestovného ruchu

V priebehu existencie zákon od roka 2010 zákon prešiel novelizáciou v r. 2011 a v r. 2013. Doterajšie prijaté zmeny v zákone sú publikované v Zbierke zákonov Slovenskej republiky pod číslom 556/2010 Z. z. a 386/2011 Z. z., 352/2013 Z.z. 415/2013 Z.z.

Mimoriadny význam Zákona o podpore cestovného ruchu spočíva v tom, že zákon vytvára podmienky pre dosiahnutie týchto cieľov:

- a) zvýšenie návštevnosti domácich i zahraničných návštevníkov
- b) predĺženie pobytu účastníkov cestovného ruchu
- c) ekonomický prínos pre regióny a lokality
- d) udržanie zamestnanosti a tvorba nových pracovných miest (v zmysle ostatného návrhu zmeny zákona)

Oblastné a krajské organizácie sú inštitúcie, ktoré majú vyvinúť maximálne úsilie, aby uvedené ciele dosiahli. Vzhľadom na skutočnosť, že zákon neobmedzuje mestá a obce v regionálnom rozsahu pôsobenia, je možné že oblastná organizácia pôsobí na území viacerých administratívnych okresov

a dokonca viacerých krajov. Tak ako zákon uvádza, oblastná organizácia sa rozhodne, do pôsobnosti ktorej organizácie bude patriť. Limitujúce ukazovatele pri vzniku oblastnej organizácie sú minimálny počet členov a minimálny počet vykazovaných a evidovaných prenocovaní.

Ukážkou je Oblastná organizácia cestovného ruchu Záhorie. Túto organizáciu zriadilo 12 miest a obcí z Trnavského a Bratislavského samosprávneho kraja (mestá Skalica, Holíč, Stupava, Šaštín-Stráže, Malacky, Gbely a obce Smrdáky, Plavecký Peter, Kuchyňa, Podbranč, Hlboké, Kopčany). Naopak oblastnú organizáciu Senec konštituovali mestá a obce, ktoré sú administratívne začlenené do Bratislavského samosprávneho kraja (mesto Senec, obce Hrubá Borša, Hrubý Šúr, Kaplna, Kráľova pri Senci, Ivanka pri Dunaji).

Limitujúce ukazovatele pri vzniku a pôsobení oblastnej a krajskej organizácie sú uvedené v Prílohe č.7.

Právna úprava negarantuje nárok na účelovú dotáciu.

Zákon o podpore cestovného ruchu taxatívne vymenúva nasledovné zdroje financovania oblastných organizácií: § 28

- a) členské príspevky,
- b) dotácie zo štátneho rozpočtu (ďalej len „dotácia“),
- c) dobrovoľné príspevky samosprávy, fyzických osôb a právnických osôb na aktivity organizácie cestovného ruchu,
- d) príjmy z činností, z predaja produktov a služieb,
- e) odmeny za sprostredkovanie,
- f) výnosy z činnosti turisticko-informačných kancelárií,
- g) príjmy z predaja reklamnej plochy,
- h) nenávratné finančné príspevky z domácich a zahraničných zdrojov vrátane príspevkov z prostriedkov Európskej únie,
- i) ostatné príjmy.

Je zrejmé, že maximálny stimul pre vznik oblastných organizácií a krajských organizácií bol inštitút dotácie zo štátneho rozpočtu. V zmysle zmeny zákona novely č. 386/2011 Z. z. v ustanovení 31 a, odst.(1)a ods.(3) „Dotáciu na rozpočtový rok 2012 a 2013... môže ministerstvo poskytnúť...“. Uvedená formulácia zmenila obligatórny prístup pridelenia dotácie na fakultatívny. Toto tvrdenie zdôrazňuje aj ustanovenie § 29, ods. 6 slovami v zmysle ktorého nie je právny nárok na poskytnutie dotácie. Ministerstvo môže prideliť dotáciu, ale nemusí. Je zrejmé, že ministerstvo postupuje v súlade s finančnými zdrojmi, ktoré získa do rozpočtovej kapitoly ministerstva. Napriek málo optimistickému zneniu zákona, skúsenosti z pridelenia dotácie za rok 2013 aj rok 2014 sú pozitívne, všetci oprávnení žiadatelia dotáciu získali vo výške sumy vybratých členských príspevkov. Výška vybratých členských príspevkov určuje možnosť získať vyššiu dotáciu, ktorá by bola teoreticky možná v sume, prepočítanej z výšky vybratej dane za ubytovanie. Výška vybratej dane za ubytovanie predstavuje možný strop dotácie, ale viaže sa na výšku vybratých členských príspevkov.

Tab. č. 16. Podpora cestovného ruchu formou štátnej dotácie pre oblastné a krajské organizácie CR v Bratislavskom kraji pre rok 2014.

Názov oblastnej organizácie CR	Celková výška štátnej dotácie v € – nárokovateľná suma v r. 2013	Celková výška štátnej dotácie v € – nárokovateľná suma v r. 2014
Bratislavská organizácia	397 486	397 486
Región Senec	47 923	47 923
Názov krajskej organizácie CR		Celková výška štátnej dotácie v € – nárokovateľná suma (Hodnota 10 % z celkovej výšky vybratej dane za ubyt. z členských obcí)
Turizmus regiónu Bratislava	254 000	220 000+34 000= 254 000

Zdroj: Ministerstvo dopravy, regionálneho rozvoja a výstavby

Definícia inštitúcie Turistické informačné centrum sa prvý krát dostala do právnej úpravy v rámci zákona o podpore cestovného ruchu. Odôvodnením je skutočnosť, že turistické informačné centrá pracujú na území mesta, či obce a ich činnosť môže pozitívne, či negatívne ovplyvniť celý informačný systém o ponuke cestovného ruchu na území jej pôsobnosti. Nemenej významné je ustanovenie o tom, kto môže byť zriaďovateľom turistického informačného centra. Zákon pojednáva o turistickom informačnom centre nasledovne: (§24b)

(1) Turistické informačné centrum je účelové zariadenie, ktoré v rámci daného kraja, oblasti alebo obce

1. zabezpečuje zber, spracúvanie a poskytovanie informácií z oblasti cestovného ruchu,
2. zabezpečuje kontinuálne informovanie domácich návštevníkov a zahraničných návštevníkov poskytovaním informácií na základe aktualizácie ich obsahu, mapovania atraktivít daného regiónu, produktov cestovného ruchu a podujatí.

(2) Turistické informačné centrum môže zriadiť obec, organizácia cestovného ruchu alebo iný subjekt.

Organizácia cestovného ruchu musí vypracovať koncepčné dokumenty, ktoré sú nevyhnutným formálnym základom činnosti. Ide o nasledovné dokumenty:

- a) koncepcia rozvoja cestovného ruchu
- b) ročný plán aktivít
- c) monitorovacia správa.

Zákon presne vymedzuje čo predstavujú uvedené dokumenty takto: § 25

- a) *koncepcia rozvoja cestovného ruchu definuje úlohy a ciele rozvoja cestovného ruchu na dlhšie časové obdobie; rieši koncepčné, systémové a strategické otázky príslušného územia v strednodobom výhľade štyroch rokov a v dlhodobom výhľade desiatich rokov; koncepcia sa aktualizuje v prípade potreby, najmenej však raz za štyri roky,*
- b) *ročný plán aktivít organizácie cestovného ruchu príslušný kalendárny rok s výhľadom aktivít na nasledujúce tri roky; ročný plán aktivít musí byť v súlade s platnou marketingovou stratégiou agentúry, na ročný plán aktivít nadväzuje rozpočet organizácie cestovného ruchu;*
- c) *monitorovacia správa o vývoji cestovného ruchu, ktorá sa spracúva podľa potreby, najmenej jedenkrát za rok.*

4.4 Analýza prostredia cestovného ruchu v Slovenskej republike s dôrazom na relácie ku Bratislavskému kraju

Ekonomické aspekty v Bratislavskom samosprávnom kraji

V Bratislavskom samosprávnom kraji pôsobilo v roku 2013 58 401 podnikov s počtom viac ako 20 zamestnancov, čo predstavovalo 35,44 % z celkového počtu podnikov v celej Slovenskej republike. Uvedený potenciál podnikov sa v najvyššej miere koncentruje v najvyššej miere na ekonomické činnosti veľkoobchodu a maloobchodu, odborné vedecké a technické činnosti a administratívne a podporné služby. Podniky ubytovacích a stravovacích služieb, ktoré sú štatisticky evidované v samostatnej skupine tvoria 2,8 % podiel z celkového počtu podnikov. Cestovný ruch participuje vo viacerých ekonomických činnostiach priamo napr. doprava, umenie, zábava a rekreácia, maloobchod ale i nepriamo v ďalších činnostiach. V rámci bežnej štatistiky je problematické presne vyčíslieť rozsah pôsobenia cestovného ruchu na ekonomických činnostiach.

Ekonomické zameranie podnikov bolo v r. 2013 hlavne v odvetviach veľkoobchod a maloobchod (29,1 %), odborné, vedecké a technické činnosti (16,7 %), priemysel (8,9 %), administratívne služby (8,3 %) a stavebníctvo (8 %). Štruktúra podnikov podľa ekonomických činností v jednotlivých krajoch bola podobná, rozdiely sa prejavili hlavne v podieloch hlavných odvetví. Sídlov Bratislavskom kraji mala viac ako polovica slovenských podnikov pôsobiacich vo finančných a poisťovacích činnostiach, v odborných, vedeckých a technických činnostiach, v administratívnych službách a vo verejnej správe. Viac ako 40 % podnikov zaoberajúcich sa informáciami a komunikáciou, činnosťami v nehnuteľnostiach a vzdelávaním tiež sídlilo v Bratislavskom kraji.

Počet podnikov podľa ekonomických činností SK NACE za SR a BSK je uvedený v Prílohe č. 8.

Podobná situácia je i v prehľade podnikov FO živnostníkov. V ubytovacích a stravovacích službách sa samostatne zárobkovo činné osoby - živnostníci podieľajú na celkovom počte živnostníkov v rozsahu 1,9 %.

Počet živnostníkov podľa ekonomických činností SK NACE za SR a BSK je uvedený Prílohe č. 9.

Štruktúra podnikov podľa počtu zamestnancov v Bratislavskom samosprávnom kraji dokumentuje vysoký podiel malých podnikov s počtom zamestnancov 0-19 v rozsahu 71,6 % . Podniky s vyšším počtom zamestnancov tvoria mimoriadne nízky podiel v maximálnom rozsahu 1,6 % . Štatistický prehľad vykazuje vysoký počet tzv. nezistených podnikov 26,89 % , ktoré nemožno zaradiť do žiadnej veľkostnej štruktúry.

Počet podnikov podľa počtu zamestnancov je uvedený v Prílohe č. 10.

Čiastočnú i keď neúplnú informáciu o zamestnanosti vo vybraných službách cestovného ruchu podľa počtu osôb vykazuje nasledovný prehľad:

Tab. č.17. Počet zamestnaných a samozamestnaných osôb v Bratislavskom kraji podľa vybraných ekonomických činností v rokoch 2010-2013 (v tis.).

Počet osôb v BSK	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013
	Zamestnanci				Samozamestnaní			
<i>Ubytovacie a stravovacie služby</i>	15,1	11,7	13,7	11,9	2,6	0,8	0,3	0,2
<i>Doprava</i>	15,0	14,8	14,3	14,1	3,6	2,4	2,4	1,6
<i>Činnosti cestovných agentúr, Umenie, zábava, rekreácia, Ostatné osobné služby</i>	8,6	8,2	8,4	9,4	3,0	3,5	4,2	3,6

* priemer za 2013 za prvé tri štvrtroky vzhľadom na masové rušenie živností motivované zmenou legislatívy

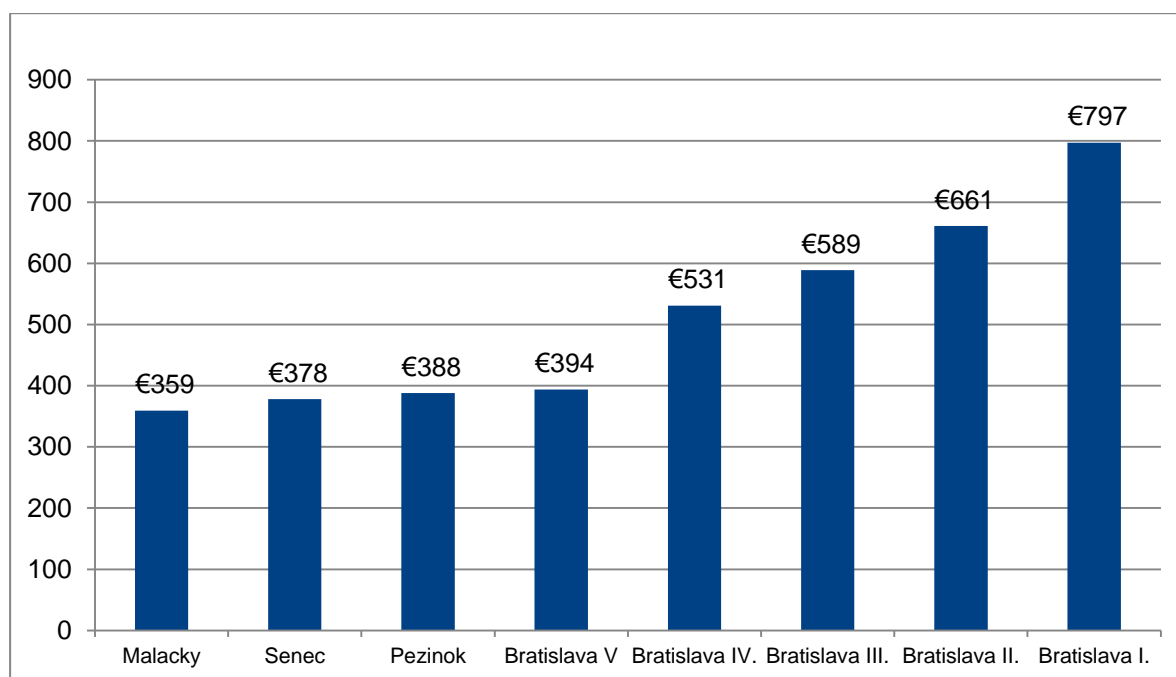
Samozamestnaní podľa VZPS sú osoby pracujúce vo vlastnom podniku (podnikatelia so zamestnancami), na vlastný účet (podnikatelia bez zamestnancov) a vypomáhajúci (neplatení) členovia domácností podnikateľov.

Bratislavský kraj vykazuje v rámci Slovenskej republiky najnižšiu mieru nezamestnanosti. Napriek tomu treba konštatovať, že podiel nezamestnaných sa každý rok aj v Bratislavskom kraji zvyšuje a v roku 2013 činil 6,17%. Najnižšiu mieru dosahuje Bratislava I., 4,93%, najvyššiu mieru nezamestnanosti vykazuje okres Pezinok 7,81%. Presné štatistické údaje zamestnanosti podľa jednotlivých NACE sú uvedené v Prílohe č. 11.

Priemerné nominálne mzdy v Bratislavskom kraji podľa ekonomických činností dokumentujú, že priemerná nominálna mzda je v porovnaní s priemerom v SR vyššia a v roku 2013 dosahovala o 39,9% viac.

Pokiaľ priemerná mzda celkom bola v BSK vo výške 1159 EUR, ekonomické činnosti, ktoré sú frekventované v službách cestovného ruchu túto úroveň nedosahujú. V doprave bola v roku 2012 priemerná nominálna mzda na úrovni 984 EUR a v **ubytovacích a stravovacích službách na úrovni 616 EUR, čo predstavuje 53,1% z priemernej mzdy v BSK.**

Graf č.1. Priemerná nominálna mzda pracovníka v ubytovacích a stravovacích službách podľa okresov v BSK.



Zdroj: Štatistický úrad SR, Regdat (podniky s 20 a viac zamestnancami)

4.5 Analýza environmentálneho prostredia

Poloha a rozloha

Oblasť Bratislavského samosprávneho kraja (ďalej len BSK) sa nachádza v juhozápadnej časti Slovenska, pri štátnej hranici s Rakúskom a Maďarskom. Je to najmenší kraj s rozlohou 2053 km², počtom obyvateľov 618 380 (k 31.12 2013) a s hustotou obyvateľstva približne 298 obyv./ km². Prírodné hranice tvorí na západe rieka Morava, ktorá je zároveň štátnou hranicou s Rakúskom. Na juhu hraničí BSK s Maďarskom, na severe a východe je Trnavský samosprávny kraj. Administratívne sa člení na 8 okresov (Bratislava I. – V., Malacky, Pezinok a Senec).

Najvyšším bodom je vrchol Vysokej v Malých Karpatoch (754 m.n.m), najnižšie položenou časťou je oblasť nivy Moravy (okolo 140 m.n.m).

Geológia a povrch

Územie má prevažne rovinatý až hornatinový charakter. Hlavnými geomorfologickými celkami sú Malé Karpaty, Záhorská nížina a Podunajská nížina. Malé Karpaty sa členia v oblasti kraja na dva podcelky – Devínske a Pezinské Malé Karpaty. Záhorská nížina je zastúpená prevažne Borskou nížinou, ktorá sa člení na menšie celky ako Dolnomoravská niva a Záhorské pláňavy. Medzi Malými Karpatmi a Borskou nížinou sa rozprestiera Podmalokarpatská znížina. Podunajská nížina je zastúpená v predmetnom území Podunajskou rovinou.

Malé Karpaty sú ako jadrové pohorie súčasťou Západných Karpát. V južnej časti prevládajú kryštálické horniny. Strednú časť (Bratislava – Plavecký Peter) tvoria kryštálické bridlice prikrýté druhohornými vápencami a kremencami. Severovýchodne od Kuchyne už kryštálické horniny nevystupujú, tu prevládajú druhohorné vápence a dolomity. K špecifikám Malých Karpát patria krasové oblasti. Práve záhorská strana pohoria je známa výskytom dvoch takýchto území: Borinský a Plavecký kras.

Záhorská nížina je súčasťou Viedenskej panvy. Pochádza z mladších treťohôr. Jej základ je tvorený flyšovým a bradlovým pásom. Mladotretihorné usadeniny sú tu zastúpené najmä zlepenkami, pieskovcami, pieskami, bridlicami, slieňami, ílmi, ílovcami a vápencami. Borská nížina ako jej podcelok je tvorená najmä vo svojej centrálnej časti – Bore súvislou oblasťou tzv. viatych pieskov. Viate piesky tvoria nízkopahorkatinný reliéf s uzavretými bezodtokovými oblasťami. Prostredie je dodnes silne ovplyvnené veternými a riečnymi procesmi, ktoré vytvorili najrozšírenejšie povrchové formy – pieskové presypy, dunové komplexy a riečne náplavy. Riečne sedimenty sú po viatych pieskoch druhým najrozšírenejším horninovým komplexom. Vyskytujú sa najmä na nive rieky Morava v podobe náplavových kuželov, ramennej sústavy, mŕtvych ramien a prírodných záplavových oblastí (prírodných poldrov).

Podunajská nížina je takisto tvorená sedimentami treťohôr, na ktorých sú uložené štvrtohorné. Tu sa treťohorné centrum tektonických poklesov presunulo do oblasti Žitného ostrova, ktorý sa v štvrtohorách stal jadrom Podunajskej roviny. Tvorcom širšej rovinatej krajiny je Dunaj. Druhá najväčšia rieka Európy svojimi sedimentmi už mnoho tisícročí vyplňa obrovskú prírodnú jamu medzi Bratislavou a Komárnom. Za približne 2 milióny rokov tu naplavené štrky, piesky a íly vytvorili obrovskú vnútrozemskú deltu. Hrúbka štvrtohorných sedimentov výrazne narastá od západu na východ: z 10 až 50 m pri Starom moste sa zvyšuje na 60 až 70 m pri Čunove. V centre depresie pod

Dunajskou Stredou je úctyhodných 500 m riečnych naplavenín. V depresii pod Žitným ostrovom sa akumuluje obrovské množstvo podzemnej vody vysokej kvality. Predstavuje najbohatší zdroj pitnej vody v strednej Európe.

Podnebie

Časť kraja rozprestierajúca sa na Podunajskej nížine patrí do najteplejšej klimatickej oblasti Slovenska. Priemerná ročná teplota tu dosahuje 10,3 °C, priemerný ročný úhrn zrážok je 600 mm a slnko tu svieti ročne priemerne 2100 hodín. Priaznivé klimatické podmienky využívajú najmä záhradníci, ovocinári a vinohradníci. V lete ich oceňujú milovníci kúpania a vodných športov, ktorý radi trávia voľný čas na dostupných vodných plochách v rámci mesta. Najteplejším mesiacom v roku je júl s priemernou teplotou vyše 20°C a najchladnejším január s teplotou -1 °C. Najviac zrážok spadne v máji a júni, najmenej potom v novembri a decembri. Malé Karpaty v Bratislave patria do mierne teplej klimatickej oblasti, kde je priemerná teplota 7,5 °C a ročný úhrn zrážok 650 mm. Vytvárajú si vlastnú mikroklimu. Najvyhľadávanejšie sú počas horúcich letných dní, keď je pobyt v lese oveľa príjemnejší ako na slnkom rozpälených uliciach. V zime možno na lesných cestách a chodníkoch stretnúť množstvo lyžiarov na bežkách. Snehová pokrývka sa tu udrží niekedy aj niekoľko týždňov do roka. Často sa stáva, že v nižšie položenej Bratislave nie je po snehu ani stopy, zatiaľ čo na svahoch vládne pravá biela zima.

Vodstvo

BSK patrí do úmoria Čierneho mora, presnejšie **do povodia rieky Dunaj**. Až do 18. storočia závisel rozsiahly lužný les vnútrozemskej delty výlučne na tejto rieke. Človek nemal na toto územie nijaký vplyv. Veltok stále prekladal svoje koryto a rozvetvoval sa do nespočetných ramien. Každý rok koncom jari sa rozlieval do okolia. Iba na staršie, mierne vyvýšené agradačné (riečne) valy dunajské záplavy obvykle nezasahovali. Zatiaľ najvyšší vodný stav sme mali v roku 2013 a to 1040 cm a najväčší prietok v roku 1899 10 870 m³.s⁻¹. Priemerný prietok na Dunaji je 2045 m³.s⁻¹.

Významným ramenom v rámci dunajskej sústavy (tečie hlavne cez okres Senec) je *Malý Dunaj*. Tečie stálym pomalým prúdom, z Bratislavy cez stavidlo až do Kolárova, kde sa vlieva do Váhu. Má dĺžku 128 km a pekné meandrovité koryta, kde sa v minulosti stavali vodné mlyny.

Najvýznamnejším malokarpatským prítokom Dunaja je potok *Vydrica*. Pramení pri horárni Biely Kríž a tečie Hornou a Dolnou Mlynskou dolinou, pričom v hornej časti vytvára nádherné meandre v starých malokarpatských lesoch. Na tomto území je navrhované územie európskeho významu Vydrica. V dolnej časti tečie už pomerne pokojným tempom a od Patrónky dokonca potrubím až k Botanickému záhrade, kde sa opäť mení na potok a vlieva sa do Dunaja. Práve Vydrica je spájaná s deviatimi mlynmi v Mlynskej doline, z ktorých dnes stoja už iba tri (9., 8. a 7. mlyn).

Najvýznamnejším vodným tokom na Záhorí je rieka *Morava*. Pramení v Českej republike, v pohorí Králický Sněžník, v nadmorskej výške 1380 m, pod vrcholom rovnomenného najvyššieho vrchu (1423 m.n.m). Dĺžka toku Moravy od prameňa po ústie do Dunaja je 329 km. Slovensko – českú hranicu tvorí rieka od ústia Sodoměřického potoka na riečnom kilometri 100 po sútoku s riekou Dyje na rkm 69,3 (riečne kilometre sa počítajú od ústia rieky). Od sútoku riek Morava a Dyje až po ústie Moravy do Dunaja pri Devíne tvorí rieka hranicu s Rakúskom. Nadmorská výška v mieste ústia je 136 m.n.m. a 163 m.n.m. na severnej hranici územia. Šírka riečnej nivy sa pohybuje približne od 2 do 5 km a nachádza sa v nej systém mŕtvych ramien. Rieka v minulosti tiekla bližšie k Malým Karpatom, koryto sa až do regulačných zásahov neustále posúvalo západným smerom. Jej

najvýznamnejšími prítokmi pretekajúcimi územím sú Rudava, Malina a Stará Mláka. Tieto vodné toky patria ku kratším vodným tokom, ktoré pramena v Malých Karpatoch a ďalej tečú cez Borskú nížinu.

Vodné plochy sú zastúpené v meste viacerými typmi podľa spôsobu vzniku. Štrkoviská a materiálové jamy sú napr. v Čunove, Rusovciach, Vajnorochoch, Petržalke a Ružinove. Asi najznámejšia lokalita pre milovníkov kúpania sú Zlaté Piesky. Z ďalších možno spomenúť rybníky v Šúri a v Devínskej Novej Vsi. Známe sú aj rybníky 1 až 4 v Malých Karpatoch v Hornej Mlynskej doline na Vydrici. Avšak rekreačne najznámejšie sú *Senecské jazera* priamo v okresnom meste Senec s rozsiahlou dobre vybudovanou infraštruktúrou. Na Záhorí vnikli po ukončení ťažby viaceré štrkové a pieskové materiálové jamy dnes prebudované na rekreačné areály napr. rekreačná oblasť Rudava.

Podzemná voda je tvorená výdatnými zdrojmi pitnej vody, ktoré zásobujú Bratislavu. Najvýdatnejší vodný zdroj je v Rusovciach v blízkosti Čunovských jazier. Druhý najvýznamnejší sa nachádza na ostrove Sihot' v Karlovej Vsi. Súčasťou areálu je Vodárenské múzeum založené v roku 2006 pri príležitosti 120. výročia vykopenia prvej studne. Voda do mesta je dodávaná celkovo zo šiestich hlavných zdrojov, ktoré spravuje Bratislavská vodárenská spoločnosť.

Pôdy

Substrátový podklad z kyslých vyvretých (žúl, granodioritov) a premenených (rúl, svorov, fylitov) hornín na svahoch Malých Karpát podmieňuje vznik prevažne kyslých a ľahších pôd – *hnedých lesných pôd (kambizemí) a rankrov*. Tieto sú prevažne stredne hlboké, značne skeletnaté a kyslé. Časť Malých Karpát v rámci Bratislavy budovaná karbonátovými horninami (slieňovce, vápence, dolomity) je pokrytá *rendzinami a pararendzinami* (vápenaté a polovápenaté pôdy). Dlhodobým pôsobením človeka v procese skultúrňovania pôd (rigolovanie, navážky humóznej ornice a pod.) sa na svahoch najmä v blízkosti chatových osád, domov vyvinuli pôdy typu *kultizem a antrozem*. Predstavujú záhradné, navážkové, terasované a rigolované formy, ktoré sú intenzívne poľnohospodársky využívané najmä na južných a juhovýchodných svahoch pohoria s výrazným zameraním na pestovanie viniča.

Nížiny sú tvorené niekoľko desiatok metrov mocnými štrkovými akumuláciami, vysoko zvodnenými, s bohatými zásobami podzemných vôd. Na nekarbonátových sedimentoch, ktoré prevažujú v oblasti Záhorskej Bratislavy v miestach, kde hladina spodnej vody je prevažne hlbšie ako 2 m sú *vyvinuté nivné pôdy (fluvizeme)*, prípadne *lužné pôdy (čiernice)*. S výskytom hladiny podzemnej vody do 2 m sa ojedinele *vyskytujú glejové pôdy*. Na piesočnatom substráte Borskej nížiny možno nájsť *regozeme (piesočnaté pôdy)*. Pôdy na Podunajskej nížine sú vplyvom rôznych aktivít človeka veľmi rôznorodé, takmer na 75% urbanizovaného územia Bratislavy dominujú *nivné pôdy* (viazané na Dunaj, keďže tu boli tisícročia lužné lesy). Nachádzajú sa medzi Trnávku a Vrakuňou, Petržalkou a Jarovcami a pri Podunajských Biskupiciach. Kompaktnejšie plochy lužných pôd sa nachádzajú trochu ďalej od nivy Dunaja najmä v okolí Vajnora, Trnávky a Zlatých pieskov. Černozeme nájdeme na starších karbonátových riečnych sedimentoch v severovýchodnej časti Bratislavy. Intenzívne sa poľnohospodársky využívajú na pestovanie pšenice, jačmeňa a kukurice a v intenzívnej forme na pestovanie ovocia a zeleniny. V znížených polohách nivy Dunaja sa vyskytujú glejové a pseudoglejové pôdy, hlavne v blízkosti rieky, Šúrskej depresii ako aj pod lužnými lesmi. Na

starších prikorytových (agradračných) valoch bez vplyvu podzemnej vody na pôdotvorné procesy sa nachádzajú opäť černoze. Nájdeme ich v oblasti obcí Rusovce, Čunovo, Jarovce a sú poľnohospodársky veľmi využívané. Na urbanizovaných plochách v periférnych častiach mesta sa nachádzajú antrozeme (pôdy s iniciálnym vývojom na antropogénnych sedimentoch) a kultizeme.

Rastlinstvo

Karpatskú oblasť reprezentujú rastlinné spoločenstvá Malých Karpát. Prevažujú v nižších polohách dubové a dubovo-hrabové lesy, vo vyšších bukové lesy. Na extrémnych stanovištiach vrcholových polôh pokrytých skalami sa vyskytujú chránené sutinové lesy (v PR Vysoká, NPR Roštún a PR Klokoč). Zaujímavými prírodnými stanovišťami sú lúčne a lesostepné spoločenstvá s výskytom vzácných druhov rastlín, najmä vstavačovitých (Devínska Kobyla, Vrchná hora).

Veľká časť povrchu Záhorskej nížiny je pokrytá viatymi pieskami, na ktorých sa vyskytujú v strednej Európe zriedkavé rastlinné spoločenstvá. Aj vďaka nim sa Záhorská nížina zaraďuje medzi unikátne botanické územia na Slovensku. Pôvodný lesný porast bol odstránený, preto sa obnovil pohyb piesku na tomto území. Z tohto dôvodu sa od 16. storočia postupne uskutočnilo zalesňovanie uvoľnených pieskov. K pôvodným porastom sa približujú zmiešané dubovo-borovicové lesy s podrastom. Prírodný charakter lesov viatych pieskov bol v minulom storočí narušený vysádzaním monokultúr borovice lesnej. Podrast je väčšinou tvorený machmi a lišajníkmi, v ktorých sa darí najmä hubám. Pôvodne bola táto nížina silno zamokreným územím s močariskami, jazerami a mŕtvymi ramenami. Mnohé z nich sa zachovali dodnes (okolie Jakubova, Stará Morava, Morávka a i.) a možno v nich nájsť zaujímavé druhy vodných rastlín. Na nive rieky Morava rastú najmä mäkké lužné lesy (vrba, topoľ) v dosahu pravidelných záplav, na vyššie položených miestach tvrdé lužné lesy (jaseň, brest a dub). Osobitným typom lužného lesa sú porasty jelše lepkavej na trvale zamokrených slatinných pôdach (Bezdné, Abrod).

Pôvodné spoločenstvá Podunajskej nížiny tvorili teplomilné a suchomilné dubové lesy, v nižších a depresných polohách lužné lesy nížinné. Tieto sa zachovali iba pri vodných tokoch, najmä pri Dunaji. Pôvodné lesy človek odlesnil a odvodňovaním premenil na ornú pôdu. Z pôvodnej vegetácie sa zachovali enklávy lužných lesov a na starých agradačných valoch a pieskových presypoch prirodzené dubové lesy, ktoré sú však silne zmenené. Tu sa nachádzajú aj pieskomilné spoločenstvá. Na zamokrené priestory sa viažu mokradňové spoločenstvá a pre slaniská je typická slanomilná vegetácia.

Živočíšstvo

Malé Karpaty patria v rámci karpatského oblúka medzi oblasti s pestrou paletou živočíchov. Podmieňuje ju najmä postavenie pohoria (južný výbežok), klíma, povrchová pestrosť a vegetačný kryt. Na skalách a zručaninách hniezdi vzácny sokol rároh, myšiak hôrny, v lese jastrab lesný a iné. Na svahoch žije pozoruhodné množstvo mäkkýšov, z hmyzu sú významné bystrušky, roháče a fúzače. Na lúkach žije niekoľko druhov koníkov, kobyliek a mravcov. Pre jaskyne je typická jaskynná fauna – netopiere. V horách sú hojne zastúpené jašterice a užovky. Pri vodných tokoch sa môžeme stretnúť so zaujímavých obojživelníkom - salamandrou škvrnitou.

Záhorská nížina, ktorú tvoria rozsiahle poľnohospodárske plochy, rovinné lesy, vlhké lúky a močiare, je domovom viacerých zaujímavých živočíchov. Hojne sa tu vyskytuje zajac poľný, syseľ pasienkový, chrček roľný, hraboš poľný. Na pieskovcový substrát a borovicové lesy, ktoré sú pre Záhorie typické, sú viazané charakteristické druhy ako napr. mravcolevy. Živočíchy stepí a listnatých

lesov zastupujú napr. viaceré druhy vtáctva: ďatle, drozdy, lelek lesný. Spoločenstvá močiarov a zamokrených plôch potom viaceré druhy obojživelníkov (žaby, mloky), hadov a jašteríc. Z vodného vtáctva sú tu zastúpené volavky, kačice, močiarnica malá. Vo vlhkejších oblastiach lesov sa objavuje diviacia zver a na prechode nížiny a pohoria danielia, srnčia a diviacia zver. Zo šeliem je tu zastúpená kuna lesná a líška obyčajná.

Niva Moravy zahŕňa v sebe viaceré zaujímavé druhy živočíchov. Vodné vtáctvo je zastúpené volavkami, potápkami, kačicami a sliepočkou zelenonohou. Typický druh, ktorý obýva nespevnené brehy koryta je rybárik riečny. Dravce zastupuje najväčší dravý vták na Slovensku – orliak morský spolu s hajou tmavou a hajou červenou (vzácný výskyt). Sústavu mŕtvych ramien a prítokov Moravy obýva prinávrativší hlodavec – bobor vodný. Fauna vôd je bohatá na ryby, celkovo je známych vyše 50 druhov rýb, z ktorých prevládajú kaprovité a ostriežovité. Osobitnú pozornosť si zaslúži prítomnosť takých druhov ako kolok malý, kolok veľký a blatniak tmavý.

Prírodné podmienky a vplyv človeka mali dominantný vplyv aj na rozšírenie živočíšstva Podunajskej nížiny. Nachádza sa tu asi 20 percent živočíchov, ktoré sa inde na Slovensku nenachádzajú alebo prenikajú len na okraj listnatých lesov. Charakteristické sú spoločenstvá lužných lesov a kultúrnej stepi. Z významných druhov treba spomenúť orliaka morského, hvizdáka veľkého, dropa fúzatého, kačicu chripľavku. Typickými zástupcami živočíšstva kultúrnej stepi sú zajac poľný, syseľ obyčajný, hraboš poľný, bažant poľovný, jarabica poľná a prepelica poľná.

Ochrana prírody

Hoci sa na území BSK nenachádzajú veľhory ani pohoria presahujúce 800 m, má nepochybne veľmi pestrú skladbu prírodných stanovišť (biotopov). Nachádzajú sa tu pieskomilné a slanomilné stanovištia, mokrade ale aj horské lesy s dobre vyvinutými a starými porastmi.

Územie kraja je na styku dvoch výrazných krajinných prvkov – nížin a pohoria. Pri ochrane prírody treba brať do úvahy viacero aspektov. Ten prvý veľmi dôležitý je územná ochrana, ktorá úzko súvisí s ochranou geologických, hydrologických a pôdnych hodnôt v tomto území. Ochrana neživej prírody veľmi úzko súvisí s druhovou (rastlinnou a živočíšnou) ochranou. Samozrejme aj v prírode existujú procesy, ktoré môžu a určite poškodzujú chránené územia (zosuvy, erózia), avšak ich vznik je prirodzený a priebeh veľmi pomalý a dlhodobý. Ľudské aktivity však v prírode vyvolávajú reakcie relatívne rýchle, prejavujúce sa napr. na degradácii pôdy, vysúšaním krajiny, zaťažením jej zložiek cudzorodými látkami. Treba si však uvedomiť, že intenzita ľudských aktivít je najvyššia v celej republike vo vzťahu k prírodným hodnotám, ktoré nám tu zostali. Nížinné chránené krajinné oblasti (Dunajské lužné lesy, Záhorie) predstavujú územia primárne zasiahnuté a najviac pretvorené človekom. Nerešpektovanie miestnych prírodných podmienok, t. j. uplatňovanie intenzívnej premeny krajiny, znamenalo pre Podunajskú a Záhorsku nížinu nielen výrazné ochudobnenie genofondu rastlín a živočíchov, ale aj poškodenie ich všetkých prírodných zdrojov.

Vodná a veterná erózia, ktorých intenzita je vyvolávaná nevhodným poľnohospodárskym využívaním (prispieva k tomu veľký podiel ornej pôdy) predstavuje výraznú devastáciu Podunajskej nížiny. V konečnom dôsledku sa jedná o odnos a znižovanie úrodnosti pôd a rovnako aj o znečisťovanie ovzdušia a povrchových aj podzemných vôd (používanie priemyselných hnojív, ktoré sú strhávané spolu s čiastočkami erodovanej pôdy).

Typické prvky neživej ochrany prírody, ako sú napr. odkryvy hornín a lomy, boli na v niektorých prípadoch v Bratislave vyhlásené za chránené. Pre viacerých hospodárov a dokonca aj projektantov

sú lomy v meste ideálnym miestom pre umiestnenie skládok odpadu. Skládky v takomto prostredí, kde sú odkryté podložné horniny s puklinovou priepustnosťou však znamenajú často nielen znečistenie horninového prostredia, ale v súvislosti s možnou kontamináciou pôdy, podzemných vôd aj ohrozenie kvality miestnych zdrojov pitnej vody (lom Srdce v Devínskej Novej Vsi).

Nemenej dôležitým faktorom sú oklieštené právomoci štátnej a dobrovoľnej ochrany prírody a krajiny. Prvoradou úlohou je zladiť všetky aktivity s požiadavkami ochrany prírody v samotných CHKO. Neoddeliteľnou súčasťou je neustála práca s verejnosťou a propagácia aktivít ochrany prírody a krajiny v tomto regióne.

Legislatívne je pre BSK najdôležitejší Zákon o ochrane prírody a krajiny (č. 506/2013). Ďalej je to vykonávacía vyhláška č. 24/2003, ktorá obsahuje najmä kategorizáciu a spoločenskú hodnotu chránených druhov rastlín a živočíchov. Dôležitá je aj časť so vzormi dokumentov pre návrh chránených území. Ďalšie dôležité právne normy odzrkadľujú vyhlasovanie chránených území v rámci sústavy NATURA 2000. Patria sem dve smernice a to Smernica o vtákoch (č. 79/409/EHS), na základe ktorej sa vyhlasujú na našom území chránené vtáčie územia (CHVÚ) a Smernica o biotopoch (č. 92/43/EHS), podľa ktorej sa zase vyhlasujú územia európskeho významu (ÚEV).

Územná ochrana v BSK je zastúpená národnou a medzinárodnou sústavou chránených území. Národná sústava predstavuje veľkoplošné a maloplošné chránené územia. Predmetom ochrany je **zachovaná** pôvodná a pretvorená lužná a malokarpatská krajina – zachované lužné, dubové, dubovo-hrabové, bukové lesy, lesostepné a stepné spoločenstvá, zamokrené lúky, mokrade, vodné toky.

Na území kraja sa priestor delí na nížinnú a horskú časť. Horské oblasti v rámci Malých Karpát chránenej krajinej oblasti Malé Karpaty. Oblasť Záhorskej nížiny a rieky Morava patrí do pôsobnosti Chránenej krajinej oblasti Záhorie. Dunajské lužné lesy v južnej a východnej časti kraja patria do Chránenej krajinej oblasti Dunajské lužné lesy.

V Prílohe č. 12 je uvedený zoznam a krátky popis jednotlivých chránených krajinných oblastí.

4.6 Výkony cestovného ruchu v SR a BSK

Vývoj cestovného ruchu v Slovenskej republike a v Bratislavskom kraji sa premietol do výkonov ubytovacích zariadení. Tieto údaje nám poskytujú štatisticky korektné informácie. Do roku 2008, ktorý sa všeobecne považuje za predkrízový rok, ubytovacie zariadenia prakticky vo všetkých ukazovateľoch zaznamenali rast a v roku 2008 dosiahli dovedy maximálne hodnoty. V roku 2009 nastal poklespod hranicu päťročného minima. V nasledujúcich rokoch sa však cestovnému ruchu znovu darí a každým rokom dosahuje lepšie výsledky ako rok predtým. Výkony domáceho a zahraničného cestovného ruchu na Slovensku (porovnanie 2012 vs. 2013) sú uvedené v Prílohe č. 15

Kapacitné ukazovatele

Počet ubytovacích zariadení (UZ) na Slovensku, ktoré sú základným prvkom sekundárnej ponuky v cestovnom ruchu, sa v posledných 5 rokov príliš nemenil, celkový počet zariadení pred krízou a v súčasnosti je približne rovnaký. Pri pohľade na štruktúru zariadení podľa kategórie a triedy UZ

možno konštatovať, že medziročne pribúdajú hlavne UZ vyšších tried, najmä 4-5* hotely. Naopak ubúdajú čoraz viac zariadenia nižších tried. Pri najluxusnejších zariadeniach je index 2013/2008 až 177 %. Percentuálne využitie lôžok v tejto triede sa v rovnakých rokoch mierne znížilo (index 2013/2008 je 90 %), čo znamená, že počet týchto zariadení rastie prírýchlo vo vzťahu k dopytu.

