

Pripravila GfK Slovakia, s. r. o.



STRATÉGIA ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU BRATISLAVSKÉHO SAMOSPRÁVNEHO KRAJA

2007 – 2013

Bratislava, 13. august 2008



PROJEKT SPOLUFINANCOVANÝ EURÓPSKÝMI SPOLOČENSTVAMI
PODPORENÝ Z ERDF V RÁMCI JPD NUTS II - BRATISLAVA CIEĽ 2

AUTORSKÝ KOLEKTÍV

Rastislav Kočan

Ľudmila Novacká

Igor Kuhn

Matej Červenka

Alexandra Očkayová

Dana Kosecová

Marek Tomeš

Pavol Plesník

OBSAH

1. Úvod.....	5
2. Základné východiská štátnej politiky cestovného ruchu	6
2.1 Stručný obsah Štátnej politiky CR SR	6
2.2 Nová stratégia rozvoja CR v SR do roku 2013	8
2.3 Národný strategický referenčný rámec Slovenska SR na roky 2007-2013	9
2.4 Operačný program Bratislavský kraj.....	9
3. Analýza stavu a potenciálu cestovného ruchu v SR	11
3.1 Cestovný ruch v Slovenskej republike	11
3.2 Legislatívne prostredie cestovného ruchu Slovenska	13
3.3 Stav hospodárstva v BSK.....	14
3.4 Demografické a socio-ekonomické podmienky obyvateľstva v Bratislavskom samosprávnom kraji.....	15
3.5 Vysoké školy v BSK	16
3.6 Analýza návštevnosti BSK	17
4. Analýza potenciálu územia BSK pre cestovný ruch.....	18
4.1 Primárna ponuka - Prírodný potenciál	18
4.2 Primárna ponuka - Kultúrno-historický potenciál	21
4.3 Primárna ponuka - podujatia	24
4.4 Sekundárna ponuka - Infraštruktúra a supraštruktúra cestovného ruchu.....	26
4.5 Sekundárna ponuka - Všeobecná a dopravná infraštruktúra	28
4.6 Sekundárna ponuka - Inštitúcie cestovného ruchu v cieľovom mieste	32
4.7 Najdôležitejšie druhy a formy cestovného ruchu	33
4.8 Celkový potenciál cestovného ruchu	38
5. Cezhraničné iniciatívy a projekty	39
5.1 CENTROPE	39
5.2 TWIN CITY.....	40
6. SWOT analýza BSK.....	41
6.1 SWOT analýza – 1. časť	41
6.2 Určenie kľúčových disparít rozvoja cestovného ruchu BSK:	45
7. Inštitucionálne zabezpečenie cestovného ruchu.....	47
7.1 Inštitucionálne zabezpečenie cestovného ruchu v Slovenskej republike a v BSK v súčasnosti	47
7.2 Návrh nového inštitucionálneho zabezpečenie cestovného ruchu v BSK.....	51
8. Definovanie návrhu strategickej vízie rozvoja cestovného ruchu v BSK a stratégia výberu priorít	57

8.1	Vznik organizačných štruktúr riadenia CR v BSK	57
8.2	Prenos know-how a rozvoj ľudských zdrojov	61
8.3	Rozvoj produktu cestovného ruchu v BSK	63
8.4	Marketing produktu cestovného ruchu v BSK.....	64
8.5	Regionálny pohľad na stratégiu CR.....	71
8.6	Konkurencia produktu cestovného ruchu v BSK v kontexte produktových línií	75
8.7	Návrh taktických úloh, opatrení a aktivít na dosiahnutie základného strategického cieľa	77
9.	Komunikačná stratégia.....	83
10.	Príjem z cestovného ruchu v BSK	86
10.1	Návštevníci s prenocovaním	86
10.2	Návštevníci bez prenocovania.....	88
10.3	Celkové výdavky návštevníkov v BSK.....	89
10.4	Vývoj príjmov z cestovného ruchu v BSK	90
11.	Finančný plán	92
12.	Požiadavky na čerpanie finančných zdrojov z fondov Európskej únie	94
12.1	Fondy Európskej únie	94
12.2	Operačný program Bratislavský kraj a koherencia OPBK so Stratégiou rozvoja BSK a Stratégiou rozvoja cestovného ruchu v BSK.....	96
12.3	Operačné programy pre Bratislavský kraj.....	102
12.4	Prepojenie na ďalšie finančné nástroje EÚ.....	112
12.5	Návrh čerpania fondov Európskej únie pre rozvoj cestovného ruchu v Bratislavskom samosprávnom kraji	114
13.	Vykonávací plán stanovených úloh	116

1. Úvod

Cieľom dokumentu je vypracovať stratégiu rozvoja cestovného ruchu v Bratislavskom samosprávnom kraji v strednodobom horizonte pre roky 2007 – 2013.

Stratégia rozvoja cestovného ruchu BSK nadväzuje na:

- Programové vyhlásenie vlády SR na roky 2006 – 2010
- Novú stratégiu rozvoja cestovného ruchu SR do roku 2013, 2007
- Štátnu politiku cestovného ruchu SR, 2007
- Stratégiu rozvoja BSK 2003
- ÚPN VÚC BSK, 1998 v znení zmien a doplnkov
- Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja BSK na roky 2007 -2013, 2007
- Koncepciu rozvoja CR v BSK, 2005
- Koncepciu územného rozvoja SR, 2001
- Národný strategický referenčný rámec SR na roky 2007-2013
- Operačný program Bratislavský kraj, 2007

Vzhľadom na skutočnosť, že riešime stratégiu územnosprávneho celku, táto nenadväzuje priamo na dokument Regionalizácia cestovného ruchu Slovenska (MH SR), pretože hranice územnosprávnych celkov nekorešpondujú s regiónmi cestovného ruchu.

Dokument pozostáva zo štyroch základných častí:

- analytická časť
- inštitucionálna časť
- strategická časť
- ekonomická časť

2. Základné východiská štátnej politiky cestovného ruchu

Základným dokumentom je Programové vyhlásenie vlády Slovenskej republiky na roky 2006 – 2010, ktoré hovorí o rozvoji cestovného ruchu ako oblasti verejného záujmu. Vláda SR sa zaviazala realizovať úlohy v oblasti:

- naštartovania cestovného ruchu
- tvorby satelitného účtu
- vytvorenia systému podporných nástrojov
- vytvorenie inštitucionálnej štruktúry

Musíme však konštatovať, že k dnešnému dňu neregistrujeme žiadne výraznejšie konkrétne kroky, ktoré by viedli k aktivizácii cestovného ruchu Slovenska v zmysle ustanovení Programového vyhlásenia vlády SR.

2.1 Stručný obsah Štátnej politiky CR SR

Politikou cestovného ruchu treba chápať cieľavedomé, teda programové ovplyvňovanie vývoja cestovného ruchu prostredníctvom zainteresovaných subjektov (nositeľov politiky) a pomocou špecifických nástrojov.

Keďže cestovný ruch má prierezový charakter, aj jeho politika má prierezový charakter, nakoľko jeho realizáciu ovplyvňujú politiky vo viacerých oblastiach. Sú to najmä:

- hospodárska politika (menový kurz, cenová politika, daňová politika, colná politika, dopravná politika)
- sociálna politika (dĺžka pracovného času, dĺžka dovolenky, politika zamestnanosti, sociálne a zdravotné zabezpečenie)
- zahraničná politika (medzištátne dohody o vízovej povinnosti, medzištátne dohody o uľahčení cestovania, uznávanie cestovných dokladov, liberalizácia cestovného styku)
- vnútorná politika (politika vnútornej bezpečnosti, ochrana bezpečnosti turistov a ich majetku, kvalita života, využívanie voľného času)
- kultúrna politika (ochrana kultúrneho dedičstva, využívanie kultúrnych pamiatok v cestovnom ruchu, regulovanie návštevnosti pamiatok, prihlasovanie pamiatok do zoznamu UNESCO)
- politika životného prostredia (ochrana prírodného dedičstva, návštevné poriadky v národných parkoch, zonácia chráneného územia)
- školská a vedecko-technická politika (príprava absolventov pre profesie v cestovnom ruchu, zásady vedeckého výskumu)
- politika štátu v oblasti propagácie krajiny, marketingová a propagačná politika (propagácia CR SR, marketingové aktivity, koordinácia aktivít doma i v zahraničí)

Cieľ štátnej politiky cestovného ruchu Slovenskej republiky

Slovenská republika, ako členský štát Európskej únie, je povinná uviesť do súladu svoje ciele s cieľmi rozvoja cestovného ruchu v Európskej únii.

Základným cieľom štátnej politiky cestovného ruchu Slovenskej republiky je získavanie nových trhov a optimálne uspokojovanie potrieb domácich a zahraničných návštevníkov v cestovnom ruchu v trvalo udržateľnom prostredí tak, aby sa zabezpečila a zlepšila kvalita života domáceho obyvateľstva, a aby z neho malo národné hospodárstvo čo najväčší úžitok. Pri napĺňaní tohto cieľa treba podporovať účasť domáceho obyvateľstva na cestovnom ruchu a zároveň rešpektovať únosnosť krajiny a sídiel v nej.

Úlohy vyplývajúce pre Bratislavský samosprávny kraj zo Štátnej politiky CR SR:

Zásada č. 1:

Cestovný ruch je nástrojom podpory zvyšovania konkurencieschopnosti, štrukturálnych zmien hospodárstva a trvalo udržateľného rozvoja, so zámerom zvýšenia podielu devízových príjmov z aktívneho zahraničného cestovného ruchu na HDP zo súčasných 2,7 % na 4 % v roku 2013 a zvýšenie počtu prenocovaní.

- Investičná politika - zákon o investičnej pomoci (investičné stimuly)
- Trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu - podporovať formy cestovného ruchu šetrné k životnému prostrediu

Zásada č. 2:

Cestovný ruch je nástrojom rozvoja zamestnanosti a flexibility pracovných trhov.

- Reforma stredného odborného školstva - dosiahnuť optimálnu rovnováhu medzi štruktúrou kvalifikácie absolventov škôl a potrebami trhu práce
- Systém podporných programov
- Príspevok cestovného ruchu k sociálnemu rozvoju - podpora sociálneho cestovného ruchu bude zakomponovaná aj do podporných finančných nástrojov a pri realizácii rekreačných šekov

Zásada č. 3:

Cestovný ruch je prostriedkom regionálneho rozvoja a rozvoja podnikania.

- Za pomoci prostriedkov Štrukturálnych fondov vybudovať v priamej pôsobnosti VÚC útvary, ktorých úlohou bude destinačný manažment, tvorba produktov cestovného ruchu za región, pomoc a usmerňovanie pri príprave a realizácii projektov cestovného ruchu hradených zo štrukturálnych fondov EÚ.
- Konceptné a strategické dokumenty cestovného ruchu ako jeden zo základných koordinačných nástrojov.

Zásada č. 4:

Cestovný ruch je nástrojom prezentácie a propagácie Slovenska.

Politika propagácie cestovného ruchu SR na domácom a zahraničných trhoch znamená podporu marketingu cestovného ruchu SR na medzinárodnej, národnej a regionálnej úrovni spojenú s podporou predaja produktov cestovného ruchu. Podporu tvorby produktov cestovného ruchu treba realizovať na dvoch základných úrovniach a to národnej a regionálnej. Tvorba väčšiny produktov cestovného ruchu sa bude realizovať v regiónoch, kde hlavnými iniciátormi budú predovšetkým podnikateľské subjekty v spolupráci s miestnymi a regionálnymi združeniami cestovného ruchu, VÚC a orgánmi verejnej správy.

Navrhované zásady vychádzajú z Programového vyhlásenia vlády SR s tým, že cestovný ruch bude podporovaný ako odvetvie verejného záujmu. Rozpracovanie do štyroch zásad vychádza z potenciálu cestovného ruchu, ktorý spočíva v jeho vplyve na hospodárstvo, rozvoj regiónov a podporu podnikania, tvorbu nových pracovných miest. V neposlednom rade cestovný ruch predstavuje významný nástroj na prezentáciu Slovenska v zahraničí.

Vzhľadom na prierezoový charakter cestovného ruchu budú ako nástroje zásad štátnej politiky cestovného ruchu využívané možnosti ostatných rezortov a to za ich súčinnosti ako aj súčinnosti samosprávnych krajov, obcí a miest.

V prílohe štátnej politiky CR SR sú uvedené nasledovné kompetencie pre krajskú územnú samosprávu (VÚC):

- tvorba programov a plánov hospodárskeho a sociálneho rozvoja na území samosprávneho kraja vrátane stratégií a koncepcií rozvoja cestovného ruchu
- vypracovanie územných plánov
- realizácia programov regionálneho rozvoja a koordinácia subjektov v súvislosti s týmto rozvojom
- podpora podnikania a spolupráce so subjektmi pôsobiacimi na území samosprávneho kraja
- koordinácia rozvoja cestovného ruchu s cieľom všestranného rozvoja územia a uspokojovania potrieb jeho obyvateľov
- rozvoj dopravnej infraštruktúry vo svojej pôsobnosti
- tvorba vlastných finančných zdrojov na realizáciu aktivít v cestovnom ruchu
- zriaďovanie pracovných komisií cestovného ruchu
- zriaďovanie regionálnych združení cestovného ruchu
- zriaďovanie a prevádzkovanie regionálnych turistických informačných kancelárií
- kontrola realizácie investičných i neinvestičných projektov v regióne
- zlad'ovanie aktivít podnikateľských subjektov v rámci svojej pôsobnosti
- inštalácia a údržba informačných a propagačných systémov, vytváranie informačných databáz cestovného ruchu v kraji
- starostlivosť o výchovu obyvateľstva k podpore rozvoja cestovného ruchu v kraji
- spolupráca s ústrednými orgánmi štátnej správy pri realizácii štátnej politiky cestovného ruchu na Slovensku
- spolupráca s podnikateľskými subjektmi

Kompetencie štátnej politiky CR SR pre krajskú územnú samosprávu (VÚC) v súčasnosti neodrážajú reálny stav nástrojov samosprávy na ich realizáciu. Koordináciu rozvoja cestovného ruchu v samosprávnom území je možné vykonávať len na základe voluntaristického prístupu, procesy riadenia rozvoja území nie sú ošetrené ani vyhláškami ani normami, nie sú jednotne stanovené finančné väzby medzi príjmami a výdavkami samospráv v oblasti CR.

2.2 Nová stratégia rozvoja CR v SR do roku 2013

Ďalším dokumentom je Nová stratégia rozvoja cestovného ruchu Slovenska na roky 2007 – 2013.

Tá definuje strategický cieľ - zvyšovať konkurencieschopnosť cestovného ruchu Slovenskej republiky, pri lepšom využívaní potenciálu krajiny. Zámerom dokumentu je zásada vyrovnávania regionálnych disparít a tvorba nových pracovných príležitostí. Pre naplnenie tohto cieľa definuje Nová stratégia päť špecifických cieľov rozvoja cestovného ruchu SR:

- posilnenie postavenia odvetvia cestovného ruchu v národnom hospodárstve
- zvýšenie atraktívnosti Slovenska ako dovolenkového cieľa
- zvýšenie objemu pobytového cestovného ruchu
- zlepšenie štruktúry zahraničných návštevníkov Slovenska skvalitňovaním poskytovaných služieb

- podpora tvorby nových pracovných príležitostí najmä v regiónoch s významným potenciálom pre cestovný ruch

Nová stratégia rozvoja cestovného ruchu SR zahŕňa konkrétne úlohy, subjekty zodpovedné za riešenie ako aj termíny predkladania výsledkov. Ide najmä o jednotlivé rezorty (Ministerstvo hospodárstva SR, Ministerstvo zahraničných vecí SR, Ministerstvo životného prostredia SR, Ministerstvo výstavby a regionálneho rozvoja SR a čiastočne Ministerstvo zdravotníctva SR), čiastočne aj o krajské samosprávy. Termíny plnenia jednotlivých úloh sú v časovom horizonte do roku 2010.

2.3 Národný strategický referenčný rámec Slovenska SR na roky 2007-2013

Základným koncepčným dokumentom čerpania a realizácie štrukturálnych fondov EÚ je Národný strategický referenčný rámec Slovenska 2007-2013. Bol prijatý vládou SR v decembri 2006 a predpokladá aj podporu cestovného ruchu. Operačný program konkurencieschopnosť a hospodársky rast a Regionálny operačný program podporuje regióny spadajúce pod cieľ Konvergencia, kam BSK nespadá. Pre Bratislavský samosprávny kraj je pripravený Operačný program Bratislavský kraj pre obdobie 2007 – 2013.

Bratislavský kraj je oprávneným žiadateľom finančných prostriedkov z cieľa **Regionálna konkurencieschopnosť a zamestnanosť**. Cieľ je zameraný na posilnenie konkurencieschopnosti a atraktivity regiónu BSK cestou predvídaní hospodárskych a sociálnych zmien a podporení inovácií, spoločnosti založenej na vedomostiach, podnikateľského ducha, ochrany životného prostredia a prevencie pred rizikami, podporu adaptability pracovníkov a podnikov, a rozvoj trhov práce orientovaných na sociálne začleňovanie.

Pre Bratislavský kraj sú vyčlenené prioritné osi z OP Zamestnanosť a sociálna inklúzia, OP Vzdelávanie, OP Výskum a vývoj a konkrétne projekty dopravnej infraštruktúry v OP Doprava.

2.4 Operačný program Bratislavský kraj

OPBK predstavuje základný strategický dokument smerovania kraja v strednodobom horizonte. Jeho cieľom je zabezpečenie všestranného rozvoja územia v záujme zvýšenia kvality jeho obyvateľov a v súlade s princípmi trvalo udržateľného rozvoja. Operačný program Bratislavský kraj tematicky korešponduje so strategickými cieľmi:

- hospodársky rast
- rozvoj dopravy a technickej infraštruktúry
- ochrana životného prostredia
- rozvoj ľudských zdrojov a sociálny rozvoj

Slovensko ako štát Európskej únie, sa riadi dokumentmi, prijatými EÚ. Ide ale len o odporúčania a politika cestovného ruchu je v kompetencii národných štátov a preto môže presadzovať také aktivity, ktoré koordinujú, podporujú alebo rozširujú aktivity členských štátov.

Pre územie Bratislavského samosprávneho kraja je východiskom základný dokument – Operačný program Bratislavský kraj. Obsahuje socio-ekonomickú analýzu kraja, stratégiu rozvoja BSK s prioritami, finančným plánom a systémom implementácie. Jednotlivé časti socio-ekonomickej časti len okrajovo súvisia s cestovným ruchom, v stratégii rozvoja cestovného ruchu BSK mnohé použijeme ako základ strategických krokov a vo vykonávajúcim pláne.

3. Analýza stavu a potenciálu cestovného ruchu v SR

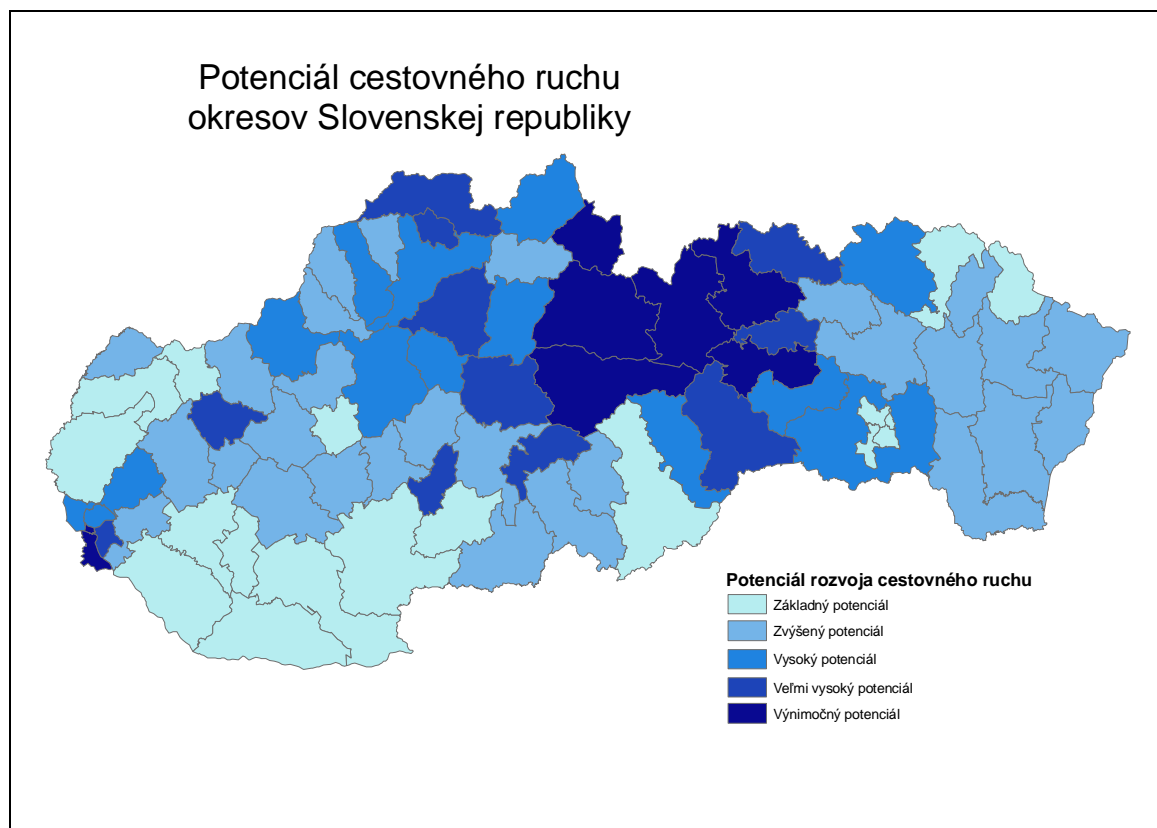
3.1 Cestovný ruch v Slovenskej republike

Slovenská republika má vysoké predpoklady pre rozvoj cestovného ruchu. Disponuje prírodným a kultúrno-historickým potenciálom, ktorý môže vstupovať do tvorby ponuky a vytvárať pomerne pestrú škálu produktov.

Na druhej strane, cestovný ruch na Slovensku vykazuje vysokú nevyrovnanosť v návštevnosti jednotlivých oblastí. Príčinou je rozdiel v primárnom potenciáli, ale aj v dopravnej dostupnosti, v komunikačnej dostupnosti, ktoré často vytvárajú bariéru návštevnosti.

Absentuje vyprofilovaná produktová línia, ktorou by sa cielene mohli osloviť potenciálne segmenty klientely. Taktiež nie je vytvorená značka Slovenska ako destinácie cestovného ruchu, chýbajú prípadné jedinečnosti, ktoré by tvorili silný argument pri rozhodovaní klientely, prichádzajúcej do Strednej Európy.