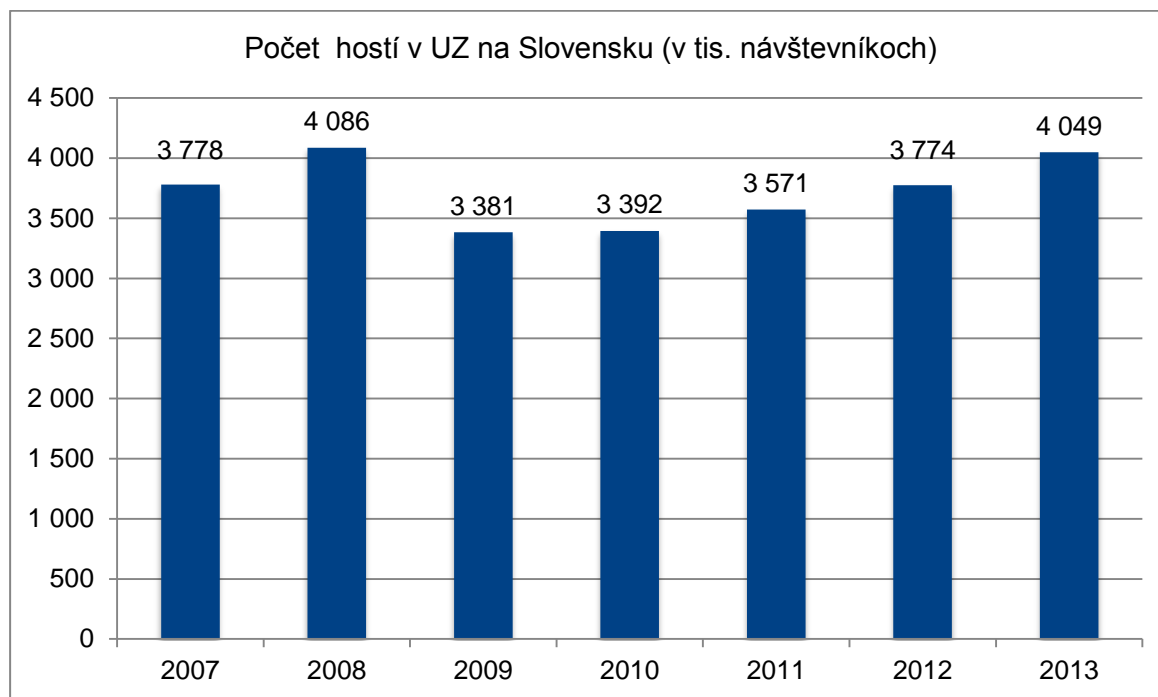
Rovnaký trend v kapacitných ukazovateľoch je aj v Bratislavskom kraji (BSK). Index 2013/2008 počtu všetkých UZ v BSK je 117 %, v triede 4* a 5* hotelov rast dosiahol 180 %, čo predstavuje takmer dvojnásobok. Percentuálne využitie lôžok sa však veľmi nemení, v obidvoch predmetných rokoch bola obsadenosť 35,8 %. **Hotelov je teda viac, sú však rovnakou mierou obsadené ako pred 6 rokmi.**

V okresoch Senec a Pezinok poklesol počet UZ do 5 %. V okrese Malacky pribudli zariadenia vo väčšom počte, konkrétne bol zaznamenaný nárast v kapacite o 23 % UZ. V meste Bratislava údaje kopírujú trend v SR resp. BSK. Nárast všetkých UZ bol o 33 %, v kategórii 4 a 5 hviezdíčkových hotelov až 66 %. Porovnanie percentuálneho využitia lôžok v okresoch BSK dokumentuje, že iba okres Malacky dosiahol v roku 2013 lepšie hodnoty ako v predkrízovom roku 2008. Nárast tohto ukazovateľa bol 5 %. Výrazný pokles využitia lôžok bol v okresoch Pezinok (pokles o 40 %) a Senec (pokles o 37 %). V meste Bratislava vo všetkých ubytovacích zariadeniach obsadenosť poklesla o 12,5 %. Mierny nárast možno konštatovať v hoteloch 4* a 5* (index 2013/2008 bol 102 %) a výrazný nárast v tomto okrese bol iba v kategórii turistických ubytovní až o 50 %. Počet turistických ubytovní v meste Bratislava sa v predmetných rokoch zdvojnásobil, teda ponuka rástla v súvislosti so zvýšeným dopytom po tejto kategórii ubytovania.

Počet návštevníkov, tržby za ubytovanie v SR

Počet ubytovaných návštevníkov v Slovenskej republike do roku 2008 stúpala, s príchodom svetovej krízy nastal v roku 2009 prepád, ktorý však v nasledujúcich rokoch sa stráca a počet ubytovaných návštevníkov progresívne rastie.

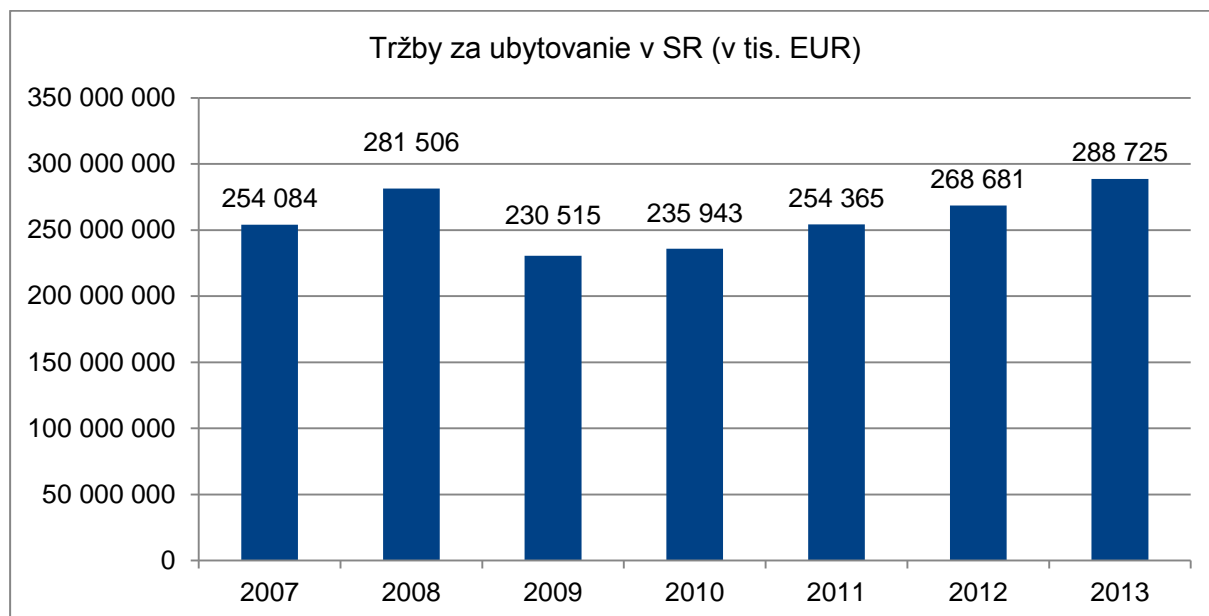
Graf č. 2. Počet ubytovaných návštevníkov v Slovenskej republike.



Počet návštevníkov v celej SR dosiahol maximálnu historickú hodnotu v roku 2008. V ubytovacích zariadeniach sa ubytovalo takmer 4,1 milióna návštevníkov. Rok 2011, kedy sa u nás konalo významné a divácky atraktívne podujatie majstrovstiev sveta v hokeji, zaznamenal síce medziročný nárast počtu návštevníkov, avšak bez výrazného vplyvu a rozdielu v celkovom trende pomalého postupného rastu. V ostatnom roku 2013, bolo v UZ ubytovaných len o 35 tisíc menej návštevníkov ako v predkrízovom roku 2008. Možno konštatovať, že cestovný ruch na Slovensku sa za 5 rokov dokázal vyrovať s následkami svetovej hospodárskej krízy a vrátil sa na svoje maximum.

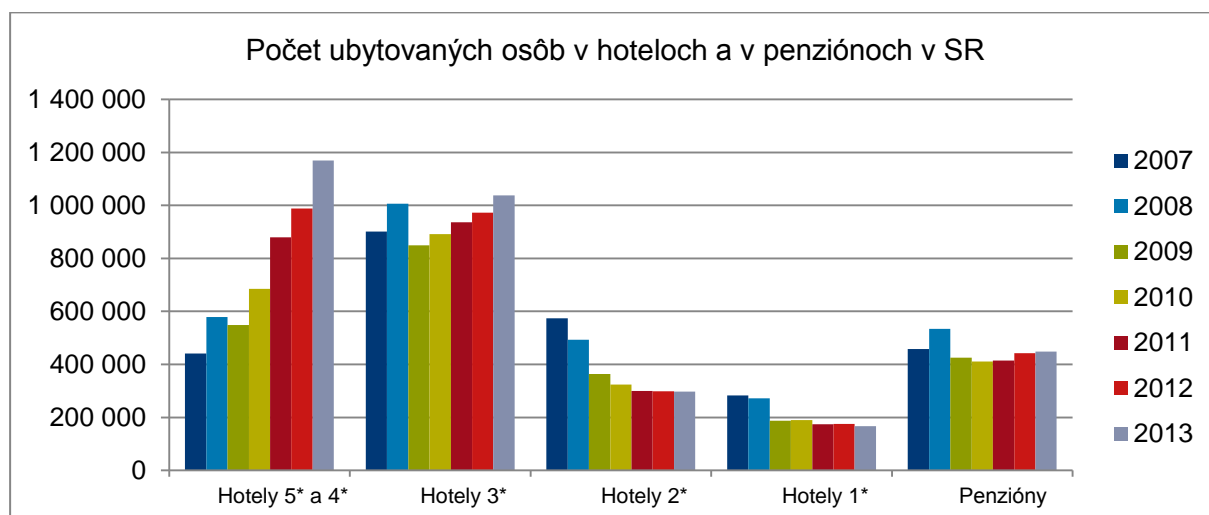
Podobný vývoj dokumentuje graf tržieb za ubytovacie služby v SR. Prudký pokles v roku 2009 spôsobený globálnou krízou a následný postupný rast. Potešiteľný je jav v poslednom roku 2013, kedy tržby už dokázali prekročiť hranicu najlepšieho roku 2008 o 2,5 %.

Graf č. 3. Tržby za ubytovanie v Slovenskej republike.



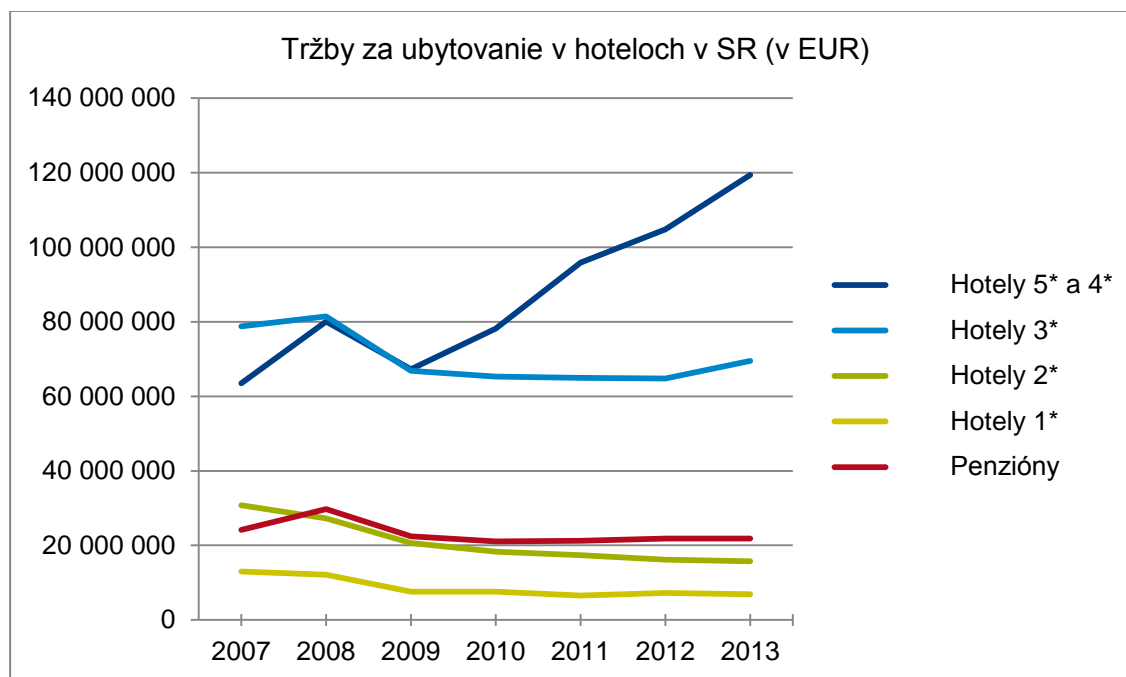
Návštevníci SR - ubytovaní v penziónoch prípadne hoteloch s jednou alebo dvomi hviezdikami postupne klesajú. Opačná situácia je v triede trojhviezdičkových hoteloch, ktoré zaznamenávajú postupný nárast a v roku 2013 už prekročili predkrízový rok 2008 o 3 %. Oveľa výraznejší a potešujúci je markantný nárast návštevníkov v hoteloch najvyšších tried 4 a 5*. Počet hostí sa zvyšuje každým rokom a v porovnaní s rokom 2008 je ich počet viac ako dvojnásobný. Táto klientela je z pohľadu prínosu k celkovým príjmom z cestovného ruchu veľmi vítaná za predpokladu, že si môžu dovoliť minúť viac peňazí a sú odolnejší voči výkyvom vo finančnej situácii. Títo klienti sú predpokladom záruky príjmov z cestovného ruchu pre Slovenskú republiku.

Graf č. 4. Počet ubytovaných osôb v hoteloch a penziónoch v SR.

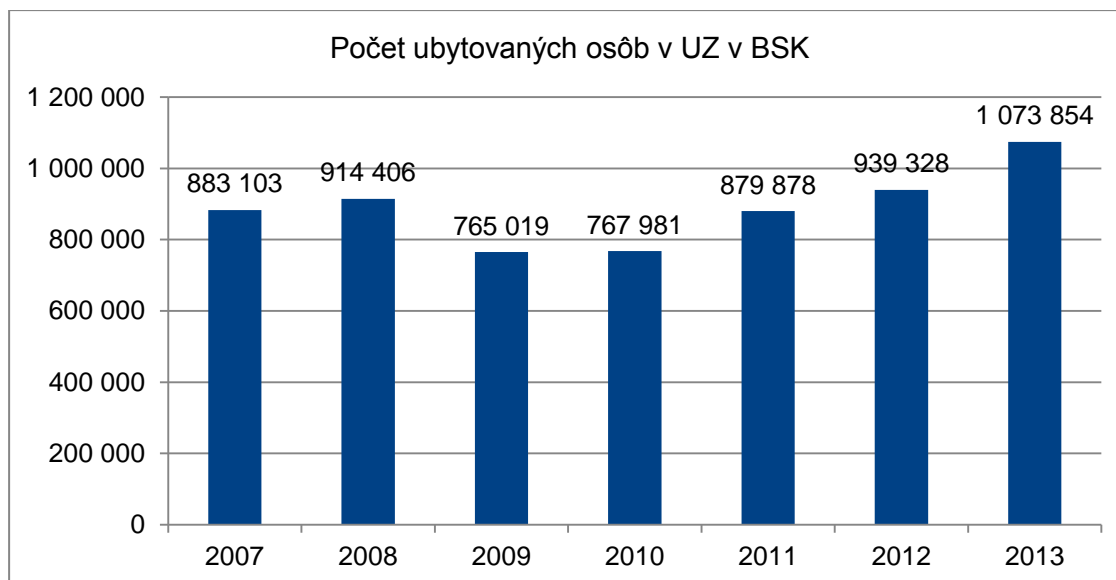


Tržby v Bratislavskom kraji členené podľa tried hotelov potvrdzujú fenomén úspechu a vzostupu najvyššej luxusnej triedy hotelov. V roku 2013 dosiahli jeden a pol násobok predkrízovej úrovne a zároveň dosahujú takmer trojnásobok tržieb hotelov nižších tried a penziónov spolu. Jednoznačným ťahúňom vo všetkých ukazovateľoch je najsolventnejšia klientela, ktorá nemá problém zaplatiť za úroveň v 4* a 5* hoteloch. Najvyšší podiel na tržbách za ubytovacie služby v SR tvoria tržby 4* a 5* hotelov. Úspech je výsledkom nielen najvyšších cien, ale vyjadruje aj najvyšší počet ubytovaných hostí. Grafické znázornenie poukazuje aj na stagnujúce resp. klesajúce tržby v nižších triedach hotelov a penziónov. Pozoruhodným je fakt, že v roku 2013 dosiahli tržby v 4* a 5* hoteloch hodnotu takmer dvojnásobnú v porovnaní s rokom 2008, pričom je to hodnota vyššia ako suma tržieb spolu za penzióny a hotely 1*- 3*. Tržby najkvalitnejších hotelov tvorili v roku 2013 približne 40 % celkových tržieb všetkých ubytovacích zariadení v SR.

Graf č. 5. Vývoj tržieb za ubytovanie v hoteloch v SR.

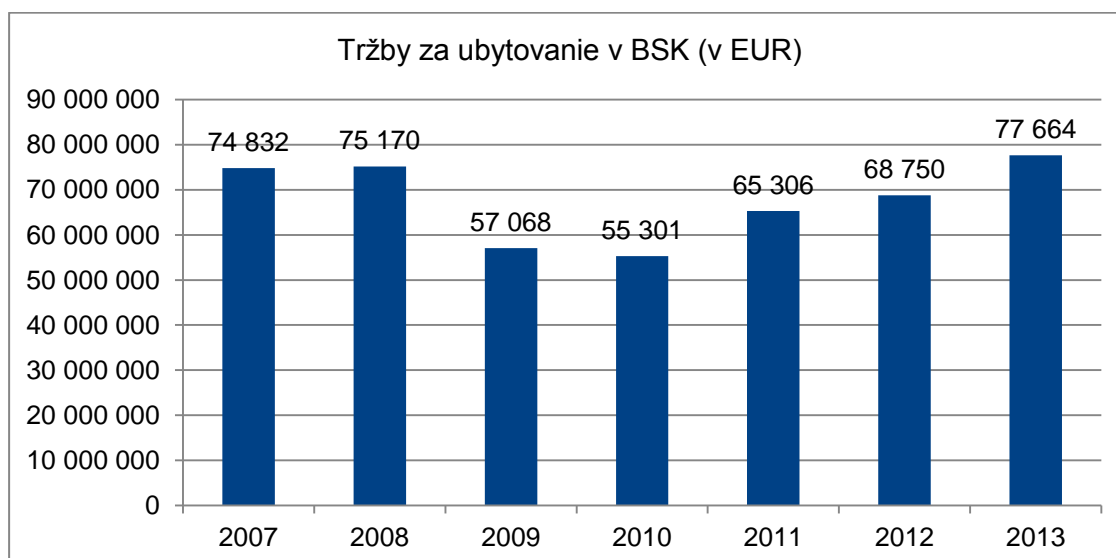


Graf č. 6. Vývoj počtu ubytovaných návštevníkov v BSK.



Počet návštevníkov v Bratislavskom samosprávnom kraji kopíruje vývoj v celej SR. Rozdielom je však tempo rastu. Krízový rok 2009 zaznamenal prudký pokles počtu návštevníkov, odvtedy sa však BSK vracia k predkrízovým číslam rýchlejšie ako celá SR. Dosiagnuť a dokonca prekročiť hranicu z roku 2008 sa v BSK podarilo už v roku 2012 a v roku 2013 vývoj pokračoval v pozitívnom trende. **Za ostatné 3 roky BSK eviduje medziročný nárast vždy v intervale 7-15 %.**

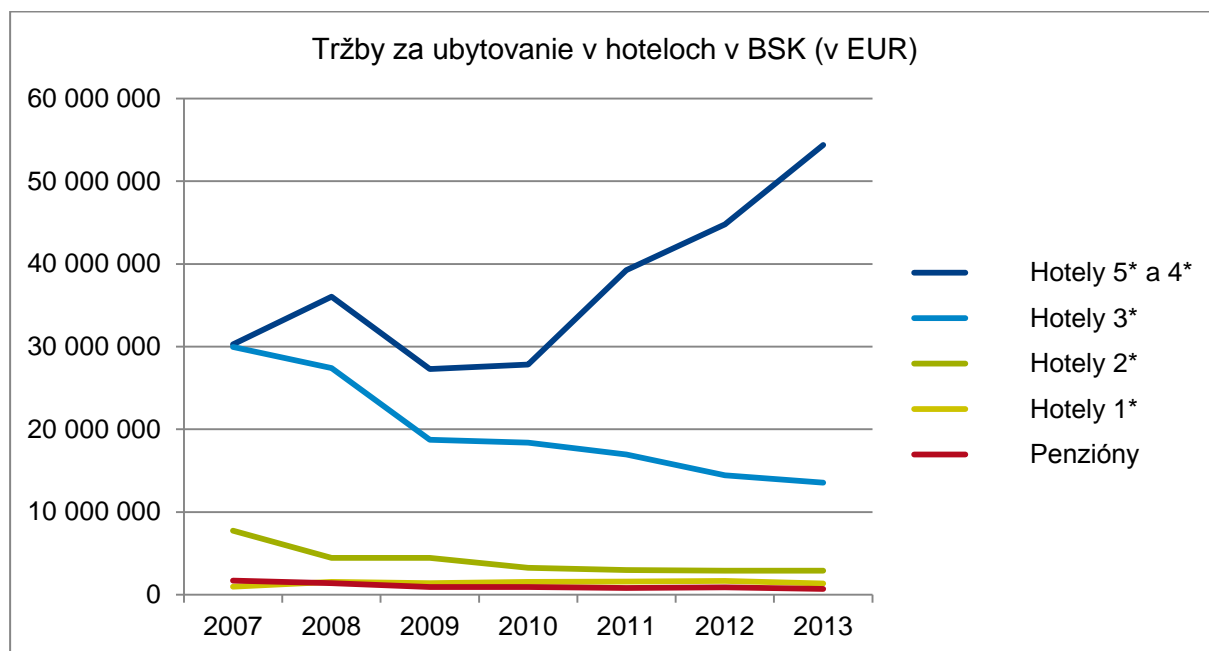
Graf č. 7. Vývoj tržieb za ubytovanie v hoteloch v BSK.



Tržby ubytovacích zariadení v BSK dosiahli najnižšiu hodnotu v roku 2010. Tempo, ktorým medziročne rastú tržby, je približne rovnaké ako tempo rastu počtu návštevníkov a v roku 2013 **bola prekonaná maximálna hodnota z roku 2008.**

Najväčší medziročný nárast je v rokoch 2010 a 2011, čo je spôsobené už spomínanými MS v hokeji v Bratislave. Najväčší nárast návštevníkov aj tržieb v tomto roku bol znova v najvyššej triede 4* a 5* hotelov, v hoteloch nižšej úrovne boli medziročné indexy 2011/2010 negatívne pri obidvoch analyzovaných ukazovateľoch.

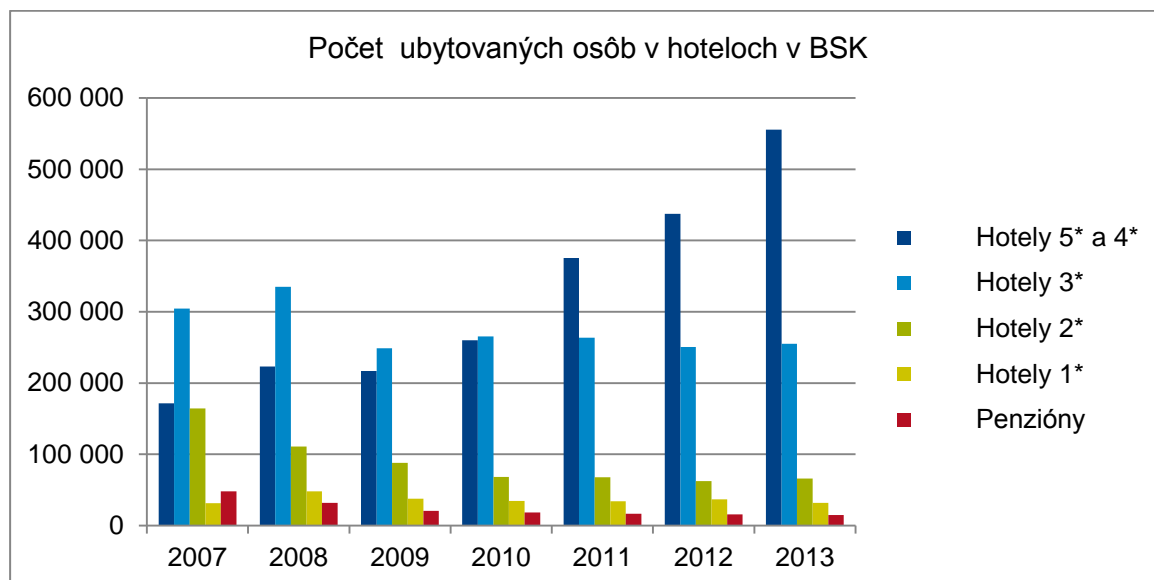
Graf č. 8. Vývoj tržieb za ubytovanie v hoteloch v BSK podľa triedy hotelov.



Tržby v Bratislavskom kraji členené podľa tried hotelov **potvrdzujú fenomén úspechu a vzostupu najvyššej luxusnej triedy hotelov**. V roku 2013 dosiahli jeden a pol násobok predkrízovej úrovne a zároveň dosahujú takmer trojnásobok tržieb hotelov nižších tried a penziónov spolu. Jednoznačným ťahúňom vo všetkých ukazovateľoch je najsolventnejšia klientela, ktorá nemá problém zaplatiť za úroveň v 4* a 5* hoteloch.

Pri porovnávaní údajov počtu ubytovaných osôb v členení podľa kategórií a tried UZ v BSK sledujeme rovnaký trend ako v SR. Hostia postupne strácajú o penzióny a hotely nižšej úrovne záujem, resp. mení sa klientela, ktorá prichádza do Bratislavského kraja. **Naopak kvalitatívne lepšie ubytovacie zariadenia s vyšším počtom hviezdíčiek sú zo strany dopytu v centre ich záujmu**. V najvyššej skupine (4* a 5*) sa dokonca iba v jednom roku, (r. 2009) zastavil kontinuálny nárast počtu ubytovaných osôb (v tomto roku bol zaznamenaný pokles o necelé 3 %). **V nasledujúcom roku však bola prekonaná dovtedajšia hranica z predkrízového obdobia. Index posledného roku 2013 a predkrízového najsilnejšieho roku 2008 je v týchto hoteloch imponantný, až 249 %. Jedna štvrtina všetkých ubytovaných návštevníkov SR v roku 2013 bola evidovaná v Bratislavskom kraji, z toho polovica v 4* a 5* hoteloch.**

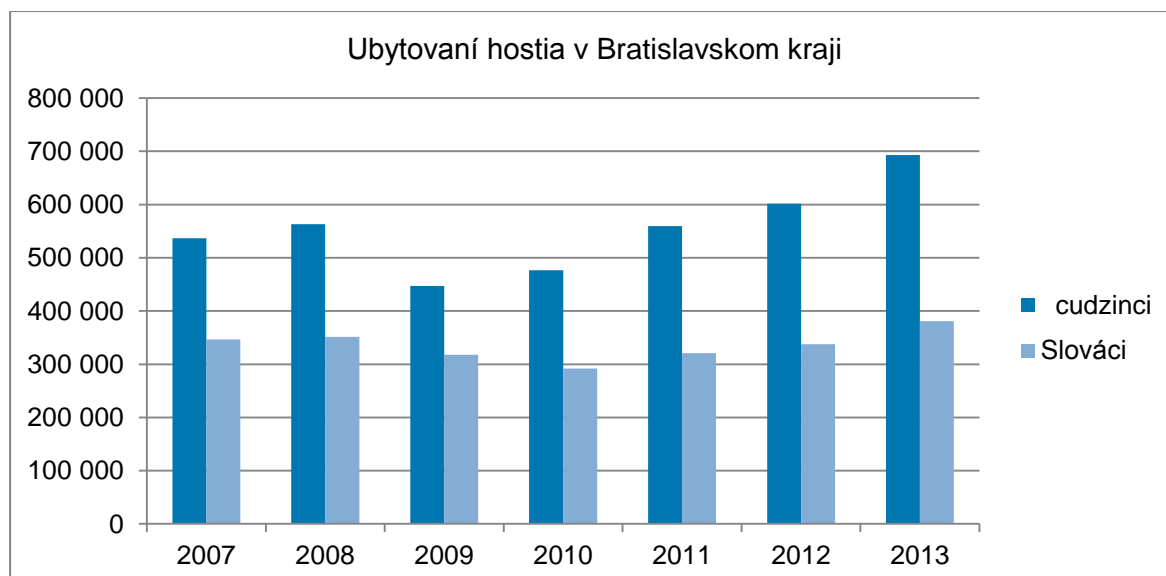
Graf č. 9. Vývoj počtu návštevníkov v hoteloch v BSK podľa triedy hotelov.



Ubytovaní hostia v BSK podľa zdrojového trhu

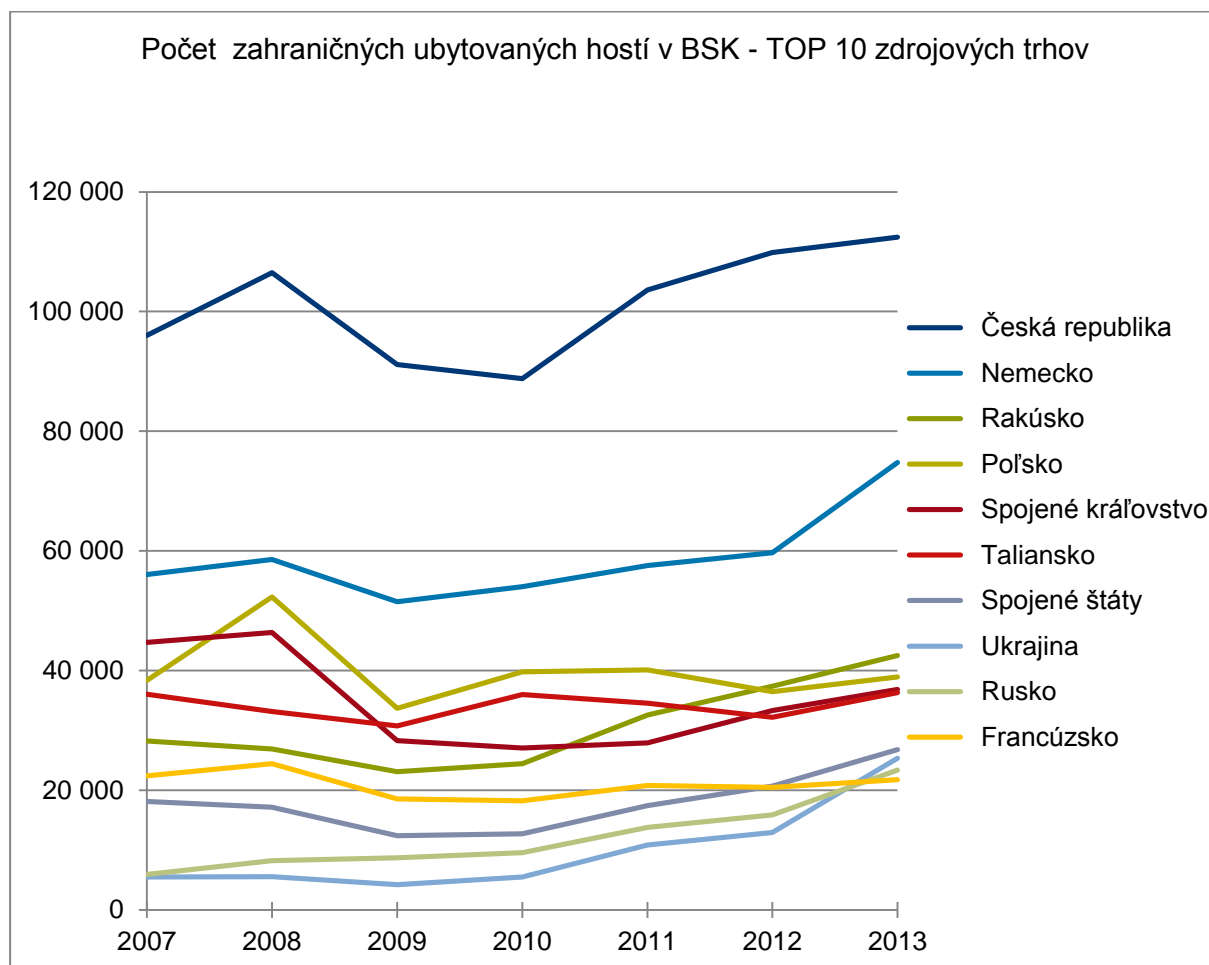
Domáci ubytovaní hostia tvoria dlhodobo viac ako polovicu ubytovaných hostí v celej SR. V hoteloch výnimku tvoria 4* a 5* hotely, kde je pomer opačný a prevládajú cudzinci. Podobná štruktúra ubytovaných hostí je aj na úrovni krajov. Jedinú výnimku tvorí Bratislavský samosprávny kraj, kde vo všetkých hoteloch úrovne 3*, 4* a 5* prevažuje zahraničná klientela. V ďalších hotelových i parahotelových ubytovacích zariadeniach je vyšší podiel domácich hostí.

Graf č. 10. Vývoj počtu slovenských a zahraničných návštevníkov v hoteloch v BSK.



V predkrízovom roku 2008 dosiahli počty ubytovaných hostí v BSK maximálne hodnoty. O rok neskôr podiel cudzincov poklesol o 20 %. Domáci hostia ubúdali 2 roky po sebe, vždy približne o 10 %. Rozdiel v podiele cudzincov a domácich hostí na celkovom počte každým rokom mierne rastie zvyšuje v prospech cudzincov.

Graf č. 11. Vývoj počtu návštevníkov v hoteloch v BSK podľa zdrojových trhov.



Najdôležitejšie krajiny, z ktorých prichádzajú návštevníci do BSK, sú podobné ako zdrojové trhy v SR. **Tradične najvyšší počet tvoria českí turisti.** Z dôvodu krízy možno konštatovať počas dvoch rokov úbytok hostí z Česka, v roku 2011 však 17 % nárast znamenal postup k predkrízovému maximu a odvtedy počet českej klientely stále stúpa. V roku 2011 treba opäť pripomenúť účasť hokejových fanúšikov na MS v hokeji.

V ostatných rokoch výrazne sa zvyšoval počet ubytovaných hostí z Ukrajiny a Ruska. Počet Ukrajincov pomaly stúpal aj do predkrízového roku 2008, v nasledujúcom roku klesol, ale odvtedy neustále rastie vysokým tempom. **Index rokov 2013/2008 má závratnú výšku až 454 %, čo svedčí o eminentnom záujme ukrajinských občanov o Bratislavský kraj.**

Podľa počtu ubytovaných hostí z Ruska možno konštatovať, že ich záujem o BSK kríza prakticky neovplyvnila. Počet Rusov ubytovaných v BSK každoročne stúpa. Rusko sa stalo v ostatnom období stabilným a významným zdrojovým trhom.

Opačný trend sa javí u klientely z Poľska, Spojeného kráľovstva a Francúzska. Tieto zdrojové trhy v BSK ešte nedosiahli predkrízové čísla a ich medziročné indexy sú len veľmi nízke, v určitých rokoch negatívne.

Počet návštevníkov, tržby za ubytovanie v okresoch BSK

Pre účely tohto dokumentu rozlišujeme v rámci BSK 4 regióny: okresy Malacky, Pezinok, Senec, a mesto Bratislava („Bratislava“ je súčtom administratívnych okresov Bratislava I-V).

Tab. č. 18. Počet ubytovaných návštevníkov v BSK podľa okresov.

Rok	Počet ubytovaných			
	Malacky	Pezinok	Senec	Bratislava
2007	15 245	56 492	76 183	735 183
2008	18 506	58 294	77 793	759 813
2009	16 036	43 281	55 978	649724
2010	15 689	37 637	40025	674 630
2011	17 310	42 661	44 318	775 589
2012	15 199	41 795	58 922	823 412
2013	17 697	45 664	62 763	947 730

Bratislavu navštevuje dlhodobo viac ako 80 % všetkých turistov BSK. Mesto Bratislava je jediné, ktoré sa už dokázalo vrátiť späť na úroveň predkrízových hodnôt už v roku 2011 vďaka podujatiu majstrovstiev sveta v hokeji. V okresoch mimo Bratislavy je zaujímavá skutočnosť, že počet návštevníkov neklesol hneď v prvom krízovom roku 2009 ale prepad nastal až o rok neskôr v r. 2010.

Okresy Malacky a Pezinok sú špecifické tým, že počet návštevníkov na ich území je veľmi nestály a vývoj je nepravidelný. V okrese Senec klesol počet návštevníkov na minimálnu hodnotu v roku 2010 takmer na polovicu predkrízového stavu z roku 2008. Odvtedy zaznamenávame postupný rast avšak aj aktuálne údaje z roku 2013 dokumentujú iba 80 % úroveň z predkrízových čísel.

Tab. č. 19. Tržby za ubytovanie v BSK podľa okresov.

Rok	Tržby za ubytovanie (v tis. Eur)			
	Malacky	Pezinok	Senec	Bratislava
2007	1 220	1 832	3 368	68 412
2008	1 447	2 243	3 472	68 009
2009	1 435	1 689	2 365	51 579
2010	1 488	1 414	1 791	50 608
2011	1 005	2 041	1 880	60 380
2012	1 159	1 780	3 034	62 758
2013	1 400	2 201	3 138	70 925

Tržby vykazujú tiež evidentný nepomer medzi mestom Bratislava a ostatnými okresmi v rámci BSK. Rozdiel je ešte vyšší a dosahoval na celkových tržbách ubytovacích zariadení v BSK v posledných 6 rokoch vždy viac ako 90 %. Iba Bratislava sa znova vrátila na predkrízové pozície, tržby v ostatných okresoch BSK hodnoty z roku 2008 ešte nedosiahli.

V okrese Malacky je pozoruhodné, že najvýraznejší medziročný pokles v tržbách ubytovacích zariadení nebol v roku 2009 ale až o 2 roky neskôr v 2011 s poklesom až o 33 %. **V ostatných okresoch bol v tom roku zaznamenaný nárast tržieb, v Senci o 5 %, v Bratislave o 13%, v Pezinku dokonca až o 44 %.**

Okres Pezinok dosiahol najnižšie hodnoty v roku 2010, kedy boli evidované tržby iba na úrovni 63 % z hodnoty roku 2008. Aktuálne údaje z roku 2013 hovoria o návrate a takmer vyrovnaní maximálnych tržieb v posledných 6 rokoch.

Okres Senec klesol v roku 2010 najvýraznejšie, kedy dosiahol iba 51 % predkrízovej úrovne tržieb.. Naopak, najväčší medziročný nárast v tržbách až o 61 % dosiahol tento okres v roku 2012.

Tržby v Bratislave mierne poklesli už pred rokom 2008, kedy došlo prvýkrát k negatívnemu medziročnému indexu. Opätovný prepád nastal v roku 2010. Hodnota 50 miliónov EUR tvorila minimálnu úroveň tržieb. Bratislava zvýšila tržby z ubytovacích zariadení aj za pomoci hokejových fanúšikov hneď v nasledujúcom roku 2011 takmer o 20 %. Posledné štatistiky evidujú tržby na úrovni takmer 71 miliónov EUR.

Štatistika ubytovaných hostí podľa zdrojového trhu v jednotlivých okresoch regiónu BSK je uvedená v Prílohe č. 13

Z uvedenej analýzy možno konštatovať 3 hlavné závery:

- Štruktúra ubytovaných hostí je rozdielna v Slovenskej republike a v BSK. Pre celú republiku platí, že počet domácich návštevníkov je vyšší ako počet zahraničných. V Bratislavskom samosprávnom kraji a v ňom najmä v meste Bratislava a v okrese Malacky tvoria väčší podiel zahraniční hostia.
- Na základe doterajšieho vývoja možno konštatovať, že v prípade pozitívnych geopolitických podmienok bude dôležitý a perspektívny zdrojový trh hostí z Ukrajiny a Ruska, ktorých počty rastú každým rokom vysokým tempom. Toto tvrdenie platí pre celú republiku, Bratislavský kraj a aj mesto Bratislava. Tento trend však môže zastaviť geopolitické napätie v uvedených krajinách.
- Najvyššie tržby i najvyššie počty ubytovaných hostí v ostatnom období dosahovali hotely úrovne 4* a 5*.

5. Externé prostredie: Česká republika, Maďarsko, Poľsko, Rakúsko, Nemecko, Veľká Británia

5.1 Cestovný ruch a jeho postavenie v globalizovanej spoločnosti, vývojové tendencie svetového hospodárstva

Cestovný ruch v Európe v súčasnosti čelí viacerým výzvam, medzi ktoré patria predovšetkým nestabilné ekonomické podmienky a fiškálne tlaky, potreba posilňovať podiel na svetovom trhu cestovného ruchu, rastúca konkurencia ostatných destinácií ako sú napr. BRICS krajiny (Brazília, Rusko, India, Čína, Južná Afrika), meniace sa cestovné správanie, klimatické zmeny, sezónna fluktuácia a pod. Tieto javy zvyšujú tlak na sektor cestovného ruchu a nútia ho prichádzať s novými efektívnymi riešeniami a stratégiami, ktoré si vyžadujú vysoký stupeň koordinácie a spolupráce, ako aj vytváranie nových synergických efektov a inovátnych partnerstiev s cieľom maximalizovať prínosy pre európske krajiny. Napriek tomu, že cestovný ruch je schopný prekonávať krízy pomerne v krátkom časovom období a výsledky ekonomických prínosov sú dôležité, stále možno konštatovať, že jeho význam nie je adekvátne politicky a ekonomicky docenený.

Svetová rada pre cestovný ruch (WTTC) zverejnila údaje o výkonoch cestovného ruchu vo svete v r. 2012 a predpokladaných výkonoch v roku 2013:

- Príspevok cestovného ruchu na tvorbe hrubého domáceho produktu bol v roku 2012 2,9 % s rastom v roku 2013 na úroveň 3,1 %.
- Príspevok cestovného ruchu a súvisiacich činností s cestovným ruchom (multiplikačné efekty) dosiahol v roku 2012 9,3% a v roku 2013 vzrástol o 3,2 %.
- Priama zamestnanosť v cestovnom ruchu tvoria 3,4 % celkovej zamestnanosti v roku 2012 a v roku 2013 sa zvýšila o 1,2%.
- Priama i nepriama zamestnanosť v cestovnom ruchu dosiahla v roku 2012 5,4 % a v roku 2013 nárast vo výške 3,1%.
- Turisti generovali svojimi výdavkami 5,4 % z celkového exportu v roku 2012 a v roku 2013 nárast dosiahol 4,2%.
- Investície do cestovného ruchu tvorili 4,7% z celkového objemu investícií vo svete v roku 2012 a v roku 2013 sda zvýšili na úroveň 5,3%.