V súčasnosti síce existuje niekoľko produktov, ktoré však nie sú dostatočne efektívne komunikované. Ponuku tvoria prirodzené produkty, ktoré sú len odzrkadlením primárneho potenciálu krajiny. Ide o také produkty ako napr. tzv. citybreaky v hlavnom meste, rekreačné pobyty pri vodných plochách a na horách, prehliadky hradov a zámkov, návšteva podujatí, prezentácia folklóru a pod.



Autor: Pavol Plesník, zdroje údajov: vlastný výskum, 2007

3.1.1 Návštevníci Slovenskej republiky

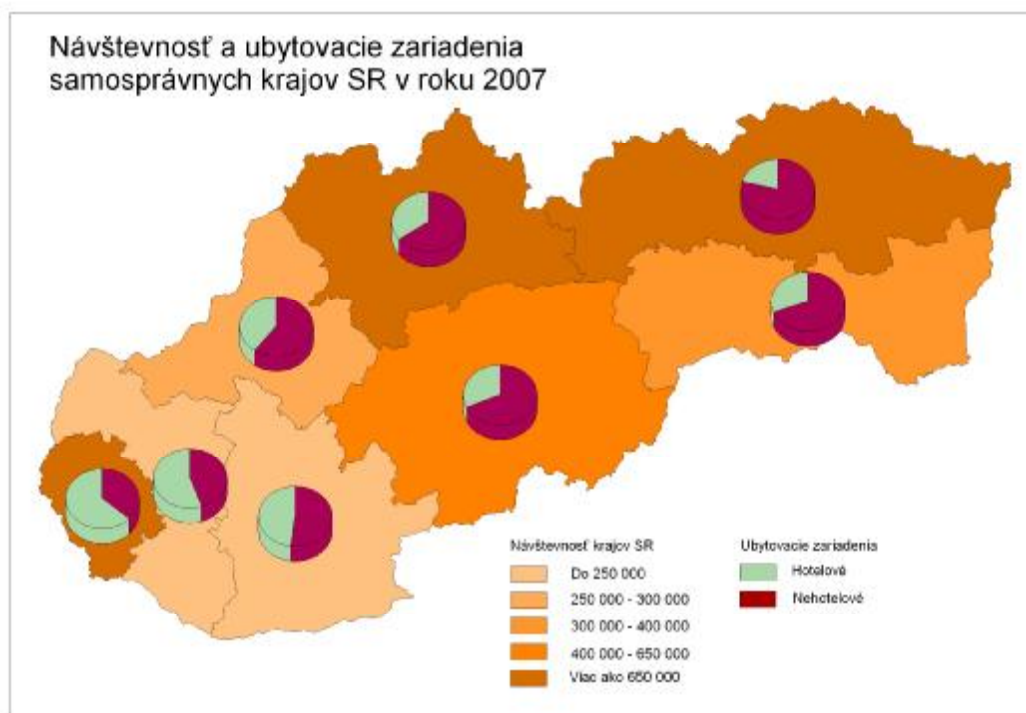
Štruktúra klientely prichádzajúcej na Slovensko je pomerne pestrá. V roku 2007 pricestovalo na Slovensko 32 624 438 návštevníkov, z ktorých najväčší podiel bol z Českej republiky (42,5%), Poľska (19,5%), Maďarska (21,1%) a Rakúska (13,6%). Priemerný počet prenocovaní je v roku 2007 u zahraničnej klientely 3,2 a u domácej klientely 2,8 nocí. Tieto údaje naznačujú, že prevládajúci prílev turistov (až takmer 63%) je z okolitých krajín, ktorí sem prichádzajú len na krátkodobé pobyty.

Tab. Štatistika cestovného ruchu – Hraničná štatistika

Úsek štátnych hraníc	Pricestovania zahraničných návštevníkov		
	Počet	Indexy	Štruktúra (%)
	2007	1.-12.2007 1.-12.2006	2007
Spolu	32 624 438	106,6	100,0
V tom:			
s Poľskom	6 346 097	90,4	19,5
s Ukrajinou	498 409	102,9	1,5
s Maďarskom	6 890 682	81,4	21,1
s Rakúskom	4 445 374	125,2	13,6
s Českou republikou	13 850 935	130,4	42,5
cez letiská	591 941	131,8	1,8

Najvyššiu návštevnosť v ubytovacích zariadeniach jednotlivých krajov SR v roku 2007 zaznamenal Bratislavský samosprávny kraj (883 103 návštevníkov), druhú najvyššiu Prešovský (699 415 návštevníkov) a tretiu Žilinský samosprávny kraj (689 531 návštevníkov).

Podiel aktívneho zahraničného cestovného ruchu na tvorbe HDP SR je v roku 2007 len 2,6%, čo je v porovnaní s okolitými vyspelými krajinami niekoľkonásobne nižší (odhad GfK Slovakia).



Zdroj: GfK Slovakia podľa údajov MH SR 2008

3.1.2 Devízové príjmy a výdavky z cestovného ruchu

Devízové príjmy Slovenskej republiky z aktívneho zahraničného cestovného ruchu, podľa predbežných údajov NBS, dosiahli za dvanásť mesiacov roka 2007 objem 49 751,4 mil. Sk, čo v porovnaní s rovnakým obdobím minulého roku predstavuje nárast o 10,7%. Individuálna turistika sa podieľala na celkovom objeme devízových príjmov 95,2%, organizovaná 4,4% a mimobankové zmenárne 0,4%.

Tab. Štatistika cestovného ruchu - Banková štatistika

V mil.	2006			2007			INDEX 07/06		
	SKK	USD	EUR	SKK	USD	EUR	SKK	USD	EUR
Devízové príjmy	44 985,2	1 513,4	1 207,7	49 751,4	2 013,2	1 472,8	110,7	133,0	122,0
Devízové výdavky	31 349,4	1 054,7	841,6	37 721,4	1 526,4	1 116,6	120,3	144,7	132,7
Saldo	13 638,8	458,7	366,1	12 030,4	486,8	356,1	88,2	100,6	97,3
Kurz SKK/USD/EUR		29,724	37,248		24,713	33,781			

Zdroj: Štatistický úrad SR

3.2 Legislatívne prostredie cestovného ruchu Slovenska

Základné legislatívne podmienky na podnikanie v cestovnom ruchu uvádzajú nasledovné právne normy:

- Zákon č. 513/1991 Zb. – Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov (vybrané časti), ktorý zastrešuje právne prostredie v oblasti podnikania
- Zákon č. 455/1991 Zb. o živnostenskom podnikaní (živnostenský zákon) v znení neskorších predpisov, ktorý určuje podmienky podnikania, povinnosti podnikateľa. Cestovného ruchu sa dotýkajú najmä ustanovenia o pohostinskej činnosti, prevádzkovaní cestovnej kancelárie a agentúry, výkone služby sprievodcov cestovného ruchu a prevádzky ubytovacích zariadení s pohostinskými činnosťami
- Zákon č. 40/1964 Zb. v znení neskorších predpisov – Občiansky zákonník
- Zákon č. 281/2001 Zb. o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr a o zmene a doplnení v novelizovanom zákone č. 186/2006 zb.
- Vyhláška MH SR č. 419/2001 Zb. ktorou sa upravuje kategorizácia ubytovacích zariadení a klasifikačné znaky na ich zaradovanie do tried (v súčasnosti sa pripravuje novelizácia)

Okrajovo súvisia s cestovným ruchom aj právne normy:

- Zákon č. 511/1992 Zb. o správe daní a poplatkov a o zmenách v sústave územných finančných orgánov v znení neskorších predpisov
- Zákon č. 582/2004 Z. z. o miestnych daniach a miestnom poplatku za komunálne odpady a drobné stavebné odpady

Legislatívne nie je upravený vznik a financovanie organizačných štruktúr v turizme, napr. DMO. Na financovanie týchto organizácií vznikol v 90-tych rokoch poplatok za ubytovanie, neskôr prekvalifikovaný na daň za ubytovanie. Prijemcom tejto dane je obec, daň sa stáva súčasťou jej rozpočtu, ale zákon jej neukladá ako s daňou naložiť. Toto je v rozpore so zámerom, pre ktorý táto daň pôvodne vznikla. Daň by sa mala, možno v postupných krokoch, vrátiť do podpory turizmu ako jeden z najdôležitejších finančných zdrojov organizácií na rozvoj produktu a marketingu destinácií tak, ako je to bežné aj v zahraničí. Destinácia, ako základný stavebný článok turizmu totiž v zvyšujúcom sa konkurenčnom tlaku musí disponovať prinajmenšom porovnateľnými zdrojmi, aké má jeho konkurencia. Inak sa nemôže na trhu presadiť.

3.2.1 Predpisy EÚ

Z hľadiska čerpania fondov Európskej únie bola 4. júla 2006 schválená Európskym parlamentom Nová kohézna politika Európskej únie. Je výraznejšie zameraná na ochranu životného prostredia, konkurencie schopnosť a vytváranie pracovných miest. Poslanci Európskeho parlamentu schválili balík nariadení pre novú kohéznú politiku na roky 2007 – 2013 a tým aj budúcu alokáciu 32,7 % spoločného rozpočtu EÚ (308 mld. €). Kohézna politika má v budúcnosti výraznejšie prispieť k plneniu Lisabonských kritérií. To bolo spečatené schválením v Európskym parlamentom.

Schválený balík obsahuje sériu správ nasledujúcich nariadení:

Nariadenie Rady (ES) č. 1083/2006 z 11. júla 2006, ktorým sa ustanovujú všeobecné ustanovenia o Európskom fonde regionálneho rozvoja, Európskom sociálnom fonde a Kohéznom fonde a ktorým sa zrušuje nariadenie (ES) č. 1260/1999.

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1080/2006 z 5. júla 2006 o Európskom fonde regionálneho rozvoja (EFRR), ktorým sa zrušuje nariadenia (ES) č. 1783/1999.

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1081/2006 z 5. júla 2006 o Európskom sociálnom fonde (ESF), ktorým sa zrušuje nariadenie (ES) č. 1784/1999.

Nariadenie Rady (ES) č. 1084/2006 z 11. júla 2006, ktorým sa zriaďuje Kohézny fond a ktorým sa zrušuje nariadenia (ES) č. 1164/1994.

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1082/2006 z 5. júla 2006 o Európskom zoskupení územnej spolupráce (EZÚS).

Nariadenie Európskej Rady (ES) č. 1698/2005 o podpore rozvoja vidieka prostredníctvom Európskeho poľnohospodárskeho fondu pre rozvoj vidieka (EPFRV)

Nariadenie Rady (ES) č. 1198/2006 z 27. júla 2006 o Európskom fonde pre rybné hospodárstvo (EFRH).

Európska charta miestnej samosprávy (prijatá 15. októbra 1985 v Štrasburgu).

Európska charta regionálnej samosprávy (prijatá 05. júna 1997 v Štrasburgu).

Európsky dohovor o krajine (prijatý 20/10/2000 vo Florencii).

3.3 Stav hospodárstva v BSK

Bratislavský kraj ako najvýkonnejší región v ekonomike Slovenska sa podieľa približne 26 percentami na tvorbe hrubého domáceho produktu Slovenskej republiky. V prepočte vytvoreného HDP na jedného obyvateľa v parite kúpnej sily prekračuje Bratislavský kraj priemer 27 krajín Európskej únie o 29,3 percenta.

(Zdroj: Štvrtá správa o hospodárskej a sociálnej kohézii, Európska komisia, 2007)

V hospodárstve Bratislavského kraja sú zastúpené všetky sektory založené na tradičnej priemyselnej výrobe tovarov. Medzi najdôležitejšie odvetvia priemyslu patrí chemický priemysel, automobilový priemysel, strojárstvo, elektrotechnický a potravinársky priemysel. V poslednom období sa región Bratislava vyvinul na európske centrum automobilového priemyslu, ktorý prispieva 30 percentami k celoslovenskému vývozu. V rámci štrukturálnych zmien v hospodárstve regiónu rastie význam terciárneho sektora najmä v oblasti obchodu a služieb, bankovníctva a poisťovníctva.

V bratislavskom regióne sa celkovo nachádza takmer 29 tis. podnikateľských subjektov a viac ako 62 tis. fyzických osôb – podnikateľov.

Tab. Podnikateľské subjekty za rok 2007

Kraj, SR	Podniky spolu			Fyzické osoby - podnikatelia		
	Počet k 31.12.	Podiel na SR v %	Index 2006/2007	Počet k 31.12.	Podiel na SR v %	Index 2006/2007
BK	31 975	31,5	110,8	63 101	15,8	100,3
SR spolu	101 574	100,0	108,7	399 641	100,0	102,9

Zdroj: Štatistický úrad SR, 2007

3.4 Demografické a socio-ekonomické podmienky obyvateľstva v Bratislavskom samosprávnom kraji

Bratislavský samosprávny kraj je územie, na ktorom žije 610 850 obyvateľov, čo predstavuje viac ako 10 % celkového počtu na území Slovenskej republiky (podľa údajov Slovenského štatistického úradu z roku 2007).

Tab. Počet obyvateľov podľa jednotlivých okresov BSK (2007)

Región	Počet obyvateľov	Podiel z celkového počtu v BSK
Bratislava I, II, III, IV, V	426 927	69,9%
Malacky	67 506	11,0%
Pezinok	57 164	9,4%
Senec	59 253	9,7%

Zdroj: Štatistický úrad SR

Demografický vývoj obyvateľstva v BSK možno sledovať viacerými ukazovateľmi. Údaj „Prírodný prírastok, resp. úbytok obyvateľstva na 1000 obyvateľov“ predstavuje rozdiel medzi počtom živonarodených detí a zomretých osôb. Ten v BSK je za sledované obdobie 0,11, čo znamená, že na 1000 obyvateľov ročne pribudne 11.

Údaje o celkovom prírastku majú významnú vypovedaciu schopnosť o zvyšovaní počtu obyvateľstva, čo v konečnom dôsledku znamená aj zvýšenie počtu možností ekonomicky aktívneho obyvateľstva v danom okrese v súčasnosti, alebo v perspektívnej budúcnosti.

Ekonomicky aktívne obyvateľstvo v BSK je podľa ŠÚ SR (2007) evidované v počte 338,4 tis. osôb, čo predstavuje 55,9 % všetkých obyvateľov BSK.

V porovnaní s priemerom Slovenskej republiky sú priemerné mesačné mzdy v BSK vo všetkých parametroch vyššie.

Priemerné mzdy v SR a v BSK v Sk (2007)

Kraj	Priemerný počet zamestnaných osôb			Priemerná nominálna mesačná mzda	
	2007 (osoby)	Podiel na SR v %	Index 2007/2006	2007 (Sk)	Index 2007/2006
SR	2 222 733	100,0	102,5	20 146	107,2
BSK	433 340	19,5	103,3	26 417	106,3

Zdroj: Štatistický úrad SR

Uvedený stav možno odôvodniť zamestnanosťou v medzinárodných a nadnárodných spoločnostiach, ktoré majú sídlo v Bratislave a nimi ovplyvnenom trhu práce. Nemaľou mierou ku vyššej úrovni priemerných mesačných miezd prispieva aj zamestnanosť ústredných orgánov štátnej správy.

Miera evidovanej nezamestnanosti (apríl 2008) v Bratislavskom samosprávnom kraji dosahuje úroveň 1,76 %, čo v porovnaní s priemerom pre celú Slovenskú republiku 7,38 % znamená najlepšiu východiskovú základňu pre pracovné uplatnenie obyvateľstva.

Napriek uvedeným konštatovaniam je nutné uviesť, že v ekonomickej oblasti hotely a reštaurácie na území BSK sú mzdy nižšie v prieme na úrovni 18 098 Sk, čo je 68,5 % priemeru BSK (2007, Štatistický úrad SR).

3.5 Vysoké školy v BSK

Cestovný ruch je ovplyvňovaný z hľadiska prilevu nových návštevníkov aj množstvom vysokých škôl. Bratislavský kraj eviduje najvyšší počet študentov. Spolu na všetkých typoch vysokých škôl študuje viac ako 61 tis. študentov. Viac ako dve tretiny z toho sú študenti denného štúdia, ďalšia tretina študuje na vysokých školách externou formou.

Na území Bratislavského kraja sa nachádza päť univerzít verejného charakteru: Univerzita Komenského, Slovenská technická univerzita, Ekonomická univerzita, Vysoká škola múzických a VŠ výtvarných umení. Spolu má týchto 5 univerzít 30 fakúlt na ktorých v roku 2007 študovalo viac ako 45 tis. študentov denného štúdia, a viac ako 11 tis. študentov v externej forme štúdia. Súkromné vysoké školy sú na území BSK štyri v roku 2007 evidovali spolu takmer 1500 študentov v dennej forme. Na všetkých vysokých školách Bratislavského kraja pritom študovalo takmer 2 tis. zahraničných študentov.

V roku 2007 bolo ubytovaných na všetkých verejných internátoch spolu viac ako 45 tis. študentov. V Bratislavskom kraji bolo pritom na internátoch zaevidovaných viac ako 20 tis. ubytovaných.

Vysoké školy sú z hľadiska cestovného ruchu dôležitou súčasťou. Poskytujú prílev nových návštevníkov, dlhodobých v podobe nových študentov, krátkodobých v podobe ich návštev. Výrazným faktorom sú najmä absolventské oslavy v podobe promócií, ktoré zabezpečujú nárazový prílev krátkodobých návštevníkov, využívajúcich možnosti ubytovania, reštauračné služby, či kultúrne aktivity Bratislavského kraja.

3.6 Analýza návštevnosti BSK

Z pohľadu Slovenska je súčasný stav návštevnosti BSK celkom priaznivý, pomerne veľa turistov smeruje najmä do Bratislavy.

V roku 2007 to bolo spolu 883 103 ubytovaných návštevníkov, ktorí tu strávili 1 752 709 nocí, čo predstavuje priemernú dobu pobytu 2,0 dňa.

V roku 2007 bol zaznamenaný pomerne výrazný pokles v návštevnostiach. Najvýraznejšie ubudlo nemeckej klientely (-20%), francúzskej a britskej (po – 4 %). Ide o väčšinou tradičnú klientelu v rámci celého Slovenska, preto pokles týchto segmentov je veľmi významný a netreba ho podceňovať.

Treba však poznamenať, že oproti roku 2006 možno v roku 2007 vidieť aj pozitívny nárast návštevnosti z niektorých krajín. Medzi nimi v medziročnom raste počtu návštevníkov vyniká najmä Chorvátsko (56% nárast) a Španielsko (32% nárast). Výrazne narástli aj návštevy z krajín Poľsko (o 22%), Rakúsko a Holandsko (obe o 14%), USA (o 11%) a Belgicko (o 10%).

Z pohľadu Bratislavského samosprávneho kraja je situácia z hľadiska počtu návštevníkov najlepšia v Bratislave - okresy I, II a III, potom nasleduje okres Senec, Pezinok a najmenšiu návštevnosť v roku 2007 zaznamenali v okrese Malacky a Bratislava V.

Podrobné štatistiky návštevnosti možno nájsť v Prilohe č. 2 na strane P13.

4. Analýza potenciálu územia BSK pre cestovný ruch

4.1 Primárna ponuka - Prírodný potenciál

4.1.1 Charakteristika územia BSK z hľadiska územno-správneho členenia

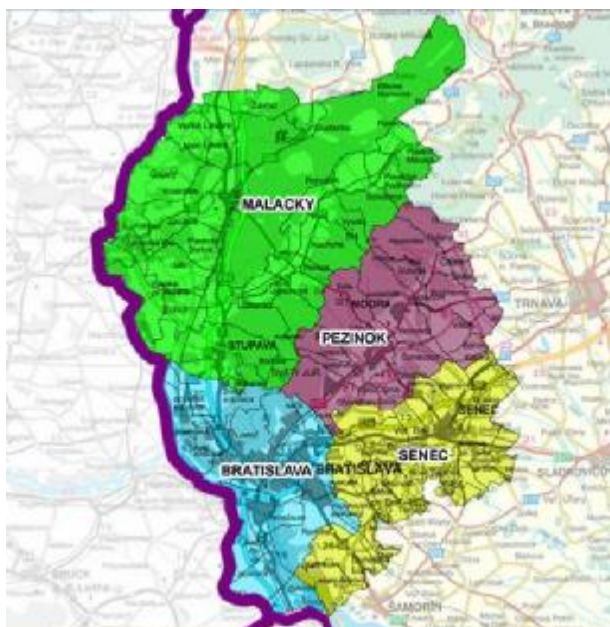
Bratislavský kraj

Bratislavský samosprávny kraj sa nachádza v západnej a juhozápadnej časti SR, zaberá územie 2053 km² a svojou rozlohou je najmenším krajom Slovenskej republiky. Z geografického hľadiska je poloha kraja veľmi výhodná, pretože leží na historickej križovatke obchodných ciest - podunajskej a severo – južnej, tzv. jantárovej ceste. Súčasná centrálna poloha kraja v stredoeurópskom priestore, dobrá dopravná dostupnosť a plnenie funkcie medzinárodnej križovatky v cestnej a železničnej doprave, vzrastajúci význam lodnej a leteckej dopravy a dosiahnutá úroveň ukazovateľov v ekonomickej a sociálnej oblasti patria k výrazným rozvojovým faktorom Bratislavského kraja.

Z hľadiska krajinnej štruktúry je územie kraja tvorené južnou časťou Malých Karpát a územím Záhorskej a Podunajskej nížiny.

Zo severnej a východnej strany susedí s Trnavským krajom, na juhu hraničí s Maďarskou republikou a na západe s Rakúskom. Hranicu s Rakúskom tvorí rieka Morava a v dĺžke 37 km druhá najväčšia európska rieka Dunaj. V blízkosti hraníc kraja sú hranice Českej republiky. Sídлом Bratislavského kraja je hlavné mesto Slovenskej republiky Bratislava s významnými politickými, ekonomickými a spoločenskými funkciami.

Územnú a sídelnú štruktúru Bratislavského kraja tvorí 73 obcí, z ktorých 1 má štatút hlavného mesta SR (Bratislava) a 6 má štatút mesta (Malacky, Stupava, Svätý Jur, Pezinok, Modra, Senec).



Bratislava – hlavné mesto Slovenska

Rozloha: 368 km²
Obyvateľstvo: 426 927

Bratislava patrí medzi najmladšie hlavné mestá Európy. Napriek tomu je to mesto s bohatou históriou slobodného kráľovského korunovačného mesta. Dnes je Bratislava dynamicky sa rozvíjajúcou metropolou.