Konkrétne údaje za sledované obdobie a prognózu v časovom horizonte v roku 2023 prezentuje nasledovný prehľad.

Tab. č. 20. Ukazovatele vývoja svetového cestovného ruchu

Ukazovatele - svet	2012 Mld USD	2012 Podiel v %	2013 rast	2023 Mld USD	2023 podiel v %	2023 rast
Podiel CR na tvorbe HDP	2 056,6	2,9	3,1	3 249,2	3,1	4,4
Podiel CR a súvisiacich činností na HDP	6 630,4	9,3	3,2	10 507,1	10,0	4,4
Priama zamestnanosť	101 118	3,4	1,2	125 288	3,7	2,0
Priama i nepriama zamestnanosť v CR	261 394	8,7	1,7	337 819	9,9	2,4
Výdavky turistov v zahraničí	1 243	5,4	3,1	1 934,8	4,8	4,2
Výdavky turistov v domácom CR	2 996,3	4,2	3,2	4 831,2	3,5	4,6
Výdavky na dovolenku	3 221,1	2,2	3,2	5 196,0	2,3	4,6
Výdavky na biznis cesty	1 017,4	0,7	3,1	1 572,8	0,7	4,1
Kapitálové investície do cestovného ruchu	767,7	4,7	4,2	3 341,4	4,9	5,3

Zdroj: Travel and Tourism Economic Impact 2013, WWTC, str. 11

Podľa údajov UNWTO príjmy z medzinárodného cestovného ruchu pokračujú vo svojom oživovaní zo strát z krízového roku 2009 a v roku 2012 dosiahli svoj nový rekord vo výške 1 075 mld. USD (837 mld. EUR) v celosvetovom meradle. Celkové dosiahnuté výsledky cestovného ruchu boli tak nad očakávania. V percentuálnom vyjadrení vzrástli o 4 % (očistené o kolísanie výmenných kurzov a infláciu) a počet zahraničných turistov sa zvýšil v roku 2012 taktiež o 4 % na 1 035 mil.. Táto skutočnosť potvrdzuje úzky vzájomný vzťah medzi oboma indikátormi, pričom v časoch hospodárskych obmedzení rast príjmov mierne zaostáva za rastom počtu turistov.

Z hľadiska príjmov z medzinárodného cestovného ruchu jednotlivé svetové regióny v roku 2012, v porovnaní s rokom 2011, dosiahli nasledujúci pokrok: Amerika +7 %, Európa +2 %, Ázia a Pacifik +6 %, Afrika +5 %, Stredný východ –2 % v dôsledku pretrvávajúcich politických nepokojov v regióne.

Počet prízjazdov v medzinárodnom cestovnom ruchu sa zvyšuje. Krízy majú len dočasný relatívne krátkodobý charakter. Prepád v dôsledku finančnej krízy sa v cestovnom ruchu zásadne prejavil v rokoch 2008 a 2009. V nasledujúcich rokoch už možno hovoriť o výraznom oživení. Dokumentuje to aj úroveň počtu prízjazdov vo svetovom ponímaní. Pokiaľ v období počiatku krízy sa prízjazdy výrazne znížili, v roku 2010 možno už konštatovať konsolidáciu cestovania a zvýšenie počtu prízjazdov o 6,5 %. Rast možno sledovať aj v nasledujúcich rokoch až do súčasnosti.

Úspešnosť jednotlivých svetových regiónov z aspektu príjazdov nie je rovnomerný. Najviac navštevovaná Európa ešte stále vytvára podiel viac ako 50% z celkového svetového počtu príjazdov.

Mimoriadny význam má nárast cestovateľov z krajín skupiny BRIC – hlavne z Číny, Ruska a Brazílie. Tieto segmenty sú významné nielen z hľadiska počtu vycestovaní do zahraničia, ale aj z aspektu finančných prostriedkov, ktoré tvorili výdavky čínskych, ruských a brazílskych klientov v zahraničí.

V cestovnom ruchu má mimoriadny význam ukazovateľ príjmov. Najvyšší podiel príjmov z **medzinárodného cestovného ruchu** patrí Európe (43 %), nasleduje Ázia a Pacifik (30 %), Amerika (20 %), Stredný východ (4 %) a Afrika (3 %). Aj pre budúcnosť je predpoklad, že Európa zostane najväčším svetovým regiónom – kontinentom - cestovného ruchu, avšak jeho podiel bude postupne klesať.

Okrem medzinárodného cestovného ruchu, cestovný ruch navyše generuje príjmy aj z medzinárodnej osobnej dopravy, čo v roku 2012 predstavovalo 219 mld. USD. Spolu s príjmami z medzinárodného cestovného ruchu boli celosvetové príjmy z cestovného ruchu vytvorené v roku 2012 na úrovni 1,3 bil. USD, čo predstavuje v priemere 3,5 mld. USD denne. **Cestovný ruch (vrátane osobnej dopravy) tak v súčasnosti predstavuje 30 % svetového exportu služieb a 6 % svetového exportu tovarov a služieb (UNWTO)**. Ako exportná kategória sa takto cestovný ruch zaraďuje na piate miesto za obchod s palivami, chemikáliami, potravinami a automobilmi, pričom v mnohých rozvojových krajinách zastáva prvú priečku.

V roku 2012 sa zaznamenal aj výrazný nárast výdavkov na cestovný ruch z krajín BRICS, okrem Indie, **predovšetkým z Číny, ktorá sa dostala na prvé miesto v rebríčku krajín najviac utrácajúcich na cestovný ruch**. Výdavky Číňanov na cestovný ruch vzrástli o 29 mld. USD na 102 mld. USD, Rusov o 9,9 mld. USD na 42,8 mld. USD, Brazílčanov o 1 mld. USD na 22,2 mld. USD a u Indov poklesli o 1,4 mld. USD na 12,3 mld. USD. Z vyspelých zdrojových trhov najväčší relatívny rast vykázali krajiny ako Švajčiarsko (+9 %), Nórsko (+9 %), Hongkong (+7 %) a Kanada (+7 %). Najväčší absolútny rast bol zaznamenaný v prípade USA (5 mld. USD), Kanady (2 mld. USD) a Hongkongu (1 mld. USD).

Z hľadiska príjmov zo zahraničného cestovného ruchu najviac profitovali v roku 2012 krajiny ako USA (128,6 mld. USD), Španielsko (55,9 mld. USD) a Francúzsko (53,7 mld. USD).

Tab. č. 21. Súčasná pozícia Európy ako destinácie cestovného ruchu.

	Výdavky turistov/pobyt v roku 2012 v EUR	Zmena v príjmoch 2012/2011 v %	Podiel na svetovom trhu v %
Európa celkom	670	2,3	42,6
Severná Európa	870	5,2	6,7
Západná Európa	730	3,0	14,6

	Výdavky turistov/pobyt v roku 2012 v EUR	Zmena v príjmoch 2012/2011 v %	Podiel na svetovom trhu v %
Stredná a východná Európa	400	5,2	5,3
Južná a stredozemná Európa	700	-0,3	15,9
EU 28	720	1,9	34,2

Zdroj: UN WTO Tourism Highlights 2013, http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_hr.pdf

Európska únia má významné postavenie na svetovom i Európskom trhu. Jej trhový podiel je necelých 35 %. Rozdielna úroveň výdavkov počas obytu v jednotlivých subregiónoch Európy dokumentuje, že ponuka služieb a cenová úroveň podmieňuje úroveň príjmov v danom subregióne. Najnižšie príjmy vykazuje Stredná a východná Európa, najvyššie príjmy potvrdzujú vysoký cenový štandard v krajinách Severnej Európy.

Výskumy potvrdzujú, že Európania vydajú 369 mld EUR na služby cestovného ruchu a vycestujú v počte 432 miliónov. Prenocovania v Európe zabezpečujú ubytovacie zariadenia v počte 3,5 miliardy nocľahov.

Podľa výsledkov prieskumu Európskej komisie medzi obyvateľmi 28 členských krajín Európskej únie, Nórska, Islandu, Turecka, Srbska, Izraela a Macedónska o ich postojoch k cestovaniu, dovolenkových plánoch a preferenciách na rok 2013 cestovalo v roku 2012 na dovolenku 7 z 10 Európanov. Hoci tri štvrtiny respondentov (75 %) uviedlo, že plánuje ísť na dovolenku aj v roku 2013, 34 % odpovedalo, že zmenilo svoje plány v dôsledku aktuálnej ekonomickej situácie. Asi 1 zo 4 opýtaných (41 %) povedal, že jeho dovolenkové plány na rok 2013 neboli ovplyvnené ekonomicou situáciou a 18 % odvetilo, že dovolenku v roku 2013 neplánuje. Medzi najdôležitejšie zistenia prieskumu patria:

- 71 % Európanov cestovalo v roku 2012 z pracovných alebo súkromných dôvodov. Cestovný ruch zostal stabilizovaný v porovnaní s prieskumom z predchádzajúceho roku. Socio-demografické analýzy ukázali, že väčšina cestujúcich respondentov je vo vekovom rozpätí 15 – 39 rokov, má vyššiu úroveň vzdelania a žije vo veľkých mestách.
- Európania, ktorí v roku 2012 necestovali na dovolenku, uviedli za hlavný dôvod financie (46 %). Toto číslo zodpovedá výsledkom z predchádzajúceho roku (45 %).
- 23 % opýtaných uviedlo za hlavnú príčinu neúčasti na dovolenke súkromné dôvody, 9 % dalo prednosť pobytu doma alebo tráveniu času s rodinou a priateľmi, 7 % uviedlo pracovné dôvody a 6 % odpovedalo, že nemalo čas. Respondenti, ktorí necestovali v roku 2012, sú skôr vo veku 55+, sú manuálne pracujúci, nezamestnaní alebo žijú v jednočlennej domácnosti.

- 88 % respondentov EÚ, ktorí cestovali na dovolenku na najmenej štyri noci, išli niekam v rámci EÚ.
- Pobyt na slnku alebo na pláži bol hlavným dôvodom na trávenie dovolenky trvajúcej najmenej štyri po sebe nasledujúce noci v roku 2012 (40 %), tesne nasledoval ako účel dovolenky návšteva rodiny, priateľov a príbuzných (36 %).
- Španielsko bolo pre dovolenkárov z EÚ v roku 2012 najpopulárnejšou destináciou (10 %), nasledovalo Taliansko a Francúzsko (obe krajiny po 8 %). Medzi preferované destinácie patrilo v roku 2012 aj Chorvátsko (3 %).
- Veľká časť respondentov z EÚ (58 %) trávila svoju dovolenku vo svojej domácej krajine, podobný výsledok ukázal aj prieskum v roku 2011 (56 %). Domáce dovolenky boli najčastejšie v Grécku (87 %), Taliansku (80 %), Bulharsku (79 %), Španielsku (73 %) a Chorvátsku (74 %).
- V porovnaní s rokom 2011 získal väčšiu popularitu pobyt v platenom ubytovacom zariadení alebo pobyt u priateľov a príbuzných.
- 92 % respondentov EÚ bolo v roku 2012 spokojných s kvalitou ubytovania. 31 % respondentov považuje kvalitu ubytovania za hlavný faktor rozhodnutia vrátiť sa na to isté dovolenkové miesto.
- Väčšina občanov EÚ bola spokojná s všeobecnou úrovňou cien (83 %), ktorá predstavuje ďalší kľúčový faktor pre rozhodovanie vrátiť sa na to isté dovolenkové miesto.
- Dovolenky boli najčastejšie organizované prostredníctvom internetu. Na tento účel ho v roku 2012 využilo 53 % opýtaných.

Podľa štatistických údajov Eurostatu zostal počet dovolenkových pobytov uskutočnených občanmi 27 členských krajín Európskej únie v období rokov 2008 až 2012 stabilný . V roku 2013 možno konštatovať, že Európa si udržala svoje postavenie stabilnej receptívnej destinácie.

Voľný pohyb osôb v Európskej únii je v rámci Schengenskému priestoru zabezpečený nasledovne:

Schengenský priestor tvorí v súčasnosti súvislé územie 25 štátov EÚ, Nórsko, Island a Švajčiarsko. Posledné veľké rozšírenie nastalo od 21. decembra 2007 (cestné hraničné prechody) od marca 2008 (hraničné prechody na medzinárodných letiskách znamenalo prístup krajín: Česká republika, Estónsko, Litva, Lotyšsko, Maďarsko, Malta, Poľsko, Slovenská republika, Slovinsko.

Členské krajiny EÚ, ktoré zatiaľ nie sú členmi schengenského priestoru: Bulharsko, Cyprus, Chorvátsko, Írsko, Rumunsko a Veľká Británia. Do priestoru Schengenu nie sú začlenené tiež územné celky Lichtenštajnsko, San Marino, Monako, Vatikán.

5.2 Mezinárodné organizácie a program cestovného ruchu

Európska únia vytvorila systém programov, ktoré sú špecificky orientované na rozvoj cestovného ruchu.

EDEN European Destinations of Excellence

Program Európskej destinácie najvyššej kvality a bol vyhlásený v roku 2006 a veľmi rýchlo si získal svoju priazeň v členských krajinách Európskej Únie, napriek skutočnosti, že kritéria získania tohto ocenenia sú náročné. Samotný názov vyjadruje, že ide o územia, ktoré spĺňajú požiadavky najvyššej kvality. Kvalita je ponímaná z aspektu trojbodového manažmentu, čo znamená naplnenie kritérií sociálneho, ekonomického a environmentálneho charakteru.

Európska komisia v časovom predstihu stanoví tému, ktorá je základným motívom pre produktové línie danej destinácie. Významný aspekt celého projektu EDEN spočíva vo výbere destinácie, ktorá je na medzinárodnom trhu cestovného ruchu relatívne nová a na druhej strane táto destinácia môže pritiahnúť turistov z európskych destinácií, ktoré sú už známe a z hľadiska udržateľnosti sú preťažené vysokým počtom návštevníkov.

Cieľom projektov EDEN je:

- zvýšiť návštevnosť bezpečných excelentných destinácií v EÚ,
- aplikovať udržateľný rozvoj destinácie,
- prezentovať možnosti ponuky pre návštevníkov počas všetkých ročných období,
- vytvoriť platformu na výmenu skúseností medzi jednotlivými aktérmi destinácií,
- podporovať vznik sietí týchto destinácií, ktoré môžu presvedčiť aj iné destinácie, aby prijali systém udržateľného rozvoja.

Slovensko doteraz absentovalo v tomto programme.

Európske hlavné mesto kultúry

Tento program datuje svoju históriu od roku 1985 Program, ktorý je v súčasnosti naplánovaný do roku 2019, tvorí podmienky na dlhodobý rozvoj menších miest s kultúrnym zázemím. Prelomovým rokom bol rok 2000, keď sa do programu zapojilo deväť miest z krajín západnej a severnej Európy a dve mestá zo strednej Európy, t. j. hlavné mesto Českej republiky Praha a poľské mesto Krakov. Kultúrny prvok prepojený s históriou dokumentuje aj skutočnosť, že z celkového uvedeného počtu európskych hlavných miest kultúry deväť miest oslavovalo viac ako tisícročnú existenciu (Avignon, Bergen, Bologna, Brusel, Krakov, Helsinky, Praha, Reykjavík, Santiago de Compostella). Európske hlavné mestá kultúry je veľmi ťažké porovnávať a nie je možné ich kategorizovať do jednej skupiny. Významný prínos a výsledok programu Európske hlavné mesto kultúry predstavuje revitalizácia týchto miest, ktorá podporuje ich opätovný rozvoj a v končenom dôsledku aj návštevnosť. Podľa vyjadrenia odborníkov, nie všetky mestá využili túto príležitosť v plnom rozsahu. **V každom prípade však možno akceptovať vyjadrenie ministerky kultúry Grécka, autorky myšlienky programu Európske hlavné mesto kultúry, Meliny Mercoury, že „kultúra, umenie a kreativita sú nemenej dôležité ako technológie, obchod a ekonómia“.**

Cieľom programu Európske hlavné mesto kultúry je:

- význam a bohatosť podujatí v podmienkach diverzity európskej kultúry,
- oslava kultúrnych medzníkov spoločne so všetkými Európanmi,
- umožniť ľuďom spoznať kultúru z rozličných európskych krajín a podporiť ich vzájomné porozumenie,
- vytvoriť podmienky na vnímanie a cítenie európskeho občianstva.
- Z lokálneho aspektu sú významné tieto prvky programu:
- regenerácia miest,
- podnietiť medzinárodný profil, preniesť ho do cestovného ruchu a uviesť tento imidž do povedomia vlastných obyvateľov daného mesta,
- priniesť novú vitalitu do ich kultúrneho života.

Slovenská republika participovala na programme v r. 2013 – Európske hlavné mesto kultúry Košice

Calypso – cestovný ruch pre všetkých

Calypso je program, ktorý vznikol z iniciatívy Európskej komisie vytvoriť podmienky na účasť znevýhodnených občanov v celej Európe. Filozofia tohto programu spočíva v racionálnom prepojení nevyužitých voľných kapacít v službách cestovného ruchu mimo sezóny a v tvorbe príležitosti cestovať pre ľudí, ktorí majú čas v danom období. Nemajú dostatočne vysoké príjmy, potrebné na úhradu cestovania, ale je spoločensky žiaduce, aby sa pre týchto ľudí nevyhnutné finančné zdroje našli. Cieľom programu je umožniť cestovať ľuďom, ktorí nemajú dostatok finančných prostriedkov. Na strane ponuky lokálne ekonomiky sa boria s problémom nízkej návštevnosti a nízkych príjmov v podnikoch, ktoré poskytujú služby cestovného ruchu v mimosezónnom období. Program Calypso navrhuje príležitosť predstaviť časť Európy týmto potenciálnym segmentom účastníkov cestovného ruchu. Ceny počas prázdnin, veľkonočných sviatkov a Vianoc sú vysoké a určite sa tento princíp cenovej politiky meniť nebude. Obdobie mimo týchto špičkových termínov vytvára možnosti na účasť znevýhodnených ľudí prostredníctvom *sociálneho cestovného ruchu*. Calypso identifikuje štyri skupiny znevýhodnených obyvateľov Európskej únie:

- mladí ľudia medzi 18. až 30. rokom veku,
- rodiny vo finančnej tiesni,
- zdravotne hendikepovaní ľudia,
- viac ako 65 roční seniori.

Program Calypso vníma cestovanie v zmysle jeho rôznych foriem cestovného ruchu, ktoré uspokojujú potreby ľudí v súvislosti so zdravím, zážitkom, spoznávaním, spoločenskou a sociálnou integráciou a zmyslom pre európsku identitu. Na základe skúseností z praxe podnikov cestovného ruchu a poznania trhu je predpoklad, že mimo sezóny je na jednej strane ponuka, ktorú predstavujú jednotlivé služby týchto podnikov. Na druhej strane je potenciálny dopyt, ktorý môže byť reálny vďaka podpore a pôsobeniu príslušných inštitúcií v jednotlivých členských štátoch EÚ, t. j. štátnych inštitúcií, regionálnych a miestnych samosprávnych orgánov, neziskových organizácií a podnikateľského sektora.

Povodie Dunaja – európska destinácia (DATOUR)

Rieka Dunaj je predmetom záujmu v oblasti cestovného ruchu už dlhšie obdobie, čo dokumentuje aj existencia Dunajskej komisie cestovného ruchu. Spolupráca je nutná hlavne v oblasti lodnej

dopravy a cyklotrás. Akčný plán definuje základné priority, ktoré predstavujú kľúčové problémy daného územia, ktoré nazýva *Dunajský región*. Jednotlivé projekty budú predstavovať konkrétny prístup aktérov k riešeniu stanovených priorít v časovom horizonte do roku 2020. Všetky stanovené základné priority majú v rámci svojho základného zamerania významný vplyv na vytvorenie predpokladov na rozvoj cestovného ruchu.

Program rozvoja Dunajského regiónu si z aspektu cestovného ruchu vyžaduje:

- rozvíjať Dunajský región ako európsku značku,
- vytvoriť Dunajský región ako významnú turistickú destináciu,
- plánovite rozvíjať infraštruktúru cestovného ruchu,
- podporovať udržateľný cestovný ruch,
- podporovať krátkodobý víkendový cestovný ruch aj dlhšie pobyty,
- podporovať budovanie, rekonštrukciu, renováciu a starostlivosť o zariadenia cestovného ruchu,
- pokračovať v rozvoji navigačného systému na rieke Dunaj pre kajutové lode a súkromné jachty,
- marketingovo podporovať zdravotný cestovný ruch a wellness,
- vytvárať okruhy pozdĺž rieky Dunaj s atraktívnymi zastávkami a rôznymi druhmi dopravy,
- rozvíjať prepojenie a spoluprácu vo vzdelávaní a vedeckých a výskumných aktivitách v oblasti cestovného ruchu,
- zdokonaľovať kvalitu turistického produktu,
- uskutočňovať zber existujúcich dát v rámci kultúrnych aktivít a vytvoriť komplexný súbor dát, ktoré poskytnú kvalifikovaný pohľad na kultúrne aktivity v Dunajskom regióne,
- podporiť kultúrnu výmenu a výmenu umenia.
- V súlade s uvedenými požiadavkami sa očakáva, že predpokladané projekty cestovného ruchu budú obsahovo zamerané na nasledujúce európske produkty cestovného ruchu alebo činnosti, ktoré súvisia s tvorbou produktov:
- transnárodné turistické balíčkové produkty s kombinovanou železničnou, cyklistickou a lodnou dopravou pozdĺž rieky Dunaj,
- udržateľné mobility v doprave, prepojenie vlaku, autobusu a lode v podunajských krajinách s cieľom vytvoriť predpoklady pre cykloturistov a turistov,
- dunajský chodník, ktorý bol navrhnutý Dunajskou komisiou,
- lodný cestovný ruch na rieke Dunaj a možnosti prepojenia týchto výletných kajutových lodí na trase Dunaj – Čierne more,
- zelené trasy a cykloturizmus nielen v rámci cyklotrasy pozdĺž železnej opony, ale aj medzinárodné cyklotrasy v regióne, napr. Amber trasa z Budapešti cez Slovensko do poľského Krakova, vínná trasa z Južnej Moravy do rakúskeho Weinviertelu, alebo zelená trasa z Viedne do Prahy,
- zdravotný cestovný ruch a wellness s marketingovou podporou a zázemím zariadení,
- značka kvality pre Dunajský cestovný ruch v súlade s kritériami udržateľného cestovného ruchu, ktoré DG Podnikanie priemysel podporuje (napr. Európsky kvet),
- monitorovanie cestovného ruchu v nebezpečných destináciách, napr. senzitivne plochy, hlavne dunajská delta,
- kultúrna dunajská cesta, ktorú je potrebné budovať v rámci spoločných projektov
- dunajská mediálna sieť, nevyhnutná na komunikáciu s účastníkmi cestovného ruchu
- dunajský divadelný festival,

- dunajské Limes ako kultúrne dedičstvo UNESCO.

Uvedený výpočet produktov nie je konečný a možno predpokladať, že pokiaľ bude dostatočný a účinný systém financovania, tak sortiment produktov v tomto regióne sa ešte rozšíri.

Multilaterálna spolupráca

Z hľadiska **multilaterálnej spolupráce** v cestovnom ruchu je pre SR najvýznamnejšie pôsobenie ako člena vo Svetovej organizácii cestovného ruchu (UNWTO), výbore OECD pre cestovný ruch a v rámci EÚ najmä v poradnom výbore Európskej komisie pre cestovný ruch (TAC) a pracovnej skupine Rady pre konkurencieschopnosť a rast.

Európska komisia v súlade s oznámením o novom politickom rámci pre európsky cestovný ruch z júna 2010 pripravila ambiciózny implementačný plán, ktorý obsahuje 21 aktivít na podporu cestovného ruchu v Európe. SR sa spomedzi týchto aktivít bude zameriavať najmä na „iniciatívu 50 tisíc turistov“, iniciatívu EDEN – excelentné európske turistické destinácie, iniciatívu CALYPSO – cestovný ruch pre všetkých, iniciatívu rozvoja mimosezónneho cestovného ruchu seniorov a iniciatívu ETQL – európska značka kvality cestovného ruchu.

Bilaterálna spolupráca v cestovnom ruchu vychádza zo zamerania zahraničnej politiky SR a orientuje sa predovšetkým na susedné krajiny (v tom osobitne na spoluprácu krajín V4), krajiny, s ktorými má SR podpísané dohody o spolupráci v cestovnom ruchu (11 vládnych a 2 rezortné), ako aj na krajiny, s ktorými má SR aktívnu hospodársku a vedecko-technickú spoluprácu.

Samostatnú pracovnú skupinu pre cestovný ruch má Slovensko s Českom, Poľskom, Chorvátskom a Rakúskom.

Osobitnou súčasťou medzinárodnej spolupráce v cestovnom ruchu je **spolupráca krajín V4** (Slovensko, Česká republika, Poľsko a Maďarsko). Cieľom spolupráce je presadzovanie spoločných záujmov cestovného ruchu v rámci kľúčových politik štátov, ako aj aktívne marketingové a propagačné pôsobenie krajín stredoeurópskeho regiónu na zámorských trhoch v záujme zvýšenia návštevnosti krajín strednej Európy návštevníkmi z USA, Japonska, Číny, Indie, krajín Latinskej Ameriky a ďalších potenciálnych trhov, ako aj predĺženie ich pobytu v týchto krajinách. Členské krajiny každoročne podpisujú protokol o spolupráci na príslušný rok, súčasťou ktorého je aj marketingový plán so zoznamom spoločných propagačných aktivít.

Spolupráca krajín V4 v oblasti cestovného ruchu je v súlade s Oznámením Európskej komisie – Nový politický rámec pre európsky cestovný ruch.

Hlavné marketingové nástroje spolupráce krajín V4 tvoria účasť na veľtrhoch, organizovanie roadschow, workshopov a prezentácií pre odborníkov a médiá. On-line nástroje prezentujú e-learning a e-semináre, webová stránka www.europe-an-quartet.com, spoločné logo European Melody Quartet, blogy a power-pointové prezentácie.

Štáty V4 ponúkajú prostredníctvom European Quartet ponúkajú produkt zážitku spojeného s bohatým historickým kultúrnym dedičstvom, pamiatkami UNESCO, Marketingový koncept European Quartet je založený na spolupráci všetkých štyroch členských krajín tak, že turistický región V4 je zladený európsky kvartet, ktorý hrá rovnakú melódiu, i keď každý z jednotlivých nástrojov je individuálny a jedinečný. Propagačné aktivity V4 pracujú v roku 2014 s rozpočtom 367 900 EUR.

5.3 Stratégie cestovného ruchu okolitých krajín

V súvislosti so zložitou ekonomickou situáciou a vzrastajúcou konkurenciou okolité krajiny prijímajú rôzne opatrenia na posilnenie postavenia cestovného ruchu.

V roku 2010 Spolkové ministerstvo hospodárstva, rodiny a mládeže **Rakúskej republiky** predstavilo novú stratégiu cestovného ruchu. Jej hlavným prvkom je zameranie sa na rakúske jedinečnosti, v čom má krajina konkurenčnú výhodu. Stratégia sa prioritne zameriava na päť kľúčových oblastí, ako marketing, inovácie, dotácie, infraštruktúra a podnikateľské prostredie. Ministerstvo úzko spolupracuje s Rakúskou bankou pre rozvoj cestovného ruchu (ÖHT- Österreichische Hotel und Tourismusbank). V oblasti inovácií Rakúsko udeľuje od roku 2012 ocenenie za najlepšie inovatívne prístupy a poskytuje dotácie na podporu inovatívnych projektov cestovného ruchu vo výške 1 mil. EUR ročne založených na spolupráci zainteresovaných subjektov v destináciách. V oblasti infraštruktúry venuje pozornosť zvýšeniu mobility prostredníctvom verejnej dopravy. Dôraz sa kladie aj na iniciatívy a projekty orientované na „cestovný ruch pre všetkých“, predovšetkým na bezbariérový cestovný ruch. V oblasti podnikateľského prostredia je snahou zabezpečiť konkurenčné prostredie udržiavaním nízkeho administratívneho zaťaženia pre malé a stredné podniky.

V **Maďarsku** v rámci prekonávania negatívnych vplyvov ekonomickej krízy od júla 2009 znížili sadzbu DPH na ubytovacie služby na 18 % (v súčasnosti je v Maďarsku DPH **27 %**). Maďarská národná centrála cestovného ruchu (Magyar Turizmus Zrt.) kladie dôraz na propagačné aktivity v susedných krajinách, zatiaľ čo marketingovú kampaň na vzdialených trhoch realizuje v spolupráci s ostatnými krajinami V4. Maďarsko sa vo väčšej miere sústreďuje aj na podporu domáceho cestovného ruchu. V tejto súvislosti sa v roku 2011 zaviedol nový systém zamestnaneckých benefitov pod názvom Széchenyiho karta, ktorá má pomôcť dosiahnuť lepšie výsledky v domácom cestovnom ruchu v nadchádzajúcich rokoch.

Česká republika implementuje od roku 2010 Národný program podpory cestovného ruchu, v rámci ktorého je aj podprogram „Cestovný ruch pre všetkých“, ktorý je zameraný na rozvoj nových produktov zameraných na zníženie sezónnosti cestovného ruchu a vytváranie podmienok na tvorbu nových pracovných miest počas celého kalendárneho roka. Program je orientovaný na vytváranie nových produktov domáceho cestovného ruchu vrátane marketingovej podpory pre novovytvorené produkty. Projekt potrvá do roku 2013 a nenávratné finančné prostriedky poskytnuté v rámci tohto programu sa poskytujú do výšky maximálne 50 %, zvyšok si musí dofinancovať z vlastných zdrojov.

Poľsko vypracovalo strategické smerovanie rozvoja cestovného ruchu do roku 2015, ktorému predchádzala analýza podmienok poľského cestovného ruchu a jeho porovnanie so svetovými a európskymi trendmi, čo viedlo k definovaniu prioritných oblastí na posilnenie dynamiky rozvoja cestovného ruchu. Ide napr. o vysoko konkurenčný produkt cestovného ruchu, rozvoj ľudských zdrojov, marketingovú podporu atď.

5.4 Postavenie krajín V4 z aspektu výkonov v cestovného ruchu a komparácia so Slovenskom

Pri porovnaní cestovného ruchu **Slovenska a krajín V4** (Česka, Maďarska, Poľska) za ostatné obdobie zistíme, že Slovensko nemá primárne postavenie vo viacerých ukazovateľoch.

Tab. č. 22. Komparácia výkonov CR v krajinách V4.

	Slovenská republika 2012	2023	Česká republika 2012	2023	Maďarsko 2012	2023	Poľsko 2012	2023	Celkom krajiny V4
Počet obyvateľov	5,6 mil.		10,9 mil.		10,4 mil.		39,7 mil.		66,6 mil.
Podiel CR na HDP	2,3 %	3,0%	2,7 %	2,4%	4,0 %	2,8%	1,8 %	5,5%	
Podiel CR a súvisiacich činností na HDP	5,9 %	2,9%	8,4 %	2,2%	10,3 %	2,7%	4,8 %	5,4%	
Priama zamestnanosť v CR	2,4 %	0,6%	4,8 %	- 0,2%	5,6 %	0,8%	1,9 %	2,8%	
Priama aj nepriama zamestnanosť v CR	5,7 %	0,1%	10,2 %	- 0,5%	9,7 %	0,7%	4,6 %	2,4%	
Príjmy z CR (2011)	2,428.6 mld. USD		7,628.4 mld. USD		5,597.7 mld.USD		10,687 mld USD		26,341.7
Počet prízjazdov (2011)	1,460.4 mil. os.		8,775.0 mil.os		10,250.0 mil.os.		13,350 mil. os.		33,835.4

Zdroj: Travel and Tourism Competitiveness report 2013, World Economic Forum)

Tab. č. 23. Konkurenčná schopnosť krajín V4

Krajina V4 v r. 2013	Pozícia Slovenská republika	Pozícia Česká republika	Pozícia Maďarsko	Pozícia Poľsko
Celková pozícia konkurencieschopnosti vo svete	54	31	39	42
Regulačný rámec a politika CR	43	28	26	49
Podnikateľské prostredie a infraštruktúra	60	37	49	58
Ľudské, kultúrne a prírodné zdroje	56	28	54	32

Zdroj: Travel and Tourism Competitiveness report 2013, World Economic Forum)

Z údajov je transparentná dominancia Českej republiky, ktorá získala najlepšie umiestnenie zo všetkých krajín V4. Najnižšiu pozíciu celkom i podľa jednotlivých základných skupín kritérií dosiahla Slovenská republika.

V Poľsku, Maďarsku a na Slovensku, je vyšší počet domácich turistov než zahraničných. V Česku je pomer medzi domácimi a zahraničnými turistami mierne v prospech zahraničných.

5.5 Vývojové trendy trhu cestovného ruchu v EU a vo svete

Globálne trendy cestovného ruchu podľa SACR

Cestovný ruch pre zdravie. Zdravie sa stáva viac a viac znakom životného štýlu. Módny trend akým je wellness & spa je len začiatkom. Zdravie bude stále viac ovplyvňovať postoj k životu. To bude mať vplyv na správanie sa zákazníkov v ich voľnom čase. Ľudia počas svojej dovolenky očakávajú telesnú a duševnú transformáciu

Dobrodružný cestovný ruch pre masy. Marco Polo, Krištof Kolumbus alebo Roald Amundsen – boli nielen cestovateľmi, ale primárne dobrodruhmi. Bolo to vzrušenie z neznámeho, ktoré ich motivovalo k cestám. Dnes je možné sa ľahko dopraviť kamkoľvek na svete. Cestovný ruch sa stáva sprostredkovateľom malých dobrodružstiev a expedícií.

Cestovanie s vysokým komfortom. Čím viac sa čas stane luxusným tovarom, tým viac sa cestovatelia nechcú starať o zbytočnosti. Servis a podpora riešení budú mimoriadne dôležité.

Sociálna a kreatívna cesta. Ľudia hľadajú inšpirácie, diskusie a zamyslenia na vysokej úrovni. Individualita a Spoločenstvo už nie sú náprotivkami. Kreatívne skupiny ľudí neustále hľadajú nové nápady a podnety, ktoré nemôžu nájsť pred svojimi dverami. Globalizovaný svet ponúka možnosť

mať priateľov na celom svete. Cestovanie nebude sledovať len najkrajšie miesta, ale bude sledovať sociálne komunity.

Lacná elegancia. Pri moderných výpredajoch ide nielen o nákup, ale je to tiež lov na najlepšie výrobky za najnižšiu cenu. Ľudia hľadajú cesty s vysokou hodnotou za nízku obstarávaciu cenu.

Ekoturizmus. Ekologická revolúcia prebieha mierne inak než sa očakávalo. Je to hlavne zlé svedomie na jednej strane a sebecké želanie zdravia, ktoré vedie spotrebiteľa zvoliť si ekologickú a správnu ponuku. Ale len v prípade, že odpustky, ale aj zábava a individualita sú garantované. Luxus, pohodlie, zábava a módnosť už nemusia byť a nie sú v rozpore s prírodou a ekológiou. Záujem o nedotknutú prírodu a zážitok spojený s prírodou je úzko spätý s komfortom a pohodlím.

Domáci cestovný ruch. Záujem o príslušnosť a pocit "domova" rastú. Ale nie je rozhodujúce, či ten pocit je k miestu narodenia alebo 1.000 km od neho. Domov je tam, kde existuje pocit pohody, bezpečia a ochrany. "Domov je tam, kde rozumiem a kde ma chápu." Konzumácia regionálnych produktov, príroda a lokálne zážitky sú rozhodujúce.

Športový cestovný ruch. Šport a fitness je populárny ako nikdy predtým. Oba aspekty, zdravotný a sociálny, presúvajú ľudí na štadióny, do bežeckých topánok, a do fitness centier. Pasívne rovnako ako aktívne športy získavajú význam.

Duchovný cestovný ruch. Duševné a duchovné obohatenie a funkčné prázdniny, pre mnohých ľudí jediný spôsob, ako uniknúť z rodinného stresu a práce. Trend k selfness má tiež za cieľ napĺňať duchovné potreby.

Vzdelávací a kultúrny cestovný ruch. Máme integrované princípy celoživotného vzdelávania v každodennom živote. Sme "konzumentmi" informácií po celý deň. Vedomosti a vzdelanie budú kľúčom k úspechu. Získavanie znalostí sa stalo intuitívnym procesom.

Na základe uvedených trendov SACR definuje v **Marketingovej stratégii na r. 2014 – 2020** trendové segmenty v členení na zahraničnú a domácu klientelu.

Zahraničnú klientelu prezentuje nasledovne:

Aktívny návštevník – uprednostňuje aktívne trávenie dovolenky spojené s pobytom na horách, v prírode a pri vode. V letných mesiacoch vyhľadáva aktivity spojené s pešou turistikou, cykloturistikou, návštevou jaskýň, vodných plôch, termálnych kúpalísk, aquaparkov a adrenalínových centier. V zimných mesiacoch sa zaujíma najmä o pobyty spojené s návštevou stredísk so širokou ponukou možností zimných športov. Hlavné produktové témy propagácie pre uvedený segment sú: **Voda a zábava, Hory a turistika, Zimné športy, Zábava v zime, Krásy vidieka a pokoj v prírode.**

Pasívny návštevník – typologicky ide o účastníka cestovného ruchu, ktorý sa počas svojho pobytu zameriava najmä na odpočinok a regeneráciu telesných aj duševných síl pasívnou formou. Do tohto segmentu spadajú najmä návštevníci kúpeľov a wellness centier, ktorí uprednostňujú dlhodobé,

resp. strednodobé liečebné a rekondičné pobyty. Hlavné produktové témy propagácie pre uvedený segment sú: **Zdravotný cestovný ruch, Wellness.**

Návštevník zameraný na poznávanie – účastník cestovného ruchu zaradený do tohto segmentu vyhľadáva aktivity spojené s poznávaním a návštevou kultúrno-historických pamiatok, pamätných miest, UNESCO pamiatok, ako aj centier spojených s prezentáciou kultúry a histórie národa (múzea, galérie, divadla, hrady, zámky, kaštiele a pod.). Keďže jeho cieľom je spoznať a zažiť čo najviac, uprednostňuje skôr poznávacie a putovné dovolenkové ponuky. Hlavné produktové témy propagácie pre uvedený segment sú: **Kultúrne dedičstvo, Mestá a kultúra, Zážitková gastronómia.**

Návštevník vyhľadávajúci zábavu – pre tento cieľový segment sú charakteristické krátkodobé pobyty situované do väčších miest, tzv. „city-breaks“, a centier organizovania rozmanitých kultúrno-spoločenských a športových podujatí. Účastník cestovného ruchu z tohto segmentu počas svojho pobytu vyhľadáva aktivity spojené so zábavou, gastronómiou, návštevou nákupných a zábavných centier, účasťou na folklórnych a moderných festivaloch a pod. Hlavné produktové témy propagácie pre uvedený segment sú: **Mestá a kultúra, Spoločenské podujatia, Zážitková gastronómia.**

Návštevník vyhľadávajúci obchod a vzdelávanie – do tejto skupiny cieľového segmentu patria organizácie a asociácie, ktoré pravidelne organizujú kongresové podujatia – kongresy, konferencie, semináre, študijné a vzdelávacie kurzy, t.j. záujemcovia o kongresový a incentívny cestovný ruch, tzv. „MICE tourism“. Zároveň sem patria aj návštevníci, ktorých pobyt je spojený s nadväzovaním nových, resp. udržiavaním existujúcich obchodných kontaktov a vyznačuje sa iba krátkodobým pobytom. Hlavné produktové témy propagácie pre uvedený segment sú: **MICE**

Z hľadiska podmienok *domáceho cestovného ruchu* SACR zameria svoju pozornosť na nasledovné segmenty trhu:

Mladí ľudia a ľudia v produktívnom veku – do toho segmentu patria návštevníci, ktorí sú slobodní, bez záväzkov a majú ambíciu cestovať, spoznávať a učiť sa. Zaujímajú sa o šport, najnovšiu módu, hudbu, filmy, nové technológie, počítače, mobily, internet. Chcú byť „in“. Vyhľadávajú zábavu, vzrušenie a „adrenalin“. Sú otvorení, prístupní, ovplyvniteľní. Sledujú trendy a rýchlo reagujú na zmeny. Je to budúca generácia účastníkov DCR. Klientela vhodná na formovanie návykov s opakovaným cestovaním po Slovensku.

Rodiny s deťmi – charakteristickou črtou uvedeného segmentu je, že rodičia podriaďujú svoj čas deťom. Dovolenky si plánujú podľa školských prázdnin s prihliadaním na financie. Sú ochotní cestovať za poznávaním a vzdelávaním svojich detí aj po vlastnej krajine. Klientela vhodná na obsadzovanie celoročných ponúk a menej známych stredísk cestovného ruchu s pokojnejšou atmosférou.

Školská mládež (ZŠ, SŠ) – tento segment môžeme klasifikovať ako mládež, ktorá cestuje zväčša v súvislosti s ich povinnou školskou dochádzkou (exkurzie, lyžiarske kurzy, plavecké výlety, letné tábory a pod.).

Seniori - segment návštevníkov vhodný na obsadzovanie do mimosezónnych období s rastom disponibilných príjmov a zvyšujúcim sa fondom voľného času.

Starí rodičia s vnúčatami – pri tomto segmente ide o návštevníkov, ktorí disponujú dostatočným množstvom voľného času. Cestujú prevažne na kratšie a jednoduchové návštevy zariadení CR najmä za účelom sprevádzania vnúchat počas školských prázdnin. V prípade cieľových skupín Seniori a Starí rodičia s vnúčatami sa jedná o novú generáciu seniorov, ktorá už má v podstate vypestované cestovateľské návyky.