Bratislava sa rozprestiera na oboch brehoch rieky Dunaj a na úpätí pohoria Malé Karpaty. Mesto je situované na hranici troch krajín, susedí s Maďarskom na juhu a Rakúskom na juhozápade. Z pohľadu samosprávneho členenia sa mesto delí sedemnášť mestských častí.

Poloha priamo v srdci Európy, na brehu rieky Dunaj, ju už od začiatku predurčila stať sa významnou križovatkou obchodných ciest a miestom stretávania sa mnohých kultúr. V Bratislave žilo množstvo národov a národností.

V histórii Európy je Bratislava dejiskom významných udalostí, čoho dôkazom sú archeologické doklady o osídlení územia od doby keltskej, cez dobu rímsku i slovanské osídlenia. K historickému jadrú Bratislavy sa viaže slávne obdobie korunovácií uhorských kráľov i najslávnejšej uhorskej panovníčky Márie Terézie.

Dnes Bratislava opäť zažíva svoj veľký boom. Bratislava je politickým, obchodným a vzdelanostným centrom Slovenska.

Bratislava sa nachádza v strednej Európe v trojuholníku 3 metropolí: Viedne, Prahy a Budapešti.

Okres Malacky

Okres Malacky sa nachádza v juhozápadnej časti Slovenska, v regióne Záhorie.

Rozloha: 949 km²
Obyvateľstvo: 67 506

Západnú hranicu okresu tvorí rieka Morava, ktorá zároveň vytvára prirodzenú štátnu hranicu s Rakúskom. Na severe hraničí okres Malacky s okresom Senica, na juhovýchode susedí s okresom Pezinok a prirodzenou hranicou je pohorie Malých Karpát. Južná časť okresu je ohraničená územím hlavného mesta SR Bratislavou. Väčšiu časť územia okresu zaberá Záhorská nížina. Východne od Záhorskej nížiny leží pohorie Malých Karpát, ktoré je tvorené kryštalicými horninami.

Mesto Malacky (17 887 obyvateľov) leží v centre južnej časti Záhorskej nížiny a je jej významným hospodárskym, administratívnym a kultúrnym strediskom. Západne od mesta tečie rieka Morava, východne sa tiahnu Malé Karpaty.

Súčasnú Malacky sú strediskom naftárensko-plynárenského komplexu, strojárkeho, nábytkárskeho a potravinárskeho priemyslu i mestom športu. V ich blízkosti vyrastá Priemyselno-technologický park Záhorie (Eurovalley) a Priemyselný park Malacky. V okrese Malacky sa nachádzajú 2 mestá (Malacky, Stupava) a 24 obcí.

Okres Pezinok

Okres Pezinok leží v Bratislavskom kraji, v jeho severovýchodnej časti. Na severe hraničí s okresom Trnava v Trnavskom kraji, na juhu s hlavným mestom Bratislava, na východe s okresom Senec a na západe s okresom Malacky.

Rozloha: 375 km²
Obyvateľstvo: 57 164

Mesto Pezinok (21 656 obyvateľov) sa rozprestiera na úpätí Malých Karpát. Pezinok síce nemá priamy styk so štátnou hranicou, ale najbližší hraničný priechod do Rakúska je vzdialený iba 25 km, do Maďarska približne rovnako.

Pezinok je staré vinohradnícke mesto chránené oblými svahmi Malých Karpát, ktoré sú od nepamäti nemými spoločníkmi jeho bohatej histórie. Blízkosť hlavného mesta Bratislavy, ľahká dostupnosť cestnou a železničnou dopravou, pretrvávajúca tradícia vinohradníctva a vinárstva, ako aj špecifická gastronómia sú stále väčším lákadlom pre turistov a každodenných návštevníkov mesta. Pezinok sa v posledných rokoch stal typickým satelitným mestečkom Bratislavy.

Ďalšími mestami v okrese sú Svätý Jur a Modra. Svätý Jur je starobylé mestečko, ktoré leží vo vinorodom kraji na úpätí Malých Karpát, necelých 14 km od Bratislavy. Historické jadro Svätého Jura bolo vyhlásené za mestskú pamiatkovú rezerváciu. Modra, mesto ležiace na južných svahoch Malých Karpát, je známym centrom vinohradníctva, keramiky s možnosťou turistiky po okolí.

Okres Senec

Okres Senec leží v Bratislavskom kraji, v jeho južnej časti. Na severe hraničí s okresom Pezinok a hlavným mestom Bratislavou. Na juhu hraničí s okresmi Dunajská Streda a Galanta v Trnavskom kraji.

Rozloha: 361 km²
Počet obyvateľov: 59 253

Mesto Senec (15 750 obyvateľov) leží na juhozápade Slovenska - v Podunajskej nížine, na rozhraní Podunajskej roviny a Podunajskej pahorkatiny.

Mesto Senec je vzdialené 27 km od rakúskych hraníc a 28 km od maďarských hraníc. Leží severovýchodne od Bratislavy, vo vzdialenosti 25 kilometrov. Senec leží pri diaľnici D1 z Bratislavy do Žiliny a na významnom európskom železničnom ťahu Praha-Bratislava-Balkán/Orient.

Senec je úzko spätý s cestovným ruchom. Prírodné podmienky na rekreáciu sú tu mimoriadne priaznivé. Mierne podnebie, slnečný svit vyše 2200 hodín za rok, možnosti vodných športov robia zo Senca významné turistické športovo-rekreačné stredisko.

4.1.2 Prírodný potenciál BSK pre cestovný ruch

Bratislavský samosprávny kraj disponuje pomerne vysokým primárnym potenciálom.

Reliéf BSK

Prevažne rovinatý charakter kraja mimo masívu Malých Karpát vytvára ideálne predpoklady pre letný, poznávací cestovný ruch – historicko-kultúrny, športový (turistika, cykloturistika, vodné športy, golf, rafting,...), vínný, gastronomický, religiózny i prírodný.

Vodstvo

Vodstvo predstavuje zvýšený potenciál najmä vďaka Vodnému dielu Gabčíkovo – Zdrž Hrušov a umelým vodným nádržiam v okolí mesta Senec, Zlatým pieskom v Bratislave, druhotne nádržiam v Rovinke, Dunajskej Lužnej, Malých Levároch, Plaveckom štvrtku a Jakubove.

Z vodných tokov dominujú rieka Dunaj, Malý Dunaj i rieka Morava (splavovanie), najmä z pohľadu vodných športov veľký význam pre región má aj umelý kanál v Čunove, ktorý sa využíva na zážitkové splavy (rafting). Z podzemných vôd majú potenciál najmä termálne vody Žitného ostrova a Záhoria.

Rastlinstvo

Rastlinstvu dominujú prevažne lesné spoločenstvá pohoria Malé Karpaty (listnaté so zastúpením najmä buku a duba) a Záhoria (so zastúpením borovice).

Tieto areály tvoria potenciál pre krátkodobé výlety najmä mestskej populácie. Na území BSK sa nachádzajú tri chránené územia II. stupňa. Ide o CHKO Malé Karpaty, CHKO Záhorie a CHKO Dunajské luhy.

Osobitne chránených častí prírody (prírodné rezervácie, chránené areály) je spolu 53. (Zdroj: Štátna ochrana prírody SR, 2008)

Vo vyššom stupni ochrany prírody sa tu nachádzajú prírodné rezervácie (30), chránené areály (15), chránené prírodné pamiatky a krajinné prvky (7). Ide však o väčšinou malé územia s vysokým stupňom ochrany, ktoré nie je vhodné pre masové využitie v cestovnom ruchu. Výnimkami sú napr. Národná prírodná rezervácia Šúr vo Sv. Jure resp. Náučný chodník nivou rieky Moravy.

Živočíšstvo BSK

Je zaujímavé z hľadiska pozorovania, čiastočne aj pre lovecký cestovný ruch. Najvýznamnejšími lokalitami sú CHKO Záhorie so vzácnymi druhmi vtáctva (pozorovanie, ekoturizmus), CHKO Malé Karpaty (lov zveri) a časť Žitného ostrova (lov vtáctva).

Podnebie

je mierne s prevažujúcim vplyvom kontinentality. Vyznačuje sa pomerne teplými a suchými letami (vhodné podmienky na rekreáciu pri vode) a mierne chladnými zimami s nižším úhrnom zrážok.

Na celom území BSK sú len malé mikroklimatické zmeny, ktoré pre tvorbu ponuky v cestovnom ruchu nemajú signifikantný význam.

4.2 Primárna ponuka - Kultúrno-historický potenciál

4.2.1 Pamiatky BSK

BSK tvoria vysoký predpoklad pre tvorbu tematických produktov cestovného ruchu. Na území sa nachádza 1 508 národných kultúrnych pamiatok (najvýznamnejšie pre cestovný ruch najmä hrad Devín – Slovanské hradisko, hrad Červený Kameň, Bratislavský hrad s areálom), 2 mestské pamiatkové rezervácie (Bratislava a Svätý Jur) a 1 pamiatková rezervácia ľudovej architektúry (Veľké Leváre), 2 pamiatkové zóny (Modra a Marianka). Z technických pamiatok a atrakcií treba spomenúť televíznu vežu na Kamzíku, rozhľadňu na Veľkej homolí, vodné dielo v Čunove, Schaubmarov mlyn v Pezinku-Cajle, kamenno-tehlový secesný most v Kráľovej pri Senci, ale aj Nový most a most Apollo v Bratislave.

4.2.2 Zaujímavé miesta v Bratislavskom kraji

V BSK sa nachádza niekoľko zaujímavých miest, ktoré sú hlavnými objektmi záujmu zahraničných aj domácich návštevníkov BSK, resp. majú potenciál sa nimi stať. Zo zoznamu uvedeného v prílohe č. 3 na strane P24. je zrejmé, že hoci ide o zaujímavé miesta, žiadne z nich v súčasnosti nepredstavuje atrakciu európskeho významu.

Najviac kvalitných objektov záujmu účastníkov CR sa nachádza prirodzene v centre a širšom centre Bratislavy (Bratislavský hrad, Dóm sv. Martina, Michalská veža). Je to jediná oblasť BSK, kde sa nachádza väčšie množstvo pozoruhodných objektov pokope na menšej ploche. V ostatných oblastiach BSK sa nachádzajú zaujímavé miesta, pamiatky, objekty – netvorí však dostatočnú ponuku pre dlhšie ako niekoľkohodinové resp. niekoľkominútové zdržanie turistov. Medzi najvýznamnejšie patria hrad Devín, Gerulata, hrad Červený Kameň, Kostol Nepoškvrneného počatia Panny Márie.

4.2.3 Zariadenia pre voľný čas

4.2.3.1 *Divadlá*

V Bratislavskom kraji sa nachádza spolu 17 divadelných subjektov a 17 stálych scén, ktoré disponujú 3980 sedadlami. Počet súborov bol v roku 2006 evidovaný na 16. V roku 2006 navštívilo divadelné predstavenia v Bratislavskom kraji celkovo 600 tis. divákov.

Podľa Divadelného ústavu Bratislava sa v Bratislavskom kraji nachádzajú tieto divadlá:

Tab. Divadlá v Bratislavskom kraji

Typ divadla	Názov, Mesto
Štátne divadlá	Slovenské národné divadlo, Bratislava (Činohra, Opera, Balet)
Samosprávne divadlá	Astorka Korzo ´90, Bratislava Aréna, Bratislava Bratislavské bábkové divadlo Divadlo Ludus, Bratislava
Nezávislé divadlá	Radošinské naivné divadlo, Bratislava Štúdiu L & S, Bratislava Divadlo West, Bratislava Divadlo GUnaGU, Bratislava Divadlo SkRAT, Bratislava Tanečné divadlo Bralen, Bratislava Divadlo a.ha, Bratislava Teatro Neline, Budmerice Divadlo PIKI, Pezinok Teatro Wustenrot, Bratislava Slovenské divadlo tanca, s. r. o., Bratislava Biele divadlo, Bratislava Prešporské divadlo, Bratislava

Zdroj: Divadelný ústav Bratislava, <http://www.theatre.sk>, 2008

Jedna z najvýznamnejších slovenských kultúrnych ustanovizní Bratislavského kraja a celého Slovenska - Slovenské národné divadlo v Bratislave - vzniklo v roku 1920 krátko po vzniku Československej republiky. Dňa 14. apríla 2007 bola slávnostne otvorená nová budova Slovenského národného divadla.

4.2.3.2 Divadelné festivaly a prehliadky

V roku 2006 bolo podľa Ministerstva kultúry SR uskutočnených spolu 6 festivalov a prehliadok, z toho všetky boli periodického a medzinárodného charakteru. Na tieto festivaly a prehliadky sa prišlo pozrieť 13 305 návštevníkov, ktorý prekročili počet ponúknutých miest (13 184) využívajúc voľný priestor bez sedadiel.

4.2.3.3 Múzeá

Bratislavský kraj spolu disponuje 22 múzeami. Počet expozícií za rok 2006 dosahuje 63 expozícií.

Z bratislavských múzeí je dobré spomenúť Slovenské národné múzeum s prírodovednými a historickými zbierkami, Múzeum hodín v najužšom bratislavskom dome. Múzeum mesta Bratislavy, kde popri iných možno zhliaďnuť aj expozíciu feudálnej justície.

Z mimobratislavských regiónov treba spomenúť Múzeum Martina Benku v Kostolišti, Malokarpatské múzeum v Pezinku s vysunutým pracoviskom – Múzeom Ferdiša Kostku v Stupave, Múzeum Červený Kameň v Častej a Múzeum Ľ. Štúra v Modre. Zaujímavé sú aj Múzeum včelárstva – skanzen Kráľová pri Senci, Remeselný dvor – expozícia Podunajskej izby Miloslavov, Národopisná expozícia Budmerická izbička, Malé múzeum – Chorvátska izba v Chorvátskom Grobe, Ľudový dom s remeselným dvorom v Bratislave - Záhorskej Bystrici, Chorvátske múzeum v Devínskej Novej Vsi.

Za rok 2006 bolo v Bratislavskom kraji realizovaných 177 výstav. Expozície a výstavy v roku 2006 navštívilo viac ako 900 tis. návštevníkov.

4.2.3.4 Galérie

Najväčšou galériou je Slovenská národná galéria, ktorá sídli v budove bývalých vodných kasární na nábreží Dunaja. Sú tu sústredené najväčšie zbierky slovenského výtvarného umenia z obdobia 13. až 20. stor. a diela významných európskych umelcov. Súčasťou Slovenskej národnej galérie je i Galéria insitného umenia v Pezinku, ktorá sídli v objekte Schaubmarov Mlyn v Pezinku – Cajle. Jedná sa o jedinú štátnu galériu tohto druhu na Slovensku.

V Modre sa nachádza Galéria Ignáca Bizmayera. Osobité sú Záhradná galéria Alojza Machaja v Plaveckom Štvrtku a Prírodná galéria rezbárskeho umenia Dunajská Lužná. V Pezinku sa nachádza súkromná Galéria Štefana Prokopa.

Za rok 2006 bolo galériami realizovaných 52 výstav s počtom návštevníkov nad 117 tisíc.

4.2.3.5 Koncerty

Hudobný život na Slovensku bol vždy veľmi čulý, bez ohľadu na pohnuté politické a spoločenské pomery na území krajiny. Najstaršími symfonickými orchestrami na Slovensku sú Symfonický orchester Slovenského rozhlasu a rozšírený orchester Opery SND.

V roku 2006 bolo celkovo ponúknutých miest na koncertoch takmer 500 tis. Ponuka bola návštevníkmi koncertov využitá na viac ako 90 %.

4.2.3.6 Kiná

Podľa Štatistického úradu bolo v roku 2006 v celom BSK 43 kín s 11 122 sedadlami (stálymi) a 10 prírodných kín a amfiteátrov s počtom stálych sedadiel 7 690.

Ako je možné z dostupných dát vidieť, kultúrny život v Bratislavskom kraji má na čom stavať a návštevníkmi je aj využívaný. Bratislava ako sídlo viacerých národných kultúrnych inštitúcií i ako mesto rôznorodých kultúrnych podujatí ponúka spolu so svojimi príľahlými oblasťami a ich možnosťami široký potenciál pre kultúrne vyžitie návštevníkov i domácich. Bratislave však, v porovnaní s okolitými metropolami, chýbajú kultúrne podujatia najvyššej úrovne, ktoré by boli magnetmi pre domácich aj zahraničných návštevníkov.

4.3 Primárna ponuka - podujatia

4.3.1 Kultúrne podujatia v BSK

Bratislava má porovnateľný počet mestských kultúrnych, športových a rekreačných inštitúcií ako väčšina veľkostne porovnateľných vyspelých európskych miest. V hlavnom meste Slovenska mestská rada prevádzkuje Bratislavské kultúrne a informačné stredisko, Správu telovýchovných a rekreačných zariadení, Mestské múzeum, Galériu mesta Bratislavy, Mestskú knižnicu a Zoologickú záhradu.

V nasledujúcich častiach sa bližšie pozrieme na potenciál cestovného ruchu z hľadiska možnosti kultúrneho – spoločenského života v Bratislavskom kraji.

4.3.2 Podujatia a ich možnosti uplatnenia v cestovnom ruchu v BSK

Podujatia najrôznejšieho druhu sú efektívnym motivátorom a akcelerátorom cestovného ruchu – zahraničného aj domáceho. Nasledujúca tabuľka uvádza najdôležitejšie podujatia usporiadané v BSK.

Z uvedeného zoznamu vyplýva, že ide hlavne o podujatia regionálneho resp. národného významu. V BSK, podobne ako v prípade kultúrnych podujatí popísaných v predchádzajúcej časti, chýbajú pravidelné podujatia nadregionálneho resp. medzinárodného významu, ktoré by sa stali magnetom pre návštevníkom. Takisto podnikatelia v cestovnom ruchu v BSK sa v prieskume (Príloha 9, stať 9.3 na strane P62) vyjadrili, že v BSK chýba širšia ponuka zábavy, atrakcií a aktívneho športového vyžitia aj keď samotný BSK má na tieto služby potenciál.

Druh podujatia	Možnosti	Existujúce podujatia v BSK
Kultúrne	Hudobné Divadelné Výstavy výtvarného umenia a architektúry Historické Zvyky a tradície	Hudobné festivaly: BHS, Bratislavské džezové dni, BIB, Bratislavské kultúrne leto, Medzinárodný festival súčasnej hudby, World music fest, Wilsonic festival, Medzinárodný festival gregoriánskeho chorálu, Festival komornej hudby Konverencie, Hradné slávnosti v Bratislave, Bratislava pre všetkých, Silvester v Bratislave, Ad Una Corda v Pezinku, Dychovky v preši v Pezinku Filmové festivaly: Medzinárodný filmový festival, Febiofest, Jeden svet, Dni latinského filmu, EKOTOPFILM, NU DANCE fest, Flamenco festival, Country noc, Next life visual, Mesiac fotografie, INSITA – trienále insitného umenia v Pezinku, Strunobranie v Stupave, Pezinský strapec – tanečná súťaž, Medzinárodný divadelný festival Cibulák Pezinok, Festival ezoteriky, Magická Bratislava, T-Com fiesta, Keramické trhy v Pezinku

Druh podujatia	Možnosti	Existujúce podujatia v BSK
Zábavné	Gastronomické, Historické Zvyky a tradície	Korunovačné slávnosti, Rímske hry v Rusovciach, Deň bez áut – cyklojazda a happening, Svätokatarínske hody, Vínné trhy v Pezinku, Deň otvorených pivníc na Malokarpatskej ceste (letný a jesenný), Junifest, Vianočné trhy, Slávnosť sv. Huberta v Sv. Jure, Svätokatarínska ochutnávka mladých vín v Modre, Slávnosti kapusty v Stupave, Deň otvorených dverí s husacími špecialitami v Slovenskom Grobe, Červenokamenská šermovačka, Remeselné trhy, Červenokamenská púť a Nočné prehliadky na hrade Červený Kameň, Veľký letný karneval v Senci, Huncokárske hody Svätovavrínecké a Svätomagdalénske v Modre, Vinobranie v Pezinku, Modre a Rači
Športové	Majstrovstvá Pohárové súťaže Športové podujatia pre dovolenkárov	Majstrovstvá v hokeji, Pohárové súťaže v tenise, basketbale, hokeji, Medzinárodné futbalové zápasy, Maratón, behy (NB Devín – Bratislava, Silvestrovský beh na Kuklu, Silvestrovský beh cez dva mosty), Veľká cena Slovenska v karate, Zraz Harley-Davidson, Veľká cena veteránov, Cyklomaratón vínnou cestou, Slovenský pohár Masters
Hospodárske, ekonomické podujatia	Veľtrh, výstava Incentívny míting Motivačná – study trip Info trip Komerčná prezentácia Kongresové a konferenčné podujatie, Mítingy, Výročia Slávnosti, Plenárne zasadnutia Diskusné fóra Tlačové konferencie Deň otvorených dverí Post alebo sprievodné podujatia	40 veľtrhov ročne v areáli Incheba, z toho 29 podujatí má medzinárodný význam napr. CONECO, SlovakiaTour, Autosalón, Bibliotéka, ART, luxdom, Climatherm, Racioenergia, Duo Danube, Slovmedia, Cleantech, Techdom, Moddom, Biostyl, Ledermode, Flóra, IDEB, CSIL
Korporátne podujatia – podujatia podnikov	Pohostinské podujatie pre zákazníkov Motivačné podujatie pre predajcov Uvedenie nového produktu Sponzorské podujatia Priemyselné výstavy Team-building Komerčné výstavy	Napr. Informačná kancelária Rady Európy, Medzinárodné a transnárodné spoločnosti (CITROËN, ORANGE, T- MOBILE, VOLKSWAGEN, SIEMENS, PHILIPS), zahraničné kultúrne strediská a kultúrne inštitúty v SR (české, poľské, britské, nemecké, rakúske, švajčiarske, bulharské, ruské, švédske, USA), zahraničné obchodné komory (austrálska, japonská, nemecká, dánska, švajčiarska, kanadská, francúzska, talianska, dánska, stredoeurópska, východoeurópska a stredoázijská)
Politické jednorazové podujatia	Summity Snemy Predvolebné mítingy	Napr. Putin - Busch, Stretnutie prezidentov V4, Stretnutie prezidentov EU, Informačná kancelária Rady Európy, Reprezentácia Európskej komisie v SR
Náboženské podujatia	Púte Náboženské stretnutia	Pútnické podujatia, veľké bohoslužby pod holým nebom, stretnutia s náboženskými lídrami

4.4 Sekundárna ponuka - Infraštruktúra a supraštruktúra cestovného ruchu

4.4.1 Supraštruktúra cestovného ruchu

Supraštruktúra cestovného ruchu Bratislavského kraja je na relatívne dobrej úrovni nielen z celoslovenského, ale aj stredoeurópskeho hľadiska.