Spoločnosti, organizácie, súkromné firmy a ich zamestnanci – trhoví segment, ktorý má záujem najmä o účasť na incentívnom cestovnom ruchu (školenia, semináre spojené s teambuildingom, športové firemné hry, motivačné a rekondičné pobyty zamestnancov), a s tým spojené sprievodné aktivity a spoločenské podujatia.

Zdroj: Spracované podľa Marketingovej stratégie SACR na roky 2010-2013 a Marketingovej stratégie SACR na roky 2014 - 2020

Vývoj podľa Svetovej organizácie cestovného ruchu UNWTO

Svetová organizácia cestovného ruchu UNWTO prezentuje trendy cestovného ruchu ako kvantitatívne projekcie dopytu prostredníctvom ukazovateľov počtu návštevníkov do jednotlivých destinácií a príjmov z cestovného ruchu prostredníctvom prognózy s časovým horizontom do roku 2030. Podľa uvedenej prognózy sa očakáva:

- Počet medzinárodných príjazdov sa bude zvyšovať v priemere 3,3 % ročne. V absolútnych číslach to znamená zvýšenie cca 43 miliónov účastníkov cestovného ruchu za rok. V roku 2020 ide o celkový počet 1,4 mld osôb a v roku 2030 1,8 mld. osôb.
- Cestovný ruch bude smerovať nielen do destinácií ekonomicky vyspelých krajín. Permanentne sa bude zvyšovať význam tzv. rozvojových destinácií v Ázii, Latinskej Amerike, Strednej a východnej Európe, východného európskeho Stredomorja, Stredného východu a Afrike. V týchto regiónov sa očakáva nárast 4,4 %m či znamená dvojnásobok v porovnaní s krajinami s vyspelou ekonomikou, kde nárast dosiahne len 2,2 %. V dôsledku rýchleho rastu návštevnosti destinácií s rozvíjajúcou sa ekonomikou možno konštatovať spomalenie nárastu v Európe (z pôvodných 51% sa zníži na 41%) a v Amerikách (hlavne v severnej časti) sa zníži nárast zo 16 na 14 %.

Tab. č. 24. Prognoza vývoja príjazdov do roku 2030.

Región	Medzinárodné príjazdy 2010			Svetový podiel	
	v mil. osôb			v %	
	2010	2020	2030	2010	2030
Svet	940	1360	1809	100	100
Vyspelé ekonomiky	498	643	772	53	43
Rozvíjajúce sa ekonomiky	442	717	1037	47	57
Európa	475,3	620	744	50,6	40,1
Severná Európa	57,7	72	82	6,1	4,5
Západná Európa	153,7	192	222	16,3	12,3
Sredná a Východná Európa	95	137	176	10,1	9,7
Južná a Stredozem. Európa	168,9	219	264	18	14,6

Zdroj: Spracované podľa UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition, s. 15

Kvalitatívne prvky rozvoja cestovného ruchu uvádza UN WTO v troch základných rovinách. V dokumente Cestovný ruch a milénium, UNWTO naznačuje udržateľnosť, konkurencieschopnosť a zodpovednosť. Spoločenskú zodpovednosť v cestovnom ruchu premieta do prvkov, ktoré vychádzajú z politiky OSN. Ide o tieto základné ciele: odstrániť chudobu a hlad, dosiahnuť základné vzdelanie, podporiť rovnocenné postavenie bez rozdielu pohlavia, znížiť úmrtnosť detí, dosiahnuť zdravie tehotných žien, bojovať proti HIV/AIDS, malárii a ďalším nebezpečným chorobám, zabezpečiť environmentálnu udržateľnosť, rozvíjať globálne partnerstvo pre rozvoj. Viaceré uvedené globálne ciele OSN premietla UN WTO už v Globálnom etickom kódexe a považuje ich za kľúčové problémy, ktoré treba v nasledujúcom miléniu riešiť aj prostredníctvom cestovného ruchu.

Demografický, socio-ekonomický a socio-kultúrny vývoj vždy viedli ku zmenám v dopyte po cestovnom ruchu. Tento vývoj vplýva aj na ponuku v cestovnom ruchu, ktorú je potrebné operatívne inovovať. Lokálne vojny, bezpečnosť a istota, terorizmus a násilie, prírodné zmeny a extrémne počasie, pokračujúca globalizácia a internacionalizácia cestovného ruchu, nové technológie, riziká v komunikácii, rozširovanie Európskej únie, demografické starnutie spoločnosti nové požiadavky, nový životný štýl, nové produkty sa prejavili veľmi výrazne s pozitívnymi aj negatívnymi dôsledkami. Uvedené javy poukázali na latentnú zraniteľnosť cestovného ruchu. Ide o trendy, ktoré musí cestovný ruch vnímať a musí byť na ne včas pripravený. Schopnosť pripraviť sa na tieto závažné trendy determinuje prežitie cestovného ruchu.

Zdroj: Spracované podľa Future trends, <http://tab-beim-bundestag.de/en/publications/reports/ab101.html>

Trendy rozvoja cestovného ruchu podľa EU

Európska únia presadzuje štyri základné **trendy rozvoja cestovného ruchu politicko-ekonomického charakteru**, ktoré tvoria:

- Konkurencieschopnosť cestovného ruchu v Európe
- Podpora rozvoja trvalého, zodpovedného a kvalitného cestovného ruchu
- Upevnenie obrazu a zviditeľnenie Európy ako súboru udržateľných kvalitných destinácií
- Maximalizácia potenciálu finančných politík a nástrojov EU na rozvoj cestovného ruchu.

Z uvedených trendových línií možno poukázať na konkrétne trendy spoločenskej pridanej hodnoty, ktorú predstavuje kreovanie pocitu európskeho občianstva a možnosti voľného pohybu cestovania bez rozdielu kultúry, tradícií alebo jazyka, v podmienkach rovnakých práv európskeho občana. Konkrétne riešenia vychádzajú z podmienok sociálneho a ekonomického rozvoja, územnej súdržnosti, valorizácie prírodného a kultúrneho dedičstva a štrukturálnych zmien v dôsledku rozvoja CR.

Zdroj: Spracované podľa KOM (2010)

Trendy rozvoja cestovného ruchu podľa Svetového ekonomického fóra a OECD

Svetové ekonomické fórum prezentuje zvyšovanie konkurenčného tlaku vysokého počtu krajín v pozícii destinácií cestovného ruchu. V plnej miere to platí pre Slovenskú republiku, ktorá nielen v svetovom porovnaní vyše 140 krajín, ale aj v rámci krajín stredoeurópskeho priestoru permanentne strácala a znižovala svoju konkurencieschopnú pozíciu. Ostatné zlepšenie je čiastočne výsledkom zlepšenia ale aj výsledkom čiastočne zmenenej metodiky kritérií. Najlepšie postavenie a najsilnejšiu schopnosť konkurencieschopnosti v cestovnom ruchu má Rakúsko, ktoré v ostatnom hodnotení dosiahlo tretie miesto vo svete.

Aj v ostatnom období predstavujú pre Slovensko najväčšie bariéry podnikateľské prostredie, možnosti leteckej dopravy a v cenová konkurencieschopnosť.

Tab. č. 25. Pozícia krajín Stredoeurópskeho priestoru vo svetovom hodnotení konkurencieschopnosti.

Destinácia CR	Slovensko	Rakúsko	ČR	Poľsko	Ukrajina	Maďarsko
Obdobie 2008/2009	46	14	33	53	72	62
Obdobie 2010/2011	60	18	36	39	89	52
Rok 2012	71	16	39	41	99	60
Rok 2013	54	3	31	42	76	39

Zdroj: Travel and Tourism Competitviness report 2008/09, 2010/2011,2012,2013

Štúdie OECD potvrdzujú trendy, ktoré prezentuje UN WTO aj EU. Veľkú pozornosť venujú problematike **štátnej politiky cestovného ruchu**.

- Prioritou cestovného ruchu je konkurencieschopnosť a udržateľnosť
- V medzinárodnom cestovnom ruchu ide o dominanciu čínskeho trhu na strane ponuky aj dopytu, ktorá by mala byť aktuálna už v roku 2020
- Domáci cestovný ruch je dôležitý v 78% krajín OECD. Podobne ako zahraničný príjazdový CR aj domáci CR vytvára podmienky pre zamestnanosť a tvorbu pridanej hodnoty
- Politika cestovného ruchu vo všetkých krajinách sa sústreďuje na riešenie problémov ekonomickej krízy, ktoré sa prejavujú vo zvýšenom tlaku na verejné financie. Očakáva sa prehĺbenie spolupráce medzi verejným a súkromným sektorom. Politika cestovného ruchu bude riešiť otázky inovácií v cestovnom ruchu, dopravy, kvality v službách cestovného ruchu a zjednodušenie vízových povinností pre občanov z krajín, ktorí túto povinnosť majú.
- Základným ekonomickým princípom podpory CR bude účasť štátu a jeho priama podpora verejných investícií. Na druhej strane sa očakáva aj podpora prostredníctvom daňového systému.
- Potreba znížiť spotrebné dane a daň z pridanej hodnoty na charakteristické služby v cestovnom ruchu je aktuálna vo väčšine krajín OECD.
- Pre všetky krajiny je potrebné riešiť aj v neistých turbulentných časoch úroveň príjmov z cestovného ruchu.
- Sociálny aspekt sa premieta v podpore sociálneho cestovného ruchu v rámci domáceho trhu.

Zdroj: OECD Tourism Trends and Policies 2014

6 Definícia strategickej vízie rozvoja cestovného ruchu v Bratislavskom kraji

Strategická vízia rozvoja cestovného ruchu vychádza zo stratégie rozvoja cestovného ruchu v Európskej únii, v Slovenskej republike. Špecifiká podmienok pre stanovenie stratégie rozvoja cestovného ruchu v Bratislavskom kraji sú zakotvené v základnom strategickom dokumente Plánu hospodárskeho a sociálneho rozvoja Bratislavského samosprávneho kraja do roku 2020. Cestovný ruch sa premieta v príležitostiach, ktoré boli v dokumente zadefinované. Ide hlavne o využitie rieky Moravy/Malého Dunaja pre cestovný ruch, využívanie geotermálnych zdrojov a využitie potenciálu vinohradníctva a vinárstva.

Rozvoja služieb a cestovného ruchu tvoria samostatný druhý strategický cieľ rozvoja BSK. Cestovný ruch sa premieta v rozvoji troch prioritných osí. Ide o rozvoj ľudských zdrojov (PO2), zamestnanosti (PO3), v konkurencieschopnosti, raste a podnikateľskom prostredí (PO4)

6.1 Pasportizácia atraktivít a ich potenciál

Atraktivity hmotného charakteru možno v Bratislavskom kraji rozčleniť do dvoch základných skupín. Prírodné atraktivity a kultúrne a historické atraktivity. Tieto tvoria základ pre tvorbu ponuky v cestovnom ruchu. Ich udržateľné prepojenie v kombinácii s aktivitami a so zážitkom vytvoria predpoklady pre úspešné začlenenie do cestovného ruchu.

Tab. č. 26. Prírodné, kultúrne a historické atraktivity v Bratislavskom kraji.

Prírodné atraktivity	Kultúrne a historické atraktivity
<p>Bratislava</p> <p>Malé Karpaty: Devínska hradná skala, Devínska Kobyla, Sandbergsko – Pajštúnsky geopark, Partizánska lúka, Železná studienka, Náučný chodník Bratislavský lesopark, Kamzík, Štefánikova magistrála (Devín – Kamzík – Tri duby – Biely kríž), Kačín, Malý Slavín, Horský park, Kochova záhrada.</p> <p>Dunajské lužné lesy: Botanická záhrada UK, Slovanský ostrov, Sihot' (Vodárenské múzeum), Pečniansky les, Soví lužný les, Hrabiny, Starý Háj, Drienkový les, Ostrovné lúčky, Kopáčsky ostrov.</p> <p>Záhorie: Devínske alúvium Moravy, Devínske lúky, Devínske jazero, Cyklistický náučný chodník nivou Moravy (Devín – Moravský sv. Ján).</p>	<p>Bratislava</p> <p>Profánne pamiatky: Bratislavský hrad, Hrad Devín, MPR Bratislava, Grassalkovichov palác, kaštieľ v Rusovciach, Gerulata Rusovce, PZ Vajnory, PZ Areál rušňového depa Bratislava-Východ, PZ Záhorská Bystrica .</p> <p>Sakrálne pamiatky: Dóm Sv. Martina, Hlavné námestie so Starou radnicou a sochami, Modrý kostolík, Mauzóleum Chatama Sofera</p> <p>Múzeá a galérie: Slovenské národné múzeum, Múzeum mesta Bratislavy, Michalská veža, Danubiana, Slovenská národná galéria, Galéria mesta Bratislavy, Galéria Nedbalka,</p>

Prírodné atraktivity	Kultúrne a historické atraktivity
	Iné atrakcie: ZOO, Areál vodných športov Čunovo
<p>Okres Malacky</p> <p>Malé Karpaty: Mariansky banský náučný chodník, Medené Hámre, Pod Pajštúnom, Vysoká, Pohanská, Vápenná (Roštún - rozhľadňa), Kršlenica.</p> <p>Záhorská nížina: Cyklistický náučný chodník nivou Moravy (Devín – Moravský Sv. Ján).Sanbergsko –pajštúnsky geopark, Biobazén Kamenný mlyn</p>	<p>Okres Malacky</p> <p>Profánne pamiatky: Hrad Pajštún, Plavecký hrad, archeologické nálezisko Pohanská, kaštieľ v Malackách, kaštieľ v Stupave, Rímske castrum v Stupave</p> <p>Sakrálné pamiatky: Kaplnka Svätých schodov v kostole Nepoškvrneného počatia P.Márie, Židovská synagóga v Malackách a v Stupave, Pútnické miesto a pamiatková zóna v Marianke.</p> <p>Múzeá a galérie: Habánsky dvor vo Veľkých Levároch, Pamätná izba Martina Benku v Kostolišti, Múzeum M.Tillnera v Malackách, Uhranské múzeum v Záhorskej Vsi</p> <p>Iné atrakcie: Abeland dedina remesiel a umenia, Adventure Park Karpaty v Kuchyni</p>
<p>Okres Pezinok</p> <p>Malé Karpaty: Modranský lesopark, Veľká Homola (rozhľadňa), Zochova chata, Kukla (rozhľadňa), Pezinská Baba, NPR Šúr (Sv.Jur)</p>	<p>Okres Pezinok</p> <p>Profánne pamiatky: Hrad Červený Kameň, Hrad Biely Kameň, kaštieľ v Budmericiach, Pezinský zámok, PZ Modra, MPR Svätý Jur</p> <p>Sakrálné pamiatky: Sv.Jur, Pezinok, Modra a ďalšie</p> <p>Múzeá a galérie: Malokarpatské múzeum Pezinok, Galéria insitného umenia Pezinok, Múzeum Ľudovíta Štúra v Modre, Mestské múzeum v Pezinku, Galéria I.Bizmyyera Modra, Múzeum sl.keramickej plastiky Modra, Zoya Museum –Elesko Wine Park Modra, Obecné múzeum Šenkvice, Budmerická izbička</p> <p>Iné atrakcie: Astronomické observatórium Modra, Sokoliarsky dvor ASTUR na hrade Červený Kameň</p>
<p>Okres Senec</p> <p>Podunajská nížina: Dunajské lužné lesy, Malý Dunaj.</p>	<p>Okres Senec</p> <p>Profánne pamiatky: kaštieľ a park v Bernolákove, kaštieľ a park v Tomášove, v Malinove, Veľkom Bieli, Ivanke pri Dunaji, mohyla gen.M.R.Štefánika</p> <p>Sakrálné pamiatky: Hamuliakovo, Most pri Bratislave</p>

Prírodné atrakcie	Kultúrne a historické atrakcie
	<p>a ďalšie, Dunajská Lužná –pútnické miesto Madonny Žitného ostrova</p> <p>Múzeá a galérie: Múzeum včelárstva na Slovensku – Kráľová pri Senci, Mestské múzeum v Senci, Podunajský remeselný dvor Miloslavov, Pamätná izba gen.M.R.Štefánika</p> <p>Iné atrakcie: Aquapark v Senci, Hvezdáreň Senec, Farma sibírskych tigrov v Kostolnej pri Dunaji</p>

Zdroj: Novacká L.: Vlastné spracovanie

Prírodné prostredie v Bratislavskom kraji má významný potenciál aj vo vodných plochách. Tieto sa vo väčšine prípadov stali atrakciou cestovného ruchu s cieľom rekreácie a oddychu spojenej s kúpaním, alebo s rekreačnými aktivitami pri vode. Vodné plochy disponujú dopytom na lokálnej a regionálnej úrovni. Celostátnu ba dokonca medzinárodnú úroveň dopytu možno konštatovať v lokalitách vodných plôch Zlaté Piesky v Bratislave a Slnčné jazerá v Senci.

Tab. č. 27. Najvýznamnejšie vodné plochy v Bratislavskom kraji.

Územie	Vodná plocha
Mesto Bratislava	Zlaté piesky, Kuchajda, Veľký Draždiak, Vajnorské jazero, Štrkovecké jazero
Okres Malacky	Malé Leváre, Malacky, Jakubov, Kuchyňa, Plavecký Štvrtok, Vysoká pri Morave, Lozorno
Okres Pezinok	Kučišdorfská dolina, Slnčné údolie, Harmónia, Budmerice, Vištuk
Okres Senec	Slnčné jazerá (5) Senec, Hlboké jazero Senec, Rovinka, Ivanka pri Dunaji

Udržateľný prístup ku využívaniu prírodných atrakcií si vyžaduje aj ochrana prírody a krajiny. Bratislavský kraj má na svojom území tri chránené územia II.stupňa: CHKO Malé Karpaty, CHKO Záhorie a CHKO Dunajské Luhy. Spolu je chránených lokalít 53. Maloplošne evidovaných chránených území je 6 (podľa ÚPNR BSK). Významné sú chránené vtáčie územia. V Prílohe č.12 je uvedený zoznam a krátky popis jednotlivých chránených krajinných oblastí.

Tab. č. 28. Chránené územia v Bratislavskom kraji.

Chránená krajinná oblasť	Chránené územie, areál (CHA), prírodná rezervácia a národná prírodná rezervácia (PR a NP), prírodná pamiatka a národná prírodná pamiatka (PP a NPP), chránený krajinný prvok (CHKP)
CHKO Dunajské Luhy	Dunajské ostrovy (PR), Gaic (PR), Kopáčsky ostrov (PR), Ostrovné lúčky (PR), Panský diel (PP), Poľovnícky les (CHA) a iné
CHKO Malé Karpaty	Bukovina (PP), Devínska Kobyla (NPR), Jurské jazero (PR), Fialková dolina (PR), Pod Pajštúnom (PR), Roštún (NPR), Svätajurské hradisko (CHA), Šúr (NPR), Tisové skaly (PP) a iné
CHKO Záhorie	Dolný les (NPR), Horný les (NPR), Jazerinky (CHA), Nové pole (PR), Šmolzie (PR), Marhecké rybníky (CHA) a iné
Chránené vtáčie územia	Devínska Nová Ves, Záhorská Bystrica I, Borinka II, Gajary, Jakubov, Kostolište, Láb, Malacky, Malé Leváre, Mást I, Mást III, Plavecký Štvrtok I, Plavecký Štvrtok II, Stupava, Suchohrad, Veľké Leváre, Vysoká pri Morave, Záhorská Bystrica II, Záhorská Ves, Závod, Zohor, Uľanská mokraď,
nezaradené	Vápenický potok (CHKP), Pečniansky les (CHA), Horský park (CHA), Bôrik (CHA), Devínska skala (NPP), Chorvátske rameno (CHA), Sihot' (CHA), Šranecké piesky (CHA), Bženisko (CHA), Vanišová (CHA) Martinský les (CHKP) a iné

Zdroj: Spracované podľa: Štátny zoznam osobitne chránených území, <http://uzemia.eviroportal.sk>, Stratégia rozvoja CR Dolného Záhoria

6.2 Potenciál a konkurencieschopnosť kultúrnych a historických aktivít

V oblasti kultúry má vyše dvestoročnú tradíciu divadelníctvo, viazané na hl. m. SR Bratislavu. Medzinárodné renomé má Slovenské národné divadlo s činohernou, opernou, operetnou a baletnou scénou. Celoslovenský význam majú z aspektu dopytu Mestské divadlo P.O.Hviezdoslava, Malá scéna, Nová scéna, Radošinské naivné divadlo. Významné poslanie v šírení divadelnej kultúry plnia malé javiskové formy. V Bratislavskom kraji pôsobia divadlá a divadelné súbory v nasledovnej štruktúre:

Tab. č. 29. Divadlá divadelné súbory v Bratislavskom kraji.

Divadlo podľa formy vlastníctva	Počet stálych scén v prevádzke	Počet sedadiel v stálych scénach v prevádzke	Divadelné súbory
Štátne	10	4 331	6
Neštátne	20	3 231	19

Zdroj: <http://px-web.statistics.sk>/PXWebSlovak

V zriaďovateľskej pôsobnosti Bratislavského samosprávneho kraja je Bratislavské bábkové divadlo, Divadlo LUDUS, Divadlo ASTORKA Korzo 90, Divadlo Aréna.

Významná je sieť galérií a múzeí. Viac ako 90 tisíc exponátov v celkovom počte 23 stálych expozícií prezentujú tri galérie, z toho s celoštátnym významom pôsobí Slovenská národná galéria a Bratislavská galéria. V Bratislavskom kraji prezentuje 27 múzeí cca 3 400 000 exponátov v 63 stálych expozíciách. Slovenské národné múzeum má celoštátny význam. Hudobnú produkciu zabezpečujú hudobné telesá Slovenskej filharmónie, Symfonický orchester SRTV a ďalšie hudobné súbory v pôsobnosti rôznych inštitúcií.

Knižničnú výpožičnú službu zabezpečuje sieť 73 knižníc, v ktorých je zaregistrovaných 49 220 aktívnych užívateľov. Na nákup knižničného fondu disponujú čiastkou 248 065,71 EUR.

História územia Bratislavského kraja podmienila charakter a počet historických svetských stavieb. Popri národných kultúrnych pamiatkach hradov v Bratislave a na Devíne sa v kraji nachádzajú v prevažnej miere kaštiele a kúrie. Viacero kaštieľov je zaradených do ochrany na úrovni národnej kultúrnej pamiatky napr. Veľký Biel, Budmerice, Neskoro renesančný kaštieľ v Bratislave Rača. Vybrané kaštiele sú rekonštruované a ich komerčné využitie ponúka služby účastníkom cestovného ruchu napr. Čierna Voda, Tomášov a pod. Viacero kaštieľov je v dezolátnom stave a vyžadujú si rekonštrukciu. Prehľad využitia a prístupnosti je v nasledujúcej tabuľke.

Tab. č. 30. Najvýznamnejšie hrady, zámky a kaštiele v BSK s využitím pre potreby CR:

Názov, lokalita	Funkčnosť (ruiny, expozícia)	Prístupnosť voľný vstup pre verejnosť /platený
Bratislavský hrad	expozícia	platený vstup
Hrad Červený kameň, Častá	expozícia	platený vstup
Kaštieľ v Tomášove	komerčné využitie, hotel	voľný vstup pre ubytovaných hostí
Hrad Devín, Bratislava	expozícia	platený vstup
Hrad Pajštún, Borinka	ruiny	voľný vstup pre verejnosť
Plavecký hrad, Plavecké Podhradie	ruiny	voľný vstup pre verejnosť
Hrad Biely kameň, Svätý Jur	ruiny	voľný vstup pre verejnosť
Kaštieľ v Bernolákove (BM)	komerčné využitie + golfové ihrisko	platený vstup pre členov
Hrad Dračí hrádok, Borinka	ruiny	voľný vstup pre verejnosť
Kaštieľ v Malackách	čiastočne zrekonštruovaný – expozícia	platený vstup
Pezinský zámok	komerčné využitie, reštaurácia, vinotéka	voľný vstup pre verejnosť do časti areálu

Názov, lokalita	Funkčnosť (ruiny, expozícia)	Prístupnosť voľný vstup pre verejnosť /platený
Kaštieľ v Modre	Spoločenské využitie, osvetové stredisko	voľný vstup pre verejnosť počas podujatí
Kúria Turecký dom	Mestské múzeum a MIC	voľný vstup pre verejnosť
Pálffyovský kaštieľ Sv. Jur	komerčné využitie, penzión, vinotéka	voľný vstup pre verejnosť do časti areálu
Kaštieľ v Bratislave - Čiernej Vode	komerčné využitie, hotel	voľne prístupný (pr eunytovaných hostí)
Hrad Čeklís (Bernolákovo)	ruina	voľný vstup pre verejnosť

Zdroj: Spracované podľa www.slovenskehrady.sk, www.ber nolakovo.sk, Stratégia rozvoja CRBSK 2007-2013 www.bsk.sk, http://www.kastiel.org/index.php?option=com_hotproperty&task=view&id=14&Itemid=76

6.3 Potenciál a konkurencieschopnosť športových a prírodných atraktivít

Miera zachovania prírodných stanovišť v BSK dosahuje pomerne dobrú úroveň. Špecifické prírodné stanovišťa ako vrcholové chrbáty Malých Karpát (masív Vysokej, Vápennej, Kršlenice, Strminy a iné), mokrade (Šúr, Dunajské lužné lesy, niva Moravy), teplomilné a suchomilné stepi a lesostepi na Devínskej Kobyle patria medzi najzachovalejšie v našej krajine a právom sú označované ako územia európskeho a v tomto prípade „slovenského“ významu. Pohyb v nich je, keďže sú to prísne rezervácie obmedzený na turistické, cykloturistické a náučné chodníky. Celkom dobré podmienky vykazujú aj hospodárske lesy, obhospodarované lúky a pasienky v Malých Karpatoch. Takisto poľnohospodárska krajina dotvára vhodné podmienky pre voľný aj organizovaný športový cestovný ruch.

Športový a rekreačný cestovný ruch

Najvýznamnejšou formou cestovného ruchu v regióne BSK je športovo-rekreačný cestovný ruch a to najmä pešia turistika so zberom lesných plodov (hubárstvo), cykloturistika, vodná turistika a letné aktivity pri vodných plochách. Potenciál pre uvedené aktivity v rámci daného typu cestovného ruchu vyplýva z prírodných možností (Záhorská nížina, Malé Karpaty, rieka Morava) a charakteru oblasti ako vidieckeho zázemia Bratislavy.

Pešia turistika je atraktívna najmä v priľahlých častiach Malých Karpát s množstvom značených turistických a naučných chodníkov v rôznych typoch prírodných stanovišť (lúky, lesy, lesostepi, mokrade). Hlavným hrebeňom Malých Karpát prechádza európska diaľková turistická trasa E8, ktorá spája Severné more s Čiernym morom (Rotterdam – Bospor). Táto trasa prechádza slovenskými pohoriami od Devína až po Duklianský priesmyk a v malokarpatskom úseku Devín – Bradlo sa nazýva Štefánikova magistrála. V oblasti BSK je to úsek Devín – Červené hora (k. ú. Plavecký Mikuláš).

Náučné chodníky dotvárajú a obohacujú sieť turistických chodníkov v Malých Karpatoch. V sledovanej oblasti Bratislavského kraja sa nachádza **24 náučných chodníkov**: Náučný chodník Prírodné klenoty Šúru, Svätajurský náučný chodník, Svet farieb (po stopách J. Kupeckého a iných pezinských maliarov), Náučný chodník v zámockom parku (Pezinok), Pezinský náučný chodník, Náučný chodník po modrej tur. značke Pezinok - Baba, Vinohradnícky náučný chodník, Náučný chodník Biskupické lužné lesy, Náučný park Dinopark ZOO Bratislava, Náučný chodník Lamač – Kačín, Banský náučný chodník Pece – Čertov kopec, Náučný chodník Bratislavské luhy, Náučný chodník Nivou Moravy (Devín – Moravský Sv. Ján), Náučný chodník Devínskou Kobylou, Náučný chodník v obci Častá, Historický náučný chodník Okolohradná potulka Červený Kameň, Doliansky historický chodník, Modranský banský náučný chodník, Malacký historicko – náučný chodník, Náučný chodník Modranským lesoparkom, Ampeologický chodník zdraviav areáli ELESKO.

Lesy Borskej nížiny zaberá z veľkej časti Vojenský obvod Záhorie, ktorého územie nie je pre verejnosť prístupné. Prechádza tadiaľto iba jeden turistický značený chodník, na severnom okraji vojenského priestoru, medzi obcami Závod a Studienka, ktorý pokračuje až do Senice.

Najvýznamnejšie lokality pre pešiu turistiku: Pajštúnsky hrad, Dračí hrádok, Plavecký hrad, hrad Biely Kameň, Svätajurské hradisko, Hrad Devín, Devínska Kobyla, Kamzík, Kačín, Pánova lúka, Biely kríž, Salaš, Tri Kamenné kopce, Pezinská Baba, Zámčisko, Veľká Homola, Traja jazdci, Zochova chata, Kukla, Čermák, Vysoká, Taricové skaly, Sklená huta, Skalka, Vápenná a Klokoč.

Cykloturistika vytvára na Podunajskej nížine a rovinatom Záhorí spolu s príľahlými kopcami Malých Karpát poskytujú možnosti pre výlety na bicykli v rôznych prostrediach a s rozličným stupňom obtiažnosti. Riešeným územím prechádza množstvo značených cyklotrás, o ktoré sa stará Slovenský cykloklub. Červenou farbou sú označené medzinárodné a diaľkové cyklomagistrály, ktorých je v súčasnosti na Slovensku 48. Ide o dlhšie trasy, ktoré spájajú viaceré regióny a väčšinou sú napojené na diaľkové trasy v susedných štátoch. Dolným Záhorím prechádzajú dve cyklomagistrály a EUROVELO 13, ktorá je prepojená cykomostom Slobody prepojená na cyklistické trasy v Rakúsku. Lesy Malých Karpát sú vhodné pre jazdu na horských bicykloch, pre tento účel sú využiteľné aj turistické značené chodníky, ktorých je v pohorí dostatok. Veľkou udalosťou bolo minuločné spustenie Bike Parku – Malé Karpaty, ktorý v rámci európskeho projektu jednak vytvoril nové cyklistické značkové chodníky, ale aj nanovo preznačil jestvujúce a vytvoril sieť cyklorázcestníkov. Výborné geografické podmienky sú základným predpokladom pre rozvoj **cyklotrás**.

Mapa cyklotrás v Bratislavskom regióne je uvedená v Prílohe č.19.

Bratislavský kraj je pre cykloturistov prepojený so susednými regiónmi na Slovensku, v Rakúsku a Maďarsku. Ide o tieto trasy:

Tab. č. 31. Cyklotrasy prepájajúce BSK so susednými štátmi

Trasa	Dĺžka trasy	Trasa	Dĺžka trasy
EUROVELO 6 – Bratislava prístavný most - Štúrovo	54,5 km	EUROVELO 6 – pokračovanie do Maďarska (Rajka, Mosonmagyaróvár)	36,1 km
EUROVELO 6 – Berg - Čunovo	24,5 km	EUROVELO 6 variant Bratislava – Haslau an der Donau - Orth an der Donau	41,4 km
Carnuntum – Schloss Hof – Bratislava tour	51 km	EUROVELO 6 variant Bratislava – Orth an der Donau	32,8 km
Častá – Ružindol – Trnava	28 km	Hamuliakovo - Dunajská Lužná - Ivanka pri Bratislave	22,2 km
Hundsheimer Berge Tour: Große Runde	43,3 km	Hamuliakovo - Senec	37,5 km
Malacky - Senica (úsek Malacky - Borský Mikuláš)	29,3 km	Malokarpatská cyklomagistrála (úsek Dechtice - Vysoká pri Morave)	71,6 km
Marchfeldkanal Radweg	61,7 km	Mosonmagyaróvár-Zurndorf	25 km
Modra - Doľany - Trstín	30,8 km	Römer Tour	27,3 km
Nationalpark Tour Donau-Auen	44 km	Weinradweg - Muskateller	77,8 km
Trnava - Doľany - Majdán	30 km	Weinradweg - Traminer	76,6 km
Winzer Tour Carnuntum	43,7 km	Eurovelo 13	
Záhorská cyklomagistrála (úsek Šaštín - Devín)	73,9 km		

Zdroj: Spracované podľa www.letsbike.sk

Nedostatkom vybudovaných cyklotrás je nízky počet segregovaných cyklotrás. Umiestnenie cyklotrás je často prepojené na komunikácie s pravidelnou automobilovou premávkou, bez vybudovania samostatných pruhov, či iných bezpečnostných prvkov. Výnimkami sú úseky v Malých Karpatoch, časť úseku zo Sv. Jura do Vysokej pri Morave (Devínske jazero - Stupava) a Moravská cyklocesta. Aktuálne je rozpracovaná koncepcia rozvoja cyklotrás BK vo vzťahu k integrovanému dopravnému systému a cestovnému ruchu.

Vodná turistika sa v sledovanom území kraja realizuje najmä splavmi riek a ramien. Rieka Morava je pre svoj pokojný tok vhodná na splavy aj pre menej skúsených vodákov, prípadne rodiny s deťmi. Rieka sa splavuje väčšinou od Moravského svätého Jána po Devín, kde je možné pokračovať splavom Dunaja. Ide o dvojdňový splav, pri jednodňových splavoch sa začína vo Vysokej pri

Morave. Sezóna trvá od júla do októbra. Splavy pre záujemcov zabezpečujú aj cestovné kancelárie, ktoré zapožičiavajú potrebné vybavenie a podľa potreby poskytnú aj sprievodcu.

Ďalším veľmi vhodným územím v rámci kraja je splav Malého Dunaja. Ten sa splavuje buď po častiach alebo aj celý. Počas splavov je možné využívať táboriská pozdĺž vodného toku. Splav patrí medzi najkrajšie na Slovensku aj pre svoju nenáročnosť.

V budúcnosti možno očakávať výrazné **využitie rieky Dunaja pre osobnú dopravu a pre rekreačné využitie** motorových člnov, motorových jacht a vodných vznášadiel. Predpokladom je vybudovanie prístavísk, ktoré sú naplánované v rámci stratégie rozvoja Dunaja. V letných mesiacoch sa očakáva sprevádzkovanie trasy Propelera na trase Staré Mesto-Petržalka-River Park, v roku 2015 sa predpokladá otvorenie osobnej lodnej dopravy Dunajbus.

Významným prvkom využitia Dunaja a jeho ramien je aj **ukotvenie hausboatov**, ktoré sa stávajú trendom v alternatívnych formách dovolenkových „druhých domov“, alebo aj komerčných ubytovacích zariadení. Je však nutné vyriešiť súčasnú nežiadúcu situáciu, keď viacero hausbátov nie je umiestnených úplne legálne.

Letná rekreácia pri vodných plochách sa v rámci BSK sústreďuje pri vodných plochách, ktoré sú vhodné pre letnú rekreáciu a kúpanie. Pri väčšine z nich však nie je vybudovaná dostatočná infraštruktúra a doplnkové služby.

Za najvýznamnejšie miesto letnej rekreácie môžeme považovať **Senecké jazera v Senci**. Vybudovaná infraštruktúra zodpovedá náročným požiadavkám klientov s dostatkom ubytovacích a stravovacích možností. Z ďalších stredísk možno spomenúť **Zlaté piesky v Bratislave** alebo **stredisko Rudava** pri Malých Levároch. Nachádza sa tu jazero s pieskovými plážami s rozlohou vodnej plochy 2,3 km². V stredisku je možnosť ubytovania v chatkách, bungalovoch a kempe.

Ďalším strediskom letnej rekreácie je **Kamenný mlyn** pri obci Plavecký Štvrtok, dostupný z diaľnice D2, kde je vybudované biokúpalisko a ďalšie športové ihriská. Ubytovanie je možné v hoteli alebo bungalovoch. Stravovacie služby poskytuje reštaurácia a motorest. Uskutočňuje sa tu pravidelný hudobný festival Country Mlyn a ďalšie podujatia (výstavy psov, výstavy automobilových veteránov, motorkárske zrazy).

Novou možnosťou letnej rekreácie je **Camping Park Karpaty**. Camping Park Karpaty sa nachádza nad obcou Kuchyňa, pri západnom úpätí Malých Karpát na hranici Chránenej krajinskej oblasti Malé Karpaty. Camping Park ponúka ubytovanie formou stanovíšť pre obytné automobily, stany, prívesy a karavany. Nedávno sa camping rozrástol o areal netradičných adrenalínových športov **Adventure Park Karpaty**, ktorý ponúka aktivity ako stand-up paddling, terénnu lukostrelbu, discgolf, terénne kolobežky, kurz prežitia v divokej prírode a pod.

Nie úplne vhodnými vodnými plochami pre letné kúpanie sú aj: **štrkoviská** pri obciach Plavecký Štvrtok, Jakubovské rybníky, priehradné vodné nádrže Kuchyňa, Lozorno a Vývrat (medzi obcami Kuchyňa a Rohožník), Vysoká pri Morave (Štvorec) a Lábske jazero. Pri väčšine z nich sú vybudované chatové oblasti, bez dobudovanej infraštruktúrnej siete. Okrem spomínaných sa v oblasti nachádzajú aj ďalšie menšie vodné plochy, využívané domácimi obyvateľmi, bez veľkého potenciálu na ich hromadné využívanie.

Bratislavský kraj poskytuje široké možnosti pre **rybolov** na riekach Dunaj a Morava a ich ramenách a prítokoch, početných vodných kanáloch, štrkoviskách a priehradných vodných nádržiach.

Nachádza sa tu veľké množstvo kaprových revírov, k najvýznamnejším patria hlavný tok rieky Moravy, vodná nádrž Lozorno, štrkovisko Židovky, štrkovisko pri Jakubove, Rudava, Draždiak, Čunovské jazerá, Zlaté piesky. Pstruhové revíry sú na Lozornianskom a Stupavskom potoku.

Medzi ďalšie populárne voľnočasové aktivity patrí aj **poľovníctvo**, ktoré má v území vhodné podmienky a bohatú tradíciu. V miešaných lesoch sa dobre darí vysokej zveri ako napríklad srnec, daniel a muflón. Veľký výskyt zaznamenávajú aj diviaky. Z vtáctva sú vyhľadávané poľovačky na divé kačice, bažanty a sluky.

Služby spojené **s jazdou na koni** poskytujú záujemcom jazdecké kluby alebo ranče v obciach Vysoká pri Morave, Veľké Leváre, Lozorno, Jablonové, Stupava, Gajary, Kostolište a Malacky, Miloslavov, Limbach, Chorv. Grob-Čierna voda, Margitin dvor Častá, Areál Rozálka Pezinok, Jazdecké pólo Hrubá Borša. Významnou je značená jazdecká trasa Pezinok-Zlatá Studnička-Svätý Jur. Základom ponuky sú jazdecké kurzy a vychádzky na koňoch, prípadne hipoterapia. Poskytovanie ubytovania spojeného s agroturistickými aktivitami zatiaľ nie je dostatočne rozvinuté. Ubytovanie na farme alebo gazdovskom dvore v súčasnosti poskytujú Ranč u Dunarú vo Veľkých Levároch a farma Gladys v Gajaroch.

Golfové aktivity zastrešuje viacero prevádzok. Najvýznamnejší golfový rezort v kraji je Black River Resort v Bernolákove. Je to klasické 18-jamkové ihrisko, ktoré vzniklo ako jedno z prvých na Slovensku ešte v roku 1990. Patrí medzi technicky najnáročnejšie v Európe. V roku 2009 vzniklo južne od Malaciek 18-jamkové ihrisko Malacky Eurovalley Golf park, ktoré poskytuje svojim záujemcom dve ihriská Malacky Public Course a Malacky Sand Course. Malacky a Bernolákovo sú súčasťou jednej značky – Black&White Golf Resort Bratislava. Ďalším veľkým golfovým rezortom je golfový areál GREEN RESORT s 27 jamkami (vrátane 18 jamkového ihriska), ktorý sa nachádza v obci Hrubá Borša pri Senci. Ďalšie naplánované golfové ihrisko by malo vzniknúť v lokalite Nandin dvor medzi obcami Zohor a Vysoká pri Morave. Ihrisko golfového klubu Pegas sa nachádza pri obci Lozorno. Činnosť zahájil v roku 1998 s orientáciou na vybudovanie cvičiska. V súčasnosti areál ponúka Driving Range s cvičným odpaliskom, putting green so 4 cvičnými jamkami. Golfový klub Pegas ponúka záujemcom aj služby v oblasti certifikovaného golfového kurzu a tréningu.

Záhorie je so svojimi borovicovými lesmi a priláhlými kopcami Malých Karpát vyhľadávanou **hubárskou oblasťou**. Oblúbenou lokalitou na Borskej nížine je okolie obce Studienka a v Malých Karpatoch napríklad Vývrat pri obci Kuchyňa. Oblúbenými druhmi húb, ktoré sa tu vyskytujú, sú: dubáky, suchohríby, kozáky a masliaky. Hlavná hubárska sezóna na Záhorí je v jesennom období, huby je však možné zbierať väčšinou už od mája. Pri tejto aktivite je potrebné dodať, že veľa ľudí využíva pre zber húb Vojenský výcvikový priestor Záhorie, najmä jeho nížinnú časť. Na vstup je potrebné mať povolenie, ktoré je možné vybaviť na Okresnom úrade Malacky. Treba však dodržiavať pravidlá vojenského priestoru, najmä v rámci výcvikových kurzov našich aj domácich vojakov v tejto lokalite.

Možnosti **zimnej rekreácie** sú vzhľadom na prírodný charakter BSK obmedzené. V Malých Karpatoch sa nachádzajú dve menšie lyžiarske strediská – Pezinská Baba a Zochova chata. Pezinská Baba medzi obcou Pernek a mestom Pezinok v Malých Karpatoch má v prevádzke päť vlekov na troch zjazdových tratiach s dĺžkou 500, 700 a 1000 m. Zabezpečené je umelé zasnežovanie a osvetlenie pre večerné lyžovanie. V stredisku sa nachádza aj sánkarská dráha a trate pre bežecké lyžovanie. Ubytovanie je možné v moteli Baba. Zochova chata má k dispozícii dva 300 m vleky s prevýšnim 70 m. Ubytovanie je možné v horskom hoteli Zochova chata. V Malých

Karpatoch je tiež niekoľko vyznačených tratí pre bežecké lyžovanie. Hlavnú lyžiarsku turistickú značenú trasu tvorí Štefánikova magistrála na hrebeni pohoria. Na magistrálu sa napájajú zo strany Záhoria trasy z Marianky a Košariska, ostatné trasy sú orientované na východnú stranu pohoria, do Sv. Jura, Pezinku a Modry.

Nedostatkom potenciálu prírodných atrakcií je ich slabá marketingová komunikácia na úrovni štátnej správy, samosprávy i podnikateľských subjektov. Aktívny prístup zo strany mimovládnych organizácií a čiastočne Štátnej ochrany prírody nemôže zaezpečiť komplexný marketing. Z aspektu obsahu možno vidieť posun v prepojení marketingových aktivít na históriu a kultúru, kde by sa realizovali prírodovedno-historické prehliadky vybraných lokalít BSK.

6.4 Potenciál a konkurencieschopnosť podujatí

Bratislavský kraj sa prezentuje širokým spektrom **podujatí** kultúrneho i športového charakteru. Tieto majú svoju tradíciu a viaceré datujú svoj vznik niekoľko rokov až desaťročí späť. Ide o produkty, ktoré vytvárajú pocit zážitku a sú v maximálnej miere využiteľné pre ponuku v cestovnom ruchu. Viaceré podujatia majú medzinárodný charakter, čo predurčuje atraktívnosť aj pre zahraničnú klientelu. Podujatia sú významný predpoklad pre zatraktívnenie Bratislavského kraja prostredníctvom aktivít, ktoré sú lokalizované v exitujúcich hmotných – hmatateľných atrakciách prírodného alebo kultúrneho charakteru. Podujatia predstavujú jednu zo síl konkurencieschopnosti kraja v cestovnom ruchu. Viacročná, pravidelná existencia a záujem zo strany dopytu vytvára predpoklady pre postupný úspešný vývoj daného podujatia na regionálnu, neskôr cezhraničnú a potenciálne aj na medzinárodnú úroveň.

Tab. č. 32. Najvýznamnejšie pravidelné podujatia v Bratislavskom kraji v časovom členení podľa mesiacov v roku.

Mesiac	Názov pravidelného podujatia
január	Deň svätajurských pivníc, Dni maďarskej kultúry Senec, Veľtrh cestovného ruchu Slovakiatour a DanubiusGastro Bratislava, Zimný festival jedla Bratislava, Zimný MTB maratón Bratislava (šport),
február	Pezinské vínné pivnice, Olympijský filmový festival Bratislava,
marec	Víno, ženy a vône, Veľkonočné trhy Senec, Senecká ruka (šport), Livin´blues Bratislava, Nord Fest (filmový festival) Bratislava, Anima Show and Game Bratislava, ČSOB Maratón Bratislava (šport),
apríl	Svätajurské hody, Deň modranských pivníc, Šíp Piccarda Senec (šport), Vínné trhy Pezínok, Malacká hudobná jar, CherchezfaFemme (medz.hudobný ženský festival) Bratislava, Beh Devín-Bratislava (šport), Hory a mesto film.festival Bratislava, Slovakia CANTAT festival speváckych zborov Bratislava, Burza starožitností na hrade Červený Kameň (apríl –október)
máj	Vína na hrade Červený Kameň Častá, Slovak Food Festival Bratislava, Otvorené pivnice na sv. Urbana Malokarpatský región, Výstava psov všetkých plemien CAC Senec, Rybárske preteky Senec (šport), Senecká korčuľa, Prvomájové Malacky (šport+kult), Bratislavská komorná gitara, Beh pre život Bratislava

Mesiac	Názov pravidelného podujatia
	(šport), Bratislavský majáles, Cyklotúra Cesta priateľstva Bratislava (šport), Slovak food festival Bratislava, Noc múzeí a galérií, Historický festival na hrade Červený Kameň Častá
jún	Gurmán fest Bratislava, Devínsky stravec Bratislava-Devín, Farmárske dni Bratislava, Senecké leto, Veľký letný karneval Senec, Cyklomaratón Pezinok (šport), Veľká cena veteránov Pezinok (šport+kult), Keramické trhy Pezinok, Festival pouličného divadla Pezinok, Jarné bratislavské džesové dni, E ON jazznight Bratislava, Hip-hop festival Bratislava, SaguaroRun Fest (šport) Bratislava, Gurman fest Bratislava, Bratislavský StreetArt festival, Kultúrne leto a Bratislavské hradné slávnosti, Medzinárodný festival detských folklórnych súborov Bratislava, Bratislava City Beats, Bratislavské korunovačné slávnosti, VivaMusica! Fest Bratislava,
Júl	Habánsky hodový jarmok Veľké Leváre, Dolce Vitaj Bratislava, OpenJazz festival Bratislava, Stupava Trophy (šport+kult), Grand Prix (skoky na koni) Bratislava (šport), UprisingReggae Festival Bratislava, Kultúrne leto a Bratislavské hradné slávnosti,
august	Vajnorské dožinky Bratislava-Vajnory, Fyzulnačka Pezinok, Majstrovstvá Európy v tlaku na lavičke Senec (šport), Medzinárodný potápačský karneval Senec (šport+kult), Pivo Fest Senec, Pezinský permoník, Dychovky v Preši Pezinok, Poľovnícky deň Malacky, Dni majstrov UL'UV Bratislava, Festival (Fjúžu – nových menšín) Bratislava, Festival divokej vody Čunovo, Kultúrne leto a Bratislavské hradné slávnosti, Červenokamenská púť, Jarmok na mlyne v Doľanoch
september	Otvorenie župnej jesene Bratislava, Hubertove slávnosti pri burčiaku Svätý Jur, Deň otvorených dverí prevádzok s husacímišpecialitami Slovenský Grob, Deň vo vinohradoch vinice Malých Karpát, Vinobranie Modra, Pezinok, Bratislava-Rača, Sološníckykrumpolový deň Sološnica, Hasprunský dubák Studienka, Senecký festival dychovej hudby, Wallnerov memoriál plachtenia a windsurfingu Senec (šport), Malokarpatský stravec parkúrových skokov Pezinok (šport), Kultúrne leto a Bratislavské hradné slávnosti, Výročná púť v Marianke
október	Dni zelá Stupava, Jablkové hodovanie s mladým vínom, Fresh Market v Bratislave, Pezinok, Modra, Stupava, Malacky, Senec, Dunajská Lužná, Jablonové, Devínska Nová Ves), Festival Eugena Suchoňa Pezinok, Pezinský stravec tanca Pezinok (šport+kult)
november	Svätomartinské dni a sviatok mladého vína Bratislava, Pezinok, Deň otvorených pivníc Malokarpatský región, Mestské zabíjačkové hody Senec, Bratislava,
december	Vianočné trhy Bratislava, Ivanka pri Dunaji, Senec, Župné Vianoce Stupava, Pezinok, Mikuláš v Senci, Adventné Malacky, Silvestrovský ponor Senec (šport), Silvester Bratislava, Župná zabíjačka, Vianoce na hrade Červený Kameň Častá

Zdroj: Spracované podľa: <http://www.region-bsk.sk/clanok/typy-na-vylety-v-regione-bsk-ausflugstipps-nova-mapa-zazitkov-a-pozitkov-laka-k-poznavaniu-regionov-bratislavskeho-kraja-a-dolneho-rakuska.aspx>,
http://www.senec.sk/downloads/kalendar_podujati.pdf, http://www.malacky.sk/index.php?page=kalendar&id_podujatie=3824,
<http://www.pezinok.sk/?yggid=76>, http://kalendarakcii.bratislava.sk/vismo/kalendar-akci.asp?hledani=1&id_org=700021&kdy=0&query=&typ_akce=1335&misto=0

6.5 Súčasný produkt cestovného ruchu v Bratislavskom kraji

Infraštruktúra a supraštruktúra cestovného ruchu v Bratislavskom kraji vytvára základné materiálne predpoklady pre tvorbu produktu cestovného ruchu. Tieto sa v súčinnosti s manažmentom premietajú do ponuky cestovného ruchu nasledovne.

Tab. č. 33. Produkty cestovného ruchu v Bratislavskom kraji prezentované v Mape zážitkov:

	Názov tematickej trasy CR	Využitie
1.	Bratislava, historické centrum – kultúra s pôžitkom	celoročne
2.	Bratislava, nábrežie Dunaja – relax s pôžitkom	celoročne
3.	Bratislavský lesný park – príroda veľkomesta	celoročne
4.	Hrad Devín – cezhraničná panoráma	sezónne
5.	Devínska Nová Ves – Devínska Kobyla	sezónne
6.	Areál vodných športov Čunovo a museum Danubiana	sezónne/celoročne
7.	Slnčné jazerá + Aquapark Senec – pôžitok z vody	sezónne
8.	Pezinok – metropola vinárstva	celoročne
9.	Modra – víno a keramika	celoročne
10.	Svätý Jur – historický a vinohradnícky	celoročne
11.	Hrad Červený Kameň Častá – návrat do minulosti	celoročne
12.	Stupava – mesto kapusty	sezónne
13.	Malacky – dedičstvo Pálffyovcov	celoročne
14.	Niva rieky Morava – ekologický pôžitok	sezónne
15.	Slovenský Grob – gurmánske kráľovstvo	celoročne
16.	Marianka – putovanie do Mariánskeho údolia	celoročne
17.	Cestou židovského kultúrneho dedičstva	celoročne
18.	Podujatia v Bratislavskom kraji	v konkrétnych termínoch

Zdroj: Spracované podľa: <http://www.region-bsk.sk/clanok/tipy-na-vylety-v-regione-bsk-ausflugstipps-nova-mapa-zazitkov-a-pozitkov-laka-k-poznavaniu-regionov-bratislavskeho-kraja-a-dolneho-rakuska.aspx>

Bratislavský kraj vytvára možnosti pre aktívne využitie voľného času. Má predpoklady pre uplatnenie rôznych foriem cestovného ruchu pre jeho účastníkov v rámci domáceho i zahraničného príjazdového cestovného ruchu. Predpoklady dokumentuje aj prehľad tzv. „Naj...“ v jednotlivých destináciách cestovného ruchu Bratislavského kraja, ktoré uvádzame v Prílohe č.14.

Potenciál Bratislavského kraja v súlade s naznačenými možnosťami, ktoré boli vyhodnotené v rámci dokumentu Regionalizácia cestovného ruchu v roku 2005 bol aktualizovaný prostredníctvom hodnotenia expertov (9 zo SR a 2 zo zahraničia). Potenciál pre nastavené aktivity bol rozčlenený pre potreby zahraničnej klientely a domácej klientely. Rozčlenenie bolo potrebné z dôvodu rozdielného potenciálu pre zahraničnú klientelu, ktorá dominuje v hlavnom meste SR v Bratislave a klientelu zo SR, ktorú Bratislavský kraj očakáva z celého územia SR. V hodnotení expertov za ostatných osem rokov sa v porovnaní s vyhodnotením potenciálu z roku 2005 prejavilo zvýšené hodnotenie pokroku rozvoja cestovného ruchu v Bratislavskom kraji. Ide hlavne o nové trendy rozvoja cestovného ruchu a využitie atraktívnosti kraja z hľadiska primárneho potenciálu (vodné plochy, Dunaj, cyklotrasy) v podmienkach nového prístupu manažmentu. Pri hodnotení potenciálu pre zahraničnú klientelu zvyšuje jeho hodnotu geo-ekonomicko-politické postavenie Bratislavy, hlavného mesta SR členskej krajiny EU.

Tab. č. 34. Hodnotenie potenciálu jednotlivých aktivít v CR v BSK.

Potenciál	Výsledná hodnota potenciálu podľa odborníkov v r. 2005	Upravená hodnota potenciálu podľa expertov v r. 2013 v súčasnosti a v krátkodobej perspektíve pre zahraničný príjazdový CR	Upravená hodnota potenciálu podľa expertov v r. 2013 v súčasnosti a v krátkodobej perspektíve pre domáci CR
Pobyt / rekreácia pri vode	37	25	40
Vodné športy	9	5	5
Vodná turistika / vodáctvo	10	40	30
Pobyt/rekreácia pri termálnej vode	17	10	10
Pobyt v lesnom/horskom prostredí	9	15	30
Cykloturistika	22	30	30
Adrenalinové aktivity	1	10	10
Športové lietanie	-	20	10
Zjazdové lyžovanie	7	3	15
Lyžiarska turistika	3	2	15

Potenciál	Výsledná hodnota potenciálu podľa odborníkov v r. 2005	Upravená hodnota potenciálu podľa expertov v r. 2013 v súčasnosti a v krátkodobej perspektíve pre zahraničný príjazdový CR	Upravená hodnota potenciálu podľa expertov v r. 2013 v súčasnosti a v krátkodobej perspektíve pre domáci CR
Ďalšie športové aktivity	18	30	30
Návšteva jaskýň a speleológia		3	3
Pobyt na vidieku (vidiecky turizmus)	7	2	20
Poľovníctvo	5	10	5
Poznávanie kult.-hist. pamiatok	47	45	65
Návšteva múzeí a galérií	30	20	40
Poznávanie miestnych tradícií	1	10	0
Gastronómia	-	20	5
Návšteva podujatí (politických, komerčných)	23	25	25
Návšteva športových podujatí	-	10	10
Návšteva kultúr. podujatí/ festivalov	-	10	30
Účasť/návšteva veľtrhov a výstav	11	7	30
Účasť na kongresoch a konferenc.	18	20	10
Biznis CR	22	30	10
Nočný život, funny zážitky	-	25	25
Nákupný CR	-	5	20
Prechodné ubytovanie	46	50	40
Turistické informačné centrá	14	15	20
Celkové hodnotenie	420	497	583
<i>Maximálne možné hodnotenie</i>	<i>1300</i>	<i>1300</i>	<i>1300</i>

Zdroj: Zdroj: Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike, 2005 + Novacká, L: hodnotenie expertov a vlastné prepočty

Celkový sumár vyhodnoteného potenciálu v porovnaní s nastaveným možným teoretickým maximom vyjadruje úroveň možností Bratislavského kraja v rozsahu 38% pre zahraničnú klientelu a 44 % pre klientelu zo SR.

6.6 Definovanie zdrojových trhov

Zdrojové trhy sa v Bratislavskom kraji sa čiastočne menia. **Stále platí, že kľúčové zdrojové trhy pre Bratislavský kraj sú hlavne susediace krajiny. Nemôžeme však zostať len pri nich.**

Dominantný vplyv na štruktúru zdrojových trhov v Bratislavskom kraji má **hlavné mesto SR Bratislava**, ktorá disponuje najvyšším počtom návštevníkov. Bratislava je zaujímavá pre zahraničnú klientelu i domáceho návštevníka. Ďalšie okresy Bratislavského kraja sú v prevažnej miere atraktívne pre klientelu domáceho cestovného ruchu.

Pri posudzovaní zdrojových trhov má veľký význam **spôsob organizácie cestovania**. Organizovaný zahraničný príjazdový cestovný ruch (incoming) má v Bratislavskom kraji ešte stále veľký význam u

- u zdrojového trhu seniorskej klientely z Nemecka a čiastočne u seniorskej klientely z Talianska
- z dôvodu vízovej povinnosti klientely z Ruska,
- na základe tradície organizovaného cestovania klientely z ázijských krajín
- školské zájazdy mladých ľudí zo Srbska a čiastočne Chorvátska a Macedónska.

Turisti z ďalších zdrojových trhov cestujú v prevažnej miere individuálne a tvoria si vlastné dynamické balíčky. Najvýznamnejší zdrojový trh zahraničnej klientely z Českej republiky tradične uprednostňuje individuálne cestovanie po území BSK. Podobne sa javí aj klientela z iných krajov SR v rámci domáceho cestovného ruchu.

Permanentný pokles organizovaného zahraničného príjazdového cestovného dokumentujú aj štatistické údaje za tržby, ktoré poklesli v priebehu deviatich rokov o 26,5 % v SR a v Bratislavskom kraji je vývoj ešte výraznejší, okles predstavuje 48,29%. Pri vyhodnotení tržieb za organizovaný cestovný ruch v zahraničnom príjazdovom trhu ide o tržby subjektov (cestovných kancelárií alebo cestovných agentúr, ktoré pôsobia v Bratislavskom samosprávnom kraji. To však neposkytuje precízny obraz o pohybe zahraničnej klientely a o jej ďalších spotrebných výdavkoch, ktorý môže smerovať aj mimo Bratislavského kraja.

Tab. č. 35. Tržby z organizovaného cestovného ruchu:

Rok	Slovensko	BSK	Podiel BSK na tržbách SR
2004	17 283	7 163	41,4%
2006	15 911	7 304	45,9%
2008	15 584	8 651	55,5%
2010	16 342	8 887	54,4%
2012	11 629	4 883	42,0%

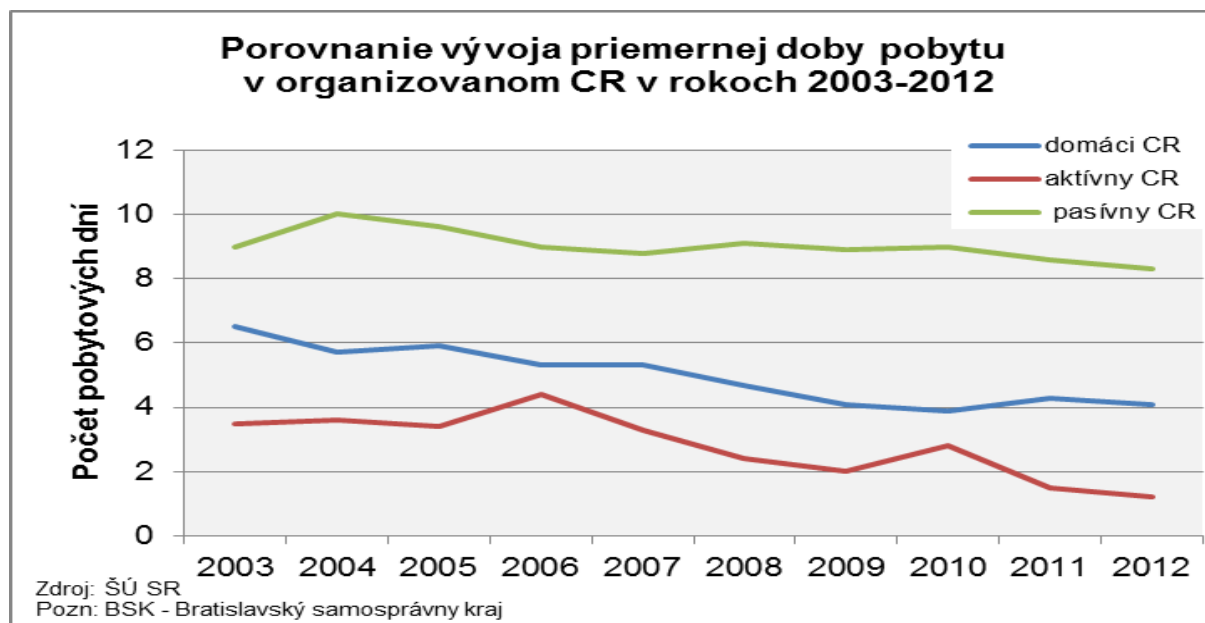
Zdroj: ŠÚ SR, Ročný výkaz o vybraných službách v cestovnom ruchu 2003-2012

Ďalší determinant pre posudzovanie zdrojových trhov **je dĺžka pobytu**. Vysoký podiel klientely, ktorá prichádza do Bratislavy preferuje niekoľkohodinový pobyt. Podľa šetrenia v hlavnom meste SR v Bratislave, na niekoľkohodinovú návštevu prichádza do Bratislavy 75,83 % respondentov.

Z uvedeného dôvodu nie je možné získať informácie o zdrojových trhoch výhradne z ubytovacích štatistík. Tieto nepokrývajú segment klientely, ktorá prichádza do Bratislavského kraja len na niekoľkohodinovú návštevu bez ubytovania. Zahraniční návštevníci prichádzajúci do Bratislavy rýchloľodňou Twin-city liner sú v plnom rozsahu cestujúci z Viedne. Tento druh dopravy otvoril bránu do Bratislavy nielen pre Rakúšanov, ale i Nemcov, ázijskú klientelu, hostí zo štátov Južnej Ameriky Francúzov a ďalších, ktorí využili príležitosť pricestovať z Viedne do Bratislavy aspoň na dobu 5 – 7 hodín.

Vývoj priemernej dĺžky pobytu na základe ubytovacích štatistík (výhradne ubytovaných hostí) v Bratislavskom kraji za obdobie rokov 2003 – 2012 prezentuje nasledovný graf.

Graf č. 12. Porovnanie vývoja priemernej dĺžky pobytu ubytovaných hostí v Bratislavskom kraji.



Významný faktor, ktorý pôsobí diferencovane podľa zdrojových trhov je **výška výdavkov účastníka cestovného ruchu**. Na základe dopytovania zahraničnej klientely počas ich pobytu v Bratislave v roku 2013 možno konštatovať, že najvyššie priemerné výdavky na osobu/deň vykazovali klienti z Ruska, Veľkej Británie, Talianska a ázijských krajín (Japonsko, Južná Korea, Čína). Tieto výdavky majú nadpriemernú úroveň. Celkové priemerné výdavky ruskej klientely boli 260,43 EUR.

Tab. č. 36. Priemerné denné výdavky zahraničného účastníka cestovného ruchu počas pobytu v Bratislave podľa vybraných zdrojových trhov

Zdrojový trh	Výdavky (Eur)	Zdrojový trh	Výdavky (Eur)
Ázia	137	Rakúsko	92
Česká republika	78	Rusko	260
Francúzsko	118	Španielsko	74
Južná Amerika	90	Taliansko	150
Maďarsko	75	USA	82
Nemecko	101	Veľká Británie	154
Poľsko	78		

Zdroj: Primárny výskum návštevníkov Bratislava prostredníctvom dotazníkového prieskumu pre účely tvorby strategických dokumentov BTB

Menej ako priemer celkových výdavkov počas pobytu v Bratislave možno konštatovať u turistov zo zdrojových trhov Českej republiky, Južnej Ameriky, Poľska, Španielska, Rakúska a Nemecka.

V Bratislavskom kraji možno modelovať náklady na cestovné a predĺžený víkend na základe primárneho prieskumu realizovaného na vzorke zahraničných návštevníkov BSK a potenciálnych návštevníkov BSK. Prieskum bol uskutočnený využitím sociálnych sietí v roku 2013. Podľa tohto prieskumu možno očakávať, že na svoju cestu vrátane cestovného a nákladov na predĺžený víkendový pobyt v Bratislavskom kraji by najviac zaplatili potenciálni klienti z Veľkej Británie. 38 % britských respondentov by venovalo na pobyt v Bratislavskom kraji vo výške 251 – 500 EUR a 31% vo výške 101 – 250 EUR a 17 % vo výške 501 – 750 EUR. Potenciálni klienti z najvýznamnejšieho zdrojového trhu z Českej republiky avizujú v počte 55 respondentov výdavky vo výške 101 - 250 EUR a 33% českých respondentov prejavili ochotu sa finančne venovať na cestu a pobyt v Bratislavskom kraji menej ako 100 EUR.

Tab. č. 37. Náklady na cestovné a predĺžený víkend podľa vybraných zdrojových trhov.

Zdrojový trh	Menej ako € 100	€ 101–250	€ 251-500	€ 501 - 750	€ 750-1000	€ 1000 +
Poľsko	58	37	4	2	0	0
Česká republika	33	55	10	1	7	4
Rakúsko a Nemecko	3	29	41	17	7	4
Veľká Británie	3	31	38	17	3	8

Zdroj: Slovenská marketingová asociácia o.z., Analýza preferencií potenciálnych návštevníkov destinácie bratislavský kraj s akcentom na využitie virtuálnych sociálnych sietí s cieľom identifikovať motiváciu vycestovať do destinácie, 2013

Z destinačného popisu cesty zahraničných turistov, ktorí navštívili Bratislavu v roku 2013 vyplýva, že respondenti long-haull destinácií zahrnuli cestu do Bratislavy v rámci svojich rozsiahlych okruhov (30 dňová cesta, cesta po Európe, kombinácia s krajinami Rakúsko, Maďarsko alebo Česko. Často išlo o návštevu hlavných miest uvedených krajín. Títo klienti nepredstavujú potenciálny zdroj návštevníkov ďalších okresov Bratislavského kraja. Turisti z krajín Južnej Ameriky kombinovali svoju cestu z Írska, z Veľkej Británie alebo z Nemecka. Ich záujem sa sústredil výhradne na mesto Bratislava a je málo pravdepodobné očakávať teritoriálne rozšírenie ich záujmu.

Českí turisti popísali svoju cestu do Bratislavy v kombinácii s návštevou lokalít v Bratislavskom samosprávnom kraji (Pezinok, Modra, Senec, Malacky), čiastočne v ďalších vybraných mestách alebo lokalitách v SR (Nitra, Košice, Banská Bystrica atď).

Maďarskí turisti sa sústredili aj na návštevu blízkych lokalít v okolí Bratislavy prevažne v južnej časti Slovenska Trnavského samosprávneho kraja (Dunajská Streda, Veľký Meder) v minimálnej miere Tatry. Tento zdrojový trh predstavuje pre okresy Bratislavského kraja potenciál a je potrebné s ním komunikovať.

Nemci predžili svoje cestovanie po Rakúsku až na Slovensko do Bratislavy. Nemeckí seniori majú záujem o nové, relatívne nepoznané destinácie na Slovensku. Okresy Bratislavského kraja v prípade zaujímavej ponuky majú možnosť zaujať aj tento zdrojový trh.

Rusi kombinovali návštevu Bratislavy s pobytom v kúpeľoch, alebo strediskách cestovného ruchu na Slovensku (Piešťany, Bojnice, Trenčín, Vysoké Tatry atď). Potenciál pre Bratislavský kraj tvorí mladá klientela so záujmom o zážitkové aktivity, ktoré môžu nájsť aj v blízkych lokalitách mimo hlavného mesta Bratislava.

Ponuka produktových balíčkov zaujala potenciálnych klientov v komunikácii cez FACEBOOK vo vybraných zdrojových trhoch nasledovne:

Klienti zo všetkých dopytovaných zdrojových trhov (Veľká Británia, Nemecko+Rakúsko, Poľsko a Česko) vyjadrili maximálny záujem o city – breaky. Priemerne 27 % respondentov malo záujem o tento produktový balíček. Potenciálni klienti z Poľska prejavili vyšší záujem o letnú dovolenku v Bratislavskom kraji v počte 24% dopytovaných respondentov. Českú potenciálnu klientelu zaujal akčný výlet 18% respondentov a letná dovolenka 17% respondentov. Víno a kultúra najviac zaujali potenciálnych nemeckých + rakúskych respondentov.

Tab. č. 38. Najzaujímavejšie balíčky.

Zdrojový trh	Dunaj	Tematický balíček	Wineland	City break	Kultúrny výlet	Akčný výlet	Letná dovolenka	Rodinný výlet
Poľsko	6%	10%	11%	29%	3%	12%	24%	6%
Česká republika	6%	4%	11%	24%	12%	18%	17%	9%
Rakúsko a Nemecko	7%	3%	17%	26%	15%	14%	6%	12%
Veľká Británia	7%	3%	7%	26%	11%	18%	12%	16%

Zdroj: Slovenská marketingová asociácia o.z., Analýza preferencií potenciálnych návštevníkov destinácie Bratislavský kraj s akcentom na využitie virtuálnych sociálnych sietí s cieľom identifikovať motiváciu vycestovať do destinácie, 2013

Zdrojové trhy podľa ubytovaných hostí

Štruktúra zdrojových trhov v Bratislavskom kraji je výrazne ovplyvnená štruktúrou ubytovaných hostí v meste Bratislava. Českí hostia dominujú v Bratislavskom kraji i vo všetkých okresoch. Nemecký zdrojový trh má najväčší význam pre Bratislavu a okres Malacky. Ďalšie zahraničné zdrojové trhy zo Spojeného kráľovstva, Talianska, Spojených štátov amerických, Ukrajiny a Ruska sú frekventované najmä v hlavnom meste SR Bratislava. Pre všetky zdrojové trhy s výnimkou USA zaznamenali v roku 2012 mierny nárast a v roku 2013 výrazný nárast počtu ubytovaných hostí s výnimkou zdrojového trhu z Českej republiky a USA.

Tab. č. 39. Zdrojové trhy v v meste Bratislave a v ďalších okresoch podľa s počtom viac ako 10 tisíc ubytovaní v ubytovacích zariadeniach (TOP 5 trhov).

Zdrojový trh	BA	BA	MA	MA	PK	PK	SC	SC
	2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013
Slovensko								
Počet návštevníkov	252 635	299 970	7 070	8 367	42 195	37 036	76 183	62 763
Počet prenocovaní	598151	844 036	10 071	22 564	82 678	61 532	153 863	134 869
Priemerný počet prenocovaní	2,4	2,8	1,4	2,7	2,0	1,7	2,0	2,1
Česká repub.								
Počet návštevníkov	70 626	87 348	1 880	2 476	3 571	3 978	19922	18 612
Počet prenocovaní	115 227	136104	3 293	7 247	6 163	6 150	53068	52 841
Priemerný počet	1,6	1,6	1,8	2,9	1,7	1,5	2,7	2,8
Nemecko								
Počet návštevníkov	51 204	70 387	2 209	2 846	1 033	616	1 638	949
Počet prenocovaní	91 664	114 570	4 492	7 840	2 011	1 427	3 471	2 231
Priemerný počet prenocovaní	1,8	1,6	2,0	2,8	1,9	2,3	2,1	2,4
Veľká Británia								

Zdrojový trh	BA	BA	MA	MA	PK	PK	SC	SC
	2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013
Počet návštevníkov	43 614	36 357	190	72	365	164	504	238
Počet prenocovaní	86 739	65 216	503	176	1 321	373	1 127	740
Priemerný počet prenocovaní	2,0	1,8	2,6	2,4	3,6	2,3	2,2	3,1
Poľsko								
Počet návštevníkov	29 982	36 175	460	686	5 538	5 538	2 361	1 357
Počet prenocovaní	50 395	59 260	767	2 445	10 358	10 358	3 975	2 591
Priemerný počet prenocovaní	1,7	1,6	1,7	3,6	1,9	1,9	1,7	1,9
Taliansko								
Počet návštevníkov	35 005	35 461	239	212	365	306	428	367
Počet prenocovaní	60 298	58 714	450	827	702	979	1 145	1 039
Priemerný počet prenocovaní	1,7	1,7	1,9	3,9	1,9	3,2	2,7	2,8
Rakúsko								
Počet návštevníkov	26 166	40 459	898	986	533	494	635	607
Počet prenocovaní	36 883	58 629	2 457	2 815	771	821	1 112	1 020
Priemerný počet prenocovaní	1,4	1,4	2,7	2,9	1,4	1,7	1,8	1,7

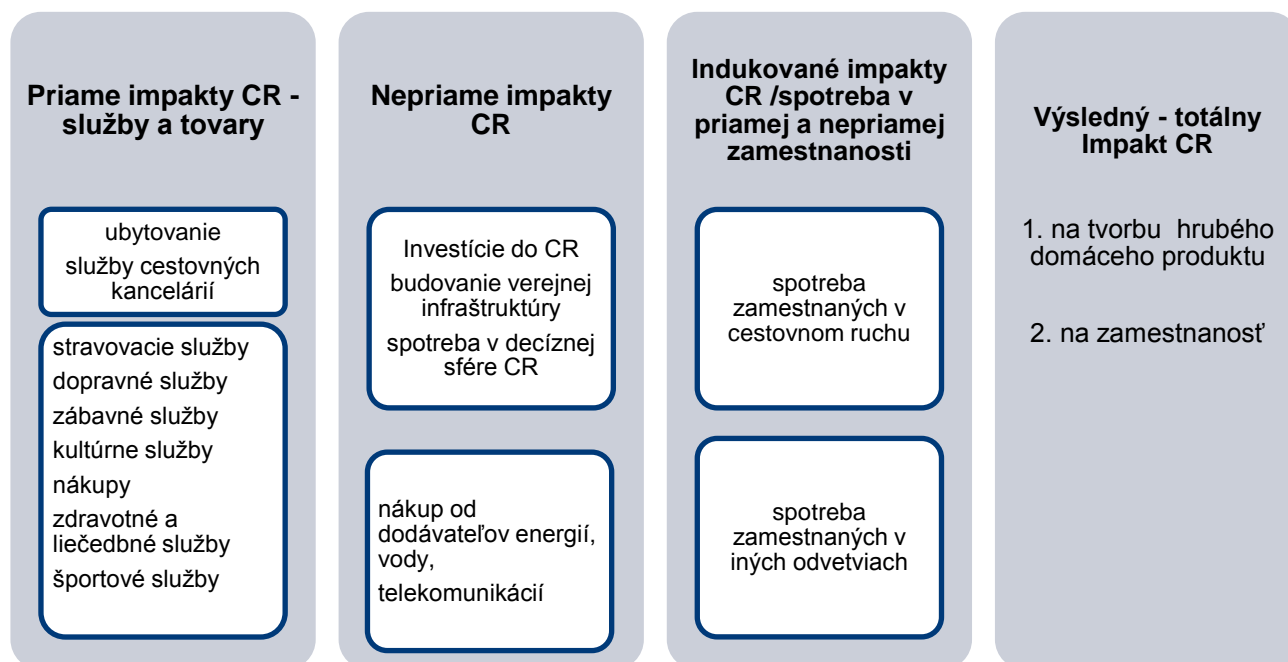
Kompletnú tabuľku je možné nájsť v Prílohe č.16.

7 Ekonomický prínos cestovného ruchu pre hospodársky rozvoj Bratislavského kraja

7.1 Vykazovanie ekonomických impaktov cestovného ruchu

Impakty cestovného ruchu je možné vyjadriť ekonomickými ukazovateľmi pre podnikateľský sektor i pre mesto, región, či štát. Pre potreby ekonomických impaktov je potrebná precízna databáza, ktorú v cestovnom ruchu vo svete zabezpečuje metodika turistického satelitného účtu. Slovenská republika vykazuje ekonomické impakty na úrovni štátu v súlade so štatistickými údajmi, ktoré získava Štatistický úrad Slovenskej republiky. Náročnejšie, na základe kombinácie kvantitatívneho a kvalitatívneho výskumu, na základe ekonomických a sociologických šetrení je možné získať impakty cestovného ruchu na rozvoj služieb, ktoré súvisia s cestovným ruchom, na životné prostredie alebo na zdravie miestneho obyvateľstva a bezpečnosť.

Vyhodnotenie impaktov možno vyjadriť v troch rovinách. Ide o priame impakty, nepriame impakty a indukované impakty.



Zdroj: WWTC/Oxford Economics 2014, Travel and Tourism Impact Methodology, s.3

V rámci priamych impaktov je v cestovnom ruchu mimoriadne dôležité zistiť znásobenie príjmov v cestovnom ruchu. Interdisciplinárny, prierezový charakter cestovného ruchu komplikuje vykazovanie aj prvej skupiny priamych impaktov. V súlade so štatistickým výkazníctvom je možné získať seriózne štatistické údaje o ubytovacích službách. Ďalšie služby, ktoré sa v cestovnom ruchu realizujú a sú často aj determinantom príjazdu hosťa do destinácie, nie sú jednoznačne štatisticky sledované pre potreby výkazníctva cestovného ruchu.

Tab. č. 40. Ekonomické impakty cestovného ruchu v Slovenskej republike a prognóza ich úrovne v roku 2024.

	2013	2013	2024	2024
	mld. €	V %	mld. €	V %
Podiel cestovného ruchu na HDP	1,71 mld. €	2,3 %	2,5 mld. €	2,5%
Celkový (znásobený) prínos CR	4,2 mld. €	5,0038	6,0 mld. €	6,1
Priama zamestnanosť v CR	56 tisíc pracovných miest	2,4%	66 tisíc pracovných miest	2,7 %
Nepriama zamestnanosť v CR	136 500 tisíc pracovných miest	5,6%	148 000 pracovných miest	6,1 %
Neviditeľný export prostredníctvom ukazovateľa výdavkov zahraničných účastníkov cestovného ruchu	1,8 mld. €	2,6 % celkového exportu	2,9 mld. €	2,4 % celkového exportu
Investície do cestovného ruchu	0,4 mld. €	2,6 % celkových investícií	0,7 mld. €	3,4 % celkových investícií

Zdroj: Travel and Tourism Council: The Economic Impact of Travel & Tourism 2014, Slovakia, str. 3

7.2 Ekonomické impakty cestovného ruchu v Bratislavskom samosprávnom kraji

Pre potreby tohto dokumentu (v rámci dostupných údajov) uvádzame ekonomické impakty cestovného ruchu v dvoch rovinách:

- Ekonomické impakty neviditeľného exportu cestovného ruchu prostredníctvom výdavkov zahraničných účastníkov cestovného ruchu
- Ekonomické impakty cestovného ruchu na zamestnanosť

Ekonomické impakty neviditeľného exportu cestovného ruchu prostredníctvom výdavkov zahraničných účastníkov cestovného ruchu

Jednoznačným nástrojom pre zistenie príjmov z cestovného ruchu v Bratislavskom samosprávnom kraji je kvalitatívny výskum, prostredníctvom dopytovania účastníkov cestovného ruchu o výdavkoch počas ich pobytu.

Výskumné šetrenie výdavkov zahraničnej klientely v Bratislave sa uskutočnilo v dvoch etapách v roku 2013. Z tohto šetrenia vyplýva, že výdavky zahraničnej klientely v prepočte na 1 deň sú relatívne porovnateľné s výdavkami zahraničnej klientely vo viacerých krajinách. Na základe ďalšieho šetrenia a dostupných údajov o výdavkoch zahraničnej klientely v ďalších regiónoch Bratislavského samosprávneho kraja možno konštatovať, že priemerná suma výdavkov zahraničných turistov je ďalších regiónoch Bratislavského samosprávneho kraja nižšia cca o 50 %. Priemerná suma výdavkov zahraničnej klientely v Bratislavskom samosprávnom kraji osciluje na úrovni 68 €/deň. Skutočnosť, že Bratislava a ďalšie regióny BSK majú rozdielnu štruktúru návštevnosti z aspektu zdrojových trhov vyžaduje modifikáciu výdavkov podľa štruktúry zdrojových trhov. Na základe prepočtu priemerných výdavkov podľa šiestich najviac frekventovaných zdrojových trhov turistov i výletníkov v celom Bratislavskom samosprávnom kraji (Česká republika, Nemecko, Rakúsko, Poľsko, Veľká Británia, Maďarsko) možno konštatovať, že priemerné výdavky zahraničného návštevníka v BSK sa pohybujú na úrovni približne 47 €/deň.

Významným ukazovateľom výkonov cestovného ruchu v regióne je tzv. turistický tok. Ide o charakteristiku na základe celkového počtu turistov, celkového počtu dní pobytu a priemernou dĺžkou pobytu.

Na základe kombinácie sekundárneho a primárneho prieskumu môžeme konštatovať, že v Bratislavskom samosprávnom kraji je nasledovný tok turistov:

Tab. č. 41. Tok turistov v BSK.

Tok turistov	BSK	Bratislava	Malacky	Pezinok	Senec
Priemerný ročný tok turistov tok ubytovaných turistov za obdobie 2007 - 2013	1 758 156	957 136	42 245	59 700	106 966
Priemerný ročný tok turistov tok ubytovaných a jednodňových návštevníkov spolu za obdobie 2007 - 2013	2 740 654	1 407 552	62 125	87 794	157 302
Priemerný tok turistov Tok ubytovaných turistov v r. 2013	2 147 708	1 611 141	49 551	77 628	112 973
Priemerný ročný tok turistov tok ubytovaných a jednodňových návštevníkov v roku 2013	3 158 394	2 369 325	72 869	114 158	166 136

Zdroj: Novacká, L: Vlastné výpočty

Priame príjmy z cestovného ruchu Bratislavský samosprávny kraj získava z prostriedkov, ktoré vynaložili účastníci cestovného ruchu na ubytovanie, stravovanie, dopravu a všetky doplnkové služby. Kvantifikovať tieto príjmy môžeme na základe priemerných denných výdavkov a turistických tokov.

V zmysle prezentovaných výdavkov zahraničných účastníkov cestovného ruchu vyplýva, že v hrubom vyjadrení príjmy zo zahraničného príjazdového cestovného ruchu agregovali v roku 2013 v Bratislavskom samosprávnom kraji sumu v rozpätí od približne 100 miliónov do cca 140 miliónov EUR.

Tab. č. 42. Agregovaná suma príjmov cestovného ruchu v BSK na základe výdavkov účastníkov CR v r. 2013.

BSK	€	BSK	Mil. €		Mil. €
Priemerné výdavky turistu/deň zo všetkých sledovaných zdrojových trhov (segment B)	67,70	Agregovaná suma príjmov v BSK celkom od ubytovaných hostí	145,399831	Agregovaná suma príjmov v BSK celkom od ubytovaných hostí aj jednodňových výletníkov	213,823 273
Priemerné výdavky turistu/deň z frekventovaných zdrojových trhov (segment A)	47,24	Agregovaná suma Príjmov v BSK celkom od ubytovaných hostí	101,457725	Agregovaná suma príjmov v BSK celkom od ubytovaných hostí aj jednodňových výletníkov	142,202 532

Zdroj: Novacká, L: Vlastné výpočty

Precíznejší prepočet príjmov si však vyžaduje poznať ďalšie premenné, ktoré ovplyvňujú celkovú sumu príjmov z cestovného ruchu nasledovne:

Tab. č. 43. Hrubá suma príjmov z cestovného ruchu

Hrubá suma príjmov z cestovného ruchu	+	-
	Príjmy od účastníkov domáceho cestovného ruchu	Hodnota nákladov na nákup importovaných tovarov zo zahraničia, ktoré sú premietnuté v spotrebe účastníkov cestovného ruchu

Pre potreby vyhodnotenia podnikateľského sektora je k dispozícii jediný transparentný ekonomický ukazovateľ, ktorý predstavujú tržby za ubytovanie. Tento ukazovateľ vyjadruje celkovú sumu tržieb za ubytovanie od zahraničných i domácich hostí.

V Bratislavskom samosprávnom kraji bola evidovaná nasledovná úroveň tržieb za ubytovanie:

Tab. č. 44. Vývoj tržieb za ubytovanie v BSK a jednotlivých okresoch.