4.4.1.1 *Hotely a ostatné ubytovacie kapacity*

V Bratislavskom kraji bolo v r. 2007 188 ubytovacích zariadení s celkovým počtom cca 15 000 lôžok, z toho v meste Bratislava bolo 96 zariadení a cca 11 000 lôžok.

Bratislava

Bratislavské hotely sú v kvalite jednotlivých štandardov a úrovni poskytovaných služieb konkurencieschopné v prostredí Európy, stále však trpí nedostatkom ubytovacích kapacít vo všetkých kategóriách. Zatiaľ čo v Bratislave na 1000 obyvateľov pripadá 6,8 hotelovej izby (3*-5*), vo Viedni je to 12,4.

Od roku 2000 zaznamenal počet ubytovacích kapacít veľký nárast hlavne vo vyšších kategóriách. Najväčší zaznamenali 4* hotely: z 6 hotelov v r. 2002 na 22 v r. 2007. Ani to však nestačilo prudkému dopytu spôsobenému biznis klientelou. Najmarkantnejší nedostatok je v štandarde 4* a 5*, hotely v centre mesta sú vysoko vyťažené.

Dôsledkom je nedostatočne konkurenčné prostredie, ktoré sa premieňa do vysokej ceny hotelov, stagnujúceho marketingu hotelov, slabého tlaku na segmentáciu a odlišiteľnosť, miestami poklesu úrovni služieb a slabej ochoty hotelov spolupracovať na spoločných cieľoch.

Množstvo súčasných a plánovaných projektov výstavby nových kapacít túto situáciu zmení. V roku 2009 bude mať Bratislava tri 5* hotely a počet postelí v štandarde 4* vzrastie o 400% (v porovnaní s r. 2000, Zdroj: BHA 2008). V r. 2011 sa dá očakávať priemerná obsadenosť cca 70% v hoteloch 5*, cca 45% v hoteloch 4* a cca 57% v 3* hoteloch. Táto prognóza predpokladá stály rast návštevnosti a avizovanú výstavbu. (Zdroj: Labartt Inv. 2007). Keďže sa zásadne mení nielen ponuka (nové hotely), ale aj dopyt (zmeny v zdrojových trhoch a v segmentoch klientely), predpovedať vývoj nie je jednoduché.

S určitosťou sa dá predpokladať pokles cien, nedostatok kvalifikovaného manažmentu aj servisných zamestnancov, čo môže viesť k poklesu kvality služieb. Niektoré hotely zaniknú, ohrozené sú najmä staršie, vzdialené od centra. Niektoré 4* hotely budú zmenia kategóriu, alebo cenou prejdú do nižšej kategórie. Svetový trend kvalitného nízkorozpočtového ubytovania typu bed&breakfast sa presadí aj v Bratislave. V dlhodobom horizonte možno očakávať aj slabý nárast ubytovacích kapacít v najnižších segmentoch.

Zvýšenie konkurenčného tlaku povedie k väčšiemu záujmu o združovanie sa. Združenia postupne zvýšia kvalitu služieb a vytvoria tlak na verejnú správu, aby zabezpečila zvýšenie počtu návštevníkov.

Okolie Bratislavy

Rozvojový boom okolie Bratislavy ešte nezasiahol, tvoria doplnok k štruktúre ubytovacích zariadení mesta, výrazne menej sú zastúpené hotely, prevládajú parahotelové ubytovacie

zariadenia. Existujúce ubytovacie kapacity vznikli na základe prirodzeného dopytu, ktorý je relatívne nízky. Vyťaženosť hotelov často trpí sezónnosťou, hlavne v okolí Seneckých jazier. Veľká časť kapacít nie je v európskom meradle konkurencie schopná, žiada si rekonštrukciu. Nové kapacity trpia nedostatočným marketingom, zlepšiť treba aj gastronomické a doplnkové služby.

Zo zvyšujúcim sa dopytom porastie množstvo aj kvalita zariadení. Ubytovacie kapacity budú čiastočne slúžiť ako lacnejšia možnosť pre návštevníkov mesta. Tento trhový priestor bude limitovaný poklesom cien v samotnej Bratislave.

Vyťaženosť hotelov v okolí hlavného mesta by výrazne pomohla ich dostupnosť pravidelnou autobusovou dopravou v kratších intervaloch aj počas noci, dní pokoja a sviatkov.

4.4.1.2 Reštaurácie

Reštaurácie v centre Bratislavy sú konkurencie schopné a dostatočne pestré čo sa týka kategórií, ponuky rôznych národných kuchýň aj designu. Chýba však zdravá, ľahká a zaujímavá kuchyňa v rozmedzí 10-15 EUR, tak ako tomu je v každej ostatnej európskej metropole. Čo sa týka pomeru cena/kvalita sú na hornej hranici ceny porovnateľné so zahraničnými metropolami. Ponuka však je často príliš uniformná a chýba jej originalita, zdravá výživa. Podporiť treba návrat tradičnej prešporskej kuchyne a zlepšiť ochotu a jazykovú vybavenosť personálu.

V okrajových častiach mesta je uniformita ponuky ešte markantnejšia, pomer cena/kvalita je však priaznivejšia.

V BSK je situácia podobná, ako mimo centra mesta, ale ponuka a často aj kvalita nezodpovedá štandardu destinácií CR. Zlepšenie situácie prinesie trh a práca profesných asociácií.

Podnikatelia i profesionáli v oblasti cestovného ruchu v prieskumoch (Príloha 9, stať 9.3 na strane P62 a Príloha 10 na strane P66) potvrdili fakt, že je k dispozícii široká ponuka vhodných zariadení. Častokrát však nezodpovedá cena kvalite služieb a takisto vnímaniu BSK ako lacnejšej destinácie.

4.4.1.3 Cestovné kancelárie a agentúry

Aktívny cestovný ruch

Záujem zahraničia o Slovensko v posledných 2 rokoch stagnuje až klesá. Incomingové cestovné agentúry zaznamenali oproti roku 2006 prepád v počte klientov. Pod stagnáciou CR na Slovensku sa podpísala rastúca konkurencia, zmena zdrojových trhov Bratislavy a zmena nákupného správania v prospech on-line rezervácií a individuálneho zabezpečovania cesty.

Domáci cestovný ruch

Domáci cestovný ruch na Slovensku aj v Bratislave a kraji rastie. Zásluhu na tom má zvýšenie kúpyschopnosti obyvateľstva, zvýšenie záujmu o Slovensko, zvýšenie počtu krátkych dovolení na úkor dlhých, prevažne zahraničných a pod. Tento trend bude pokračovať.

4.4.1.4 Inštitúcie podporujúce cestovný ruch

V BSK chýba inštitúcia zodpovedná za rozvoj cestovného ruchu a zastrešujúca všetky potrebné organizácie. To je prekážka pre celkový rozvoj cestovného ruchu, napríklad pre zahraničných obchodných partnerov (cestovné kancelárie, agentúry), ktorí nemajú zodpovedajúceho partnera, akého bežne nachádzajú v zahraničí.

Aj podľa prieskumu medzi podnikateľmi (Príloha 9, stať 9.3 na strane P62) vyplynulo, že dve tretiny podnikateľov nespolupracovali so žiadnym profesijným združením alebo iným

subjektom, ktoré združujú podnikateľov v oblasti cestovného ruchu. Podnikatelia sa takisto prevažne nevedeli vyjadriť, či im úrady, alebo inštitúcie pomáhali, resp. vytvárali bariéry.

Dalším hendikepom je, že informácie poskytované turistom nie sú v rozsahu a kvalite ktorú očakávajú a to ako na internete, tak v TIK. Napriek skutočnosti komplikovaného financovania a právnym obmedzeniam, ktoré limitujú aktivity TIK treba konštatovať, že rozdiel oproti bežnému štandardu v internetovej prezentácii je taký priepastný, že prípadného záujemcu odradí od zamýšľanej návštevy a poškodí imidž Bratislavy a kraja.

Problém existuje aj v prezentácii integrovaného produktu prostredníctvom TIK. TIK sú financované z verejných zdrojov a tak nemôžu poskytovať informácie, prezentovať podnikateľov a zabezpečovať predaj produktu CR vo forme aká je bežná pri portáloch turistických organizácií.

V medzinárodných rezervačných systémoch už možno nájsť základnú ponuku hotelov pre Bratislavu. Domáci poskytovatelia však zaostávajú, najsilnejším domácim poskytovateľom je www.bratislavahotels.com, resp. pre kraj www.limba.com. Ani jeden z uvedených portálov však neplní informačnú úlohu, ani to nie je ich cieľom.

4.4.1.5 *Doplňkový program a podujatia*

Iba zanedbateľné minimum atraktivít vzniklo primárne pre návštevníka. Veľká prevaha existujúcich je určená iba pre obyvateľa kraja a mesta. Veľkou prekážkou je jazyková bariéra, ktorá z ponuky pre zahraničného návštevníka diskvalifikuje všetky divadlá, znevýhodňuje ho v galériách a múzeách, kde často chýbajú popisky v angličtine, brožúry, letáky a pod. V múzeách a hlavne galériách je zväčša málo atraktívna, konkurencie neschopná ponuka a neústretové otváracie hodiny. V obciach sú častokrát kultúrne pamiatky zatvorené (najmä kostoly), chýbajú im informácie o možnostiach prehliadky a takisto informácie ohľadom kontaktu na správcu.

4.5 Sekundárna ponuka - Všeobecná a dopravná infraštruktúra

4.5.1 Analýza dopravnej infraštruktúry Slovenskej republiky

Súčasný stav dopravnej infraštruktúry SR je výsledkom niekoľkoročného vývoja prebiehajúceho v rôznych štátnych, politických a ekonomických podmienkach a pre rôzne hospodárske a strategické ciele. Geografická poloha SR v Európe a BSK v bezprostrednom susedstve Rakúska a Maďarska a blízkom susedstve s územím Českej republiky jednoznačne potvrdzuje súčasnú dôležitosť pozície dopravnej infraštruktúry v celoeurópskej dopravnej infraštruktúre.

4.5.1.1 *Infraštruktúra cestnej dopravy*

Hustota siete cestnej infraštruktúry v BSK je druhá najvyššia na území Slovenskej republiky. Bratislavský kraj disponuje celkovo s 104 km diaľničného úseku. Z celkového počtu dĺžky diaľnic a diaľničných privádzačov v Slovenskej republike (NUTS 2) tvorili uvedené cestné ťahy na území BSK podiel 17,1 %. Územím BSK prechádzajú tri európske dopravné koridory a to koridor č. IV, Va a VI, ktoré sú tvorené diaľničnými ťahmi D2, D1 a D3.

Zásadný význam pre rozvoj cestovného ruchu má otvorenie úseku diaľnice Bratislava – štátna hranica – smer Viedeň, ktorý bol vybudovaný v roku 2007 na rakúskom území.



Zdroj: SSC

4.5.1.2 *Infraštruktúra železničnej dopravy*

Infraštruktúra železničnej dopravy v SR je charakteristická pomerne vysokou hustotou siete so zastaranou technológiou. Technická základňa infraštruktúry železničnej dopravy nie je dostatočne pripravená na meniace sa podmienky a štruktúru dopravného trhu v dôsledku nízkej technickej úrovne a kvality technickej základne železničnej dopravy a z dôvodu jej zanedbanej údržby a nedostatočnej obnovy. To isté možno povedať aj o kvalite železničných staníc, vrátane hlavnej železničnej stanice v Bratislave. Prísnejšie kritéria by zniesla iba stanica Bratislava – Petržalka. Železničné stanice sú jedným zo vstupných bodov pre turistov nielen do BSK ale aj na celé Slovensko a preto by si najmä hlavná stanica v Bratislave zaslúžila väčšiu čistotu a kvalitnejšie služby.

Súčasťou aktivít orientovaných pre rozvoj cestovného ruchu by mali byť turistické informačné tabule spolu s mapou a zoznamom najatraktívnejších miest v lokalite a turistické informačné kancelárie umiestnené na železničných staniciach, ktoré doposiaľ väčšinou chýbajú.

Základnú kostru siete infraštruktúry železničnej dopravy SR tvorí tzv. trojuholník, ktorého ramená tvoria trate: Košice – Žilina, Žilina – Bratislava a Bratislava – Zvolen – Košice. Nový prvok do uvedenej kostry predstavuje zámer výstavby podzemnej a nadzemnej železnice z Bratislavského letiska smerom do Petržalky s napojením na železničnú trasu do Viedne.

Z celkového počtu päť medzinárodných dopravných koridorov prechádzajú územím BSK nasledovné medzinárodné koridory:

- § C – E 52: štátna hranica Rakúsko/SR - Devínska Nová Ves - Bratislava - Nové Zámky – Štúrovo – štátna hranica SR/MR
- § C - E 61: Praha – štátna hranica ČR/SR - Kúty - Bratislava – N. Zámky – Komárno – štátna hranica SR/MR – Komárom
- § C – E 63: Žilina - Leopoldov – Galanta/Bratislava – štátna hranica SR/Rakúsko – Parndorf

4.5.1.3 *Infraštruktúra leteckej dopravy*

Letisko M. R. Štefánika v Bratislave je hlavným a zároveň najväčším medzinárodným letiskom na území SR. Má dominantné postavenie v preprave osôb i nákladu leteckou dopravou. Letisko však, v súčasnej podobe nedokáže významnejšie rásť a pre svoj ďalší rozvoj nutne potrebuje zásadné zmeny – výstavbu nového terminálu, parkovacieho domu, hotela, doplnkových služieb a lepšieho dopravného spojenia s centrom mesta.

Priame letecké spojenie Bratislavského letiska je v dnešnej dobe (apríl 2008) s 33 destináciami.

Počet cestujúcich za roky 2002-2007

Druh dopravy	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Medzinárodná doprava	333 289	442 357	855 211	1 258 127	1 820 977	1 830 078
z toho: pravidelná	129 460	218 925	525 237	908 464	1 492 056	1 436 924
nepravidelná	203 829	223 432	329 974	349 663	328 921	393 154
Vnútroštátna doprava	30 190	32 034	35 031	62 781	111 470	174 463
z toho: pravidelná	29 981	31 535	34 901	62 781	111 470	174 287
nepravidelná	209	499	130	0	0	176
Ostatná doprava	4 724	5 620	3 372	5 585	5 195	19 601
SPOLU	368 203	480 011	893 614	1 326 493	1 937 642	2 024 142

Zdroj: Letisko Bratislava, a.s.

Letisko Viedeň - Schwechat, ktoré je od bratislavského letiska vzdialené 61 km, zaznamenalo v roku 2006 takmer 17 mil. pasažierov. Z viedenského letiska je denné spojenie do destinácií na všetkých kontinentoch.

4.5.1.4 *Infraštruktúra lodnej dopravy*

Z hľadiska vodných ciest je najfrekventovanejšou a najvýznamnejšou Dunajská vodná cesta. Rieka Dunaj, ktorá je súčasťou spojnice Severného mora s Čiernym morom, tvorí dopravný koridor č. VII s označením E 80.

Úsek Dunaja v Slovenskej republike tvorí dĺžku 172 km a nachádza sa medzi ústiami riek Moravy a Ipľa. Preteká cez tri kraje - Bratislavský, Trnavský a Nitriansky a sú na ňom vybudované tri verejné prístavy SR: Bratislava (Bratislavský kraj), Komárno a Štúrovo (Nitriansky kraj).

Budovanie vodných ciest má nadnárodný charakter a je priamo závislý na zámeroch okolitých štátov Maďarska a Rakúska. Ide o riešenie úsekov Dunaja, ktoré sú považované za úzke miesta pre plavbu v parametroch stanovených Dohodou AGN a to úsek medzi Devínom a Viedňou a na dolnom úseku Komárna.

4.5.2 **Všeobecná infraštruktúra CR**

Zdravotnícke zariadenia sú súčasťou vybavenosti miestneho obyvateľstva. V BSK je dostatočný počet všeobecných aj špecializovaných zdravotníckych zariadení. Vzhľadom na súčasnú úroveň materiálno-technickej základne zdravotníckych zariadení a podmienok, v ktorých pracuje kvalifikovaný zdravotnícky personál, nemožno však očakávať, že by tieto zariadenia mohli byť automaticky uznané medzinárodnými poisťovňami. Poskytovanie „nepredvídanej“ zdravotnej starostlivosti v našich podmienkach nie je biznis, ktorý by

fungoval v rámci multiplikačných efektov tak, ako je tomu v turisticky vyspelých krajinách, kde jeden deň hospitalizácie bez lekárskeho výkonu predstavuje položku resp. príjem cca. 400-800 EUR.

Na druhej strane, vybrané súkromné zariadenia poskytujú zdravotné úkony (napr. lekárska kozmetika, stomatologické služby, očné ošetrenia a pod.) pre vopred objednaných zahraničných pacientov na komerčnej báze. Niektoré z nich dokonca sprostredkujú, alebo poskytujú služby aj pre sprevádzajúce osoby daného pacienta (transfer z letiska, ubytovanie, kultúrny program a pod.)

Polícia funguje v rámci systému poskytovania služieb občanom. Z hľadiska okamžitej reagencie v tiesni je funkčné číslo 112.

Mestská polícia je vnímaná hlavne pri nasadzovaní papučiek pre nedisciplinovaných automobilových vodičov. Mestská polícia v jednotlivých mestách si zatiaľ nevybudovala imidž, ktorý by znamenal pre účastníka cestovného ruchu pomoc, možnosť spoľahnúť sa na radu, alebo správnu informáciu.

Banky a zmenárne sú vybavené na štandardnej úrovni porovnateľnej so zahraničím. Bankomaty sú inštalované v miestach stádovosti. Vzhľadom na skutočnosť, že bezhotovostný platobný styk je etablovaný aj na trhu domáceho obyvateľstva, možnosť výberu cez bankomaty je relatívne bezproblémový nielen v Bratislave, ale aj v okresných mestách v BSK. Neustále sa zvyšujú aj možnosti platiť za tovary a služby platobnou kartou.

Taxi – služba je na rozmanitej kvalitatívnej úrovni. Rozdielna kvalita sa premieta i v diferencovanej cene/km. Diskutabilné je oligopolné postavenie vybraných spoločností taxi-služieb, ktoré je transparentné hlavne na vyhradených taxi-stanovištiach napr. letisko, hlavná železničná stanica, autobusová stanica. Pre zahraničných turistov je prekvapivý systém, ktorý cenovo zvýhodňuje zákazníka, ktorý si zavolať taxi cez telefonický dispečing danej spoločnosti, resp. cenovo znevýhodňuje zákazníka, ktorý nastúpi do taxika bez predchádzajúcej objednávky. Neuspokojivý je stav z aspektu typu motorových vozidiel spoločností, ktoré poskytujú taxislužby za tzv. nižšiu cenu.

Mestská hromadná doprava je z pohľadu občanov Bratislavy kritizovaná, z pohľadu zahraničných hostí vnímaná pozitívnejšie. Významný posun k spokojnosti účastníka cestovného ruchu prinesie komplexnejšie rozšírenie integrovanej dopravy a uvedenie nových dopravných prostriedkov (autobusy).

Nákupné centrá a hypermarkety

Nákupná turistika, domáca, či zahraničná, hrá čoraz dôležitejšiu úlohu. V BSK a špeciálne v Bratislave za obdobie posledných niekoľko rokov bolo vybudovaných niekoľko moderných nákupných centier. Bratislava, vzhľadom na svoju polohu prihraničného mesta, má potenciál benefitovať z cezhraničných nákupov. Významný potenciál má hlavne medzi návštevníkmi z Rakúska a to počas dní, kedy sú rakúske obchody zatvorené (nedele a niektoré sviatky).

V BSK sa nachádza 10 hypermarketov s celkovou predajnou plochou 68 500 m². Na 1000 obyvateľov tak pripadá 113 m², čo je o 60% viac ako je celoslovenský priemer (Zdroj: GfK Slovakia, 2007)

Celkom päť slovenských shopping centier disponuje viac ako 50 tis. m² využiteľných plôch. Z toho štyri sú umiestnené v Bratislave (Avion Shopping Park Bratislava, Shopping Palace Bratislava, AuPark Bratislava Shopping Center, Polus City Center Bratislava). Pod hranicou 20 tis. m² využiteľných plôch už nasledujú väčšinou menšie nákupné centrá (Mólo, Saratov) a

obchodné centrá, ktorých hlavnými magnetmi (a zároveň developermi) sú zväčša hypermarketové reťazce, doplnené niekoľkými ďalšími menšími nájomníkmi, prípadne veľkopredajňami do-it-yourself atď.

4.6 Sekundárna ponuka - Inštitúcie cestovného ruchu v cieľovom mieste

4.6.1 Turistické informačné kancelárie

Turistické informačné kancelárie sú miestom, kde účastník cestovného ruchu očakáva komplexné informácie o všetkých disponibilných službách cestovného ruchu a aktuálnych podujatiach, ktoré sa v danej lokalite uskutočňujú. Pokiaľ v turisticky vyspelých krajinách sa využívajú variantné možnosti poskytovania informácií, v BSK je ťažiskom ľudský činiteľ, ktorého prítomnosť je obmedzená otváracími hodinami.

Turistické informačné kancelárie sú podľa propozícií Asociácie informačných centier Slovenska povinné zabezpečiť stanovené minimálne vybavenie TIK a stanovený minimálny rozsah informačných služieb poskytovaných bezplatne.

V súčasnosti (júl 2008) v Bratislavskom samosprávnom kraji existuje štrnásť turistických informačných kancelárií v nasledujúcich mestách:

- Bratislava – 4x
- Modra - 3x
- Malacky
- Pezinok
- Senec
- Stupava
- Svätý Jur
- Vysoká pri Morave
- Hamuliakovo

Služby poskytované TIK-mi spravidla nedosahujú úroveň, na ktorú je zahraničný návštevník zvyknutý. Ak aj tlačené výstupy sú dostatočné, chýba on-line verzia, touchscreeny, nie je dostatok jazykových mutácií, chýba back office so službou zasielania materiálov potenciálnemu návštevníkovi, možnosť rezervovať a kúpiť vstupenky na podujatia, call centrum atď. Častým nedostatkom sú otváracie hodiny, ktoré nerešpektujú potreby návštevníka. Výnimkou a takisto príkladom pre rozvoj ostatných je nový TIK v Modre-Harmónii s vysokým európskym štandardom.

Podľa prieskumu medzi podnikateľmi (Príloha 9, stať 9.3 na strane P62) vyplynulo, že aj keď podnikatelia neobľubovali spoluprácu so združeniami a inými subjektmi v cestovnom ruchu, tak najväčšmi spolupracovali práve s TIKmi alebo BKIS.

4.6.2 Cestovné kancelárie v pozícii destinačných manažérskych cestovných kancelárií (DMC)

Destinačné manažérske cestovné kancelárie možno vo všeobecnosti charakterizovať ako miestne organizácie služieb, ktoré uskutočňujú konzultačné služby, kreujú podujatia na základe hĺbkového poznania ponúkanej destinácie, parciálnej i globálnej ponuky tejto destinácie a tiež jej potrieb.

Túto úlohu často plnia i receptívne incomingové cestovné kancelárie, ktoré sa špecializujú na produkt incentívneho cestovného ruchu alebo dokonca sa úzko špecializujú len na kongresový a konferenčný cestovný ruch vo svojej krajine.

Podľa zdrojov SACKA (Slovenská asociácia cestovných kancelárií a agentúr) v pozícii destinačných manažérskych CK vystupuje v rámci jej členskej základne 54 incomingových CK, ktoré sa orientujú na ponuku Slovenska. Z tohto počtu sa orientuje na ponuku kongresových, konferenčných a incentívnych podujatí 26 členských cestovných kancelárií. Prax však ukazuje, že na trhu pôsobia aj ďalšie cestovné kancelárie, ktoré nie sú členmi SACKA a zohrávajú svoju úlohu na trhu incomingu, alebo na trhu kongresových, konferenčných a incentívnych podujatí.

Zoznam, ktorý je k dispozícii v Prílohe č. 5 na strane P30 zahrňuje cestovné kancelárie so sídlom v BSK aj mimo BSK, nakoľko nemožno vylúčiť aktívnu participáciu na organizovaní cestovného ruchu i zo strany CK, ktoré sú registrované mimo územia BSK.

4.7 Najdôležitejšie druhy a formy cestovného ruchu

4.7.1 Biznis turizmus

Je v súčasnosti najvýznamnejšou formou cestovného ruchu v Bratislave a teda aj v BSK. Podľa expertného odhadu tvorí približne 70% návštevníkov. Ak vychádzame z predpokladaného medziročného rastu HDP, dá sa predpokladať, že biznis turizmus sa udrží na rovnakej úrovni aj napriek tomu, že investície už neostávajú tak často v BSK, ale putujú ďalej do východnejších regiónov. Slabý pokles tohto segmentu, ktoré hlásia niektoré hotely, možno pripísať návratu TOP a stredného manažmentu do domovskej krajiny a nákupu firemných bytov, resp. prenájmaniu apartmánov zvyškom manažmentu (a ich rodinnými príslušníkmi).

4.7.2 City break

Je najperspektívnejšou turistickou formou cestovného ruchu v BSK. Oblúba city breaku v Európe stále rastie, pričom rýchlejšie rastie návštevnosť menších miest strednej a severovýchodnej Európy. Bratislava je typickou citybreakovou destináciou. Spĺňa základné predpoklady: historické a/alebo kultúrne danosti a dobrú leteckú dostupnosť v rámci Európy. Znížením cien v hoteloch môže prísť k zvýšeniu záujmu o city break, bude však treba zlepšiť produkt a jeho komunikáciu, imidž Bratislavy. Silnou stránkou Bratislavy je príjemná atmosféra centra a jeho nočný život, preto sa treba orientovať hlavne na mladú klientelu z krajín, kde tieto hodnoty korelujú. Veľký potenciál je v rozšírení produktu city breaku o atraktivity v blízkom okolí. Pre rozvoj city breaku bude kľúčovým množstvo nízkonákladových leteckých liniek a zlepšenie informovanosti klientov o blízkosti viedenského letiska.

4.7.3 Kultúrno-poznávací turizmus

Kultúrno – poznávací turizmus patrí k najvýznamnejším a najperspektívnejším formám CR v BSK. Opiera sa hlavne o históriu spätú s monarchiou, istý potenciál má aj komunistická minulosť. Tak ako u city breaku, s ktorým sa čiastočne prekrýva, bude treba zlepšiť produkt a informácie o ňom, vyššie formy kultúry (opera, vážna hudba) a ich dostupnosť. Cieľovým trhom bude Nemecko, potenciálnymi budú predovšetkým tie, ktoré s nami túto zdieľali, teda Česko, Rakúsko a Maďarsko.

Pre rozvoj kultúrohistorického turizmu bude kľúčovým zaradenie Bratislavy do katalógov veľkých touroperátorov, B2B, vznik internetového informačného portálu a aktívny e-marketing destinácie.

4.7.4 Vínny a gastronomický turizmus

Vínny turizmus má v BSK dlhú tradíciu a silný potenciál. Lokálne známymi sú každoročné vinobrania v mestách ako Pezinok, Modra, či v Rači a rôzne podujatia, z ktorých najznámejší je Deň otvorených pivníc. Významnú úlohu hrá v rámci vínného turizmu Malokarpatská vínná cesta (MVC). Cesta zahŕňa dovedna 36 obcí vrátane mestských častí Bratislavy. Obcí, ktoré ležia na území BSK je 26. Rozvoju MVC sa venuje Združenie Malokarpatská vínná cesta v spolupráci s Malokarpatským osvetovým strediskom v Modre vinárske a vinohradnícke združenia, regionálna a miestna samospráva, zariadenia cestovného ruchu a cestovné kancelárie.

Podľa webstránky Malokarpatskej vínnej cesty je v rámci vínnej cesty registrovaných viac ako 130 vinárov, ktorí zabezpečujú predaj vína a degustácie, 15 vinoték, z ktorých 14 sa nachádza v BSK, členmi združenia je 11 ubytovacích a 10 stravovacích zariadení a 3 zariadenia poskytujúce husacie špeciality. V rámci Malokarpatskej vínnej cesty možno navštíviť takisto 5 múzeí, ktoré sa zameriavajú aj na tematiku vinárstva.

Malokarpatská vínná cesta je kompletne otvorená iba počas dvoch Dní otvorených pivníc (na jar a na jeseň), pretože denná návštevnosť nepostačuje na nepretržité vyťaženie všetkých atrakcií, predovšetkým vínnych pivníc, ktoré vínná cesta poskytuje. Tento nedostatok je nahrádzaný viacerými častými lokálnymi podujatiami. V Bratislave magistrát každoročne organizuje Sviatok mladého vína, čo sa týka gastronómie na oživenie čaká stará prešporská kuchyňa.

Husacie špeciality sú potenciálom rovnako silnou atrakciou ako víno. Najsilnejším strediskom tejto pochúťky je Slovenský a Chorvátsky Grob.

V oboch prípadoch, tzn. u vína aj u gastronómie ide zatiaľ prevažne o lokálne atraktivity. Smerom k domácim návštevníkom a tým z okolitých regiónov bude treba posilniť produkt o podujatia, ktoré budú motivátorom k častejšej návšteve. Smerom k zahraničiu vidíme najsilnejší potenciál v Rakúsku, kde obe formy turizmu majú svoju tradíciu. Pre produkt by bolo prínosom učiť sa a spolupracovať s regiónom Dolného Rakúska.

4.7.5 Agroturizmus

Agroturizmus je zatiaľ minoritnou, aj keď rozvíjajúcou sa formou aj v zahraničí. Neprináša veľké zisky a predpokladá alternatívny prístup k pestovaniu plodín a zvierat, ktorý na území BSK zatiaľ nie je rozvinutý. Domáci zatiaľ veľmi nevyhľadávajú takúto formu turizmu, ak aj, tak nie v BSK. Výnimkou je aktivita zaujímavá pre rodiny s deťmi.

Určitý potenciál existuje v týchto atraktivitách: Kráľová pri Senci - včelársky skanzen s pokusnou stanicou medonosných rastlín, farma sibírskeho tigra - Kostolná pri Dunaji, Farma Corporex – jazda na koni, krytý areál – Hrubá Borša, Miloslavov – výcvik koní, biofarma v Stupave, Ranč u Indiánky v Malackách, Remeselný dvor v Miloslavove, Areál zdravia Rozálka.

Čo sa týka zahraničných trhov, potenciál pre túto formu turizmu je hlavne v Holandsku, cieľová skupina je však relatívne úzka.

4.7.6 Religiózný cestovný ruch

Pútnické miesto Marianka

Marianka, jedno z najstarších pútnických miest na Slovensku, je pútnickým miestom regionálneho významu. Väčšinu návštevníkov predstavujú obyvatelia BSK a Trnavského regiónu. Oficiálne púte sú organizované rímskokatolíckou cirkvou s mesačnou periodicitou. Trikrát do roka sa uskutočňujú tzv. veľké púte. Na mesačných púťach sa zúčastňuje pravidelne približne 500 osôb. Na najvýznamnejšej septembrovej hlavnej púti sa zhromažďuje približne 7 000 osôb. (Zdroj: Farský úrad Marianka)

Kedysi však bola Marianka rovnako významným centrom ako Mariazell a Czenstochowa, navštevovali ju panovníci a najväčšie púte dokázali pritiahnúť až 50 000 veriacich. Túto tradíciu by bolo možné čiastočne oživiť, aktivity by bolo nutné koordinovať s Rímskokatolíckou cirkvou. Mariánka by sa tak mohla stať miestom nadregionálneho významu.

Pútnický areál je pamiatkovou zónou pozostávajúcou z pätnástich národných kultúrnych pamiatok, zázračného prameňa, Lurdskej jaskyne a krížovej cesty. Pútnické miesto Marianka zatiaľ nemá vybudovanú dostatočnú infraštruktúru ani supraštruktúru cestovného ruchu. Religiózná turistika je typická účasťou skôr staršieho obyvateľstva s nižšou kúpnu silou, ktoré nezvykne intenzívne využívať služby cestovného ruchu (ani stravné). Význam majú hlavne dopravné služby a predaj suvenírov, kníh a podobne.

Pamätník Chatam Sófer

Pre židovskú komunitu na celom svete je atraktívna hrobka významného Bratislavského rabína Chatama Sofera. Celý komplex hrobiek a hrobov (46) je v správe židovskej náboženskej komunity. Nie je to turistická atrakcia, ale pohrebne miesto a miesto modlitby (Zdroj: www.chatamsofer.com).

V Bratislavskom kraji sa nachádza množstvo religiózných pamiatok lokálneho významu, medzi inými napr. kostol Povýšenia sv. Kríža v Dunajskej Lužnej, kostol Nepoškvrneného počatia Panny Márie so známymi svätými schodmi a kláštor Nanebovzatia Panny Márie v Malackách, v Bratislave sú to Jaskyňa Lurdskej Panny Márie na Hlbokej ceste v Bratislave, Františkánsky Kostol Zvestovania Panny Márie, katedrála sv. Martina, Modrý kostolík sv. Alžbety a Kostol Nanebovzatia Panny Márie tzv. Blumentál.

4.7.7 Cykloturistika

Bratislavský samosprávny kraj má dobré predpoklady pre rozvoj cykloturistiky, ktorá sa spolu s wanderingom (pešou turistikou) stáva populárnou napr. v Rakúsku a Česku. Tieto formy však neprinášajú významný rozvoj podnikania.

V súčasnosti v BSK absentuje prehľadné a zrozumiteľné prepojenie slovenských cyklotrás na medzinárodné cyklotrasy. Taktiež ešte nie je dostatočne vybudovaná sieť miestnych a regionálnych cyklotrás a spojnic medzi hlavnými cyklotrasami. Je potrebné zabezpečiť prepojenie malokarpatských cyklotrás na Dunajskú cyklotrasu.

BSK v rámci projektu „Cyklotrasy bez hraníc“ spolupracuje s Trnavským samosprávnym krajom (TTSK) a rakúskymi pohraničnými oblasťami. Zaujímavá pre rozvoj cykloturistiky v BSK je možnosť využitia medzinárodného koridoru greenways Odra – Morava – Dunaj v rámci regiónu Záhorie. V Poľsku a Českej republike sú už niektoré úseky funkčné a zostávajúce sú pripravené vo forme projektov. Začiatok slovenskej časti koridoru by mal byť na Baťovom kanále v Prístave Skalica.

4.7.8 Pobyty pri vode a vodné športy

Bratislavským samosprávnym krajom preteká množstvo vodných tokov z nich Morava a Malý Dunaj sú vhodné na vodnú turistiku.

Z vodných plôch sú najznámejšie Zlaté piesky v Bratislave a Slnčné jazerá v Senci. Zlaté piesky sú využívané ako prírodné kúpalisko s kapacitou 15 000 miest, pre letné pobyty pri vode, rôzne športové aktivity a takisto sú vyhľadávané rybármi. Najnavštevovanejšou letnou destináciou v BSK sú Slnčné jazerá, ktoré tiež ponúkajú možnosti športového vyžitia. Zo zahraničných návštevníkov ich navštevuje hlavne česká klientela. Obe miesta trpia nedostatočnou kvalitou poskytovaných služieb, v Senci aj gastronomických a nedostatkom sprievodných podujatí.

Z hľadiska cestovného ruchu sú potenciálne významné aj vodné plochy Rudava pri Malých Levároch s možnosťou ubytovania a športového vyžitia, Veľké a Malé jazero v Rovinke vhodné na rekreáciu, lov rýb, kúpanie a člnkovanie. K ich skutočnému využitiu ako atraktivity však chýba základná vybavenosť na rekreáciu.

Z vodných diel sa v BSK nachádza Vodné dielo Gabčíkovo s areálom vodných športov v Čunove, kde v súčasnosti prebieha výstavba voľnočasových aktivít a supraštruktúry pre pobyt návštevníkov. Z verejnosti prístupných atraktivít treba spomenúť rafting, ktorý je však vhodný iba pre mladého, adrenalínového návštevníka.

V BSK sa nachádza jeden aquapark. Je ním Aquathermal Senec, ktorý má v ponuke viacero bazénov, tobogánov a množstvo iných atrakcií. Nachádza sa v bezprostrednej blízkosti seneckých Slnčných jazier.

4.7.9 Detské programy

Programy pre deti, mládež a rodiny s deťmi sú organizované najmä v mestách, čiastočne aj na hradoch a v rekreačných lokalitách. Ani v Bratislave, kde je najširšia ponuka aktivít pre deti, táto nie je dostatočná. V meste Bratislava možno navštíviť ZOO s dinoparkom, Železnú studienku a Kolibu s letnou bobovou dráhou. Pre rodiny s deťmi je zaujímavá návšteva voľnočasového areálu Partizánska lúka na Železnej studienke. Areál ponúka možnosť rôznych športov, člnkovanie, detské ihrisko a lanovku na Kamzík, kapacitne zanedbateľné možnosti má detské ihrisko v Sade Janka Kráľa a Horáreň Horský park. Medzinárodný dom umenia pre deti Bibiana je zameraný na rozvíjanie a šírenie umeleckej tvorby pre deti, ÚĽUV organizuje kurzy remesiel, pre deti hrá Bábkové divadlo. Podujatia vhodné pre návštevy rodín s deťmi sa organizujú aj na hrade Červený kameň (napr. Rytierske hry, Šermovačka, špeciálne prehliadky v noci a pod.). Na Červenom kameni nepretržite funguje aj sokoliarsky dvor. V BSK je viacero rančov, ktoré umožňujú jazdu na koni pre amatérov. Organizujú kurzy jazdenia a jazdecké tábory.

Všetky tieto aktivity sú určené obyvateľovi Bratislavy a nesaturujú dnešný dopyt. Príležitosť je vo vybudovaní prevažne víkendových zážitkových atraktivít mimo Bratislavy. V časoch mimo víkendov by bolo možné využívať ich pre školy a školské výlety spojené s výučbou a poznávaním prírody. Je tu možnosť nadregionálneho významu.

4.7.10 Kongresový a konferenčný cestovný ruch

Kongresový a konferenčný cestovný ruch je pre každé mesto a priláhly región veľmi zaujímavým segmentom, pretože generuje vyššie priemerné príjmy na jedného účastníka. Bratislava je členom organizácie Marketing európskych miest ECM. Avšak Bratislava nie je v zahraničí vnímaná ako kongresová destinácia. Potenciál pre MICE (meetings, incentive, congress, events) je limitovaný chýbajúcimi kongresovými centrami, technicky nevyhovujúcimi alebo zastaranými existujúcimi kongresovými centrami, neexistenciou

congres bureau a neexistenciou imidžu Bratislavy ako turistickej a kongresovej destinácie. Congres bureau by malo byť členom európskych organizácií a zúčastňovať sa aspoň základných špecializovaných veľtrhov.

Nevyužitý potenciál je však v domácich podujatiach. Congres bureau by sa po založení malo orientovať na domáci korporátny segment s dôrazom na automobilový.

Bratislave chýba kongresové centrum, existujúce nedosahujú potrebné parametre. To by sa malo zmeniť výstavbou kongresovej sály a hotela v rámci pripravovanej výstavby Petržalka City približne v roku 2010.

Samotná neexistencia kongresového centra však nebráni rozvíjať MICE potenciál, približne 60% podujatí dosahuje do 300 účastníkov, čo je možné organizovať aj v hoteloch. Medzi dodávateľov kongresových služieb patrí široké spektrum podnikateľských subjektov, predovšetkým hotely, kongresové centrá (congress, convention centres) a viacúčelové sály alebo haly, výstavniská, prípadne podnikové zariadenia a vysokoškolské inštitúcie, ak disponujú vhodnými priestormi na rokovanie.

Potenciál bude možné signifikantne využiť až po tom, čo Bratislava získa potrebný imidž a ustanoví potrebné organizačné štruktúry. Bratislava by sa mala sústrediť na podujatie malej a strednej veľkosti, ktoré sú takisto veľmi zaujímavé z hľadiska prínosu a nevyžadujú taký náročný lobing.

V Bratislave je k dispozícii viacero hotelov s rôznymi kapacitnými možnosťami konferenčných priestorov. Zoznam týchto hotelov sa nachádza v prílohe č.4 na strane P27.

Kongresové centrá sú špecializované podniky, ktoré môžu vystupovať v pozícii:

- dodávateľa priestorového a technického vybavenia
- dodávateľa manažérskych služieb
- organizátora kongresového alebo konferenčného podujatia

V Bratislave sa prezentujú ako centrá pre kongresové alebo konferenčné podujatia nasledovné objekty:

Tab. Objekty prezentujúce sa ako centrá pre kongresové a konferenčné podujatia

Objekt	Maximálna kapacita najväčšej sály	Počet sál	Celková kapacita	Výstavné priestory v m ²
Národné tenisové centrum	2660	3	4114	5340
Istropolis	1175	7	2380	2300
Incheba	1000	7	2850	30000
Reduta	708	4	1328	45
Technopol	360	2	580	50
SÚZA	300	10	510	250
Dom športu SZTK	280	3	410	x
Primaciálny palác	150	2	240	100
Mojzesova sála	150	1	150	45
Študijné stredisko ČDVÚK Modra-Harmónia	146	8	310	540

Z tabuľky vyplýva, že Bratislavský kraj disponuje iba 6 objektmi so sálami, ktoré majú kapacitu 300 miest a viac, čo je základné kritérium na úvahu o zorganizovaní kongresu. Otázne je však ďalšie kritérium - počet ďalších rokovacích priestorov v NTC aj v Redute. Treba poznamenať, že kvalita priestorov, vybavenie a technická úroveň je v jednotlivých

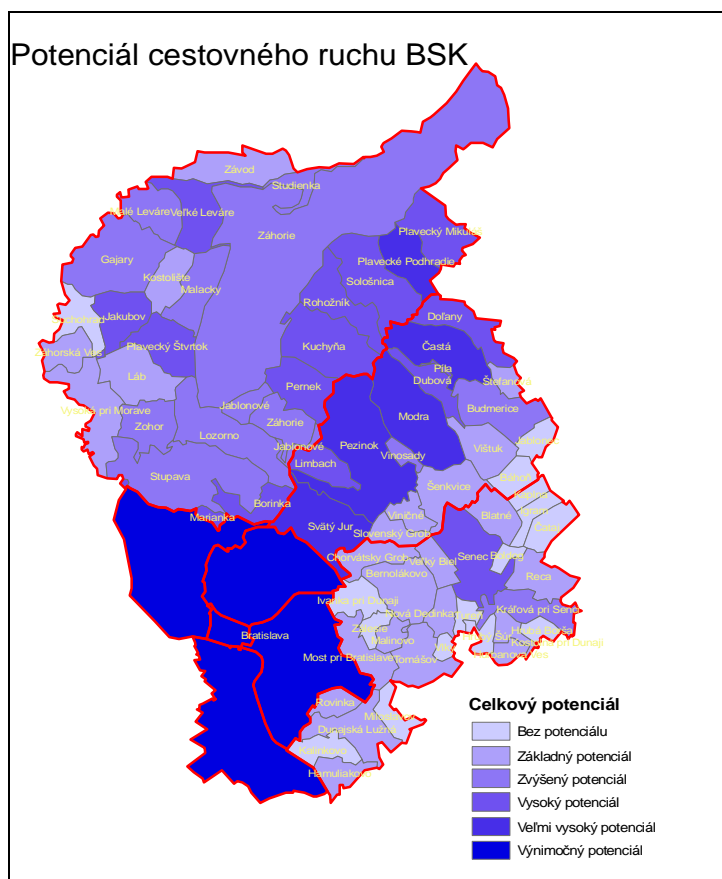
objektoch rozdielna. Pri hodnotení daných objektov podľa medzinárodných štandardov sú vo viacerých objektoch disproporcie.

Bratislavský samosprávny kraj resp. hlavné mesto Bratislava sa nachádza vo veľmi silnom konkurenčnom prostredí. Podľa výskumu ICCA z roku 2006 sa v prvej desiatke najdôležitejších kongresových miest nachádza Viedeň, Budapešť aj Praha.

4.8 Celkový potenciál cestovného ruchu

Celkový potenciál územia Bratislavského kraja pre rovom cestovného ruchu bol odhadnutý na základe primárneho aj sekundárneho potenciálu v jednotlivých obciach BSK. Celková metodika je uvedená v Prilohe 1 na strane P4.

V mapách sú výsledné hodnoty potenciálu územia znázornené farebne, kde jednotlivé odtiene reprezentujú hodnotu celkového potenciálu územia pre rozvoj cestovného ruchu.



Autor: P. Plesník, zdroj: vlastný výskum 2007

Môžeme na záver zhrnúť, že predpoklady pre rozvoj cestovného ruchu Bratislavského samosprávneho kraja sú po všetkých stránkach relatívne vysoké. Na strane primárneho potenciálu evidujeme pestrosť prírodného prostredia, variabilitu historických a technických pamiatok, prítomnosť rôznych atrakcií. Na strane sekundárnej ponuky dominuje výborná komunikačná dostupnosť, pomerne kvalitná a pestrá ponuka ubytovacích zariadení. To vytvára predpoklad, že celý región BSK sa môže stať žiadanou destináciou cestovného ruchu.