Tržby za ubytovanie V roku	BSK	Malacky V €	Pezinok V €	Senec V €	Bratislava V €
2007	74 831 739	1 220 374	1 831 939	3 367 921	68 411 505
2007	75 170 212	1 446 823	2 242 681	3 471 785	68 008 923
2009	55 633 380	1 434 909	1 688 526	2 365 421	51 579 381
2010	55 301 445	1 488 012	1 414 087	1 791 111	50 608 235
2011	62 306 262	1 005 262	2 041 160	1 879 628	60 380 212
2012	68 749 972	1 159 491	1 797 787	3 034 401	62 758 293
2013	77 663 912	1 400 008	2 201 161	3 138 082	70 924 661
Priemerná suma tržieb v období 2007 - 2013	57 108 486	1 307 839	1 888 191	2 479 764	55 178 745

Zdroj: ŠU SR + Novacká, L: Vlastné výpočty

Tržby z ubytovania vyjadrujú hrubé výnosy podnikateľského sektoru ubytovacích zariadení. Tieto hodnoty však nie sú očistené od sumy fixných a variabilných nákladov.

Tržby ubytovacích služieb sú transparentne štatisticky sledované. Vyhodnotenie ďalších charakteristických služieb a služieb, ktoré súvisia s cestovným ruchom však týmto spôsobom vyhodnotiť v súčasnosti nie je reálne. Z uvedeného vyplýva, že vyčíslenie realizovanej ponuky špecifických charakteristických i špecifických služieb prostredníctvom ukazovateľa výdavkov účastníkov cestovného ruchu má mimoriadny význam.

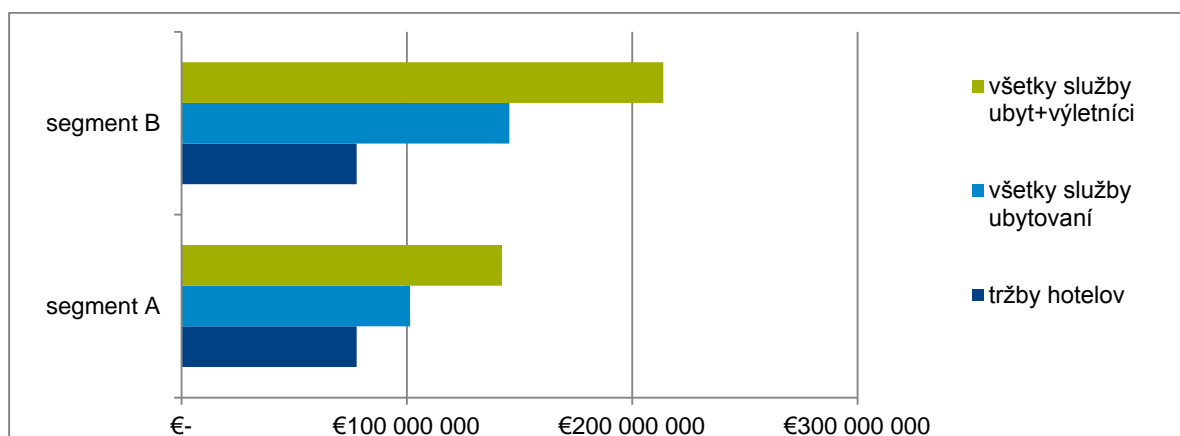
Kombinácia kvantitatívneho a kvalitatívneho vyhodnotenia poskytla údaje, ktoré možno porovnať. Porovnaním príjmov za ubytovanie a celkových príjmov z cestovného ruchu v Bratislavskom kraji, ktoré sme prepočítali prostredníctvom kvalitatívneho vyhodnotenia výdavkov možno konštatovať nasledovné hodnoty znásobených príjmov:

Tab. č. 45. Príjmy z cestovného ruchu v BSK za rok 2013 podľa vybraných ukazovateľov.

Príjmy	Príjmy od ubytovaných hostí v €	Rozdiel v %	Príjmy od ubytovaných hostí + výletníkov v €	Rozdiel v %
Príjmy vyjadrené ukazovateľom tržby za ubytovanie	77 663 912	100	77 663 912	100
Príjmy vyjadrené ukazovateľom výdavkov účastníkov cestovného ruchu 47,24 € (frekventované zdrojové trhy segment A)	101 457 725	+30,63	142 202 532	+83,09
Príjmy vyjadrené ukazovateľom výdavkov účastníkov cestovného ruchu 66,7 € (všetky sledované zdrojové trhy segment B)	145 399 831	+87,21	213 823 273	+175,31

Zdroj: Novacká, L: Vlastné výpočty

Graf č.13. Vyjadrenie príjmov z cestovného ruchu v BSK za rok 2013 podľa vybraných ukazovateľov.



Zdroj: Novacká, L: Vlastné spracovanie

V zmysle uvedených prepočtov možno konštatovať, že príjmy z cestovného ruchu v Bratislavskom samosprávnom kraji možno seriózne odhadovať vo výške približne 145 mil. € (minimálny variant), resp. približne 214 mil. € (maximálny variant). Uvedené hodnoty vyjadrujú výrazné znásobenie príjmov v porovnaní s klasickým prístupom vyhodnotenia príjmov prostredníctvom tržieb za ubytovanie. V minimálnom variante ide o zvýšenie hodnoty o približne € 68 mil. a v maximálnom variante navýšenie hodnoty predstavuje € 136 mil.

Ekonomické impakty cestovného ruchu na zamestnanosť

Bratislavský samosprávny kraj si vytýčil systém na podporu zamestnanosti a podporu mobility pracovnej sily. Cieľom opatrenia je rozvoj služieb a cestovného ruchu.

Zoznam aktivít na dosiahnutie uvedeného opatrenia je nasledovný:

- Podpora zamestnanosti starších pracovníkov a ich účasti na programoch celoživotného vzdelávania
- Rozvoj podnikateľských inkubátorov a investičnej podpory pre rozvoj samostatnej zárobkovej činnosti, podnikania a zakladania podnikov
- Vytváranie nových malých podnikov a podpora ďalších foriem tvorby pracovných miest vo vidieckych oblastiach
- Rozvoj služieb v oblasti celoživotného poradenstva a celoživotného vzdelávania

- Podpora pro-aktívnych služieb zamestnanosti
- Predlžovanie zdravšieho pracovného života prostredníctvom navrhovania a vykonávania opatrení na podporu zdravého životného štýlu
- Rozvoj politik v rovnosti medzi mužmi a ženami a podpora aktivít na zosúladienie pracovného a rodinného života

Ekonomické vyjadrenie uvedených úloh je však odvodené od ekonomickej štruktúry činností v Bratislavskom kraji.

Prehľad podnikateľských činností dokumentuje, že služby charakteristické pre cestovný ruch a služby, ktoré súvisia s cestovným ruchom majú svoj význam v nasledovnom rozsahu:

Tab. č. 46. Prehľad podnikateľských činností v cestovnom ruchu v BSK.

Ekonomická činnosť	Skup	Počet zamestnanco v	Podiel na celkovej zamestnanosti v BSK v %	Možnosť uplatnenia pre potreby účastníkov CR * v %	Počet zamestnancov pre priame potreby v CR *
Ubytovacie a stravovacie služby	I	5052	1,2	90%	5 002
Umenie, zábava, rekreácia	R	8360	2,05	60	5 016
Doprava a skladovanie	H	47 378	11,63	1	474
Veľkoobchod a maloobchod	G	58 529	14,37	2	1 176
Celkový počet pracovníkov v BSK a vo vybraných službách CR	I,R,H,G	407 284	100	2,86	11 668

Zdroj: Novacká, L: Sekundárny výskum a kvalifikovaný odhad

Z uvedeného dôvodu možno konštatovať, že priama zamestnanosť v Bratislavskom kraji osciluje okolo 2,9 %, čo predstavuje necelých 12 tisíc pracovných príležitostí priamej zamestnanosti. V porovnaní so súčasnou situáciou zamestnanosti v SR, tento podiel je vyšší o 0,4 bodu.

8 SWOT analýza potenciálu CR v Bratislavskom kraji

SWOT analýza poskytuje kvalifikovaný prehľad o situácii na vybranom území v členení na štyri základné kvadrantoch: silné stránky, slabé stránky, príležitosti a ohrozenia rozvoja.

Okrem analýz stavu daného územia je predmetom záujmu aj okolité prostredie, vyvolávajúce pozitívne alebo negatívne vplyvy. V analýze SWOT je zapracované vyhodnotenie interného prostredia (vnútorných faktorov) a vonkajšieho prostredia (vonkajších faktorov).

Vyhodnotenie silných stránok a príležitostí vyjadruje pozitívne stránky, ktoré indikujú rozvojové procesy. Negatívne faktory (slabé stránky a ohrozenia) definujú problémové oblasti, ktoré významne ovplyvňujú alebo ohrozujú možnosti v sledovanom území.

SWOT analýza cestovného ruchu v Bratislavskom samosprávnom kraji vychádza z hodnotenia expertov a vyjadruje nasledovnú situáciu:



8.1 Silné stránky

- bezpečnosť krajiny SR, členstvo v EU a v Shengenskej zóne
- spoločná mena EURO pre zdrojové trhy z Eurozóny
- BSK hraničí s Rakúskom a Maďarskom, blízkosť Českej republiky;
- Bratislava - politické centrum v prepojení na EU;
- výborná dopravná dostupnosť - cestná aj železničná (oblasťou prechádzajú diaľnice D1 a D2 ako aj hlavná železničná trať na Považie, Podunajsko a do ČR)
- vodná dopravná dostupnosť - rieka Dunaj je spojnicou s podunajskými krajinami;
- relatívne bezproblémové dopravné spojenie a pravidelná autobusová aj železničná doprava medzi Bratislavou a letiskom Schwechat vo Viedni
- rozvoj integrovaného systému dopravy
- zachované prírodné lokality a chránené územia;

- vodné zdroje, pitná voda
- historické jadro hlavného mesta Bratislava
- pestrá ponuka kultúrnych podujatí počas celého roka
- vybrané športové podujatia pre amatérov s niekoľkoročnou tradíciou
- dostatok vodných plôch využiteľných pre kúpanie v letnom období;
- existencia vhodných terénov a lokalít pre cykloturistiku aj horskú cykloturistiku
- existencia zaujímavých lokalít v Malých Karpatoch pre pešiu turistiku a nové trendy v pešej turistike;
- dostatok možností pre športový i rekreačný rybolov a poľovníctvo;
- kvalitné vinohradnícke produkty vychádzajúce z tradícií;
- vyhľadávané hubárske oblasti;
- vidiecke zázemie Bratislavy;
- rieka Dunaj a jej zázemie
- vzdelanostná úroveň obyvateľstva v BSK
- vysoký počet škôl a univerzít, vzdelávacích a výskumných inštitúcií
- koncentrácia zahraničných a nadnárodných spoločností
- značkové - brandové ubytovacie zariadenia v Bratislave,
- stravovacie prevádzky globálnych sietí v súlade s franchisingom
- v regióne sa nachádza hlavné mesto SR – Bratislava
- Bratislava ako centrum biznisu, kultúry, vzdelávania
- Bratislava – najvýznamnejšia metropola Slovenska
- veľké množstvo kultúrnych podujatí s hviezdami na “národnej úrovni” – SND, veľké množstvo divadiel so známymi hercami
- región je relatívne málo známy aj pre domáci cestovný ruch
- najlepšie a často unikátne nákupné možnosti na území Slovenska (nákupné centrá, značkové predajne, IKEA...)
- politické centrum v prepojení na EU

8.2 Slabé stránky

- absencia leteckého spojenia s Nemeckom a Poľskom s Bratislavou, absencia letov klasických leteckých spoločností do Bratislavy
- propagácia regiónu v rámci regiónu a smerom ku obyvateľom Slovenska
- nedostatočné využitie moderných foriem komunikačného mixu pre potreby CR v BSK a v SR
- finančne poddimenzovaná krajská organizácia CR Bratislava Region Tourism BTR;
- slabšia infraštruktúra pre cestovný ruch na Záhorí aj v Podunajskom regióne BSK (stravovacie, a doplnkové služby),
- nedostatok zariadení pre convention a incentive, absencia veľkokapacitného kongresového centra v hl. meste Bratislava
- nevyužitý potenciál historických a kultúrnych pamiatok pre cestovný ruch napr. kaštiele, kostoly, archeologické lokality;
- rušenie a dočasné zatváranie kultúrnych inštitúcií pre ich nerentabilnosť
- nízka unikátnosť regiónu BSK v porovnaní s okolitými regiónmi

- slabé povedomie o environmentálnom význame a jedinečnosti územia BSK v polohe návrhu produktu CR;
- veľké územie Vojenského obvodu Záhorie, ktoré nie je možné využiť pre potreby cestovného ruchu;
- nedostatok možností pre rekreačné aktivity a športové aktivity počas zimného obdobia
- zúžené ponímanie zážitkov v ponuke
- nedostatočné znalosti cudzích jazykov hlavne u personálu v doplnkových službách
- minimálny rozsah informačných materiálov v nemeckom a iných menej frekventovaných jazykoch
- ľudské zdroje - absencia úsmevu a ochoty v kontakte so zákazníkom
- nedostatočná hygiena v doplnkových službách – stravovanie, verejné toalety
- hlavná železničná stanica v Bratislave
- zlé a rozbité cesty v Bratislave
- negatívne vnímanie mesta Bratislava ostatnými časťami Slovenska

8.3 Príležitosti

- tvorba tematických balíčkov
- rozvoj regionálnych a lokálnych produktov cestovného ruchu
- aplikácia Národného programu kvality cestovného ruchu v podmienkach podnikov na území BSK
- možnosti organizovaného cestovného ruchu pre ruský zdrojový trh
- možnosti rozvoja ponuky CR v BSK pre trhy v zdrojových krajinách so slovenskou diaspórou
- možnosti rozvoja produktov v prepojení na historické súvislosti pre dané segmenty zdrojových trhov (Maďari, Rakúšania, Rusi),
- aplikácií nových inteligentných technológií v cestovnom ruchu
- zintenzívniť propagáciu CR BSK v rámci republiky a stredoeurópskeho priestoru prostredníctvom informačných technológií a on-line marketingu
- aplikovať špecifické nástroje on-line marketingu pre východné trhy
- možnosti marketingu v prepojení na významné osobnosti zaujímavé pre jednotlivé segmenty zo zdrojových trhov
- tvorba ponuky v prepojení na rôzne typy zážitkov
- využitie histórie a príbehov regiónu na tvorbu interaktívnych produktov moderného kultúrno-poznávacieho CR;
- funkčné vzájomne prepojené city-cards pre potreby účastníkov cestovného ruchu v rámci BSK
- rieka Dunaj, Dunajská stratégia, Morava, Malý Dunaj – vytváranie podmienok pre športovo – rekreačnú plavbu a výstavbu športových prístaviek (tzv.marín)
- prehlbovanie cezhraničnej a inter-regionálnej spolupráce v cestovnom ruchu s Rakúskom, Maďarskom, Českou republikou
- podpora rozvoja ekoturizmu, najmä v oblasti nivy Moravy, Malých Karpát a dunajských lužných lesov – cieľové skupiny školy a seniory;
- tvorba ponuky cykloturistiky za predpokladu dobudovania komplexnej infraštruktúry , prepojenie cyklotrás na sieť Eurovelo
- promovanie Malokarpatskej vínnej cesty pre poľský segment

- možnosti poznávacieho a zážitkového cestovného ruchu s cieľom aplikovať lokálne produkty a predĺžiť dobu pobytu;
- rozvoj tematických náučných chodníkov
- výraznejšie využitie potenciálu vidieckeho regiónu pre rozvoj agroturistiky hlavne na Záhorí a v Podunajskom regióne;
- rekonštrukcia kultúrnych pamiatok (konzervácia hradných zrúcanín, kaštieľov, sakrálnych pamiatok) a ich sprístupnenie pre verejnosť;
- vytvorenie edukačných centier pre poznávanie prírody, histórie a kultúry nášho regiónu v prepojení na interaktívne poznávanie
- využitie potenciálu Bratislavy ako hlavného mesta SR – s unikátnou ponukou pre domáci vestovný ruch – kultúrne akcie, historicko-spoločenský aspekt, nákupné možnosti a pod.
- systém spolupráce so školami vo všetkých krajoch SR a rozvoj CR školskej mládeže do hlavného mesta SR a okresov v BSK
- vytvorenie podujatí založených na miestnych tradíciách a zvykoch, prípadne aj v spolupráci s inými regiónmi (Horné Záhorie, Podunajsko, Dolné Považie);
- organizácia miestnych trhov s kvalitnými domácimi výrobkami (v pravidelných intervaloch).
- permanentná práca so zdrojovými trhmi a marketingová podpora aj na úrovni BSK
- ľudské zdroje, permanentné doškoľovanie a výcvik pre kontakt s klientom
- využitie geotermálnych zdrojov vôd v Podunajsku a na Záhorí
- dobudovanie systému priestorovej orientácie
- zlepšenie prístupu, prevencia a odstraňovanie bariér pre handikepovanú verejnosť,
- budovanie siete rozhľadní v Malých Karpatoch
- využitie železnice na podhorí malých Karpát (Rohožník–Pl.Podhradie–Pl.Mikuláš) revitalizáciou pre CR

8.4 Ohrozenia

- nepredvídané zmeny v geopolitickej situácii
- silná konkurencia všetkých susedných krajín z EU
- pomalý rozbeh nového programovacieho obdobia s cieľom čerpať európske fondy, nový systém programov pre čerpanie európskych fondov
- tlak v krajinách zdrojových trhov na zvyšovanie domáceho cestovného ruchu (Česká republika, Poľsko, Rakúsko, Nemecko, Maďarsko)
- lepšie skúsenosti zahraničných hostí s kvalitou v ČR, Maďarsku, Slovinsku
- nedostatočná rovnováha medzi cenou a kvalitou v službách CR
- výraznejšia, zaujímavejšia ponuka balíčkov a zážitkov z okolitých krajín
- nedostatočná spolupráca medzi jednotlivými mestskými časťami, hlavným mestom Bratislava a ostatnými okresmi v BSK, hlavným mestom Bratislava a ostatnými mikroregiónmi;
- pretrvávajúci charakter územia využívaného len na krátkodobú rekreáciu a pobytu;
- jednostranné zameranie regiónu na cestovný ruch prevažne v letnom období;
- absencia turistickej infraštruktúry v chránených územiach ochudobňuje zážitok návštevníkov;
- slabá spolupráca inštitúcií podieľajúcich sa na spravovaní chránených území (lesníci, poľovníci, rybári, ochranári);
- diskrepancie ekonomickej úrovne i socio-ekonomického postavenia miestneho obyvateľstva v rámci BSK

- nárast kriminality a iných socio-patologických javov v území
- nedobré skúsenosti s taxi-službou v Bratislave u zahraničných klientov
- obavy individuálnej klientely z kriminality (krádeže, vykrádanie áut)
- chudoba, vysoký výskyt bezdomovcov v hlavnom meste SR a asociálnych osôb
- narúšanie krajinného rázu vinohradníckej krajiny a tým zníženie jej atraktívnosti pre CR

9 Stratégia výberu priorít marketing destinácie Bratislavský region pre zdrojové trhy

9.1 Vývojové trendy cestovného ruchu v Slovenskej republike

Súčasnú a predpokladanú vývojové trendy cestovného ruchu v SR definovala Slovenská agentúra cestovného ruchu v dokumente **Marketingová stratégia Slovenska na roky 2014-2020** pre krátkodobú stratégiu sledovne:

- aktivity orientovať na výraznejšie zvýšenie tempa rastu návštevníkov Slovenska zo susedných štátov (Česká republika, Maďarsko, Poľsko, Ukrajina, Rakúsko) a na dosiahnutie dynamickejšieho zvyšovania počtu návštevníkov z krajín s vysokým trhovým potenciálom (Nemecko, Ruská federácia, Veľká Británia). Tento proces bude následne viesť k rastu počtu prenocovaní a s tým spojených spotrebných výdavkov zahraničných návštevníkov počas pobytu na Slovensku.
- smerovať svoje marketingové aktivity aj na domáce obyvateľstvo, ktoré bude prostredníctvom efektívnych nástrojov marketingovej komunikácie pozitívne motivovať k účasti na domacom cestovnom ruchu

SACR definuje produktové línie a konkretizuje druhy produktov v rámci šiestich základných skupín, ktoré boli nastavené v dokumente Stratégia rozvoja cestovného ruchu v SR do roku 2020. Ide o nasledovné skupiny aktivít v cestovnom ruchu:

Tab. č. 47. Produktové línie v SR v zmysle stratégie SACR.

Hlavná téma	Produktové línie	Aktivity a služby
Letný cestovný ruch	Voda a zábava	Aquaparky a termálne kúpaliská, splavovanie riek a vodný turizmus, adrenalínové centrá , golf
	Hory a turistika	Pešia a vysokohorská turistika, jaskyne, cykloturistika, autokempingy
Zimný cestovný ruch	Zimné športy	Lyžiarske strediská, bežecké lyžovanie, skialpinizmus, zimná turistika
	Zábava v zime	Aquaparky, zimné adrenalínové aktivity, apreski a podujatia v lyžiarskych strediskách, vianočné trhy
Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch	Zdravie Wellness	Kúpele – liečebné pobyty, medical tourism Wellness strediská, relax hotely, aquaparky

Hlavná téma	Produktové línie	Aktivity a služby
Kultúrny a mestský cestovný ruch	Kultúrne dedičstvo Mestá a kultúra Spoločenské podujatia Zážitková gastronómia	UNESCO, hrady, zámky, kaštiele, galérie, múzeá, skanzeny a pamiatky ľudovej architektúry Bratislava, architektúra, história, zábava, nakupovanie (city-breaks), kultúrno-spoločenské podujatia Festivaly moderné, folklórne, jarmoky a vinobrania, vianočné trhy Regionálne špeciality, gastronomické podujatia, vinárstvo a vinné cesty
Kongresový cestovný ruch	MICE	Kongresové a konferenčné hotely a zariadenia, incentive house a incentívne agentúry, špeciálne eventové priestory, PCO, DMC, lokálne Convention buerau
Vidiecky cestovný ruch a agroturistika	Krásy vidieka a pokoj v prírode	Pobyty na vidieckych usadlostiach a farmách spojené s hospodárskymi aktivitami, ľudovými tradíciami, regionálnou gastronómiou a folklórnymi podujatiami, pešia turistika a cykloturistika

Zdroj: Spracované podľa Marketingová stratégia SACR na obdobie 2014 – 2020, str. 24

V podmienkach Bratislavského kraja tvorba ponuky nie je totožná. V porovnaní so Slovenskom je v priereze ponuka cestovného ruchu zúžená o produkty prepojené na vysokohorské prostredie, ktoré v Bratislavskom kraji absentuje. Bratislavský kraj je bohatý na hmotné aj nehmotné kultúrne dedičstvo na úrovni národných kultúrnych pamiatok, UNESCO pamiatky absentujú

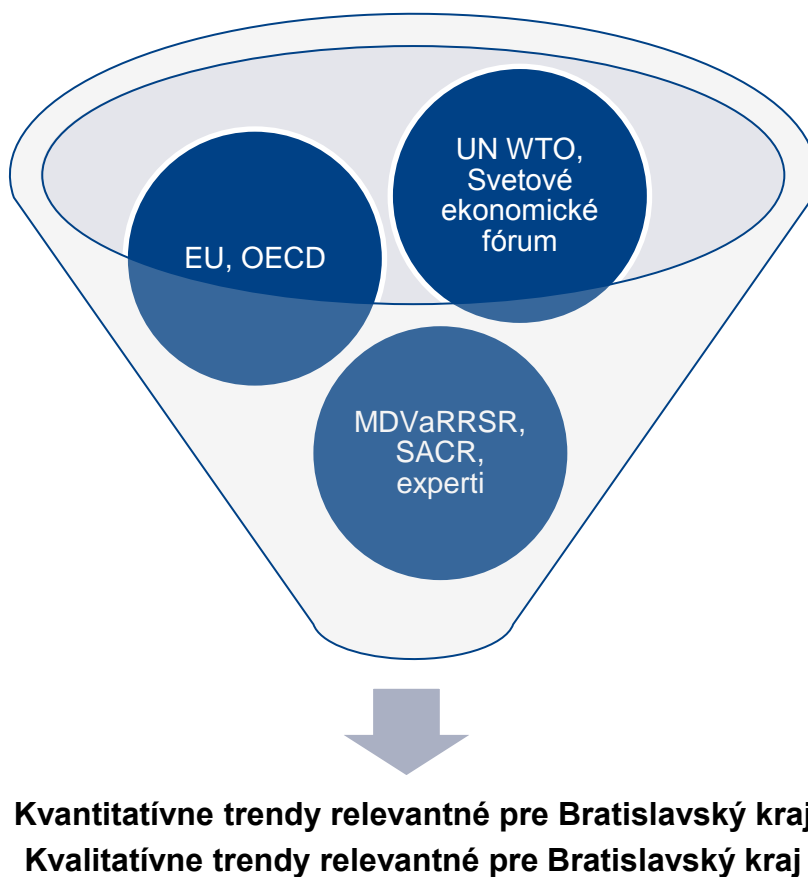
Naopak, Bratislavský kraj má zvýšené predpoklady a aj dopyt reflektuje na rozšírenú ponuku o produkty typické pre metropolitné mesto, vidiecke okresy majú predpoklady zdokonaľiť a rozšíriť ponuku.

Vzťah medzi ponukou Slovenska a Bratislavského kraja:



.....
Zdroj: Novacká, L: Vlastné spracovanie

Konsekvencie z trendov na medzinárodnej úrovni v kvantitatívnom i kvalitatívnom vyjadrení, ktoré sú uvedené v kapitole č. 5, nie sú v podmienkach Bratislavského kraja totožné. Intenzita jednotlivých trendov závisí od vonkajšieho i vnútorného prostredia destinácie Bratislavského kraja. Najsilnejšie pôsobenie v podmienkach Bratislavského kraja v súčasnosti aj v blízkej budúcnosti tvoria nasledujúce trendy:



Medzinárodné trendy v CR a ich konsekvencie pre Bratislavský kraj:

Trend 1:

Znižovanie podielu Európy a Strednej Európy na svetovom cestovnom ruchu v časovom horizonte do rokov 2020 až 2030

Konsekvencia 1:

Predpoklad zníženého zahraničného dopytu po destinácii Slovensko a Bratislavský kraj (predovšetkým long haul)

Trend 2:

Konkurencieschopnosť Slovenska v cestovnom ruchu nie je dostatočná, postavenie Slovenska je v rámci konkurencieschopnosti destinácií cestovného ruchu Stredoeurópskeho priestoru na predposlednom mieste

Konsekvencia 2.1:

Silný tlak konkurencie schopných krajín na celom svete, hlavne nových destinácií, ekonomicky rozvíjajúcich sa krajín znižuje záujem zahraničnej klientely o ekonomicky vyspelé krajiny, v rámci ktorých sa nachádza SR a Bratislavský kraj

Konsekvencia 2.2: Konkurencia odstredivé pôsobenie susedných krajín pre potenciálny zahraničný dopyt do Bratislavského kraja

Trend 3: Krajiny OECD zdôrazňujú význam domáceho cestovného ruchu

Konsekvencia 3: Zvyšovanie záujmu týchto krajín o vlastného domáceho turistu a rozvoj domáceho cestovného ruchu

Trend 4: Krajiny OECD presadzujú sociálny rozmer v rámci domáceho cestovného ruchu. EU presadzuje sociálny cestovný ruch aj v rámci medzinárodného cestovného ruchu

Konsekvencia 4: Možná podpora pre účastníka CR. V krajinách EU napr. program CALYPSO, v krajinách OECD špeciálne národné programy

Trend 5: Krajiny OECD venujú pozornosť nepriamej podpore cestovného ruchu prostredníctvom daňového systému, hlavne dane z pridanej hodnoty

Konsekvencia 5: DPH v SR (a tým aj v Bratislavskom kraji) predstavuje cenovú hrozbu neschopnosti konkurovať podnikateľskému prostrediu a cenotvorby vo vzťahu ku zákazníkovi, účastníkovi CR

Trend 6: Ekoturizmus

Konsekvencia 6: Ekoturizmus v širšom ponímaní je súčasťou ponuky všetkých konkurenčných destinácií (Rakúsko, Česká republika, Maďarsko), je nutné zamerať sa naň aj v Bratislavskom kraji

Trend 7: Vzdelávací a kultúrny cestovný ruch

Konsekvencia 7: Príležitosť pre Bratislavský kraj

Trend 8: Dobrodružný cestovný ruch

Konsekvencia 8: Príležitosť pre Bratislavský kraj

9.2 Určenie a stanovenie potenciálnych produktových línií, ktoré môžu byť súčasťou potenciálnej ponuky cestovného ruchu v Bratislavskom kraji

Na základe brainstormingu expertov boli definované jednotlivé možnosti produktových línií pre domáceho a zahraničného turistu. Jednotlivé možnosti sú klasifikované na základe úrovne atraktivity pre turistu a v komparácii s konkurenciou v okolitých regiónoch.

Na základe analýz možno konštatovať, že Bratislavský kraj nedisponuje jednoznačnou, v porovnaní s ďalšími regiónmi konkurencieschopnou USP (Unique Selling Proposition), ktorá by bola zásadne atraktívna pre turistov zo susedných krajín.

Bratislavský kraj má však veľmi veľký potenciál byť veľmi atraktívny pre slovenského turistu. Pre tento segment ponúka viacero hmotných i nehmotných zaujímavých atraktivít. Veľký význam má premisa, že „každý občan Slovenska by mal poznať svoje hlavné mesto“.

Napriek nedostatku výnimočnosti, Bratislavský kraj je pekný región, ktorý má čo ponúknuť. Je **rôznorodý, farebný**, každý si tu môže nájsť, čo mu vyhovuje. Jednotlivé subregióny – Záhorie, Senec, Malokarpatská oblasť sú rôznorodé, majú svoje vlastné špecifiká. Každý subregión ponúka autentické zážitky.

Bratislavský kraj je ešte stále **málo poznaný, nemá problémy s masovým dopytom**, čo je možné využiť z aspektu **udržateľného cestovného ruchu**. Má výbornú polohu – dobré napojenie na cesty, vlaky, aj lodnú dopravu. Pre zahraničnú klientelu je Bratislava dostupná leteckými linkami nízkonákladových spoločností.

Na druhej strane, v porovnaní s ostatnými okolitými regiónmi v susedných krajinách aj metropolami (okruh rozumných cca 500 km – resp. 5 hodín jazdy autom) nie je z pohľadu zahraničného turistu veľmi špecifický. Bratislavský kraj nemá USP – až na jedno – v BSK leží Bratislava, čo samo zaručuje istý prísun návštevníkov z dôvodu

- a) Bratislava – hlavné mesto Slovenskej republiky, členskej krajiny EU
- b) Bratislava – historické mesto, kde sa prelína história od dvoch tisícročí a viacerých štátnych útvarov. Z historického aspektu je relevantná pre viacero národov (Rakúšania, Maďari, Židia, Francúzi, Chorváti, Bulhari, Rusi atď), pre long-haul klientelu je súčasťou geopoligického historického vývoja v Európe.
- c) Bratislava – hlavné mesto biznisu, kultúry a vzdelávania

Reálny stav v ponuke produktov cestovného ruchu pre zahraničný dopyt:

Konsekvenca 1: Bratislavský kraj je pekný, rozmanitý, farebný, ale chýba mu jedinečnosť, v krátko a strednodobom horizonte nemá výraznejší potenciál na rast zahraničného príjazdového cestovného ruchu.

Konsekvenca 2: Keďže Bratislavský región vzhľadom na súčasnú situáciu, svoje rozmery, konkurenciu susedných regiónov nie je zásadne atraktívny pre zahraničných turistov, je nutné dopyt vytvoriť prostredníctvom podujatí (eventov). V realite však Bratislavský región nemá potenciál pravidelnejšie hostiť podujatia „áčkovej kategórie“ svetovej alebo celoeurópskej úrovne. Preto je

nutné sústrediť sa na podporu medzinárodných podujatí „nichových segmentov“, teda viacerých rôznorodých ale menej početných záujmových skupín.

Reálny stav v ponuke produktov cestovného ruchu pre domáci dopyt:

Konsekvenca 1: Bratislavský kraj **disponuje významnými USP na domácom trhu**. Bratislavský región je ucelené metropolitné územie na Slovensku, je najväčším skutočným centrom biznisu a kultúry. Ponúka množstvo unikátnych ponúk atraktívnych pre domácu klientelu. Veľké množstvo obyvateľstva z regiónov Slovenska Bratislavu a región BSK ešte nenavštívilo.

Konsekvenca 2: Bratislavský región ako sídlo najväčšieho počtu firiem má veľký potenciál v segmente MICE, konkrétne v sub-segmente školení a off-side meetingov. Firmy na podobné aktivity vyhľadávajú tiché prostredie, ktoré je však dopravne dobre dostupné z ich sídla.

Zdroj: GfK Strategický workshop, február 2014

9.3 Strategický pozicioning

Z uvedeného vyplýva, že v krátkodobom a strednodobom horizonte by sa Bratislavský región mal zamerať na nasledujúce štyri priority:

1. Domáci cestovný ruch

Podporovať a aktívne vytvárať produkty cestovného ruchu pre domácu klientelu z ostatných regiónov Slovenska. Cieľom je vytvoriť rozmanité produkty pre viacero cieľových skupín, ktoré by zahŕňali jednak hlavné mesto Bratislavu (ako najväčšie lákadlo) a zároveň by ponúkali objavovanie ostatných častí regiónu BSK. Tieto ponuky by mali byť aj aktívne komunikované.

2. Zahraničný cestovný ruch - okolité krajiny

Pokračovať v doterajšej podpore pre zdrojové trhy z okolitých krajín. Zamerať sa hlavne na bezprostredné okolie Bratislavského regiónu. Z komunikačného hľadiska sa sústrediť na lokálne komunity a ich potreby.

Špecifickou cieľovou podskupinou sú zahraniční návštevníci z tretích krajín, ktorí primárne prišli navštíviť Viedeň a z dôvodu geografickej blízkosti je možné ponúknuť im návštevu Bratislavy a okolitého regiónu.

3. Podporovať medzinárodné podujatia „nichových segmentov“

Aktívne podporovať organizovanie medzinárodných podujatí rôznych menších záujmových skupín v Bratislavskom regióne. Tieto záujmové skupiny sú typicky veľmi dobre komunikačne prepojené a prostredníctvom online komunikácie dokážu vo svojom okolí veľmi efektívne spropagovať hositeľský región.

4. MICE – Firemné stretnutia a školenia

Podporovať organizovanie školení, off-side meetingov a ostatných firemných stretnutí na území Bratislavského regiónu, primárne v ubytovacích zariadeniach vyššej kategórie v okolí Bratislavy, ktoré ponúka tiché prostredie a špecifickú atmosféru. Zamerať sa v prvom rade na spoločnosti a firmy so sídlom v Bratislave, sekundárne na SME firmy sídliace vo Viedni a Brne.

Cielenie Bratislavského regiónu na ostatné zdrojové trhy by malo byť uskutočnené nie samostatne, ale v rámci aktivít celého Slovenska ako destinácie cestovného ruchu.

Zdroj: GfK Strategický workshop, február 2014

9.4 Produktové línie

Na základe doterajšieho vývoja, vykonanej analýzy, výskumu Bratislavskej organizácie turizmu, výskumu Ekonomickej university, viacerých výskumov agentúry GfK a hodnotenia expertov možno definovať produktové línie o ktoré má záujem potenciálny návštevník Bratislavského kraja. Ide o 16 produktových línií (P1 – P16), ktoré sú aktuálne pre budúce obdobie.

Uvedené produktové línie sú pozicionané do jednotlivých subregiónov Bratislavského kraja, do okresov Bratislava, Pezinok, Senec, Malacky. Ich ponuka je naznačená podľa časového obdobia realizácie v členení: celoročný produkt, len letný produkt, len zimný produkt. Aplikácia produktovej línie odporúča smerovanie pre zahraničnú alebo domácu klientelu a vyjadruje intenzitu záujmu týchto dvoch segmentov. Ku každej produktovej línii je priradený balíček, resp. viacero balíčkov, do ktorých možno danú produktovú líniu zaradiť pri tvorbe ponuky balíčkov.

Produktové línie možno variabilne kombinovať do balíčkov. V Bratislavskom kraji je v súčasnosti reálne vytvoriť ponuku ôsmich balíčkov pre dovolenkovú klientelu (D1 – D8) a tri vybrané balíčky pre biznis klientelu (B1-B3).

Tab. č. 48. Produktové línie v Bratislavskom kraji.

Produktová línia	Subregión BSK – okres:	Celoročný produkt	Výhradne letný produkt	Výhradne zimný produkt	Súčasť balíčka	Dopyt Zahraničný Domáci
P 1 City break	Bratislava	Nočný život, Nostalgia – architektúra socialistickej éry Gastro, víno, puby	Open air podujatia, Športové lietanie	KHL, Silvester	D1	Z+++ D ++
P 2 Športové podujatia medzinár, i region.	Bratislava	Nepravidelné podujatia medzinárodného	Maratóny, Rafting v Čunove,	KHL Zimný	D1, D5, D7	D + Z ++

Produktová línia	Subregión BSK – okres:	Celoročný produkt	Výhradne letný produkt	Výhradne zimný produkt	Súčasť balíčka	Dopyt Zahraničný Domáci
významu, športové zážitky		významu	Grand Prix	maratón		
	Pezinok	x	Cyklomaratón, Veľká cena veteránov	x	D5, D7	D+
	Senec	Senecká ruka	Rybárske preteky, Medzinárodný potápačský festival, Wallnerov memoriál	Silvestrovský ponor	D5, D7	D++ Z+
	Malacky	Futbal	x	x		D
P 3 Kultúrne podujatia medzinárodného i regionálneho významu, kultúrne zážitky	Bratislavaa	Bratislavské hudobné slávnosti, Bratislavské džezové dni a Ďalšie hudobné festivaly, Filmové festivaly, Divadelné festivaly	Open-air festivaly: Street art festival, Bratislavské Kultúrne leto, Korunovačné slávnosti a ďalšie letné podujatia kultúrneho a spoločenského charakteru Farmárske dni, Gurmánske festivaly Dožinky Dni vinobrania	Vianočné trhy, Silvester v Bratislave Svätomartin ské dni vína	D1,D3, D7, D2	D++ Z+ D+
	Pezinok	Dni pivníc (Svätojurské, Modranské, Pezinské, Malokarpatské dni , Svätomartinské dni, ďalšie „dni otvorených	Fyzulnačka Pezinok	Hudobný festival Eugena Suchoňa	D2,D7	D+++ Z++

Produktová línia	Subregión BSK – okres:	Celoročný produkt	Výhradne letný produkt	Výhradne zimný produkt	Súčasť balíčka	Dopyt Zahraničný Domáci
		pivnic“ Husacie hody v Slovenskom a Chorvátskom Grobe			D3	
	Senec	x	Open air festivaly: Senecké leto, Veľký letný festival	Zabijačkové hody	D2	D++ Z+
	Malacky	x	Habánsky hodový dvor	Dni zelá Stupava Adventné Malacky	D2 D2,D3	D+
P 4 Akčné aktivity, zážitky, aktívny šport, pohyb v prírode	Bratislava	Ľadový hokej, Športové strieľanie	Cykloturistika, Pešia turistika, trekking, Športové lietanie, Rafting Čunovo, vodné športy Zlaté Piesky, Rybolov ramená Dunaja, jazerá Dinopark -ZOO		D4	Z+ D+
	Pezinok	Pešia turistika, Jazda na koni	Cykloturistika, pešia turistika, trekking, športové lezenie, trendové športy	Bežecké lyžovanie, zjazdové lyžovanie	D4	D+
	Senec	Jazdecké pólo	Jazerá - vodné športy Športové lietanie Golf, Trendové športy		D4	D++ Z+

Produktová línia	Subregión BSK – okres:	Celoročný produkt	Výhradne letný produkt	Výhradne zimný produkt	Súčasť balíčka	Dopyt Zahraničný Domáci
	Malacky	Pešia turistika, Hypo - jazda na koni Poľovačka	Cykloturistika, Pešia turistika, trekking, Golf, Zber húb, Trendové športy	x	D4	D++
P 5 Významné osobnosti, legendy	Bratislava	Hokejové legendy , osobnosti politiky, vedy a techniky, výtvarného umenia , hudby, literatúry, osobnosti kráľovských rodov			D3,D7	Z+ D++
	Pezinok	Osobnosti politiky, literatúry, výtvarného umenia			D3, D7	D++
	Malacky	Šľachtici, Osobnosti výtvarného umenia			D3, D7	D++
P 6 Ekoturizmus	Bratislava	Botanická záhrada, Sad J.Kráľa,	Pozorovanie vtákov pri rieke Morava a Dunaj Sandbergsko – Pajštúnsky geopark a ďalšie		D7, D5	Z+++ D+
	Malacky	Záhorská nížina,	Pozorovanie vtákov		D7, D5	D++

Produktová línia	Subregión BSK – okres:	Celoročný produkt	Výhradne letný produkt	Výhradne zimný produkt	Súčasť balíčka	Dopyt Zahraničný Domáci
		borovicové lesy	pri rieke Morava			
P 7 Voluntarizmus	Bratislava	Pamiatkové objekty	CHKO Malé Karpaty, CHKO Dunajské Luhy, chránené areály		D5, D7	Z++
	Pezinok	Pamiatkové objekty	CHKO Malé KArpaty		D5, D7	Z+
	Senec	Pamiatkové objekty	Jazerá Chránené areály		D5, D7	Z+
	Malacky	Pamiatkové objekty	Vodné plochy, CHKO Záhorie Chránené areály		D5, D7	Z+
P 8 Nákupy - shopping	Bratislava	Značkové predajne	x	x	D1, D5	D++ Z+
P 9 Kultúra	Bratislava	Hrady (Bratislava, Devín), galérie v meste + DAnubiana, múzeá, knižnice architektúra	Workshopy ľudových remesiel	Opera, balet, muzikály	D3	Z+++ D++
	Pezinok	Galérie, Malokarpatské múzeum, ľudové remeslá ,hrad Červený Kameň	Koncerty v amfiteátri	x	D3	D++
	Senec	Včelárske múzeum	x	x	D3	D+
	Malacky	Kaštieľ, hrady – ruiny, Habánsky Dvor – Veľké Leváre, Pamätná izba M.Benku,	x	x	D3	D++

Produktová línia	Subregión BSK – okres:	Celoročný produkt	Výhradne letný produkt	Výhradne zimný produkt	Súčasť balíčka	Dopyt Zahraničný Domáci
		Kostolište, Múzeum F. Kostku Stupava, Múzeum M. Tillnera Malacky, Uhranské múzeum Záhorská Ves				
P 10 Gastro zážitky	Bratislava	puby	Gastro prehliadky	x	D2	D+
	Pezinok	Víno, Husacina a lokše	x	x	D2	D+++ Z++
	Senec	x	x	Zabíjačky		D+
	Malacky	Jedlo na farme				D+
P11 Vidiecky cestovný ruch a agroturizmus	Pezinok		Pestovanie viniča, spracovanie vína		D5, D7	D+
	Malacky	Chov koní, chov oviec	Zber húb, spracovanie húb, Teambulding pre rodiny v Abelande		D5, D7	D+
P12 Dunaj	Bratislava	Kultúrne pamiatky Kultúrne podujatia Prehliadka vodného diela Gabčíkovo	Cykloturistika, rybolov, Maríny motorové člny, hausboaty, pozorovanie vtákov vyhliadková plavba po Dunaji		D6, D5, D7	Z+ D++
P 13 Náboženstvo	Bratislava	Sakrálné židovské a kresťanské pamiatky,	x	x	D7	Z+++ D+

Produktová línia	Subregión BSK – okres:	Celoročný produkt	Výhradne letný produkt	Výhradne zimný produkt	Súčasť balíčka	Dopyt Zahraničný Domáci
	Malacky	Kresťanské pamiatky Malacky, pútno miesto Marianka	x	x	D7	D++
P 14 Smart (inteligentné systémy)	Bratislava	Geocashing Geophoto, geovideo	x	x	D7	Z++ D+
	Pezinok	geocashing	x	x	D7	Z+ D++
	Senec	geocashing	x	x	D7	Z+ D++
	Malacky	geocashing	x	x	D7	Z+ D++
P 15 Vzdelávanie, tréningy	Bratislava	Školské výlety: Poznaj svoje hlavné mesto Tematické workshopy	 Letné školy	x	D7	D+++ Z++
P 16 Sociálny CR	Senec	Školy v prírode	x	x	D7	D++
		Rekreačné pobyty pre seniorov (mimo letnej sezóny)			D8, D7	D++
	Malacky	Školy v prírode Pobyty v autentickom	x	x	D7	D++ Z+

Produktová línia	Subregión BSK – okres:	Celoročný produkt	Výhradne letný produkt	Výhradne zimný produkt	Súčasť balíčka	Dopyt Zahraničný Domáci
		prostredí rodín na vidieku pre zahraničných návštevníkov				

9.5 Produktové balíčky

Návrh balíčkov pre dovolenkovú klientelu (leisure) vychádza z realizovaných výskumov. Tieto boli podkladom aj pre nastavenie primárnych zdrojových trhov. Segmentácia klientely, ktorá je potenciálnym nositeľom daného balíčka je uvedená v členení podľa veku.