5. Cezhraničné iniciatívy a projekty

5.1 CENTROPE

Politické memorandum, ktoré sa stalo základným dokumentom pre vznik CENTROPE podpísali v roku 2003 v Kitsee predsedovia krajov Bratislavského, Trnavského, Burgenlandu, Győr-Moson-Sopron, Niederösterreich, Južná Morava, Viedeň a miest Bratislava, Brno, Eisenstadt, Győr, Sopron, St. Polten, Trnava, Viedeň.



Budúci obraz „CENTROPE 2015“ existuje od už od marca 2006 a predstavuje smerný vzor pre rozvoj regiónu Európa – stred, na ktorého príprave a doladení sa podieľali všetci partneri regiónu CENTROPE.

Základné kooperácie a aliančné kooperácie: Pri dlhodobej kooperácii štyroch krajín a toho času 16 partnerských miest resp. regiónov s ich najrôznejšími záujmami a zdrojmi je možné očakávať, že nie vždy budú všetky kooperačné aktivity mať rovnaký význam pre všetkých partnerov. Tiež vzhľadom na obmedzené finančné zdroje budú jednotliví partneri na základe svojich záujmov nútení stanoviť si v kooperácii v rámci CENTROPE svoje obsahové priority. Preto sa vo všeobecnosti rozlišuje medzi dvoma typmi kooperácie:

- základné kooperácie, na ktorých sa budú podieľať všetci partneri a ktoré tvoria politicko-administratívny základ a centrálnu podobu CENTROPE
- aliančné kooperácie, ktoré sa budú týkať konkrétnych projektov resp. tém a budú sa na nich podieľať rôzne aliancie partnerov v rámci CENTROPE

V súlade s viedenským memorandom o CENTROPE z marca 2006 sa návrh delí do štyroch tematických ťažiskových oblastí:

1. Hospodárstvo, inovácie, výskum a vývoj
2. Doprava, infraštruktúra, životné prostredie a plánovanie
3. Trh práce, zamestnanosť a kvalifikácia
4. Kultúra, kreativita, voľný čas, šport a cestovný ruch

V rámci jednotlivých oblastí úloh má samostatné postavenie tematický blok:

- Kultúra, kreativita, voľný čas, šport a cestovný ruch, ktorý má svoje postavenie v rámci úloh Hospodárstvo, inovácie, výskum a vývoj
- Cestovný ruch, ktorý má svoje postavenie v rámci úloh Kompetenčné siete a klastre

Nemenej významné sú však bloky oblastí úloh, ktoré nepriamo vplyvajú na rozvoj cestovného ruchu, alebo dokonca aj na jeho realizáciu. Máme na mysli hlavne:

- Trh práce, zamestnanosť a kvalifikácia
- Doprava, infraštruktúra, životné prostredie a plánovanie

CENTROPE Marketing lokality

Súčasnú úlohu, ktoré boli naformulované pre rok 2008 sa rozvoju cestovného ruchu nevenujú v rozsahu, ktorý by bolo potrebné. Je však predpoklad, že aj úlohy, ktoré sú pre tento rok stanovené, napomôžu vytvoriť predpoklady pre rozvoj cestovného ruchu v regióne CENTROPE. BSK musí venovať zvýšenú pozornosť, aby aj v súčasnom období sa dostali do plnenia stanovených úloh závery, ktoré budú iniciovať rozvoj týchto úloh aj smerom do cestovného ruchu. Napr. eko stavby v cestovom ruchu, klastre v cestovnom ruchu, marketing lokality aj so zaradením najvýznamnejších kľúčových produktov cestovného ruchu.

Významnú podporu rozvoju cestovného ruchu už v súčasnom období predstavujú agendy, stanovené ako dlhodobé perspektívne okruhy v časovom horizonte do roku 2015 v oblasti: dopravy, infraštruktúry, životného prostredia a regionálneho rozvoja; kultúry a kultúrneho turizmu.

5.2 TWIN CITY

Základom je spolupráca dvoch miest v jednom priestore t.j. Bratislavy a Viedne s odôvodnením, že aglomeračná os Viedeň-Bratislava je jadrom celého prihraničného regiónu. Viac ako šesť miliónov ľudí žije v stredoeurópskom regióne, z toho takmer jedna tretina v Twin City Viedeň – Bratislava.

Viedeň a Bratislava majú spolu viac ako 2 milióny obyvateľov a sú najdôležitejšími centrami regiónu vzhľadom na počet obyvateľov. Obe mestá dosahujú nadpriemerné hodnoty výšky vytvoreného HDP na obyvateľa v rámci regiónov EU, vytvárajú pracovné príležitosti v multinacionálnych spoločnostiach. Obe mestá sú prepojené bez hraničných bariér. Projekt Twin City inicioval myšlienku priamo spojiť hlavné železničné stanice vo Viedni a v Bratislave.

Cieľom projektu je vytvoriť podmienky pre Twin City – ako koordinované dynamické centrum stredoeurópskeho regiónu.

Základným predpokladom je dopravná dostupnosť a dopravné prepojenie medzi oboma hlavnými mestami, ktoré tvoria Twin City. Funkčným produktom projektu Twin City je Twin-liner - pravidelná lodná doprava medzi Bratislavou a Viedňou.

PR pre projekt Twin City zabezpečuje časopis Twin City Journal– plnofarebný, 84-stranový časopis vo formáte A4 a v troch jazykových mutáciách, ktorý otvára priestor na rozhovory, reportáže a glosy zo všetkých oblastí života Bratislavy a Viedne, približuje ich spoločné projekty a zároveň prinášať prehľad kultúrnych i spoločenských programov v obidvoch metropolách a ich mestských častiach. Otvára taktiež priestor na predstavenie turistických atrakcií.

6. SWOT analýza BSK

SWOT analýza zohľadňuje všetky okolnosti, ktoré vstupujú do zhodnotenia predpokladov a tvoria základ pre tvorbu strategickej vízie rozvoja cestovného ruchu v BSK.

6.1 SWOT analýza – 1. časť

Celá analýza je posudzovaná klasicky v štyroch kvadrantoch (silné stránky, slabé stránky, príležitosti a riziká), pričom osobitne je zhodnotený Bratislavský samosprávny kraj ako celok, mesto Bratislava a napokon okolie.

Vybrané heslá z jednotlivých SWOT analýz sú následne rozpísané a vysvetlené v druhej časti SWOT analýzy.

Jednotlivé body SWOT analýzy sú podrobnejšie vysvetlené v Prílohe č. 6 na strane P33.

6.1.1 Bratislavský samosprávny kraj

Silné stránky

- Výhodná poloha
- Priaznivé klimatické podmienky
- Prírodný potenciál pre niektoré vybrané formy cestovného ruchu
- Existencia regionálnych rozvojových agentúr
- Nová destinácia
- Nadpriemerné HDP

Slabé stránky

- Absencia konkrétnych tematických produktov cestovného ruchu
- Absencia organizácie destinačného marketingu a teda marketéra destinácie BSK
- Absencia imidžu BSK ako destinácie CR
- Needostatočne fungujúca regionálna verejná doprava
- Nedostatok know-how z oblasti CR, monitoringu a spätnej väzby
- Slabá spolupráca súkromného a verejného sektora
- Pomerne vysoký počet turistov z nižších socio-ekonomických skupín
- Chýbajú priame letecké spojenia BSK s mnohými destináciami
- Absencia inštitucionálneho riadenia CR, zodpovednosti
- Absencia legislatívnej podpory
- Absencia finančných zdrojov
- Nesystematické a neefektívne fungovanie štátnej propagácie a propagácie BSK

Príležitosti

- Začlenenie Slovenska do „Schengenu“ (december 2007)
- Zavedenie spoločnej meny EUR (2009)
- Zdokonalenie právnej úpravy vzťahov v CR
- Vznik združení cestovného ruchu organizácie destinačného marketingu
- Spolupráca verejného a súkromného sektora
- Aplikácia informačných systémov v marketingu
- Aplikácia systémov kvality a TQM v podnikoch CR
- Výchova, udržanie a umiestnenie mladej a kvalifikovanej pracovnej sily
- Dunajská vodná cesta
- Využitie zdrojov termálnej vody v podloží Dunaja a na Záhorí
- Využívanie alternatívnych zdrojov energie v supraštruktúre CR
- Majstrovská sveta v hokeji v r. 2011
- Rast dopytu v DCR
- Spolupráca s prihraničnými regiónmi

Hrozby

- Pokračujúca degradácia životného prostredia
- Nedostatočné čerpanie, resp. sťažené podmienky čerpania fondov EU
- Výrazná aktivizácia cestovného ruchu v konkurenčných regiónoch
- Výrazná aktivizácia cestovného ruchu v okolitých krajinách a prihraničných regiónoch susedných krajín
- Rast nákladov na energie, suroviny a prácu
- Podcenenie profesionalizácie pracovníkov v cestovnom ruchu
- Odliv kvalifikovanej sily do zahraničia

6.1.2 Bratislava

Silné stránky

- Hlavné mesto republiky
- Vysoký primárny potenciál historických pamiatok a kultúrneho dedičstva
- DUNAJ – kolorit mesta
- Ponuka kultúrno-spoločenských aktivít a tradičných podujatí
- Atmosféra historického centra
- Dopravná dostupnosť, cestná, vodná, vzdušná, železničná
- Cieľová destinácia nízkonákladových leteckých spoločností
- Existencia materiálno-technickej základne cestovného ruchu
- Vysoký počet ubytovacích zariadení „strednej“ triedy pre domácu klientelu
- Existencia Turistických informačných kancelárií
- Široké nákupné možnosti, existencia veľkokapacitných obchodných centier
- Priaznivá vzdelanostná úroveň miestneho obyvateľstva
- Relatívne priaznivá profesionálna úroveň pracovníkov v službách cestovného ruchu
- Sídlom a vysoké zastúpenie medzinárodných spoločností

Príležitosti

- Spolupráca s blízkymi metropolami Viedeň a Budapešť, prípadné začlenenie do reťazca hlavných miest EÚ v dvoch líniiach: zachovanie odlišností jednotlivých krajín a území pre európsku klientelu, resp. vzájomná spolupráca a ponuka pre návštevníkov zo vzdialených destinácií
- Rozvoj spolupráce jednotlivých mestských častí s vybranými prihraničnými mestami v susediacich krajinách v oblasti cestovného ruchu
- Možnosť rozšíriť ponuku o lokality a aktivity v okolí, v rámci BSK
- Východiská pre rozvoj nových zdrojových trhov vo východnej Ázii
- Výstavba nových ubytovacích zariadení triedy 5 *
- Rozvoj kongresového a konferenčného cestovného ruchu
- Profesionizácia komplexnej ponuky a organizácie kongresového cestovného ruchu
- Vybudovanie funkčného Convention Bureau
- Skvalitnenie a rozšírenie služieb TIK
- Tematický kultúrny cestovný ruch
- Podujatia pre mladých - kultúrne, športové
- Nočný život
- Športové lietanie
- Trendové športy, nové športové zariadenia
- Rozvoj masových športových aktivít, rozvoj Čunova ako centra rekreačných a športových aktivít.
- Majstrovská sveta v hokeji 2011

Slabé stránky

- Absencia konkrétnych tematických produktov cestovného ruchu
- Absencia atraktivít a podujatí nadregionálneho charakteru
- Nevýrazný imidž mesta ako destinácie cestovného ruchu
- Málo turistov (leisure) a nízka priemerná dĺžka pobytu návštevníkov
- Nízka kvalita dopravných služieb v Bratislave
- Chýbajúce kongresové centrá a ubytovacie kapacity najvyššej triedy pre kongresový turizmus
- Úroveň a množstvo poskytovaných doplnkových služieb
- Prístup ku zahraničným turistom v doplnkových službách
- Sprievodcovia – jazyková štruktúra
- Málo zelene, absencia mestských parkov
- Absencia originálneho, pôvodného, unikátneho
- Nízka kvalita vstupných bodov do Bratislavy (žel. stanica, letisko)
- Absencia inštitucionálneho riadenia CR, zodpovednosti, legislatívnej podpory, finančných zdrojov
- Nízka úroveň know-how, monitoringu a spätnej väzby,
- Nesystematické a neefektívne fungovanie štátnej propagácie a propagácie BSK
- Organizované okrádanie turistov, taxislužba

Hrozby

- Konkurencia v susediacich krajinách a regiónoch
- Slabá podpora CR na najvyššej úrovni, neexistencia zákonných úprav vedúcich k naštartovaniu rozvoja CR
- Nesystematické a neefektívne fungovanie štátnej propagácie a propagácie BSK
- Rast cien vstupov (ropy)

6.1.3 Okolie

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • Malé Karpaty, Záhorie, Dunaj, Morava • Vodné plochy • Existencia turistických informačných kancelárií • Dopravná dostupnosť cestná, železničná 	<ul style="list-style-type: none"> • Absencia rozvinutého produktu CR, atraktivít a podujatí nadregionálneho významu • Veľké disparity v potenciáli medzi časťami regiónu • Nízka návštevnosť regiónu mimo hlavného mesta zo strany zahraničných turistov • Neznáma destinácia pre potenciálnych návštevníkov • Nedostatočná starostlivosť o historické pamiatky a slabé využitie ich potenciálu • Nízka úroveň dopravných služieb • Kriminalita-krádeže áut, organizované okrádanie turistov • Chýbajúce ubytovacie kapacity vyššej úrovne • Nedostatočne fungujúca regionálna verejná doprava • Chýbajúce stravovacie zariadenia v miestach nižšej turistickej spádovosti • Absencia verejných sociálnych zariadení, kvalita a čistota existujúcich sociálnych zariadení • Absencia regionálneho združenia cestovného ruchu DMO • Nízka úroveň poskytovaných doplnkových služieb • Vysoké ceny v BSK v porovnaní s ostatnými VÚC • Zlá štruktúra pracovných síl a nedostatok kvalifikovaných ľudí v podnikoch CR • Slabá informovanosť miestneho obyvateľstva o atrakciách v regióne • Vzťah obyvateľstva k cestovnému ruchu a službám všeobecne • Vzťah obyvateľstva k životnému prostrediu • Jazyková bariéra najmä staršej časti populácie • Absencia inštitucionálneho riadenia CR, zodpovednosti, legislatívnej podpory, finančných zdrojov • Nízka úroveň know-how, monitoringu a spätnej väzby, • Nesystematické a neefektívne fungovanie štátnej propagácie a propagácie BSK
Príležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • Blízkosť hlavného mesta Bratislavy • Využitie celého územia BSK pre návštevníkov Bratislavy • Ujšia a efektívnejšia komunikácia medzi zástupcami verejného a súkromného sektoru • Možnosti cezhraničnej spolupráce • Zvýšenie záujmu investorov v oblasti základných a doplnkových služieb cestovného ruchu • Aktívna tvorba produktových balíkov CR • Príprava ponuky s cieľom zvýšiť dopyt domácej a českej klientely • Výstavba nových ubytovacích zariadení vyššej triedy • Skvalitnenie a rozšírenie služieb TIK pre domácu aj zahraničnú klientelu • Rozvoj vidieckych oblastí z aspektu CR • Tematický kultúrny cestovný ruch, Tematické produkty, Rozvoj gastronomického cestovného ruchu • Tradície využiteľné v cestovnom ruchu • Rozšírenie siete cyklotrás, zlepšenie ich vybavenosti, • Trendové športy • Rozvoj lokalít s doteraz nevyužitými vodnými zdrojmi • Cyklotrasy 	<ul style="list-style-type: none"> • Negatívny vplyv starnutia populácie • Odliv kvalifikovanej sily do zahraničia • Aktívna podpora domáceho cestovného ruchu • Zvýšenie cien energií

6.2 Určenie kľúčových disparít rozvoja cestovného ruchu BSK:

Na základe vykonaných analýz silných a slabých stránok, príležitosti a ohrození bola urobená špecifická analýza disparít cestovného ruchu a faktorov ďalšieho rozvoja tejto oblasti. Už štruktúrovaná SWOT analýza naznačuje jednotlivé disparity, často sú rôzne silné a slabé stránky pre mesto Bratislava a pre okolie (prípadne pre celý BSK).

Príležitosti a ohrozenia sa vzťahujú k jednotlivým častiam regiónu odlišne. Tieto skutočnosti sa odrazia aj pri tvorbe strategickej vízie rozvoja cestovného ruchu pre celý región.

Medzi najvýznamnejšie disparity v cestovnom ruchu BSK patria:

1. Absentujú konkrétne tematické produkty cestovného ruchu.

V celom Bratislavskom samosprávnom kraji prevláda dopyt, vyvolaný len danosťami regiónu. Turisti prichádzajú do mesta prevažne na krátkodobé pobyty, najmä citybreaky, služobné cesty, fakultatívne poznávacie výlety. Výsledkom je síce pomerne dobrá vyťaženosť hotelov, no pobyty len krátkodobé (priemerný počet prenocovaní v roku 2006 bol približne 2).

Je potrebné tvoriť ponuku produktov cestovného ruchu, rovnomerne ju rozkladať po území celého regiónu BSK a cielene ju komunikovať s potenciálnymi segmentmi klientely.

2. Mesto Bratislava nemá výrazný imidž, netvorí zatiaľ značku.

Mesto Bratislava tvorí najatraktívnejšiu zložku ponuky celého BSK. Je síce známe ako hlavné mesto krajiny, no z pohľadu cestovného ruchu nie sú identifikované jedinečnosti, ktoré by mohli tvoriť základy marketingovej komunikácie. Taktiež je potrebné vytvoriť značku, ktorá zviditeľní mesto a celý región, stane sa tým ľahko zapamätateľný a pri dobrej komunikácii aj lepšie predajným produktom.

3. Nedostatočná propagácia cestovného ruchu a nedostatočný marketing.

Slovensko ako krajina investuje málo prostriedkov do propagácie krajiny ako destinácie cestovného ruchu. Je síce známe ako krajina s peknou prírodou, vzácnymi pamiatkami, pohostinnými a peknými ľuďmi. To je ale málo na to, aby sa výrazne zvýšil dopyt po produktoch cestovného ruchu.

Bratislava by si mala okrem štátnej propagácie vytvárať svoju vlastnú marketingovú stratégiu, hľadať trhy a segmenty klientely, s ktorými by intenzívne komunikovala a ktoré by mohla prilákať do celého regiónu.

4. Absencia Turistickej inštitúcie BSK (DMO).

Turistická inštitúcia by mala koncepčne pracovať na poli manažmentu a marketingu cestovného ruchu BSK. Fungovala by na niekoľkých úrovniach organizácie s určitými kompetenciami. Priamo by spadala pod samosprávu BSK a jej poslaním by v prvom rade bolo propagovať región BSK ako destináciu cestovného ruchu, združovať subjekty, poskytujúce služby, vytvárať produkty a komunikovať s potenciálnou klientelou.

5. Chýbajú kongresové centrá a ubytovacie kapacity pre kongresový cestovný ruch.

V Bratislavskom samosprávnom kraji je momentálne dobrá základňa (supraštruktúra) pre konferenčný cestovný ruch. Menšie podujatia (do 250 až 300 účastníkov) sa organizujú najmä v Bratislave, konferencie nad 300 účastníkov si vyžadujú vytvorenie širšieho zázemia konferenčných priestorov, hotelov, stravovacích zariadení. Nutnosťou je aj založenie administratívnej podpory kongresového cestovného ruchu (napr. Convention bureau, MICE a pod.)

6. Zlý vzťah miestneho obyvateľstva k životnému prostrediu a k cestovnému ruchu.

Miestne obyvateľstvo nemá priaznivý vzťah k životnému prostrediu. Dôkazom sú divoké skládky, poškodzovanie prírodného prostredia a jeho devastácia, ktorá často súvisí aj s developovaním niektorých území.

Problém má široké súvislosti a nie je ho možné odstrániť v krátkodobom horizonte. Je treba vytvárať vzťah k životnému prostrediu na základnom a strednom stupni vzdelávania (zaradiť predmety, súvisiace s poznaním a ochranou životného prostredia).

Podobná situácia je aj vo vzťahu k cestovnému ruchu. Miestne obyvateľstvo si málo uvedomuje význam prívlehu turistov a multiplikačný efekt cestovného ruchu pre celý región. Vyžaduje si to osvetu a vzdelávanie najširších vrstiev miestnej populácie.

7. Nedostatočné rozmiestnenie doplnkových služieb v regióne

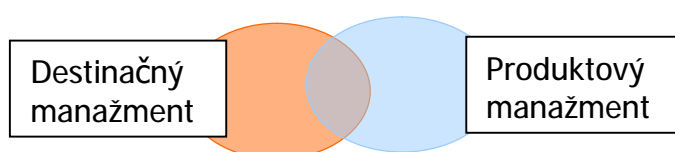
Rozloženie služieb v celom regióne je veľmi nerovnomerné, čo dokumentuje aj analýza SWOT, ktorá upozorňuje na absenciu ubytovacích a stravovacích služieb hlavne v okrese Malacky. V spätnej väzbe to súvisí s úrovňou momentálneho dopytu. Naopak dostatočná ponuka je vytvorená v Bratislave a v okrese Senec. V strednodobom horizonte sa predpokladá zvýšený dopyt po destinácii BSK. Z toho dôvodu je potrebné vytvoriť podmienky, aby sa dopyt rozložil do všetkých okresov okresov v BSK, ktoré v súčasnosti nevstupujú do ponuky v dostatočnom rozsahu. Chýba systematické budovanie komplexného produktu CR. Ponuka služieb vzniká spontánne čo je nedostačujúce pre návštevníka, ktorý vyžaduje komplexné doplnkové služby a len také budú dostatočne atraktívne pre urobenie rozhodnutia navštíviť destináciu.

Uvedomenie si disparít cestovného ruchu celého regiónu je prvým predpokladom tvorby strategickej vízie. Ide o faktory, ktoré je treba mať na zreteli, v strednodobom horizonte sa predpokladá zmiernenie, resp. ich vyrovnanie.

7. Inštitucionálne zabezpečenie cestovného ruchu

7.1 Inštitucionálne zabezpečenie cestovného ruchu v Slovenskej republike a v BSK v súčasnosti

Cestovný ruch je v súčasnosti inštitucionálne zabezpečený na jednotlivých úrovniach nerovnomerne. Spolupráca jednotlivých kompetentných inštitúcií sa zlepšuje, avšak súčasný stav nevytvára optimálne riadenie efektívneho a úspešného rozvoja cestovného ruchu na všetkých úrovniach. Súčasná organizačná štruktúra inštitucionálneho zabezpečenia neplní požiadavku koordinovaného a zmysluplného prepojenia potreby destinačného a produktového manažmentu.



Inštitucionálne zabezpečenie je v súčasnosti na jednotlivých úrovniach nasledovné:

Národná úroveň	Ministerstvo hospodárstva SR zodpovedné za CR (vrátane SACR)	Ďalšie ministerstvá – nepriamo participujú na manažmente rozvoja CR (MF SR, MŽP SR, MP SR, MK SR, MV SR, MZV SR, MDPT SR, MP SR, MŠ SR)	ZMOS	Profesijné zväzy a asociácie SACKA, ZHR SR ZOaCR, AICES, SZVTaA, APaMUZ, ASSR, SAAC, ZKaC, atď.	Rada pre cestovný ruch MH SR
Regionálna úroveň	VÚC (Strediská cestovného ruchu)			Regionálne útvary národných profesijných asociácií	Regionálne združenia, ktoré môžu, ale nemusia kopírovať administratívny systém - klastre
Lokálna úroveň	Mestá a obce (strediská cestovného ruchu)			Podnikateľské subjekty s rozsahom činnosti na lokálnej, regionálnej alebo medzinárodnej úrovni Lokálne profesijné asociácie	Lokálne združenia

7.1.1 Národná úroveň

Ministerstvá vzájomne spolupracujú len na základnej štandardnej úrovni. Absentuje spolupráca, v zmysle ktorej by bola možná bližšia vzájomná komunikácia o otázkach cestovného ruchu. V minulosti bola určitý čas možná táto komunikácia v rámci fóra Rady ministra hospodárstva, ktorú tvorili zástupcovia jednotlivých ministerstiev, profesijných asociácií, združení a experti. V súčasnosti neexistuje.

Na národnej úrovni chýbajú inštitúcie, ktoré sú špecializované na produktový manažment v destinačnej dimenzii. Máme na mysli napríklad convention bureau pre MICE (meeting, incentive, congress, exhibition)

MH SR

Pôsobnosť a kompetencie MH SR sú v zmysle zákona č. 575/2001 Z .z. o organizácii činnosti vlády a o organizácii ústrednej štátnej správy v znení neskorších predpisov pre cestovný ruch nasledovné:

MH SR je ústredným orgánom štátnej správy Slovenskej republiky pre riadenie cestovného ruchu. Skutočný význam cestovného ruchu v pôsobnosti tohto ministerstva čiastočne naznačuje aj zaradenie CR, ktorý sa nachádza v rebríčku dôležitosti až na siedmom mieste v rámci okruhu pôsobnosti vnútorný obchod, zahraničný obchod a ochrana spotrebiteľa. Ministerstvo hospodárstva SR sa podieľa na tvorbe jednotnej štátnej politiky Slovenskej republiky. Výsledkom tejto činnosti je vládny dokument Štátna politika cestovného ruchu Slovenskej republiky a predchádzajúce vládne dokumenty Nový program rozvoja cestovného ruchu v SR resp. v minulosti Program rozvoja cestovného ruchu v SR. Spracúva koncepcie rozvoja zverených oblastí a riešenia základných otázok, ktoré predkladá vláde Slovenskej republiky. V zmysle proklamovanej starostlivosti o náležitú právnu úpravu vecí patriacich do pôsobnosti MH SR, počas svojej existencie riadenia cestovného ruchu bolo ministerstvo úspešné v legislatívnej oblasti len v rozsahu dvoch právnych noriem:

Zákon č. 281/2001 Z.z . o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr a o zmene a doplnení Občianskeho zákonníka, ktorý bol prijatý v súlade s vyžadovanou aproximáciou práva a jeho filozofia vychádza z ochrany účastníka v cestovnom ruchu

Vyhláška MH SR č. 419/2001 Z.z., ktorou sa upravuje kategorizácia ubytovacích zariadení a klasifikačné znaky na ich zatriedovanie do tried, ktorá bola pokračovaním dlhodobého procesu standardizácie ubytovacích zariadení v SR a v súčasnosti sa pripravuje jej novelizácia.

Z dielne MH sa týka cestovného ruchu aj zákon č. 250/2007 Z.z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov, ktorý problematiku služieb cestovného ruchu nevystihuje a sú problémy s jeho aplikáciou v praxi cestovného ruchu, hlavne v rámci činnosti cestovných kancelárií.

Ministerstvo hospodárstva v rámci organizačnej štruktúry podriadilo štátnemu tajomníkovi č. 2. Sekciu turizmu a Slovenskú agentúru pre cestovný ruch.

V rámci sekcie turizmu je zriadený Odbor politiky a regionálneho rozvoja turizmu a Oddelenie zahraničných vzťahov v turizme.

Dlhodobým problémom je aplikácia turistického satelitného účtu, ktorý Slovenská republika ako jediná krajina v Európskej únii doteraz neuviedla do praxe.

Slovenská agentúra pre cestovný ruch (SACR)

SACR Slovenská agentúra pre cestovný ruch je štátna príspevková organizácia, ktorú zriadilo MH SR a je špecializovaná na marketing a štátnu propagáciu cestovného ruchu Slovenskej republiky.

SACR proklamuje predmet činnosti v 4 okruhoch:

- marketingové a propagačné činnosti

- edičná činnosť
- poradenská a konzultačná činnosť
- implementácia štrukturálnych fondov EU do cestovného ruchu (od roku 2004)

SACR je oprávnená vykonávať oficiálne zastúpenia v zahraničí a vytvárať detašované pracoviská v tuzemsku a v zahraničí. V súčasnosti je zriadených 7 zahraničných zastúpení v ČR, Holandsku, Nemecku, Poľsku, Rakúsku, Ruskej federácii a Maďarsku.

Doterajšie výsledky SACR na medzinárodnom trhu cestovného ruchu neboli adekvátne požiadavkám medzinárodného konkurenčného prostredia.

7.1.2 Regionálna úroveň – Vyššie územné celky

V súlade so zákonom č. 416/2001 Z.z. o prechode niektorých pôsobností z orgánov štátnej správy na obce a na samosprávne kraje (tzv. malý kompetenčný zákon) v § 3 písm. o) ustanovuje kompetencie na úseku regionálneho rozvoja a písm. p) na úseku cestovného ruchu. Pôsobnosť samosprávneho kraja na úseku cestovného ruchu je zákonom taxatívne stanovená v dvoch okruhoch. Prvý okruh znamená povinnosť VÚC koordinovať plnenie koncepcií a úloh súvisiacich s rozvojom cestovného ruchu. Druhý okruh stanovuje povinnosť VÚC poskytovať podklady, informácie, číselné údaje, rozbor a vyhodnotenia orgánom štátnej správy a obciam na základe ich žiadostí.

Zákon č. 302/2001 Z. z. o samospráve vyšších územných celkov (zákon o samosprávnych krajoch v znení ďalších zákonov, v ustanovení o pôsobnosti samosprávnych krajov v §4, zdôrazňuje povinnosti VÚC aj vo vzťahu ku rozvoju cestovného ruchu, kde v odst. m stanovuje povinnosť utvárať podmienky na rozvoj cestovného ruchu a koordinovať tento rozvoj.

Po odstránení dvojkoľajnosti medzi štátnou správou a samosprávnymi kraji, VÚC sa v zmysle uvedeného zákona významne zaktivizovali a v oblasti rozvoja cestovného ruchu nastúpila intenzívnejšia práca, založená na:

- poznaní podmienok a pomerov pre rozvoj cestovného ruchu v regióne
- získaní finančných zdrojov z európskych fondov
- spracovaní a tvorbe strategických dokumentov pre rozvoj CR
- vytvorení možnosti prepojenia so SACR prostredníctvom 1 pracovníka

Väčšina VÚC organizuje rozvoj cestovného ruchu v rámci odborov regionálneho rozvoja a priestorového plánovania. Tieto vytvárajú svoje oddelenia cestovného ruchu. Rozsah činnosti jednotlivých VÚC s cieľom rozvoja cestovného ruchu sa odvíja od finančných možností a v konečnom dôsledku aj od počtu pracovníkov. Významnú úlohu však zohráva zastupiteľstvo VÚC, ktoré rozhoduje o aktivitách na podporu rozvoja CR.

Marketingovú podporu cestovného ruchu a informačnú činnosť o cestovnom ruchu čiastočne zabezpečuje Dom slovenských regiónov v Bruseli, ktorý zastrešuje osem slovenských samosprávnych krajov. Vyvíja svoju činnosť smerom k európskym inštitúciám ako aj ostatným regionálnym zastúpeniam v Bruseli. Pôsobenie v oblasti cestovného ruchu však nedosiahlo predpokladané efekty.

BSK

Bratislavský samosprávny kraj má od 15.7.2008 priamo vytvorený Odbor cestovného ruchu a kultúry so 7 pracovníkmi. Ďalšie oddelenia Odboru regionálneho rozvoja participujú na podpore rozvoja CR nepriamo, napr. odd. dopravy a pod. Na strane zastupiteľstva, poslanci pracujú v Komisii regionálnej spolupráce, cestovného ruchu a životného prostredia.

7.1.3 Lokálna úroveň

Lokálna úroveň v Slovenskej republike je determinovaná už uvádzaným zákonom č. 416/2001 Z.Z., ktorý v § 2 odst. písm. k) taxatívne vymenúva kompetencie obce na úseku regionálneho rozvoja a písm. l) na úseku cestovného ruchu. Obce majú v zmysle zákona za povinnosť vypracúvanie programov cestovného ruchu a koordinovanie spolupráce právnických osôb vo veciach cestovného ruchu. Dôraz miestnych samospráv a ich záujem o uplatnenie cestovného ruchu v obci alebo meste je individuálny. Vybrané miestne samosprávy zriadili oddelenie CR, alebo referáty CR ako súčasť regionálneho rozvoja alebo životného prostredia. V ďalších miestnych úradoch cestovný ruch nie je postavený na úroveň oddelenia ani referátu. Niektoré miestne úrady nemajú žiadneho pracovníka, ktorý by sa venoval cestovnému ruchu.

Poslanci v miestnych zastupiteľstvách venujú pozornosť cestovnému ruchu v komisiách, ktoré sú často prepojené s regionálnym rozvojom, životným prostredím, kultúrou alebo dopravou. Na magistráte hl. mesta v Bratislave pracuje komisia pre cestovný ruch a medzinárodnú spoluprácu.

Na základe telefonického prieskumu realizovaného BSK v oblasti inštitucionálneho zabezpečenia CR v obciach BSK možno konštatovať, že spomedzi 90 sledovaných jednotiek (obcí a mestských častí a magistrátu Bratislavy) až 56 nemalo žiadne vysunuté pracovisko pre úlohy CR. Medzi týmito jednotkami bolo aj 8 mestských častí Bratislavy a viaceré obce, ktoré majú potenciál pre cestovný ruch. Zvyšných 34 jednotiek malo minimálne kultúrne stredisko alebo kultúrny dom a spomedzi nich 11 malo k dispozícii aj vysunuté pracovisko napr. TIK, alebo Správu CR. V 41 jednotkách pôsobil zväzok alebo spolok, ktorý sa venoval cestovnému ruchu, alebo aspoň kultúre a športu. Spomedzi všetkých pracovníkov obecných a mestských úradov (2177,5) sa 138,5 venovalo aj úlohám spojeným s cestovným ruchom. Najviac zamestnancov s takýmto zameraním pracovalo na magistráte mesta Bratislavy – až 58. Podrobné výsledky prieskumu možno nájsť v prílohe 7 na strane P47.

Inštitucionálne zabezpečenie cestovného ruchu v mestách BSK je nasledovné:

Mesto	Oddelenie CR	Referát CR	Komisia v zastupiteľstve	Iný organizačný útvar
Bratislava	OMaCR	áno	áno	
Malacky	nie	nie	častočne	nie
Modra	nie	RP,RR a CR	častočne	nie
Pezinok	nie	nie	áno	nie
Senec	nie	nie	častočne	správa cestovného ruchu
Stupava	nie	nie	častočne	nie
Sv. Jur	nie	nie	častočne	nie

Uvedená štruktúra inštitucionálneho zabezpečenia cestovného ruchu v Slovenskej republike nie je dostatočná. Absentujú útvary, ktoré by sa samostatne venovali úlohám v cestovnom ruchu z aspektu rozvoja a realizácie. V súčasnosti absentuje existencia destinačných manažérskych útvarov (organizácií), ktoré by tieto úlohy v praxi zabezpečovali.

Tieto názory uviedli aj podnikatelia a profesionáli v prieskumoch (Príloha 9, stať 9.3 na strane P62 a Príloha 10 na strane P66). Podnikatelia očakávali najväčšiu podporu od BSK najmä v oblasti propagácie a profesionáli sa jednoznačne vyjadrili za vznik regionálnych destinačných centier, ktoré by manažovali a propagovali svoju destináciu, napr. tak ako to v súčasnosti funguje v Rakúsku.

7.2 Návrh nového inštitucionálneho zabezpečenie cestovného ruchu v BSK

7.2.1 Príčiny zaostávania CR na Slovensku

Rozvoj cestovného ruchu na Slovensku oproti našim európskym susedom výrazne zaostáva, a to aj v porovnaní s krajinami, s ktorými sme kedysi spoločne stáli na štartovnej čiare. Zatiaľ čo v krajinách EÚ s rozvinutým CR tento tvorí medzi 10-20% HDP, u nás to je toto číslo odhadované na úrovni cca 2,7% (za rok 2006, Zdroj ŠÚ SR).

Zatiaľ čo jedno pracovné miesto v cestovnom ruchu v Nemecku generuje 2,4 pracovných miest v iných odvetviach priemyslu a služieb (Zdroj: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., 2005), u nás je odhad tohto koeficientu 0,6 (Zdroj: MH SR, 2004). Príčina nie je ani v nedostatočnom potenciáli Slovenska, ani v nezáujme investorov (ako ukazuje plánovaná masívna výstavba hotelov v Bratislave). Skutočná príčina tkvie v nezáujme všetkých doterajších vlád o cestovný ruch ako o priemysel s vysokým potenciálom. Nie sú vytvorené o legislatívu sa opierajúce vhodné podmienky pre jeho rozvoj. Už niekoľko rokov sa hovorí o legislatívnych úpravách, ktoré by napomohli vzniku takýchto organizácií (u nás zjednodušene nazývaných združenia cestovného ruchu).

Chýba jasné určenie inštitúcií zodpovedných za rozvoj CR, spolu s primeranými kompetenciami, finančným krytím a povinnosťami.

Dôsledkom je:

- nedostatočne rozvinutý produkt
- nedostatočný marketing a propagácia Slovenska a jednotlivých destinácií na zdrojových trhoch
- nízka úroveň know-how a nedostatočná podpora vzdelávania v oblasti CR
- neexistencia horizontálnej aj vertikálnej siete orgánov umožňujúcej efektívny manažment destinácie, rozvoj produktu a jeho marketing

Nedostatočne rozvinutý produkt vedie ku krátkemu pobytu, nízkym výdavkom a priťahuje iba nižšie socio-ekonomické skupiny a „chudobnejšie“ trhy. Ak sa k tomu pripojí aj nevýhodný pomer cena/hodnota, vzniká nízka spokojnosť klienta, slabá opakovaná návštevnosť a strata imidžu. Nedostatočný marketing a propagácia vedie k neexistencii (alebo negatívne) imidžu a nízkemu počtu klientov. Nízka úroveň know-how vedie k neefektívnemu marketingu a nízkej úrovni služieb, čo sa opäť odrazí na imidži. Neexistencia siete orgánov nedovoľuje odstrániť vyššie menované prekážky, neumožňuje uplatnenie jednotnej stratégie štátu, pretože chýbajú výkonné orgány, nedovoľuje obojsmerný tok informácií, pretože chýbajú kanály a nepodporuje prenos know-how oblasti manažmentu a marketingu destinácií, pretože týmto nie je žiadna organizácia poverená.

7.2.2 Organizačné zložky u nás a v zahraničí - porovnanie

Porovnanie s krajinami, kde cestovný ruch funguje oveľa lepšie ukazuje, že práve neexistencia takejto siete a jej financovania je jedným z kľúčových bodov v zaostávaní Slovenska. Zahraničné organizácie prešli svojim historickým vývojom, od jednoduchej informácie a komunikácie produktu (približne od 50-tych rokov minulého stor.), cez marketing (kde pribudla práca s produktom), až po súčasný manažment destinácie a branding krajiny a jednotlivých destinácií. Pre Slovensko sa napriek veľkému časovému skľuzu

otvára šanca poučiť sa z tohto vývoja (best practice) a nastaviť systémové procesy tak, aby zodpovedali súčasným požiadavkám.

Aj keď legislatíva umožňujúca vznik a chod takýchto organizácií je v krajinách Európy rôzna, a teda aj náplne jednotlivých organizácií sa medzi sebou líšia, je možné vysledovať určité spoločné znaky a princípy.

1. **vertikálna a horizontálna štruktúra** organizácií a ich dobrá vzájomná komunikácia v rámci každej úrovne aj medzi jednotlivými úrovňami
2. **profesionalita**, odbornosť a odpolitizovanie výkonných štruktúr, ktoré zodpovedajú za zverené financie a predkladajú merateľné výsledky
3. **partnerstvo**: úzka spolupráca NTO, ale hlavne regionálnych a lokálnych DMO s priemyslom cestovného ruchu (hospitality industry) postavená na princípoch partnerstva verejného a súkromného
4. **tvorba vlastných zdrojov**: lokálne a regionálne DMO vytvárajú vlastné príjmy, správajú sa ako podnikateľské subjekty, aj keď nevytvárajú zisk. To zvyšuje ich akcieschopnosť a efektívnosť.
5. **konkurencieschopnosť**: financovanie a know-how týchto organizácií je porovnateľné v rámci Európy
6. **ľudské zdroje a know-how**: na jednotlivých úrovniach je zabezpečený prenos a zdieľanie jednotného know-how (napr. Systém destinačného manažmentu), metodická pomoc pri fundrisingu, podpora podnikateľských zámerov (napr. formou inkubátorov) a pod.
7. **trvaloudržateľný rozvoj**: sa v posledných rokoch stáva jedným z kľúčových faktorov v rozhodovacích procesoch. Nejde iba o posudzovanie dopadu na životné prostredie pri rozhodovaní o nových projektoch ale aj o uplatňovanie zodpovednosti za odstraňovanie škody na prostredí.

Prvým spoločným znakom je **vertikálna a horizontálna štruktúra** organizácií a ich dobrá vzájomná komunikácia.

Najvyššie spravidla stojí medzirezortný orgán na úrovni vlády, ktorý zabezpečuje úzku koordináciu všetkých dotknutých rezortov (v našich podmienkach by to boli napr. ministerstvá financií, hospodárstva, kultúry, výstavby a regionálneho rozvoja, zahraničných vecí atď.) a presadzuje jednotnú politiku cestovného ruchu. Dôvodom pre takýto orgán je prierezový charakter priemyslu cestovného ruchu a nutnosť koordinovať úlohy každého dotknutého rezortu. Druhým dôvodom je potreba spoločného brandingu krajiny, nakoľko na značku krajiny vplyva mnoho faktorov (napr. stupeň rozvinutia národného hospodárstva, kultúrna politika, výroky politikov atď.). U nás túto funkciu zastáva novoobnovená Rada pre cestovný ruch MH SR. Na nižšej úrovni je riadiaci orgán na úrovni príslušného ministerstva a jeho výkonná zložka, zvaná Národná turistická organizácia (NTO). U nás túto úlohu plní Sekcia CR MH SR a SACR. Ministerská zložka má za úlohu vytvárať dobré prostredie pre rozvoj CR, sledovať národné ukazovatele výkonnosti CR ako hospodárskeho sektora a vyhodnocovať ich, určovať štátnu politiku a stratégiu a dohliadať na jej plnenie. NTO sa stará o branding a propagáciu krajiny ako miesta turizmu, niekde čiastočne aj o jej marketing. Na ten má však iba limitovaný dosah.

Na nižších úrovniach sú regionálne organizácie destinačného manažmentu (DMO), ktoré kopírujú buď územné členenie krajiny, alebo vo forme klastrov samotný produkt, respektíve produktovú radu (napr. ski resort, vinárska oblasť). Regionálne DMO manažujú cestovný ruch na území, ktoré zastupujú. Okruh ich zodpovedností je v rôznych krajinách rôzny, avšak zahŕňajú úlohy od rozvoja a investícií do supra- a infraštruktúry, cez rozvoj a riadenie

špecifických produktových radov regiónu, vytvárania podujatí a atraktivít regionálneho charakteru až po ich marketing a komunikáciu, resp. branding oblastí cestovného ruchu. Regionálne DMO pod sebou združujú lokálne DMO a ich klastre. Zatiaľ čo jadro regionálnych marketingových činností regionálnych DMO spočíva v marketingu na zahraničných trhoch, lokálne DMO sa venujú hlavne rozvoju produktu. Ich marketing je limitovaný na lokálnu, resp. regionálnu úroveň.

Profesionalita a dôsledné odpolitizovanie výkonných zložiek je druhým spoločným znakom. Účasť a vplyv komunálnej politiky - ktorá je nakoniec za rozvoj CR zodpovedná a spolufinancuje ho - je zabezpečená prostredníctvom Rady pre turizmus, kde je zastúpená verejná správa a privátny sektor. Rada je platformou, kde sa stretávajú často rozličné záujmy verejnej a privátnej sféry. Zatiaľ čo privátnej sfére ide primárne o zisk, verejnej správe ide o blaho občana. V Rade sa konsenzualizujú záujmy oboch strán. Rada určuje smerovanie turizmu na zverenom území, schvaľuje stratégie a dohliada na ich plnenie, ale do samotnej činnosti DMO nezasahuje. DMO tvoria profesionáli. Stratégie DMO predkladajú merateľné ciele, ako napr. zvýšenie počtu návštevníkov, predĺženie ich pobytu, zvýšenie ich výdavkov. Tieto sú sledované a vyhodnocované. Tak sa zabezpečuje efektivita vynaložených prostriedkov.

Tretím spoločným znakom je úzka spolupráca DMO s priemyslom cestovného ruchu na princípoch **public private partnership** (PPP). Toto vychádza z potreby produkt nielen propagovať, ale aj modifikovať tak, aby zodpovedal potrebám návštevníka. Keďže produkt tvorí samotná destinácia so všetkými atraktivitami a službami, ktoré ponúka, DMO združuje všetky subjekty, ktoré tieto poskytujú. DMO prevádzkuje internetový portál, kde návštevníkovi ponúka všetko, čo tento k pobytu potrebuje a (one-stop-shop), vytvára balíky a pod. DMO je miestom spolupráce, kde synergickým efektom profituje každý zúčastnený.