Tab. č. 49. Produktové balíčky v Bratislavskom kraji pre dovolenkovú klientelu.

Balíček pre dovolenkovú klientelu (leisure) „D“	Fiktívny dopyt výskum	Reálny dopyt na základe výdavkov výskum	Očakávané primárne zdrojové trhy zo zahraničia	Očakávané primárne zdrojové trhy zo SR	Demografický segment podľa veku
D1 - City break (pobyt)	26%	30%	Poľsko Nemecko Rakúsko	Kraj: Košický, Prešovský, Popradský, Banskobystrický, Žilinský, Trenčiansky	Mládež - teens + single Mladé páry (partneri) Mladší seniori
D2 - Wineland (pobyt)	17%	10%	Nemecko Rakúsko	Kraj: Bratislavský, Trnavský	Single Mladé páry Mladší seniori, Straší seniori
D3 - Kultúrny výlet	15%	35%	Rakúsko,	Kraj: Bratislavský,	Všetky vekové

Balíček pre dovolenkovú klientelu (leisure) „D“	Fiktívny dopyt výskum	Reálny dopyt na základe výdavkov výskum	Očakávané primárne zdrojové trhy zo zahraničia	Očakávané primárne zdrojové trhy zo SR	Demografický segment podľa veku
			Nemecko, Ázia	Žilinský, Trenčiansky, Trnavský	segmenty
D4 - Akčný výlet (príp. pobyt)	14%	20%	ČR Veľká Británia, Nemecko Rakúsko	Bratislavský, Žilinský, Trenčiansky, Trnavský	Mládež - teens + single Mladé páry (partneri)
D5 - Rodinný výlet	12%	12%	ČR Rakúsko	Kraj: Bratislavský	Rodiny s deťmi, Starí rodičia s vnúčatmi
D6 - Dunaj pobyt príp. výlet	8%	10%	Veľká Británia Nemecko Rakúsko ČR	Kraj: Bratislavský	Mládež , teens + single Mladé páry (partneri) Mladší seniori
D7 - Tematický balíček	7%	15%	Poľsko	Kraj: Košický, Prešovský, Popradský, Banskobystrický, Žilinský, Trenčiansky	Všetky vekové kategórie v závislosti od témy balíčka
D8 - Dovolenka pri vode	7%	7%	ČR	Kraj: Bratislavský, Žilinský	Rodiny s deťmi, starí rodičia s vnúčatami

Potenciálny klient môže v uvedených balíčkoch nájsť základné benefity:

- Nová skúsenosť, nové poznanie
- Zážitok, vzrušenie
- Nové priateľstvá, nové vzťahy
- Seberealizácia
- Rodinná súdržnosť

Tab. č. 50. Produktové balíčky v Bratislavskom kraji pre biznis klientelu.

Balíček pre biznis klientelu „B“	Subregión realizácie (okres)	Súčasť balíčka	Subregión realizácie (okres)
B1 - Kongres, konferencia, pracovný míting	Bratislava	a. Kultúra b. Gastro zážitok, víno c. Hypoaktivity - Jazda na koni d. Zážitok – športové lietanie e. Ľudové remeslá f. Zážitok – nostalgia g. Golf h. Poľovačka	a. Bratislava, Pezinok, Malacky b. Pezinok, Senec c. Bratislava, Malacky d. Senec e. Bratislava, Pezinok, Malacky f. Bratislava g. Malacky, Senec h. Malacky
B2 - Výstava, veľtrh	Bratislava	i. Kultúra j. Gastro zážitok, víno	i. Bratislava j. Pezinok, Senec
B3 - Teambuilding	Bratislava Senec, Pezinok	k. Cykloturizmus l. Gastro zážitok, víno m. Hypoaktivity - Jazda na koni n. Zážitok – športové lietanie o. Ľudové remeslá p. Golf q. Voluntarizmus	k. Bratislava, Pezinok, l. Pezinok, Senec m. Bratislava, Malacky, Pezinok n. Senec o. Bratislava, Pezinok, Malacky p. Malacky, Senec q. Bratislava, Malacky, Senec, Pezinok

Potenciálny klient môže v uvedených balíčkoch nájsť ďalšie nasledujúce benefity:

- Status
- Ekonomická výhoda.

9.6 Prioritné druhy marketingových aktivít

Tab. č. 51. Prioritné druhy marketingových aktivít.

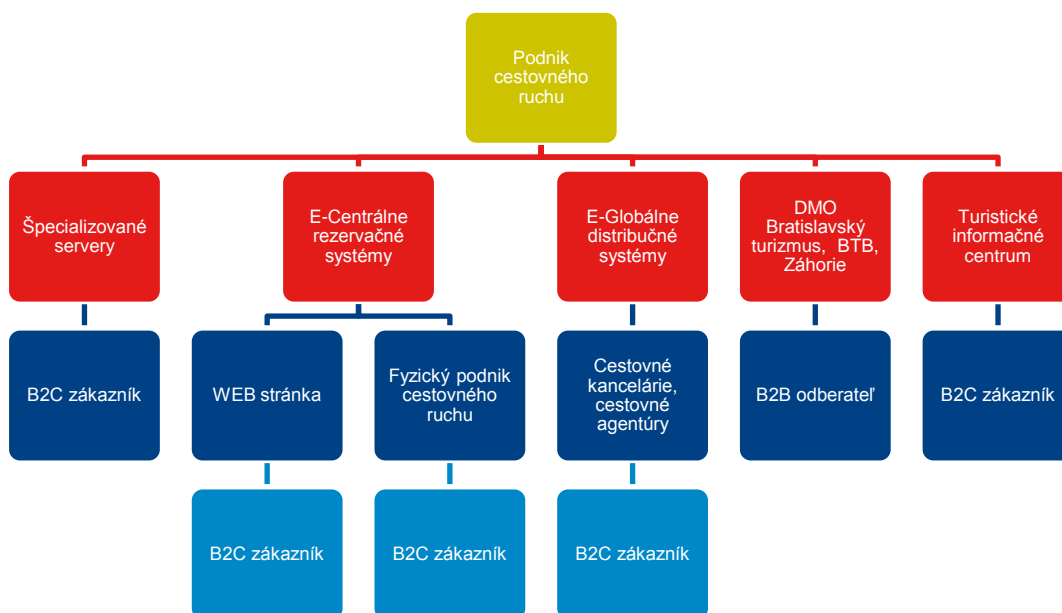
Cieľ marketingovej strategickej aktivity	Konkretizácia strategickej marketingovej aktivity
Strategická marketingová aktivita „Dominantný segment“	<ul style="list-style-type: none"> • Tvorba produktu pre zahraničnú klientelu mladých. Intenzívny rozvoj marketingovej komunikácie na segment mladých, pre ktorých je prvoradá zážitok a destinácia až v následnom rade rozhodovania. Promovať ponuku zážitkov pre zahraničnú klientelu mladých v BA i v ďalších regiónoch BK. Aktívny prístup ku tvorbe produktov cestovného ruchu s obsahom zážitku v zmysle naznačených trendov.
Strategická marketingová aktivita „Základ produktu“	<ul style="list-style-type: none"> • Tvorba ponuky na základe marketingovej niky, ktorá je špecificky zaujímavá a môže osloviť potenciálneho zahraničného zákazníka • Tvorba balíčkového produktu pre klientelu z celého Slovenska vo variantných riešeniach. Maximálne zapracovať možnosť víkendových alebo 2-3 dňových pobytov v kombinácii Bratislava a okolie v Bratislavskom kraji
Strategická marketingová aktivita „Inovácie“	<ul style="list-style-type: none"> • Vytvoriť podmienky pre reálne uvedenie všetkých 16 produktových línií do ponuky cestovného ruchu • Vhodne kombinovať produktové línie do variabilných balíčkov a tieto promovať na cieľových trhoch • Aplikovať inteligentné technológie do jednotlivých produktov a do procesov komunikácie s klientom
Strategická marketingová aktivita „Doprava“	<ul style="list-style-type: none"> • Marketingová spolupráca s cieľom vytvoriť možnosti prepojenia alebo spoločného dopravného marketingu s Maďarskom, Rakúskom a Českom na úrovni železničnej a verejnej autobusovej dopravy, vytvoriť modro –zelené spojenia vodnej a cyklotransportu
Strategická marketingová aktivita „Domáci cestovný ruch“	<ul style="list-style-type: none"> • Rozšíriť existujúce úspešné a osvedčené produkty cestovného ruchu pre domáci dopyt • Permanentne komunikovať ponuku v cieľných regiónoch v SR
Strategická marketingová aktivita „Bratislava“	<ul style="list-style-type: none"> • V spolupráci so SACR promovať Bratislavu ako hlavné mesto Slovenska, ktoré má potenciál byť súčasťou reťazca hlavných miest pre zahraničnú klientelu z primárnych krajín i z long haul krajín • Marketingová komunikácia DMO Bratislavský turizmus pre obyvateľov Slovenska s cieľom postupnej zmeny emócií voči Bratislave so sloganom –, aj Bratislava je Slovensko“
Strategická marketingová aktivita „Prepojenie Bratislavy a subregiónov BK“	<ul style="list-style-type: none"> • Marketingová podporná komunikácia, aby ľudia od Košíc, Popradu, Zvolena, Kysúc, Tekova, Rožňavy, Komárna navštívili a spoznali Bratislavu v zmysle: „Spoznaj hlavné mesto a zaži pestrý a čarovný región Bratislavského kraja“
Strategická marketingová aktivita „Biznis incentíva“	<ul style="list-style-type: none"> • Spolupracovať s BTB na marketingovej podpore MICE • Predložiť ponuku organizátorom kongresov a konferencií a BTB s cieľom vytvoriť programy pred a po konferenciách s výjazdom z Bratislavy do regiónov Bratislavského kraja

Cieľ marketingovej strategickej aktivity	Konkretizácia strategickej marketingovej aktivity
Strategická marketingová aktivita „Vzdelávací kultúrny cestovný ruch“	<ul style="list-style-type: none"> • Využiť predpoklady pre vzdelávanie a kultúrny cestovný ruch do produktovej ponuky v cestovnom ruchu s ťažiskom na klientelu mládeže • Intenzívne rozvíjať marketingovú komunikáciu s potenciálnymi návštevníkmi BK a Bratislavy zo škôl a ďalších mládežníckych a detských inštitúcií (vzdelávacie a tvorivé kempy, mládežnícke združenia, asociácie, nadácie a pod.
Strategická marketingová aktivita „Sociálny cestovný ruch“	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikačná podpora produktov, ktoré sú orientované na sociálny cestovný ruch • Ekonomické vzdelávanie pracovníkov z podnikov, ktoré sa potenciálne môžu zapojiť do poskytovania služieb v rámci sociálneho cestovného ruchu • Zlepšiť dostupnosť pre hendikepovaných účastníkov CR
Strategická marketingová aktivita udržateľný cestovný ruch, „Ekoturizmus“	<ul style="list-style-type: none"> • Podporovať systémy environmentálnej certifikácie podnikov, ktoré poskytujú špecifické charakteristické služby a špecifické služby, ktoré súvisia s cestovným ruchom. • Zapojiť sa do Národného programu kvality a vytvoriť systém vyhodnocovania kvality služieb, ktoré súvisia s cestovným ruchom s výrazným akcentom na environmentálne prvky • Zapojiť sa do produktovej tvorby „Národnej siete geoparkov“ SR zameranej na poznávanie geologických, kultúrno-historických a iných prírodných fenoménov kreovaním špecifického produktu geoparku (Záhorie) • Dôrazne marketingovo komunikovať produkty založené na prírodnej vode, (hlavne Senec, Dunaj, Čunovo) • Využívať možnosti súčasných chránených území CHKO Malé Karpaty, CHKO Záhorie a CHKO Dunajské lužné lesy pre ekoturizmus, v spolupráci s rôznymi združeniami • Vytvoriť ponuku voluntaristických produktov cestovného ruchu s cieľom environmentálnej starostlivosti o prostredie na početných maloplošných chránených územiach, ktoré sa nachádzajú v Bratislavskom kraji •
Strategická marketingová aktivita „Ceny a jej dopady“	<ul style="list-style-type: none"> • Vypracovať cenovú analýzu a analýzu dopadov na ekonomiku Bratislavského kraja s cieľom ekonomickej argumentácie cenotvorby produktov cestovného ruchu voči kompetentným orgánom • Výchovne pôsobiť na podniky, ktoré poskytujú služby cestovného ruchu, aby ich produkt spĺňal kritérium cena= hodnota (price= value)
Strategická marketingová aktivita „Výskum“	<ul style="list-style-type: none"> • Permanentne, cyklicky uskutočňovať výskum dopytu u dovolenkovej klientely a biznis klientely • Vytvoriť systém tvorivej spolupráce vo vzťahu B2B s výsledkom finančného podielu na výskume trhu • Pripraviť prvé overovacie sondy regionálneho turistického satelitného účtu •
Strategická marketingová aktivita „Interregionálna a cezhraničná Spolupráca“	<ul style="list-style-type: none"> • Participácia pri rozvoji produktov, ktoré sa prelínajú v spolupracujúcich regiónoch • Spoločné projekty financované z EU fondov

9.7 Distribúcia produktu

Distribúcia produktu je v cestovnom ruchu mimoriadne variabilná. Rýchle zdokonaľovanie informačných technológií a ich masová využiteľnosť totálne zmenili doterajšie klasické systémy distribúcie. Informačné technológie vytvorili podmienky pre enormný nárast individuálneho cestovného ruchu a možnosť, aby si zákazník individuálne vytvoril tzv. dynamické balíčky, ktoré si priamo kupuje prostredníctvom e-commerce.

Schéma distribučných kanálov podnikov cestovného ruchu:



Zdroj: Novacká L., Destinatur 2013, s. 142, upravené

V podmienkach nastavených produktových línií a segmentov potenciálnej klientely je predpoklad maximálnej dôležitosti distribučných kanálov v druhom rade, (farebné zvýraznenie oranžovou farbou). Ide o elektronické distribučné systémy, destinačné manažérske organizácie a Turistické informačné centrá.

9.8 Komunikácia produktu

Rozvoj komunikačných technológií sa intenzívne prejavuje aj v komunikácii medzi subjektami cestovného ruchu na oboch úrovniach, to znamená na úrovni B2C (biznis – zákazník) a B2B (biznis-biznis). V minulosti išlo hlavne o aplikáciu on-line na úrovni B2B pre potreby rezervácií a predaja. V súčasnosti už možno označiť pojmom „boom“ najrôznejších sociálnych sietí, aplikáciu inteligentných technológií a smart komunikácie s účastníkom cestovného ruchu (B2C).

Súčasná ponuka informačných technológií sa posunula ku bežnému užívateľovi. Pozitívny zásah informačných technológií aj do vekového segmentu strednej a staršej generácie a hlavne automatická súčasť života mobilných aplikácií v segmente mladej a strednej generácie prináša potrebu zmeny v spôsobe komunikácie aj v oblasti cestovného ruchu. Táto zmena sa prejavuje odklonom od klasických spôsobov komunikácie a zvyšovaním dôrazu na on-line komunikáciu (vrátane segmentu mobilnej komunikácie na smartfónoch a tabletoch).

Online marketing je výsledkom prieniku oblastí marketingu a IT, resp. informačných technológií a nástrojov propagácie a komunikácie v digitálnom priestore. Vďaka vysokej penetrácii internetu (vysokorýchlostného, ako aj mobilného) a rozšíreniu tabletov a smartphonov je prístup na internet možný takmer kdekoľvek a kedykoľvek, čo prinieslo nové formy a možnosti interakcie destinácie a klienta. Základom úspechu pri aplikácii nástrojov online marketingu je vytvorenie dobrej internetovej prezentácie (web stránka, využitie sociálnych sietí a pod.), následná kontrola a analýza návštevnosti a neustále zlepšovanie jednotlivých komponentov internetovej prezentácie založené na týchto analýzach.

Nemenej podstatným je sledovanie trendov a flexibilné prispôbovanie sa požiadavkám trhu. Kvôli hustote toku informácií, ktoré musí absorbovať bežný klient cestovného ruchu a silnej konkurencií v prostredí internetu, by internetová prezentácia destinácie mala byť komplexná, atraktívna, a poskytovať relevantné informácie s dôrazom na funkčnosť a prehľadnosť. Treba podotknúť, že online marketing podlieha iným zákonitostiam než tradičný marketing. Internet vytvára úplne iné komunikačné scenáre medzi klientom cestovného ruchu a destináciou. Nie destinácia určuje tok komunikácie, ale klient sa rozhoduje o tom kedy, ako dlho, kde a akým spôsobom sa bude danou web stránkou, či napr. profilmi na sociálnych sieťach zaoberať.

Marketingová komunikácia využitím On-line prístupu

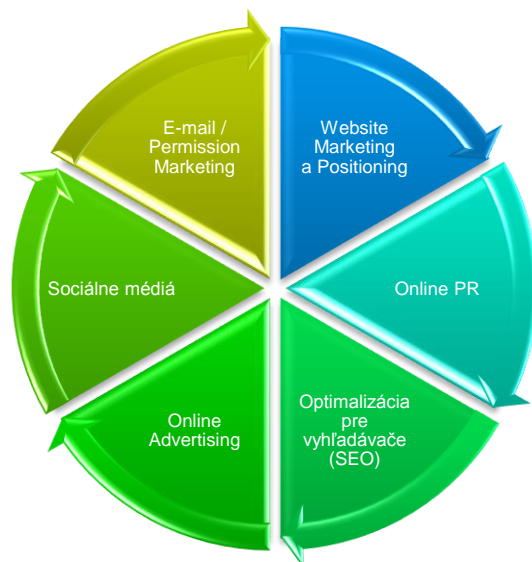
Postupy pre úspešnú marketingovú on-line komunikáciu si vyžadujú vykonať aj v podmienkach Bratislavského kraja nasledovné kroky:

1. základný online marketingový plán.
2. analýza preferencií a potrieb návštevníkov a klientov
3. vytvorenie komplexných informačno-komunikačných platforiem
4. komunikácia s klientom, zvyšovanie okruhu a počtu zákazníkov na základe ponuky produktu

Úspešnosť marketingu určuje väčšinou objem príjmu, no okrem toho je vhodné definovať ďalšie ciele týkajúce sa tzv. kľúčových ukazovateľov výkonu (KPI, Key Performance Indicators), ktorých zmeny sú vo vzťahu s úspešnosťou destinácie v oblasti cestovného ruchu (nielen online). Príkladom takýchto kľúčových ukazovateľov môže byť počet unikátnych návštevníkov na web stránke, počet

transakcií vykonaných cez web, počet prezretých podstránok na jedného návštevníka, čas strávený na web stránke. Každý ukazovateľ by mal byť sledovaný aspoň raz mesačne.

Obr. : Schéma základných okruhov online marketingových postupov



Zdroj: Volek M., E-marketing – využívanie možností informačných, rezervačných systémov a nástrojov internetu, in Novacká Ľ. A kol.: Destinatur 2013, Ekonóm Bratislava, s. 169

Bratislavský kraj už disponuje web stránkou s prelinkovaním na profily na sociálnych médiách, absentuje však komplexný prístup a lepšie prepojenie jednotlivých komponentov online prezentácie a komunikácie - a to nielen na najvyšších úrovniach kraja, ale v súčinnosťami s jednotlivými okresmi, mestami a obcami. V online prostredí existuje obrovské množstvo možností prezentácie, preto odporúčame zameranie sa, implementovanie a rozvíjanie nasledujúcich aktivít a nástrojov:

Tab. č. 52. Online a informačné nástroje a aktivity Bratislavského kraja, ich zlepšenie a potenciál.

Online a informačný nástroj/aktivita Bratislavského kraja	Potenciál
1. Web stránka	<ul style="list-style-type: none"> • Využívanie nového designu web stránky www.gob.sk, v súlade s vizuálmi Bratislava region tourism a jej neustála inovácia s cieľom: • Obohacovať obsah pre prezentáciu obcí a atraktivít (napr. vytvoriť špeciálnu sekciu na web stránke každý týždeň venovať priestor prezentácií jedného mesta, obce, či mestskej časti), • Permanentne vzájomne promovať web stránky, jej častí a funkcionalít prostredníctvom sociálnych médií a naopak (na stránke propagovať videá z YouTube, aktivity, či súťaže na Facebooku, na ktorom sa dajú zároveň recipročne propagovať podujatia a možnosť rezervácie

Online a informačný nástroj/aktivita Bratislavského kraja	Potenciál
	<p>vstupeniek cez web stránku kraja a pod.).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permanentne fučné prepojenie interaktívnej mapy cyklotrás s mobilnými aplikáciami. • Prepojenie s rezervačnými systémami ubytovania v Bratislavskom kraji systémom modulu. • Pri web stránkach jednotlivých obcí, či podujatí v Bratislavskom kraji uverejňovať partnerské logo Bratislava region tourism, prípadne aspoň linky na hlavnú stránku regiónu, informačno-rezervačný systém, či vybrané landing pages. • Zatraktívnenie vizuálneho obsahu, napr. poskytnutím možnosti online prezerania a listovania tematickými PDF brožúrkami (základné informácie, gastronómia a pod.),nie len ich stiahnutia. • Lepšia špecifikácia jednotlivých oblastí cestovného ruchu, ktoré sú lákadlom Bratislavského kraja pre lepšiu orientáciu a možnosť kvalitnejšieho cielenia (aj pri využívaní online advertisingu).
2. Facebook - profil	<ul style="list-style-type: none"> • Permanentne , aktívne promovať podujatia v Bratislavskom kraji (informácie o vinobraniach, koncertoch, atraktívnych športových podujatiach, viac interaktivity a virálneho obsahu), • Potreba výraznejšieho coveru v súlade s brandingom. • Permanentne inovovať viacjazyčné mutácie profilu (anglická, nemecká, maďarská).
3. Twitter - profil	<ul style="list-style-type: none"> • Na slovenské pomery veľmi aktívne Twitter konto, avšak potreba jednoduchého redesignu (zmena pozadia v súlade s vizuálmi Bratislava region tourism). • Zvážiť Twitter konto v angličtine.
4. YouTube - profil	<ul style="list-style-type: none"> • Kanál s častými updatmi, avšak nízky počet prehratí, slabé promo a nízka viralita spotov. • Opäť chýba jasné grafické prepojenie na Bratislavský kraj a jeho branding, potreba redesignu. • Stálo by za úvahu zvážiť vytvorenie paralelného YouTube kanálu orientovaného na cestovný ruch a propagáciu Bratislavského kraja ako destinácie. Pôvodný kanál je možné ponechať ako informačný kanál pre občanov a obyvateľov regiónu, čomu zodpovedá aj zameranie súčasného obsahu zverejňovaných videí.
5. Foursquare	<ul style="list-style-type: none"> • Motivovať návštevníkov, resp. klientov cestovného ruchu, aby udávali svoju polohu (tzv. check-in) v rámci Bratislavského kraja. Motivovať aspoň okresné mestá, aby si vytvorili profily s pridaním atraktivít.
5. Online advertising	<ul style="list-style-type: none"> • Využívanie rôznych reklamných formátov v spojení s vyhranenými a optimalizovanými landing pages, v súlade s regionálnou marketingovou stratégiou a stratégiou cestovného ruchu. • Využívanie Google AdWords, E-target, v prípade niektorých podujatí a akcií aj Facebook Ads, reklamné formáty (bannery) na navštevovaných domácich aj relevantných zahraničných portáloch podľa žiaducich

Online a informačný nástroj/aktivita Bratislavského kraja	Potenciál
	segmentov.
6. E-mail marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Pokračovať v zasielaní noviniek e-mailom, • snaha o rozširovanie databázy e-mailov (ako súčasť CRM) o kvalitné publikum.
7. Centrálny CRM systém	<ul style="list-style-type: none"> • Vytvorenie centrálného CRM systému - zbieranie dát o návštevníkoch a klientoch CR na všetkých možných úrovniach a pri všetkých možných príležitostiach online aj offline, • tvorba centrálnej databázy • s možnosťou spoplatnenia pre komerčné subjekty.
8. Komplexný informačný systém podujatí, atrakcií a POI (points of interest - zaujímavé miesta, atraktivity)	<ul style="list-style-type: none"> • Rozšíriť existujúci informačný systém o podujatiach na stránke Bratislavského kraja - aktualizovať informácie o podujatiach a akciách na všetkých úrovniach regiónu, • vytvoriť databázu POI z hľadiska cestovného ruchu, • prepojiť s možnosťou vytvárania rezervácií. • Informačno-rezervačný systém podujatí udržiavať aktuálny, • pravidelne dopĺňať a prepojiť aj s možnosťou zakúpenia vstupeniek (vlastný e-shop/ticketportal). • Zvážiť posunutie vyhľadávacieho rozhrania podujatí do vrchnej časti stránky, resp. mu vytvoriť v rámci štruktúry stránky vlastný viditeľný priestor.

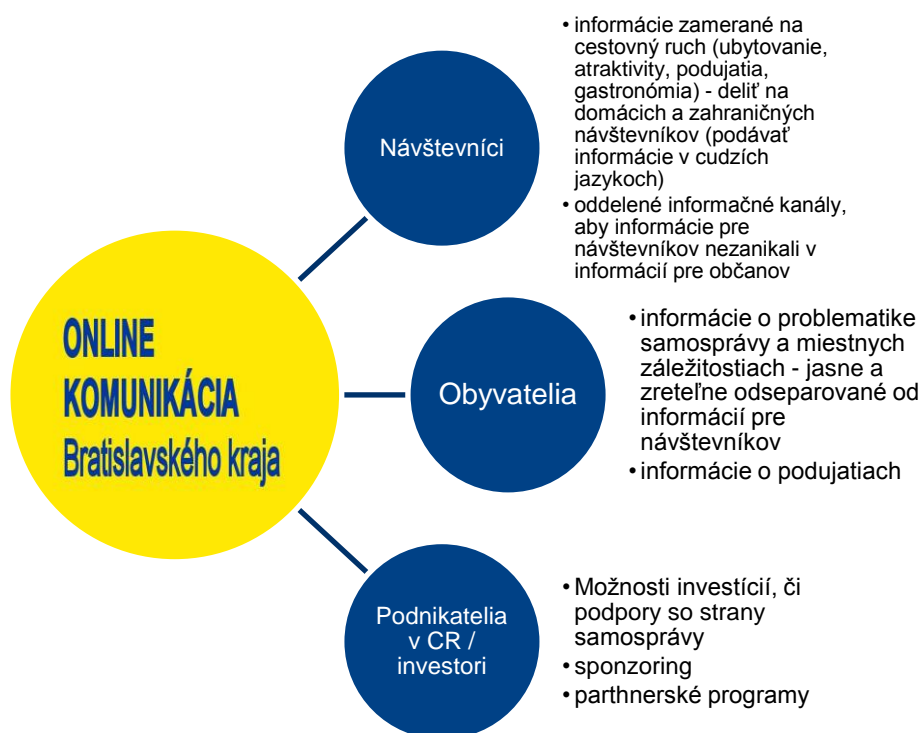
Zdroj: Volek M., E-marketing – využívanie možností informačných, rezervačných systémov a nástrojov internetu, in Novacká Ľ. A kol.: Destinatur 2013, Ekonóm Bratislava, s. 169 - 171

Postup pri online marketingových aktivitách na všetkých úrovniach regiónu si vyžaduje:

1. Systematizovať a zjednodušiť samostatné podávanie informácií o cestovnom ruchu, odstrániť prekrývanie informácií, jasne oddeliť alebo naopak zlúčiť komunikáciu mesta a regiónu, vytvoriť hierarchiu, pričom navrhujeme komunikáciu mesta zastrešiť na úrovni regiónu.
2. Zjednotiť vizuálnu stránku online aj offline prezentácie a zjednotiť komplexný branding podľa Bratislava region tourism, aby akcie a kampane, resp. celkové vystupovanie Bratislavského kraja nielen v prostredí internetu pôsobilo uceleným dojmom (potreba súzvuku online aj offline brandingu).
3. Jasne oddeľovať komunikačné kanály a informácie smerované na obyvateľov regiónu a na návštevníkov a klientov cestovného ruchu. (jasným, aj vizuálnym rozdelením web stránky (resp. web stránok aj iných miest, obcí a mestských častí v kraji) na sekcie Občan – Návštevník, prípadne Občan – Návštevník – Investor, prípadne Podnikateľ). Viac user friendly členenie informácií a dôležitých linkov najmä v anglickej mutácii stránky. Obsah profilov na sociálnych

médiách taktiež určovať a administrovať podľa zamerania – v anglickej, či nemeckej verzii sa primárne sústrediť na informácie z oblasti cestovného ruchu (prípadne informácie o možnostiach podnikania a investícií v tejto oblasti v Bratislavskom kraji).

Smery on-line komunikácie a komunikačných kanálov Bratislavského kraja:



Zdroj: c.d., Destinatour 2013, s. 173

4. Krížová komunikácia a propagácia, využívať jednotlivé nástroje a akcie ucelene so snahou o ich vertikálne aj horizontálne prepájanie, nie ako samostatné a prakticky izolované aktivity. Každé zverejnené video, ktoré poskytuje návštevníkom, resp. klientom cestovného ruchu pridanú hodnotu je potrebné propagovať na Facebookovom a Twitter profile, v prípade kvalitného obsahu snaha o čo najvyššiu viralitu a uverejnenie aj prostredníctvom stránky a všetkých dostupných kanálov. V prípade súťaže na Facebooku, alebo novej aplikácie informovať o týchto na web stránkach, prípadne aj prostredníctvom offline nástrojov. Snaha cieľiť informácie na relevantné segmenty a vytvárať buzz. Na každom offline podujatí a akcií propagovať existenciu web stránky a profilov na Facebooku, z tých následne presmerovať ľudí na YouTube a Twitter, pritom sa snažiť nezdvajovať obsah a ponúknuť ucelený a unikátny user experience. Snaha o prepájanie obsahu jednotlivých online prezentácií na všetkých úrovniach regiónu a vzájomné odkazovanie.

5. **Vytvoriť a aktualizovať informačno-rezervačný systém podujatí**, atrakcií a POI (points of interest) prepojený s možnosťou rezervácie vstupeniek (points of interest) prepojený s možnosťou rezervácie vstupeniek. Doplnenie interaktívnej mapy regiónu a rozšírenie jej databázy (eliminovať neúplné informácie). Pridať možnosti rezervácie ubytovania v rámci Bratislavského kraja, ideálne vo forme integrovaného modulu priamo na web stránky kraja (napr. Holidayinsider.com).

6. **Vytvoriť centrálny CRM systém Bratislavského kraja** a plnenie centrálnej databázy a plnenie centrálnej databázy informáciami o klientoch cestovného ruchu vrátane ich špecifikácie a uvedených preferencií na všetkých úrovniach regiónu ako aj jednotlivých podnikov cestovného ruchu. Snaha o spracovanie všetkých dopytov a rezervácií od klientov s čo najpresnejšími a najpodrobnejšími informáciami o nich (ideálne zistiť záujmy týkajúce sa oblasti v rámci cestovného ruchu). Dopĺňanie databázy aj pomocou newsletteru.

7. **Email marketing / Newsletter** a rozširovanie databázy využitím viacerých techník, ako napr. pridanie viditeľnej možnosti hodnotenia spokojnosti návštevníkmi Bratislavského regiónu pomocou formuláru, pričom jeho súčasťou bude tiež e-mail návštevníka, resp. aj iné povinné, či dobrovoľné údaje. Možnosť prihlasovať sa na newsletter nielen s voľbou frekvencie zasielania informácií, ale aj s možnosťou výberu tematického okruhu (kultúra, gastronómia, športové podujatia a zariadenia a pod.)

Spôsob získavania dát do centrálnej databázy návštevníkov a klientov cestovného ruchu a tvorba centrálneho CRM system:



Zdroj: c.d., Destinatour 2013, s. 175

8. **Vytvoriť e-shop - predaj suvenírov**, zľavových kariet, predaj partnerských produktov a služieb z regiónu (malokarpatské vína, zľavy na husacinu v Grobe, zvýhodnené ceny ubytovania v partnerských ubytovacích zariadeniach a pod.). Stránky jednotlivých obcí, podujatí, resp. čohokoľvek, čo má priamu spojitosť s Bratislavským krajom by mali odkazovať na e-shop, s tým, že cez centrálny e-shop regiónu by bolo možné predávať vybrané typické regionálne produkty a propagovať služby a podujatia.

9. **Vytvoriť mobilné aplikácie pre návštevníkov a klientov cestovného ruchu** napr. na základe interaktívnej mapy – komplexné (obsahujúce informácie o zdravotníckych zariadeniach, úradoch, parkoviskách, verejnej doprave), a tiež zamerané len na CR (kultúrne a historické pamiatky, múzea, ubytovacie a stravovacie zariadenia, informačné kancelárie, sledovanie cyklotrás a možností na športovanie).

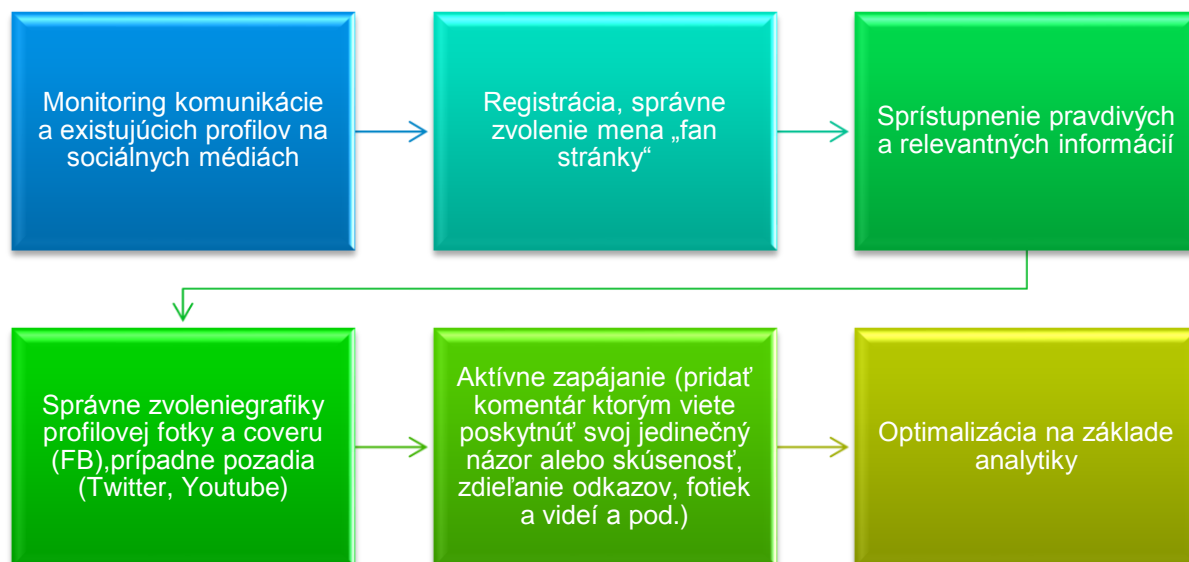
10. **Zväziť anglickú (prípadne nemeckú a maďarskú) mutáciu profilov na Facebooku a Twitteri**. Vzhľadom na cieľové skupiny návštevníkov a snahu o čo najširšie publikum je na zváženie vytvoriť paralelné profily, prípadne viacjazyčné texty pri jednotlivých príspevkoch v aktuálnom profile.

11. **Využiť komplexný online advertising** zameraný na strednodobé a dlhodobé silné stránky, konkurenčné výhody a atraktivity Bratislavského kraja a tomu zodpovedajúca optimalizácia landing pages napr.:

- kultúra a kultúrno-spoločenské akcie: festivaly, podujatia SND a súkromných divadiel tradičné kultúrne podujatia,
- gastronómia a vinárstvo – regionálne gastronomické podujatia a typické regionálne špeciality (Husacina v Grobe, Festival zelé, Gurmán fest, vinobrania, degustácie vína, Malokarpatská vínná cesta a pod.), kvalitné reštaurácie a vinárne a pod.),
- športové vyžitie – cyklistika (interaktívna mapa cyklotrás a spracovaný landing page zameraný na možnosti pre cyklistov), turistika (interaktívna mapa turistických trás kategorizovaných podľa náročnosti a spracovaný landing page zameraný na možnosti pre cyklistov).

Schémy postupov pri implementácii jednotlivých navrhnutých nástrojov online marketingu v prípade Bratislavského kraja (aplikovateľný aj na nižšie úrovne, ako mestá a obce, organizácie cestovného ruchu v regióne, turistické informačné kancelárie a centrá, organizátori podujatí a pod.)

Schéma postupu pri tvorbe a administrácii profilu na Facebooku, Twitteri a YouTube:



Zdroj: c.d., Destinatur 2013, s. 177

Marketingová komunikácia prostredníctvom printových a vizuálnych médií

Vzhľadom na cieľové segmenty klientely a rozvoj informačných technológií je potrebné korigovať štruktúru marketingovej komunikácie. Výsledkom bude redukcia printových materiálov. Pre Bratislavský kraj je naďalej aktuálna úloha, pravidelne koordinovať individuálnu edíciu POS materiálov rôznej kvality a vypracovať edičný plán na najbližšie obdobie (rok). Jazykové mutácie tlačí v miere a rozsahu skutočne zodpovedajúcemu reálnemu dopytu.

Aktívna účasť na strategicky dôležitých veľtrhoch a výstavách

Vyplýva z finančných zdrojov, ktoré sú v rámci BRT limitované. Z uvedeného dôvodu je nevyhnutné precízne racionalizovať zoznam veľtrhov a výstav. Na zahraničných veľtrhoch a výstavách je z finančných dôvodov je vhodné hľadať možnosť zdieľania so SACR. Účasť na veľtrhoch v zahraničí je determinovaná zdrojovými trhmi. Pre potreby Bratislavského kraja ide o primárne zdrojové trhy (Česká republika, Rakúsko, Nemecko). V prípade možnosti participácie na veľtrhoch v najvýznamnejších potenciálnych long haul trhoch (Čína, Južná Korea). Veľkú pozornosť treba venovať komunikácii prostredníctvom veľtrhov a výstav na domácom trhu. Štruktúru výstav cestovného ruchu na území Slovenska treba rozšíriť aj o ďalšie tematické výstavy, ktoré s cestovným ruchom súvisia. Mimoriadny význam má modernizácia prezentácia s využitím aktivizujúcich prvkov pre návštevníka.

Odborné workshopy, semináre, fam/press-tripy, tlačové konferencie a PR

Mimoriadne dôležitou formou odbornej spolupráce a multiplikačnými efektami je organizovanie alebo aktívna účasť na rôznych formách odborných workshopov, seminárov a odborných prezentácií na bilaterálnej alebo multilaterálnej úrovni v slovenskom i medzinárodnom kontexte.

Významný efekt má organizovanie tematických alebo inak cielených poznávacích alebo prezentačných ciest pre zástupcov médií. Podmienkou úspechu a vysokej efektívnosti je vynikajúca príprava a priebeh s atraktívnym programom. V spolupráci s vysokým školstvom je vhodné organizovať letné školy pre mladých žurnalistov. Získaný mediálny priestor vysoko prevyšuje realizačné náklady. Segmentovaný výber médií zaručí distribúciu marketingového posolstva cieľovým skupinám v krátkodobom horizonte.

Spolupráca v oblasti marketingu

Je nevyhnutná z dôvodov ekonomických i organizačných. V rámci postavenia organizácie Bratislavský turizmus ide o spoluprácu po nasledovných líniách:

- SACR – vrcholná marketingová agentúra cestovného ruchu v Slovenskej republike
- Oblastné organizácie: Bratislavská oblastná organizácia cestovného ruchu (BTB), Región Senec, Záhorie (Malacky)
- Profesionálne združenia a asociácie: Zväz cestovného ruchu ZCR, Asociácia informačných centier Slovenska AICES, Zväz hotelov a reštaurácií Slovenska ZHRS, Slovenská asociácia cestovných kancelárií a agentúr (SACKA) a ďalšie.
- Orgány štátnej správy a samosprávy

10 Finančný plán

10.1 Zdroje financovania

Krajská organizácia CR Bratislava RegiÓN Tourism je financovaná z viacerých zdrojov. Podstatnú časť rozpočtu tvorí členský príspevok zakladajúceho člena, ktorým je Bratislavský samosprávny kraj a dotácia z MDVRR SR. Ďalšími zdrojmi financovania sú členské príspevky od oocr Bratislava Tourist Board a oocr RegiÓN Senec. K systému financovania je potrebné uviesť, že Zákon 91/2010 Z.z. v § 28 uvádza, že zdroje financovania organizácii CR sú nasledovné:

- a) členské príspevky,
- b) dotácie zo štátneho rozpočtu (ďalej len "dotácia"),
- c) dobrovoľné príspevky samosprávy, fyzických osôb a právnických osôb na aktivity organizácie cestovného ruchu,
- d) príjmy z činnosti, z predaja produktov a služieb,
- e) odmeny za sprostredkovanie,
- f) výnosy z činnosti turistických informačných centier,
- g) príjmy z predaja reklamnej plochy,
- h) nenávratné finančné príspevky z domácich a zahraničných zdrojov vrátane príspevkov z prostriedkov Európskej únie,
- i) ostatné príjmy

Pričom obmedzujúcim ustanovením pre získanie dotácie pre krajské organizácie je najmä, že podľa § 29, písmena 4 bodu b) krajskej organizácii môže byť poskytnutá dotácia v rovnakej výške ako je členský príspevok vyššieho územného celku v roku, ktorý predchádza predchádzajúcemu rozpočtovému roku, pričom maximálna výška dotácie krajskej organizácii je ohraničená 10% z vybratej dane za ubytovanie všetkých členských obcí oblastných organizácií, ktoré sú členmi krajskej organizácie v roku, ktorý predchádza predchádzajúcemu rozpočtovému roku.

Ďalej determinujúcim ustanovením vo vzťahu k financovaniu krajskej organizácie CR je podľa Zákona 91/2010 Z.z. i § 8 bod 5, ktorý hovorí, že „Členský príspevok oblastnej organizácie krajskej organizácii je najmenej 10% z členských príspevkov získaných oblastnou organizáciou od obcí a podnikateľských subjektov v predchádzajúcom kalendárnom roku.

V podmienkach Bratislavského kraja to znamená, že Bratislava Region Tourism môže výhľadovo do roku 2016 počítať s ročnými príjmami z členského max. 400.000 eur a z dotácie max. 260.000 eur. To znamená, že plán práce a tým pádom aj finančný plán musí reflektovať tieto finančné limity, ktoré sú určené jednak na aktivity organizácie, ale samozrejme musia pokryť i prevádzkové a rozvojové aktivity organizácie. Nakoľko sa pri prevádzkových nákladoch musí uvažovať min. so sumou 250.000 ročne, je nevyhnutné, aby organizácia začala tvoriť vlastné príjmy a v nadchádzajúcich rokoch sa sústredila aj na získanie ďalších externých zdrojov.

10.2 Plánovací dokument KOČR BRT 2014 - 2016

Nasledujúca komplexná tabuľka obsahuje plánovací dokument KOČR BRT pre roky 2014 až 2016.

Tab. č. 53. Plánovací dokument KOČR BRT pre roky 2014 až 2016.

PLÁNOVACÍ DOKUMENT KOBR BRT NA ROK 2014 - 2016													SUMÁR					
													2014	2015	2016			
Zákon 91/2010 Z.z.				I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII			
§ 29 odsek 10 písmeno g)	ZABEZPEČENIE STRATEGICKÝCH, KONCEPČNÝCH A ANALYTICKÝCH MATERIÁLOV A DOKUMENTOV, STATISTIK A PRIESKUMOV	Plánovacie aktivity, siet'ovanie, získavanie údajov a informácií	SK	Štatistika CR v BA kraji, výberové šetrenia, jednodňový návštevníci, výberové spracovanie zo SU														
			SK	Marketingová stratégia destinácie BA región doma a v zahraničí na roky 2014-2016														
			SK/AT	Prieskumy a výskumy: na strane ponuky a dopytu ako východisko pre strategické rozhodnutia														
			SK	Koordínácia plánovania: stanovenie USP a následná produktová definícia + k tomu potrebné koncepcie, stratégie, programy, akčné plány														
			SK	Prieskum alternatívnych zdrojov rozvoja+diseminácia týchto informácií +manažment prípadného spolupartnerstva												23 300 €	10 000 €	10 000 €
			SK	Projektová činnosť - manažment a implementácia projektov														
			SK	Manažment inovácií - zber best practice, diseminácia týchto údajov do členskej základne +prípadná pomoc pri ich zavádzaní														
			SK/AT/HU	Rozvoj vlastných grantových programov a ich manažment výhľadovo do roku 2020														
			SK	Monitoring investičných príležitostí, investorov a investičných stimulov + diseminácia do členskej základne														
§ 29 odsek 10 písmeno h)	ZAVEDENIE HODNOTIACEHO SYS. KVALITY SLUŽIEB	Po zavedení národného systému hodnotenia kvality služieb v CR	SK	Analýza národného systému hodnotenia kvality poskytovaných služieb v podnikoch CR														
			SK	Stanovenie regionalných kritérií, pre systém hodnotenia kvality - aproximácia národného systému kvality na regionalny														
			SK	Zostavenie hodnotiacej komisie, plán práce, financovanie, vytvorenie znacky certifikácie kvality														
			SK	Vytvorenie transparentného systému, jeho sprístupnenie subjektom poskytujúcim služby v CR												0 €	24 000 €	24 000 €
			SK	Kontrola udržateľného nastavenia kvalitatívnych kritérií														
			SK	Poradenstvo v oblasti zavedenia certifikovaných služieb														
			SK	Nastavenie hodnotiaceho systému + výhľadne zber údajov a ich vyhodnocovanie														
			SK	Motivácia k implementácii hodnotiacich kritérií														

PLÁNOVACÍ DOKUMENT KOČR BRT NA ROK 2014 - 2016

SUMÁR

 Zákon
 91/2010
 Z.z.

		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	2014	2015	2016					
§ 29 odsek 10 písmeno i)	VZDELÁVACIE AKTIVITY Z AMERANÉ NA SKVALITNENIE ROZVOJA DESTINÁCIE A CR V NEJ		SK	Pracovné workshopy, odborné semináre, pracovné skupiny členov a partnerov a konferencie/kongresy												7 000 €	11 000 €	11 000 €			
			SK	Stretnutia oocr a kočr																	
			SK	Členská v Danube Competence Center																	
			SK	Podpora TourCentropo																	
			SK	Udržateľnosť ineraktívneho modulu/e-forum na webe www.goba.sk																	
			SK	Účasť v pracovných skupinách pre projekty samosprávy z územia BSK, v prac.skupinách partnerov a cezhraničných partnerov																	
			SK	Členstvo v SCB																	
			SK	Členstvo v ďalších odborných asociáciách doma i v zahraničí																	
			SK	Účasť na sympóziách, konferenciách a štúdijských cestách																	
§ 29 odsek 10 písmeno a)	MARKETING A PROPAGÁCIA	Tvorba propagačných a informačných tlačovín	printy	Tvorba sprievodcov a brožúr a propagačných materiálov - komplexnej ponuky atraktivít, produktov a služieb BA regiónu v jazykových mutáciách. Mapy a cyklomapy. Plagáty, bannery, letáky a ďalšie tlačené propagačné materiály Prezentačné knihy o BA regióne												227 700 €	235 000 €	265 000 €			
			tlač	Tlač všetkých potrebných prezentačných sprievodcov, brožúr, letákov, kníh, máp, plagátov, pozvánok....																	
			video	SK/ENG	Letný tematický video spot a výroba iných video dokumentov o destinácii BA región, jej atraktivitách, podujatiach, službách																
		Výstavy a prezentácie	prezentácie	SK a okolité krajiny	promo stánky na podujatiach v BA regióne aj mimo regiónu prezentačné aktivity na konferenciách, pri Info cestách a na ďalších významných stretnutiach domácich a zahraničných novinárov a touroparátorov roadshow po SR a ďalších zdrojových destináciách Expo, Slovenská dni, Olimpiády a iné významné medzinárodné športové, kultúrne a politické podujatia (predsedníctvo SK v EU,...)																
			výstavy	SK	Slovakiat our Blava																
				CZ	Regionto ur Brno	Holida y Word Praha	Dovole ná Ostrava -														
		PL				Glob Katowice -									Podróže WTF Varšava						

PLÁNOVACÍ DOKUMENT KOČR BRT NA ROK 2014 - 2016

SUMÁR

 Zákon
 91/2010
 Z.z.

		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	2014	2015	2016	
		HU		Utazás í Budap ešť		Vár... Győr											
		AT	Ferien Messe Wien			Argus Bike Wien											
		RUS/ UK			UITT Kyjev MITT Moskva						Otdykh/Lei sure Moskva	IUTM Kyjev					
		DE	CMT Stuttgart		ITB Berlin		IMEX Frakfurt			RDA Kolin							
		UK										WTM Londýn					
		SPEIN									EIBTM Barcelóna						
		ÁZIA/ ČINA									ITB Asia Singapur						
Web marketing, e-marketing	web a facebook	SK	fb v slov, ang, nem a maď. j.m. + udržateľnosť obsahu a aktuálnosti webu rozšírenie o booking														
		CZ															
		PL															
		HU															
		AT															
ENG																	
turistické portály, bannerová reklama	SK	slovakia.travel, visitslovakia.com															
	CZ	prieskum/nasadenie/vyhodnotenie															
	PL	prieskum/nasadenie/vyhodnotenie															
	HU	prieskum/nasadenie/vyhodnotenie															

PLÁNOVACÍ DOKUMENT KOCR BRT NA ROK 2014 - 2016

SUMÁR

 Zákon
 91/2010
 Z.z.

		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	2014	2015	2016					
	newsletter	AT	prieskum/nasadenie/vyhodnotenie																		
		ENG	tripadvisor.com																		
		CZ	tvorba základnej grafiky, systém doplnania informácií, budovanie adresáru											edícia a zasielanie newsletter							
		PL																			
		HU																			
		AT																			
		ENG																			
	PR - infocesty	SK	Téma: župná jeseň																		
		CZ	Téma: leto v destinácii BK				Téma: aktívny oddych:				Téma: Ochutnajte										
		PL																			
		HU	Téma: leto v destinácii BK				Téma: pamiatky														
		AT												Téma: Ochutnajte							
		ENG	Téma: história a kultúra								Téma: tradície										
	PR - tlačovky media mix	SK	Farmárske trhy				Spoznaj BA kraj														
		CZ																			
		PL																			
		HU																			
		AT																			
	Road show a prezentácie	SK	prezentácia ne sérií podujatí/behov ku Quinta Esentia																		
						Dni mesta Košice	Čokofest	Artfilm Fest	Jánošíkove dni v Terchovej	Bardejovský jarmok	Salamandrové dni	Medzinárodný maratón mieru									
					Medzinárodný festival duchov a strašidiel	Grilliada	TOPFEST	folklórny festival Východná	Divadelná Nitra	Radvanský jarmok	Medzinárodný maratón mieru										

PLÁNOVACÍ DOKUMENT KOČR BRT NA ROK 2014 - 2016

SUMÁR

 Zákon
 91/2010
 Z.z.

		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	2014	2015	2016			
							Festival Lumen	Cyriľo- metodsk é slávnost i	Kremnické gagy	Košické slávnosti vína									
									Beh Tatry Dunaj										
								Bažant POHOD A	Oslavy SNP	Festival divadiel stred.EU									
								Folklór e slávnost i pod Poľanou	Medziná rodné letecké dni	Food Fest Tatry									
§ 29odsek 10písmen od)	TVORBA A PODPORA PRODUKTOV CR	Podpora predaja	prezentatívne predmety	perá	kerami ka	trička	megnetky	šiltovky	pršíplášte	ref.pásk y			VIP						
				BA				BKL a HS			Župná jeseň			72 000 €	75 000 €	81 000 €			
					MTB Maratho n		Národný beh Devín		Koronova čné slávnosti				BJD + BHS						
				Region Senec				Dni Regionál nej kuchyne	Dni Regionál nej kuchyne			Dni Regionáln ej kuchyne	Jablkové hodovanie						
								Senecké leto	Veľký letný karneval										

PLÁNOVACÍ DOKUMENT KOČR BRT NA ROK 2014 - 2016													SUMÁR						
Zákon 91/2010 Z.z.					I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	2014	2015	2016
					Podpora dobudovania drobnej infaštruktúry pri významných nadregiónálnych turistických atrakciách a atrakciách														
§ 29 odsek 10 písmeno b)	ČINNOSŤ TIC			BA	vybavenie časti Informačného centra v BA venujúceho sa poskytovaniu informácií o produktoch a službách CR v regióne destinácie BR														
				AT	vybavenie časti Informačného centra v AT venujúceho sa poskytovaniu informácií o produktoch a službách CR v regióne destinácie BR														
				HU	vybavenie časti Informačného centra v HU venujúceho sa poskytovaniu informácií o produktoch a službách CR v regióne destinácie BR												0 €	40 000 €	40 000 €
				SR	vybavenie časti IC mimo destinácie BR v SR venujúceho sa poskytovaniu informácií o produktoch a službách CR v regióne destinácie BR														
SUMA SPOLU FINANČNÝCH PROSTRIEDKOV ZA ROK																	454 000 €	495 000 €	533 000 €

11 Možnosť pre čerpanie finančných zdrojov z fondov EU pre subjekty na území BSK v programovacom období 2014 - 2020

11.1 Politika súdržnosti a Stratégia Európa 2020

Najdôležitejšia z európskych politík - politika súdržnosti bude napĺňaná v najbližších 10 rokoch prostredníctvom strednodobej stratégie Európa 2020. Stratégia sa vo svojom obsahu zameriava na vyhodnotenie predchádzajúceho vývoja EÚ s dôrazom na svetovú krízu a opatrení na zmiernenie jej dopadov, zdôrazňuje úlohu jednotného trhu a nástroje vonkajšej politiky. Upozorňuje na potrebu reformy finančného systému, nevyhnutnosť rozpočtovej konsolidácie a koordinácie v rámci hospodárskej a menovej únie. Rovnako upozorňuje na nevyhnutnosť vyššej previazanosti a spolupráce európskych inštitúcií, národných a regionálnych aktérov.

Základom stratégie Európa 2020 sú 3 vzájomne prepojené a dopĺňajúce sa prioritné oblasti:

Tab. č. 54. Prioritné oblasti stratégie Európa 2020.

Priorita	Popis
inteligentný rast	vytvorenie hospodárstva založeného na znalostiach a inovácii
trvalo udržateľný rast	podpora ekologickejšieho a konkurencieschopnejšieho hospodárstva, ktoré efektívnejšie využíva zdroje
inkluzívny rast	podpora hospodárstva s vysokou mierou zamestnanosti, ktoré zabezpečí sociálnu a územnú súdržnosť

Progres v plnení predmetných záväzkov bude EÚ merať prostredníctvom 5 cieľov, ktoré musia jednotlivé členské štáty premietnuť do svojich reformných národných politík tak, aby spoločne naplnili hraničné ukazovatele:

1. Zvýšiť mieru zamestnanosti obyvateľstva vo veku 20-64 rokov zo súčasných 69% na minimálne 75 %;
2. Investovať do výskumu a vývoja 3 % HDP EÚ zlepšením podmienok pre investície súkromného sektora do výskumu a vývoja a vytvoriť nový ukazovateľ na sledovanie inovácií;
3. Znížiť emisie skleníkových plynov minimálne o 20% v porovnaní s úrovňami mi z roku 1990 alebo o 30% v prípade priaznivých podmienok; zvýšiť podiel obnoviteľných zdrojov energie na konečnej spotrebe energie o 20% a zvýšiť energetickú účinnosť o 20% ;
4. Znížiť mieru predčasného ukončenia školskej dochádzky zo súčasných 15% na 10% a zvýšiť podiel obyvateľstva vo veku 30 -34 rokov, ktorí majú ukončené vysokoškolské vzdelanie z 31= na minimálne 40%;

5. Znížiť podiel Európanov, ktorí žijú pod hranicou chudoby jednotlivých krajín EÚ o 25%, čo by viedlo k tomu, že 20 miliónov ľudí by sa dostalo nad hranicu chudoby. Dosaiahnutie strategických cieľov zamestnanosti a hospodárskeho rastu v rokoch 2014-2020 je koordinované prostredníctvom stanovených 11 tematických cieľov:

Tab. č. 55. Tematické ciele na dosiahnutie stratégie.

P.č.	Názov tematického cieľa
1.	Posilnenie výskumu, technologického rozvoja a inovácií
2.	Zlepšenie prístupu k používaniu a kvality informačno-komunikačných technológií
3.	Zvýšenie konkurencieschopnosti malých a stredných podnikov
4.	Podpora prechodu na hospodárstvo založené na nízkej produkcii uhlíka
5.	Podporovať prispôsobovanie sa klimatickým zmenám, prevencia rizík a riadenie
6.	Ochrana životného prostredia a podpora efektívneho využívania zdrojov
7.	Podpora trvalo udržateľnej dopravy a odstraňovanie prekážok v kľúčových dopravných sieťach
8.	Podpora zamestnanosti a pracovnej mobility
9.	Podpora sociálnej inklúzie a boja proti chudobe
10.	Investície do vzdelávania, schopností a celoživotného vzdelávania
11.	Podpora inštitucionálnych kapacít a efektívnej verejnej správy

Napriek faktu, že ani v jednom zo stanovených 11 tematických cieľov nie je explicitne spomenutá podpora cestovného ruchu, môžeme skonštatovať, že oblasť cestovného ruchu priamo alebo nepriamo je zahrnutá v tematickom ciele 3, 6, 7 a 11.

V rámci reformovanej politiky súdržnosti bude k dispozícii celkovo až 351,8 miliárd EUR na investície do európskych regiónov, miest a reálnej ekonomiky. Väčšina predmetných financií bude spravovaná podľa pravidiel a nariadení Európskeho fondu regionálneho rozvoja, Európskeho sociálneho fondu a Kohézneho fondu, pre podporu cestovného ruchu bude významný aj Európsky poľnohospodársky fond či Európsky fond pre námorníctvo a rybné hospodárstvo.

11.2 Programovacie obdobie 2014 – 2020 v kontexte Slovenskej republiky

20. júna 2014 po viac ako 2 ročnej príprave a následných negotáciách uzavrela SR s Európskou úniou Partnerskú dohodu o využívaní európskych štrukturálnych a investičných fondov na roky 2014 – 2020.

Predmetom Partnerskej dohody je definovanie a odôvodnenie potrieb a opatrení, ktorými chce Slovenská republika prispieť k hospodárskeho rastu a zamestnanosti EÚ v období 2014-2020. Rovnako sa v Partnerskej dohode nachádza územná koncentrácia pomoci, teda kde a ako majú byť vykonávané jednotlivé opatrenia.

V jednoduchosti môžeme povedať, že na plnenie politiky súdržnosti bude mať k dispozícii Slovenská republika 15,3 mld. EUR, ktoré sú tvorené 13,7 mld. Štrukturálnymi fondmi a Kohéznym fondom, 1,55 mld. Európskym poľnohospodárskym fondom pre rozvoj vidieka a 16 mil. EUR Európskym námorným a rybárskym fondom.

Celkový objem podpory bude využívať Slovenská republika prostredníctvom implementácie 9 hlavných operačných programov a programu Európskej územnej spolupráce, ktorého alokácia zahŕňa programy cezhraničnej, nadregionálnej a nadnárodnej spolupráce.

Tab. č. 56 a 57. Zoznam operačných programov s jednotlivými alokáciami.

Názov programu	Celkom (EUR)
OP Výskum a inovácie	2 266 776 537
OP Integrovaná infraštruktúra	3 966 645 373
OP Ľudské zdroje	2 204 983 517
OP Kvalita životného prostredia	3 137 900 110
Integrovaný regionálny operačný program	1 754 490 415
OP Efektívna verejná správa	278 449 284
OP Technická pomoc	159 071 912
OP Rybné hospodárstvo	15 785 000
Program rozvoja vidieka	1 545 272 844
Celkom	15 329 374 992

Názov programu	Celkom (EUR)
Programy Európskej územnej spolupráce	223 367 272
Celkom	223 367 272

11.3 Podpora aktivít v oblasti cestovného ruchu z prostriedkov európskych štrukturálnych a investičných fondov na území BSK

Externé zdroje na podporu aktivít v rámci témy cestovného ruchu Bratislavskom samosprávnom kraji na roky 2014-2020 sú alokované v Operačnom programe integrovaná infraštruktúra, v integrovanom operačnom programe, Programe rozvoja vidieka, v Operačnom programe cezhraničnej spolupráce Slovenská republika – Rakúsko 2014 -2020 a v Operačnom programe cezhraničnej spolupráce Maďarská republika - Slovenská republika 2014 - 2020, pričom v prvých dvoch uvedených ide skôr o podporu nepriamu teda ide o podporu do verejnej infraštruktúry (cestná infraštruktúra, integrovaná doprava a cyklodoprava).

11.3.1 Operačný program *Integrovaná infraštruktúra*

Operačný program integrovaná infraštruktúra nie je síce primárne zameraný na podporu cestovného ruchu, ale dovoľujeme si ho uviesť ako zdroj podpory nepriamej, a to z dôvodu jeho významnej finančnej alokácie, ktorá je určená pre podporu aktivít ekologickej koľajovej dopravy a podporu opatrení v rámci integrovaných dopravných systémov (IDS).

Prioritná os 3: Verejná osobná doprava

Špecifické ciele:

- Vytváranie podmienok pre rast výkonov verejnej osobnej dopravy
- Zvýšenie ekologickej, energetickej efektívnosti a prístupnosti VOD

Aktivity:

Pre oblasť mestská hromadná doprava:

- Výstavba a modernizácia infraštruktúry pre IDS;
- Obnova vozového parku MHD;
- Modernizácia a výstavba električkových a trolejbusových tratí vrátane napojenia na ostatné druhy MHD a nemotorovú dopravu;
- Vybudovanie a modernizácia technickej základne na opravu a údržbu vozového parku MHD.

Pre oblasť železničnej verejnej osobnej dopravy:

- Výstavba a modernizácia infraštruktúry pre IDS;
- Obnova a modernizácia vozového parku zabezpečujúceho prímestskú a regionálnu železničnú osobnú dopravu;
- Výstavba a modernizácia prestupných terminálov železničnej osobnej dopravy a ich napojenie na cestnú sieť a komunikácie pre nemotorovú dopravu;
- Výstavba záchytných parkovísk s väzbou na dráhovú verejnú hromadnú dopravu.

Oprávnení prijímatelia: verejný sektor (hlavné mesto SR Bratislava, dopravné podniky so 100% majetkovou účasťou mesta, ZSSK, ŽSR)

Celkový objem finančných prostriedkov: celé územie SR = 591 mil. EUR

Riadiaci orgán: Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR

Aktuálny stav: momentálne prebiehajú negociácie Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR s Európskou komisiou.

11.3.2 Integrovaný regionálny operačný program (IROP)

IROP okrem iného si dáva za cieľ podporovať opatrenia, ktoré vedú k zvýšeniu kvality poskytovania služieb v oblasti verejnej dopravy prostredníctvom budovania súvisiacej verejnej infraštruktúry prestupných terminálov, zastávok, autobusových staníc, záchytných parkovísk, ale i cyklistických trás. Ide teda o podporu nepriamu v oblasti cestovného ruchu, o ktorú sa môžu uchádzať mestá a obce na území BSK, prípadne integrátor dopravy v BSK.

Prioritná os 1: Bezpečná a ekologická doprava v regiónoch

Špecifický cieľ 1.2.1: Zabezpečenie udržateľnej formy mobility prostredníctvom zvyšovania atraktivity a konkurencieschopnosti verejnej osobnej dopravy

Aktivity:

- rekonštrukcia, modernizácia a výstavba prestupných terminálov, integrovaných zastávok, obrátisk verejnej osobnej dopravy, záchytných parkovísk (park & ride, kiss & ride, bike & ride);
- zavádzanie preferencie opatrení verejnej osobnej dopravy;
- modernizácia, rozširovanie a zavádzanie nových integrovaných dopravných systémov (tarifné a informačné systémy, označovače, predajné automaty atď.).

Celkový objem finančných prostriedkov = 4 mil. EUR

Oprávnený žiadatelia: mestá, obce, Úrad BSK, integrátor dopravy BSK

Špecifický cieľ 1.2.2: Zvýšenie atraktivity a prepravnej kapacity nemotorovej dopravy (predovšetkým cyklistickej dopravy) na celkovom počte prepravených osôb

Aktivity:

- budovanie cyklistickej infraštruktúry – komunikácie (výstavba, obnova a rekonštrukcia) a doplnková infraštruktúra (cyklostojany, systémy automatickej požičovne bicyklov, chránené parkoviská pre bicykle);
- budovanie prvkov upokojenia dopravy (pešie zóny, „shared place“, vylúčenie dopravy z ulíc, zvyšovanie bezpečnosti zraniteľných účastníkov cestnej premávky);
- revitalizácia verejných priestorov s cieľom uprednostnenia VOD a nemotorovej dopravy.

Celkový objem finančných prostriedkov = 2 mil. EUR

Oprávnený prijímatelia: mestá, obce, Úrad BSK, integrátor dopravy BSK

Riadiaci orgán: Ministerstvo poľnohospodárstva a rozvoja vidieka SR

Predpokladané Sprostredkovateľské orgány: BSK a Hlavné mesto SR Bratislava

Aktuálny stav: dňa 15.5.2014 predložilo Ministerstvo poľnohospodárstva a rozvoja vidieka SR návrh operačného programu na pripomienkovanie Európskej komisii, počas jesene 2014 bude prebiehať proces negociácií s EK a predpokladané schválenie operačného programu možno očakávať 12/2014.

11.3.3 Program rozvoja vidieka

V novom programovom období 2014 -2020 sa pre územie BSK otvára možnosť uchádzania sa o externé zdroje na podporu aktivít v oblasti cestovného ruchu v podobe opatrení Programu rozvoja vidieka. Jedinečnosť predmetnej podpory vnímame v tom, že určená aj pre podnikateľské subjekty.

Opatrenie 6 – Rozvoj poľnohospodárskych podnikov a podnikateľskej činnosti

Podopatrenie 6.4 – Podpora investícií do vytvárania a rozvoja nepoľnohospodárskych činností

Operácia: Uľahčenie diverzifikácie a vytváranie pracovných miest vo vidieckych oblastiach;

Aktivity:

- činnosti spojené s vidieckym ruchom a agroturistikou (možnosť rekonštrukcie a modernizácie ubytovacích zariadení s kapacitou do 10 lôžok);
- činnosti spojené s terapiou, hipoterapiou, animoterapiou resp. lesnou pedagogikou;
- spracovanie a uvádzanie na trh produktov mimo poľnohospodárstva potravinárstva.

Objem finančných prostriedkov pre BSK pre podopatrenie 6.4 (dopytové projekty) je 3 160 000 EUR (táto suma je určená pre všetky tri činnosti podopatrenia) – financie určené pre dopytové projekty

Oprávnení prijímatelia aktivít spadajúcich pod opatrenie 6: fyzické a právnické osoby podnikajúce v oblasti poľnohospodárskej výroby, v oblasti hospodárskeho chovu rýb a obhospodarujúce lesy.

Opatrenie 7. Základné služby a obnova dedín vo vidieckych oblastiach

Podopatrenie 7.2 – Podpora investícií do budovania, zlepšenia alebo rozšírenia všetkých typov malej infraštruktúry vrátane investícií do obnoviteľných zdrojov energie a úspor energie

Operácia: Investície do vytvárania, zlepšovania alebo rozširovania všetkých druhov infraštruktúr malých rozmerov

Aktivity:

- výstavba a rekonštrukcia lávok, chodníkov, mostov a záchytných parkovísk, autobusových zastávok, miestnych komunikácií za predpokladu, že prispievajú rozvoju vidieckeho turizmu.

Podopatrenie 7.4 – Podpora investícií do zriaďovania, zlepšenia alebo rozšírenia miestnych základných služieb pre vidiecke obyvateľstvo vrátane služieb v oblasti voľného času a kultúry a do súvisiacej infraštruktúry

Operácia: Investície do vytvárania, zlepšovania alebo rozširovania miestnych základných služieb vrátane voľného času a kultúry a súvisiacej infraštruktúry

Aktivity:

- investície súvisiace so zlepšovaním vzhľadu obcí a s vytváraním podmienok pre trávenie voľného času (rekonštrukcia/úprava verejných priestranstiev, výstavba/rekonštrukcia/modernizácia športovísk, detských ihrísk, budovanie parkov, amfiteátróv...);
- investície súvisiace s vytváraním podmienok pre rozvoj podnikania – rekonštrukcia nevyužívaných objektov, výstavba a rekonštrukcia tržníc.

Podopatrenie 7.5 – Podpora investícií pre verejné využívanie rekreačnej infraštruktúry, informačnej a drobnej infraštruktúry cestovného ruchu

Operácia: Rozvoj a marketing vidieckeho cestovného ruchu

Aktivity:

- investície, ktoré súvisia s vytvorením, udrжанím, obnovou a skvalitnením turisticky zaujímavých bodov a miest vrátane príslušnej infraštruktúry (národné kultúrne pamiatky, prírodné dedičstvo, prírodné úkazy...);
- investície do rekreačnej infraštruktúry, turistických informácií a informačných tabúl v turistických lokalitách;
- marketing a manažment vidieckeho cestovného ruchu a propagácia územia rôznymi formami;
- budovanie a rekonštrukcia náučných chodníkov a cyklochodníkov;
- informačné body, smerové tabule a KISKY

Objem finančných prostriedkov pre BSK pre opatrenie 7 je 1 673 150 EUR – financie určené pre dopytové projekty

Oprávnení prijímatelia aktivít spadajúcich pod opatrenie 7: obce vo vidieckych oblastiach s počtom obyvateľov do 1000 (vrátane)

Opatrenie 19. LEADER

Metóda LEADER je inovatívny spôsob podpory rozvoja vidieka so všetkými jeho potrebami a aktérmi. Finančná podpora sa deje prostredníctvom vzniknutých verejno-súkromných partnerstiev nazývaných - miestne akčné skupiny - MASKy.

Miestna akčná skupina (MAS) je zoskupenie predstaviteľov verejných a súkromných miestnych spoločensko-hospodárskych záujmov, v ktorých na úrovni rozhodovania nemajú orgány verejnej moci ani žiadna záujmová skupina viac ako 49% hlasovacích práv. Na území BSK sa v súčasnosti formujú, alebo existujú 4 miestne akčné skupiny: MAS Záhorie, MAS Podhoran, MAS Malodunajsko, MAS Malokarpatsko.

Základným predpokladom na získanie finančných prostriedkov musia predstavitelia MASKy spracovať a následne predložiť na riadiaci orgán svoju východiskovú stratégiu podpory. Ak hovoríme

o podpore cestovného ruchu, tak sa stratégia môže vo svojom obsahu dotýkať oblastí pomenovaných vyššie t.j. spadajúcich pod opatrenia 6 a 7 Programu rozvoja vidieka.

Objem finančných prostriedkov pre BSK (celková podpora 4 MASiek) je 5 988 718,87 EUR

Riadiaci orgán: Ministerstvo poľnohospodárstva a rozvoja vidieka SR

Aktuálny stav: 05/2014 predložilo Ministerstvo poľnohospodárstva a rozvoja vidieka SR návrh operačného programu na pripomienkovanie Európskej komisii, počas jesene 2014 bude prebiehať proces negociácií s EK a predpokladané schválenie operačného programu možno očakávať 12/2014.

1.3.4 Operačný program cezhraničná spolupráca Slovenská republika – Rakúsko 2014-2020

Hlavným cieľom programu je pomocou cezhraničnej spolupráce lepšie pripraviť prihraničné regióny na výzvy budúcnosti. Najdôležitejšie úlohy v tomto zmysle sú zlepšenie inštitucionálneho rámca zameraného na spoluprácu, cielená príprava opatrení sektorálnej politiky a príkladové riešenia v podobe menších investícií či pilotných opatrení vhodných do každodennej praxe ako podnetov pre ďalší rozvoj. Priamu podporu infraštrukturálnych projektov v oblasti cestovného ruchu, ale projektov oblasti marketingu spoločných produktov cestovného ruchu či spolupráce subjektov cestovného ruchu ponúkajú v plnej miere prioritná os1 a prioritná os3 predmetného programu.

Prioritná OS1 – Podpora prírodného a kultúrneho dedičstva a biodiverzity

Investičná priorita 6c – Posilnenie spoločných východísk vedúcich k lepšiemu využívaniu hodnôt prírodného a kultúrneho dedičstva za zohľadnenia aspektu udržateľnosti a/alebo efektívneho využívania zdrojov.

Investičná priorita 6d – Posilnenie cezhraničnej integrácie ekologických sietí a koridorov s cieľom zachovania biodiverzity a vytvorenia lepších podmienok na stabilizáciu ekologických systémov.

Aktivity:

- podpora ochrany, rekonštrukcie, rozvoja a využívania kultúrneho, resp. prírodného dedičstva (materiálneho alebo imateriálneho charakteru) s cezhraničnou dimenziou a za zohľadnenia udržateľnosti, napr. aktivitami v turizme takého druhu, ktorý nebude mať negatívny dopad na prostredie;
- spoločná podpora cykloturistiky a zlepšenie cyklistických trás za zohľadnenia cezhraničnej dimenzie a s cieľom minimálnych negatívnych dopadov na životné prostredie;
- aktivity v oblasti manažmentu mobility (ekologická doprava) ako prvok cezhraničného destilačného manažmentu pri marketingu produktov cestovného ruchu.

Celkový objem finančných prostriedkov = 13,34 mil EUR

Prioritná OS3 – Príspevok k budovaniu znalostného a inkluzívneho cezhraničného regiónu

Investičná priorita 11d - Posilnenie inštitucionálnej kooperácie na cezhraničnom programovom území pomocou mobilizácie a budovania kapacít v oblastiach plánovania a realizácie Good Governance na všetkých úrovniach verejnej správy.

Aktivity:

- strešné projekty na podporu malých cezhraničných iniciatív za účelom prinesenia témy bližšie k verejnosti so záujmom o ňu;
- integrované rámcové a akčné plány v oblasti územného plánovania, a to predovšetkým v oblastiach s mimoriadnymi cezhraničnými črtami ako napr. predovšetkým región medzi Dunajom, Moravou a Dyjou, obce hraničiace s Bratislavou v Burgenlandsku a Dolnom Rakúsku a región TwinCities (Bratislava a Viedeň);
- nové aktivity a budovanie kapacít strategického plánovania, napr. tvorbou nových partnerstiev, prístupom k zdrojom, nové participatívne aktivity a tvorba optimálnych nástrojov (cezhraničné východiská pre plánovanie a projektovanie atď.);

Celkový objem finančných prostriedkov = 7,7 mil. EUR

Oprávnený prijímatelia: mestá, obce, Úrad BSK, OOCR, KOOCR, TIK, MASky, EZÚS, rozpočtové a príspevkové organizácie subjektov verejnej správy, mimovládne organizácie, komory, stavovské organizácie, vysoké školy.

Oprávnené územie: bude zahŕňať na slovenskej strane Bratislavský a Trnavský samosprávny kraj, na rakúskej strane severné a stredné Burgenlandsko (NUTS 3), Viedeň a Dolné Rakúsko. Celá programová oblasť má cca. 4,7 mil. obyvateľov.

Riadiaci orgán: Ministerstvo poľnohospodárstva a rozvoja vidieka SR

Predpokladané Regionálny kontaktný bod: BSK

Aktuálny stav: počas mesiaca september 2014 bude operačný program predložený na rokovanie Európskej komisie následne sa spustí proces oficiálnych rokovaní, predpokladaný termín vyhlásenia výziev 2Q. 2015

11.3.5 Operačný program cezhraničná spolupráca Maďarská republika - Slovenská republika 2014 -2020

Predmetný operačný program by mal prehĺbiť a rozšíriť spoluprácu maďarsko – slovenskom príhraničí. Program bude posilňovať územnú, hospodársku a sociálnu súdržnosť a prispievať k inteligentnému, udržateľnému a inkluzívnemu rastu regiónu a Európskej únie.

Prioritná OS1 – Príroda a kultúra

Investičná priorita 6c - Zachovanie, ochrana, podpora a rozvoj prírodného a kultúrneho dedičstva

Aktivity:

- podpora spolupráce a rozvoj kultúrneho dedičstva v súvislosti s existujúcimi tematickými cestami. (napr. stratégia obnovy dedičstva, štúdie a plány, rekonštrukcie v

malom meradle, budovanie súvisiacej infraštruktúry, ako je parkovisko, značenie, návštevnícke centrá, príjazdové komunikácie, malé mosty, atď.);

- zachovanie a podpora cezhraničného prírodného dedičstva (napr. sú luhy, mokrade, obnova riek a riečnych brehov, projekty zamerané na mimo produkčné funkcie lesa - ekologické, environmentálne a verejné funkcie, integrované cezhraničné strategické plány na obnovu a zachovanie zelenej infraštruktúry);
- príprava cezhraničných akčných plánov, nastavenie modelov a testovacích pilotných aktivít na lepšie využitie kultúrneho a prírodného dedičstva regiónov a kombinovanie cestovného ruchu s podporou a ochranou regiónov prírodného a kultúrneho dedičstva (destinačný manažment, spoločné marketingové stratégie, výmena skúseností, vzájomné učenie sa, pilotné aktivity);
- spoločný vývoj ekologicky šetrných produktov cestovného ruchu a ponuka a rozvoj cezhraničnej infraštruktúry pre ekoturistiku;
- fond malých projektov podporujúci investície malého rozsahu.

Celkový objem finančných prostriedkov = 75, 21 mil. EUR

Prioritná OS4 – Posilnenie cezhraničnej spolupráce verejných inštitúcií a ľudí žijúcich v prihraničnej oblasti Investičná priorita 11 - Posilnenie inštitucionálnych kapacít orgánov verejnej správy a zainteresovaných strán a efektivity verejnej správy prostredníctvom činností posilňujúcich inštitucionálne kapacity a efektívnosť orgánov verejnej správy a verejných služieb súvisiacich s realizáciou EFRR a podporu činností v rámci EFRR na posilnenie inštitucionálnych kapacít a efektivity verejnej správy.

Aktivity:

- posilnenie a zlepšenie kapacít na spoluprácu a účinnosti spolupráce medzi rôznymi organizáciami v vybraných sektoroch (napr. školstvo, zdravotníctvo, prevencia rizík, vodné hospodárstvo, kultúra, cestovný ruch atď.);
- podpora aktivít zameraných na zlepšenie cezhraničných služieb, rozvoj potrebnej malej infraštruktúry: spoločné plánovanie a rozvoj cezhraničných služieb, rozvoj právnych nástrojov IKT riešenia zlepšujúce poskytovanie cezhraničných služieb;
- spoločná prezentácia a podpora pohraničia;
- fond malých projektov.

Celkový objem finančných prostriedkov = 25, 07 mil. EUR

Oprávnený prijímatelia: mestá, obce, Úrad BSK, OOCR, KOCR, TIK, MASy, EZÚS, rozpočtové a príspevkové organizácie subjektov verejnej správy, mimovládne organizácie, komory, stavovské organizácie, vysoké školy.

Oprávnené územie: Maďarsko-slovenská hranica s dĺžkou 679 km je jednou z najdlhších vnútrozemských hraníc Európskej únie. Celkom na HU strane 7 regiónov (Győr-Moson-Sopron, Komárom-Esztergom, Pest, Nógrád, Heves, Borsod-Abaúj-Zemplén, Szabolcs-Szatmár- Bereg) a mesto Budapešť. Na SK strane celkom 5 krajov (Bratislavský samosprávny kraj, Trnavský

samosprávny kraj, Nitriansky samosprávny kraj, Banskobystrický samosprávny kraj, Košický samosprávny kraj).

Riadiaci orgán: Ministerstvo poľnohospodárstva a rozvoja vidieka SR

Predpokladané Regionálny kontaktný bod: BSK

Aktuálny stav: počas 4Q. 2014 bude operačný program predložený na rokovanie Európskej komisie následne sa spustí proces oficiálnych rokovaní, predpokladaný termín vyhlásenia výziev 2Q. 2015.

11.4 Aktuálny stav

V programovacom období 2014-2020 bol vytvorený priestor aj na podporu cestovného ruchu na území Bratislavského kraja, externé zdroje na aktivity spojené s rozvojom turizmu môžu počas 7 rokov čerpať jednak subjekty samosprávy alebo nimi zriadené organizácie pre ten účel, ale rovnako aj súkromné subjekty, ktorých podnikateľská činnosť je zameraná na oblasť cestovného ruchu.

V čase tvorby predmetného dokumentu prebiehajú oficiálne rokovania zodpovedných orgánov – riadiacich orgánov s Európskou komisiou o jednotlivých operačných programoch, ktoré podľa harmonogramu by mali byť ukončené najneskôr v 1Q. 2015. Následne budú vyhlásené výzvy na predkladanie žiadostí ne nenávratný finančný príspevok, ktoré budú podrobne popisovať podmienky za akých je možné sa uchádzať o externú podporu. Aktuálny stav rokovaní a ich výsledkov môžu potenciálni žiadatelia sledovať na webových stránkach: www.nsrr.sk a www.partnerskadohoda.sk. Po schválení jednotlivých operačných programoch vzniknú samostatné webové stránky kde budú zverejnené aktuálne informácie, príručky žiadateľov či výzvy.