Štvrtým znakom je, že DMO sa správajú podnikateľsky a vytvárajú **vlastné zdroje príjmov**. Turizmus je priemysel a ako taký podlieha zákonom marketingu. Dnešné DMO bojujú o každého klienta s konkurenciou práve tak, ako je tomu v každom inom sektore. DMO veľa služieb zabezpečuje dodávateľským spôsobom a musí byť schopné rýchlo reagovať na zmeny na trhu. Preto je nemysliteľné, aby efektívne pracovali napr. pod systémom verejného obstarávania. Podnikateľské správanie DMO si vynútila doba, zmeny technológií a s tým spojené zmeny spôsobu predaja. Práve podnikateľské správanie dáva DMO potrebnú hybnosť a akcieschopnosť. Rozpočty regionálnych DMO sa pohybujú rádovo v miliónoch EUR a niektoré DMO si dokážu až polovicu z tejto sumy zarobiť sami. Bolo by neefektívne túto možnosť nevyužiť.

Piatym znakom je snaha o **konkurencieschopnosť**, ktorá sa prejavuje investíciami do produktu, ľudských zdrojov a know-how. Je jasné, že tieto zodpovedajú potenciálu danej destinácie, ale rovnako jasné je to, že dnešných podmienkach ostrého konkurenčného boja je nutné zabezpečiť podmienky porovnateľné s konkurenciou. Toto platí pre Slovensko o to viac, že ide v podstate o nový, neznámy produkt bez akéhokoľvek imidžu. Bez zabezpečenia zdrojov porovnateľných so zahraničím k rozvoju CR nedôjde.

Šiestym znakom je, že prenosu **know-how** sa venuje rovnaká pozornosť, ako rozvoju produktu a marketingu. Vytvárajú sa jednotné systémy riadenia, často podporované softvérovými riešeniami, ktoré sú zdieľané vertikálne aj horizontálne. Vznikajú rozvojové agentúry a inkubátory, ktoré pomáhajú začínajúcim podnikateľom, poradia v otázkach financovania, fundraisingu a pod. Platí princíp, že najvyššie know-how prináša najefektívnejšie využitie zdrojov.

Siedmym znakom je dôraz na **trvaloudržateľný rozvoj**. Zahŕňa princípy enviromentalistiky, preferovanie miestnych dodávateľov, fair trade a pod. Súčasťou každej schvaľovanej aktivity je analýza dopadu na životné prostredie a návrh na jej elimináciu. Ak aktivita naruša ŽP (napríklad emisie u dopravcov), prevádzkovateľ služby finančne prispieva spoločnostiam, ktoré dopad eliminujú. Je možné očakávať, že v súčasnosti prebiehajúci proces sa premietne do európskej legislatívy.

7.2.3 Destinačný manažment všeobecne

Destinačný manažment je strategický prístup, ktorý koordinuje záujmové skupiny (stakeholders) pri plánovaní, vývoji, marketingu a nasadzovaní zdrojov s cieľom posilniť rast cestovného ruchu v konkrétnej destinácii v záujme návštevníka, subjektov cestovného ruchu ako aj miestnych komunít bez toho, aby ničil životné prostredie teraz alebo v budúcnosti.

Cieľom je trvalo udržateľný rozvoj turizmu, v ktorom je vplyv návštevníka na prostredie a komunitu riadne manažovaný, nepriaznivé dopady sú minimalizované, a jeho dlhodobý rozvoj je zabezpečený takými investíciami, ktoré majú za cieľ udržať čo najviac príjmov z turizmu v miestnej komunite.

Destinačný manažment prebieha v dvoch neustále sa opakujúcich krokoch – plánovaní a implementácii. Destinačný manažment rôznych oblastí bude rôzny, pretože diverzita krajiny a možností cestovného ruchu je značná. Je veľmi dôležité, aby sa výstupy destinačného manažmentu – tzv. plány destinačného manažmentu pravidelne spracovávali, vyhodnocovali a prispôbovali meniacim sa podmienkam.

Základné činnosti DMO

Medzi základné činnosti DMO patrí:

- vedenie databázy informácií o subjektoch a službách CR
- marketingový výskum, analýzy a štúdie
- vypracovanie a implementácia stratégií rozvoja, marketingovej a komunikačnej stratégie, spätná väzba
- produkcia a distribúcia informačných brožúr
- prevádzkovanie informačného/rezervačného internetového portálu
- prevádzkovanie alebo koordinácia TIKov a prevádzkovanie back office a call centra
- poradenstvo a podpora produktov CR
- rozvoj ľudských zdrojov v CR a ich tréning
- regulácia priemyslu CR

Medzi základné marketingové činnosti DMO patrí:

- imidžová/produktová komunikácia k verejnosti (B2C) imidžová/produktová na domácom a zahraničných zdrojových trhoch:
 - nadlinková (napr. inzercia v médiách, billboardy)
 - podlinková (PR, direct mailing, e-marketing)
- komunikácia a marketingové aktivity k priemyslu CR (B2B - cestovné kancelárie, dopravcovia a pod.) na domácom a zahraničných zdrojových trhoch:
 - podlinková (PR, direct mailing, e-marketing)
 - press a fam tripy médií a cestovných kancelárií
 - partnerstvá za účelom spoločných marketingových aktivít
 - vývoj, prevádzkovanie a predaj balíkov (packages)
- organizácia workshopov, travel shows a pod.
- organizácia iných regionálnych podujatí

- účasť na veľtrhoch CR, workshopoch, travel shows a pod.
- prevádzka Convention Bureau na podporu rozvoja MICE (meeting, incentive, convention, exhibition/events)

Medzi najsilnejšie trendy v aktivitách DMO posledných rokov patria:

- zákazníka orientovaný manažment (Customer Related Management a CRSystem) zavádzanie Systému manažmentu informácií a obsahu
- real-time rezervačné systémy na internetových portáloch s možnosťou on-line úpravy obsahu partnermi
- e-marketing

Špecifickou otázkou je rozvoj veľtrhov, konferencií, kongresov a incentívneho CR. V zahraničí sa pre tento segment používa termín meeting industry, alebo MICE (meetings, incentive, convention, exhibition). Rozvoj MICE zabezpečuje Convention bureau a to na regionálnej, a v mieste silného potenciálu aj na lokálnej úrovni. Niekde sú Convention bureau súčasťou DMO, niekde sú to samostatné subjekty so silným prepojením na DMO. Samostatnú štruktúru si vynútili naproste špecifické úlohy, ktoré vykonáva a špecifické cieľové skupiny, ktoré oslovuje.

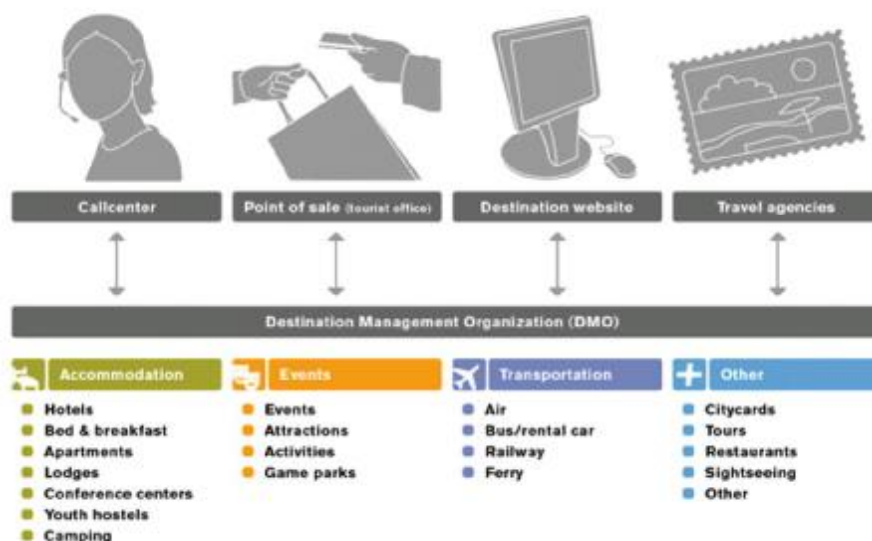
Obvyklé zdroje financovania DMO

Hlavnými zdrojmi financovania regionálnych DMO (vzorka cca 100 regionálnych DMO v zahraničí; Zdroj: World Tourism Organization: Survey of Destination Management Organisations Report April 2004) sú príspevky regionálnej verejnej správy, štátnej správy, daň z ubytovania, členské príspevky a tvorba vlastných zdrojov.

Najväčší podiel majú príspevky regiónu; v polovici skúmaných DMO tvoria medzi 40 - 100% rozpočtu, cca 30% z nich je spolufinancovaných národnou vládou, vlastné príjmy a členské príspevky tvoria u väčšiny menej ako 20% rozpočtu. Treba však zobrať do úvahy, že ide o celosvetový priemer DMO v rôznom štádiu rozvoja a výsledky jednotlivých DMO sa diametrálne líšia. Tvorba vlastných príjmov chce svoj čas a závisí od počiatočných investícií, rozvinutia produktu, imidžu destinácie atď.

Tvorba vlastných zdrojov je spojená s podnikateľskými aktivitami, províziou z predaja ubytovania prostredníctvom TIK, rezervačného systému na webovej stránke a call centra, províziou z predaných balíkov, vstupeniek a predajom reklamného priestoru. Sofistikovanejšie DMO predávajú vlastné riešenia DMS, rezervačných systémov atď.

produkt a jeho predaj – tvorba vlastných zdrojov



Zdroj: Citybreak™

Tab. Základné ekonomické parametre prínosu cestovného ruchu vo vybraných mestách

	Celkový rozpočet DMO (EUR)	Príjmy z komerčných aktivít	Ekonomický prínos turizmu v mil. EUR	Počet prenocovaní	Ekonomický prínos z 1 prenocovania v EUR
Tallin	1 000 000	300 000	638	2 113 108	301,92
Nantes	2 900 000	825 000	700	1 500 000	466,67
Bratislava	0	0	n.a.	1 379 931	n.a.
Insbruck	12 256 300	1 388 500	400	1 213 734	329,56
Malmo	2 096 270	795 850	605	1 093 000	553,52

Zdroj: BHA, 2006

Legislatívne zabezpečenie rozvoja CR na Slovensku

Cestovný ruch na Slovensku potrebuje impulz, aby sa rozbehol. Tento impulz musí naštartovať a finančne a organizačne zabezpečiť:

- marketing na úrovni regiónov, destinácií a ich klastrov
- investície do produktu a infra a supraštruktúry CR financovanie CR
- transfer know-how

Takýto impulz môže zabezpečiť iba zmena v legislatíve, resp. vznik systémovej legislatívy pre CR. V poslednej dobe vznikla aktivita, ktorá má za cieľ tieto zmeny iniciovať. Návrh zásad, ktorými by sa mal mechanizmus podpory CR riadiť, schválil snem ZMOS. Vznikla pracovná skupina zložená zo zástupcov ZMOS, SK8, brandže CR a MH SR, ktorá chce byť partnerom vláde SR pri kreovaní potrebných zákonných úprav. Záonné úpravy, ktoré vyplývajú zo zásad, sú rozsiahle a budú sa dotýkať zákonov o daniach, o kompetenciách miestnej samosprávy a samospráve vyšších územných celkov, občianskeho zákonníka, obchodného zákonníka, o živnostenskom podnikaní, o ochrane spotrebiteľa, zákona o podmienkach činnosti CK a CA, vyhlášky o kategorizácii, o sprievodcovskej činnosti a ďalších zákonov. Rozsah zmien v tomto okamžiku nemožno odhadnúť.

8. Definovanie návrhu strategickej vízie rozvoja cestovného ruchu v BSK a stratégia výberu priorít

Ako vyplýva zo SWOT analýzy a z určených disparít cestovného ruchu BSK, je potrebné vytvoriť strategickú víziu rozvoja cestovného ruchu pre celú oblasť.

Základný cieľ:

Bratislavský samosprávny kraj bude predstavovať v roku 2013 ucelenú, vzájomne prepojenú, atraktívnu a konkurencieschopnú destináciu s ponukou kvalitnej infraštruktúry, supraštruktúry a služieb cestovného ruchu.

Pre naplnenie strategickej vízie rozvoja cestovného ruchu v BSK treba uvažovať o štyroch hlavných súbežných aktivitách:

1. vznik organizačných štruktúr
2. prenos know-how a rozvoj ľudských zdrojov
3. rozvoj produktu
4. rozvoj marketingu

8.1 Vznik organizačných štruktúr riadenia CR v BSK

8.1.1 Organizácia destinačného manažmentu BSK

Ak má rozvoj CR v BSK pokročiť, je nevyhnutné, aby získal riadiacu štruktúru. Otázka zriadenia takejto organizácie má absolútne prioritný význam pre implementovanie tejto stratégie.

Aj keď legislatívny proces v cestovnom ruchu na Slovensku akceleruje a vznik navrhovaného zákona (zatiaľ bez názvu) výrazne ovplyvní proces vzniku DMO na Slovensku, nie je reálne, že zmeny nastanú skôr ako do dvoch rokov. DMO V Bratislavskom kraji treba začať budovať už dnes.

Vzhľadom na relatívne malé územie a nie veľmi diverzifikovaný produkt pre územie BSK odporúčame jednu regionálnu DMO, ktorá na princípe dobrovoľnosti združí mesto Bratislava a okresy Senec, Malacky a Pezinok spolu s privátnym sektorom podnikajúcim na území BSK. Kraj rovnako ako mesto budú zo spoločného výkonného orgánu profitovať. Mesto, ktoré má limitovaný počet atraktivít na relatívne malom nosnom území starého mesta, ak chce predĺžiť pobyt návštevníkov je odkázané na ich distribúciu do blízkeho okolia. Šance kraja prilákať viac návštevníkov sa výrazne zvýšia, ak využije relatívne vysokú návštevnosť mesta. Vzhľadom na pomerne nízky počet privátnych subjektov činných v CR by ich trieštenie na mesto a kraj nemalo zmysel. Privátny sektor musí byť k vstupu motivovaný konkrétnymi výhodami, hlavne zvýšením počtu prenocovaní, dĺžky pobytu a výdavkov návštevníkov.

Organizácia destinačného manažmentu je strešnou platformou pre spoluprácu verejného a privátneho. Pre vznik organizácie je nevyhnutná dobrá komunikácia a spolupráca Hlavného mesta SR Bratislavy, Bratislavského samosprávneho kraja, jednotlivých okresov, obcí a branže cestovného ruchu, a to rovnako na najvyššej, ako aj na odbornej úrovni. Momentálne je komunikácia verejnej správy v oblasti turizmu nedostačujúca. Mesto Bratislava nemá turizmus medzi rozvojovými prioritami, mesto v najbližších dvoch rokoch do

volieb neplánuje vznik takejto organizácie. Nutnou podmienkou vzniku regionálnej DMO však je, aby sa mesto Bratislava stalo členom. Iniciatíva vzniku tejto organizácie a prvých reálnych krokov jej existencie je preto na úrade BSK.

Čo sa týka subjektov činných v CR, nie sú pripravené aktívne spolupracovať ani medzi sebou a k verejnej správe prechovávajú nedôveru. V tomto okamžiku nie sú schopné vyvinúť potrebné aktivity, naopak očakávajú ju od verejnej správy.

Túto situáciu možno zmeniť jedine účinnou komunikáciou a rýchlymi a konkrétnymi krokmi k vzniku DMO. Súčasne treba začať s takými aktivitami, ktoré budú jasným prínosom pre brandžu.

V podmienkach cestovného ruchu v Bratislavskom kraji je žiadatel'né, aby ku koncu plánovacieho obdobia malo regionálne DMO cca 30 zamestnancov s odhadovaným rozpočtom 90 mil. Sk. Navrhované zdroje sú:

- Percento z dane za ubytovanie všetkých členských obcí
- Členské príspevky súkromných subjektov
- Mimoriadne príspevky obcí, podnikateľských subjektov a partnerov na konkrétne a špecifické marketingové aktivity
- Príjem z vlastnej podnikateľskej činnosti
- Zdroje z podporných projektov európskych fondov
- Príspevky MH SR

Odhadnúť skutočný podiel jednotlivých zložiek v tomto okamžiku je nemožné, zdroje môžu významne ovplyvniť chystané zmeny legislatívy CR.

DMO v bratislavskom kraji začne pracovať so zdrojmi, ktoré jej budú zverené. Zdroje môžu rásť v závislosti od výkonnosti DMO.

Scenár vzniku Organizácie destinačného manažmentu BSK. Vznik DMO je otázkou postupných krokov. Takýto scenár je samozrejme iba jeden z možných.

Krok 1: Vytvorenie Rady pre turizmus BSK
Rada pre turizmus riadi proces rozvoja cestovného ruchu na území bratislavského kraja. Rada musí byť zložená z odborníkov na cestovný ruch, nevyhnutne však potrebuje podporu najvyšších zložiek verejnej správy, tzn. predsedu BSK, primátorov, starostov a poslancov jednotlivých obcí. Verejný aj súkromný sektor by mal byť zastúpený strešne, aspoň výhl'adovo. Bolo by vhodné, pre začiatok však nie nevyhnutné, aby vznikla pyramídálna štruktúra, kde viacej obcí bude mať jedného zástupcu vychádzajúc napríklad z územného členenia. Tento by mal plné právo ich zastupovať a právo hlasovať. Branža by mala byť zastúpená prierezovo, svojich zástupcov by mali mať veľkí hráči, ako aj profesijné organizácie. Ideálny pomer zástupcov verejnej a súkromnej sféry je 50:50, Rada vo svojej konečnej podobe by nemala viac ako 20 členov. Vznik Rady by mal iniciovať BSK.
Krok 2: Vysvetlenie úlohy Rady a budúcej DMO
Rada by mala smerom k verejnej správe, verejnosti a brandži komunikovať zámer založiť DMO a pomenovať konkrétne kroky. Pre tento zámer by mala získať všeobecnú verejnú a politickú podporu . Verejnú mienku by mala formovať prostredníctvom médií. Čo sa týka verejnej správy cieľom je: <ul style="list-style-type: none">• schválenie CR ako jednej z priorit vo všetkých tých obciach, kde je to opodstatnené potenciálom CR a kde existuje vôľa,• schválenie zámeru založiť spoločné DMO a• poverenie konkrétnej osoby na každom dotknutom úrade komunikáciou s Radou, alebo priamou participáciou v nej. Branža by sa mala postupne pripraviť na vstup do procesu.

Krok 3: Rada vypracuje plán založenia DMO
s jednotlivými krokmi, zodpovednosťami a harmonogramom. V určitej fáze procesu bude nevyhnutné aby vznikol vlastný výkonný aparát podliehajúci Rade, ktorý bude riadiť proces. Vznik DMO je natoľko komplexný a náročný proces, že vyžaduje plné nasadenie a projektový spôsob práce. Niektoré činnosti možno bude treba zabezpečiť dodávateľsky a teda zabezpečiť potrebné zdroje.
Krok 4: Vytvorenie základného manuálu DMO
ktorý pomenuje hlavné činnosti, potrebné oddelenia a ich vzťahy, technické zabezpečenie a ľudské zdroje. DMO by mala mať projektový útvar a útvar pre verejné obstarávania, obe môžu byť zabezpečené interne alebo dodávateľsky.
Krok 5: Osloviť potenciálnych členov – podnikateľské subjekty k spolupráci na tvorbe DMO
Najsilnejšími potenciálnymi členmi sú Letisko M. R. Štefánika, Bratislava Hotels Association, Asociácia sprievodcov, TIKy na území BSK, BKIS, MVC, Cestovné kancelárie/agentúry zaoberajúce sa DCR a incommingom, Incheba, SOPK, Sky Europe a ostatní leteckí dopravcovia, Slovak Lines, prípadne Aupark, Polus atď. Sú určité signály, že do DMO by mohla vstúpiť aj banka.
Krok 6: Vypracovanie štatútu a založenie DMO
Právna forma organizácie, podmienky členstva a povinnosti a kompetencie musia byť výsledkom konsenzu všetkých partnerov . Bolo by vhodné inšpirovať sa štatútmi niektorých zahraničných DMO, analýzou by mohol byť poverený aj externý dodávateľ. Tam, kde existujú združenia cestovného ruchu treba s nimi úzko spolupracovať a využiť ich skúsenosti špecifické pre Slovensko. V podmienkach BSK to bude napr. MVC, ale aj TIRA a pod.. Členský príspevok obcí by mal byť percentom z vybranej dane za ubytovanie. Táto daň - pôvodne poplatok - vznikla s cieľom financovať združenia CR. Priemysel by mal byť členom strešne, napríklad hotely by nemali byť členom jednotlivo, ale ako kolektívny člen. Pre zabezpečenie kolektívneho členstva budú musieť strešné asociácie zmeniť systém a výšku členského príspevku. Túto otázku si budú musieť vyriešiť asociácie samy. Otázka členstva a členského príspevku brandže bude veľmi citlivá. Napríklad dá sa očakávať negatívny postoj hotelov, ktoré už na rozvoj CR prispievajú formou dane za ubytovanie. Členský príspevok priemyslu by mohol byť rozdelený na dve zložky: odstupňovaná fixná časť odvodená od celkového počtu izieb, zamestnancov a pod.; a pohyblivá zložka: príspevok na konkrétnu aktivitu. Po dosiahnutí konsenzu založiť DMO.
Krok 7: Technické zabezpečenie DMO
Zabezpečiť priestory, výpočtovú techniku, komunikačnú techniku. Treba rátať s vysokými komunikačnými nákladmi.
Krok 8: Získavanie ľudských zdrojov a začiatok práce DMO
Pre činnosť DMO bude kľúčová osobnosť lídra a prenosu know-how. Líder – generálny manažér - by mal mať skúsenosti s vedením pracovného tímu, obchodné zručnosti a mal by rozumieť cestovnému ruchu. Treba vziať do úvahy, že DMO zatiaľ na Slovensku nie je a líder bude tvoriť jeho obsah. Najefektívnejšie by bolo, keby líder DMO prešiel zácvikom vo fungujúcej zahraničnej DMO. Aj ostatní pracovníci by mali získať zručnosti zahraničnými pobytmi. Vynaložené prostriedky sa vrátia v rýchlosti a kvalite procesu.

Krok 9: Určenie najbližších cieľov DMO, základnej krátkodobej stratégie a plánu aktivít, vrátane finančného plánu
Predpokladom bude rámcovo určiť rozpočet na prvé tri roky činnosti, čo predpokladá konsenzus aspoň niekoľkých zakladajúcich členov. Na počiatku bude pravdepodobne treba rozpočet oprieť o verejné zdroje. Ciele musia byť konkrétne a motivujúce brandžu k vstupu.
Krok 10: Položenie základov pre strategické plánovanie
Pre dlhodobé strategické plánovanie chýbajú niektoré vstupy. Bolo by vhodné <ul style="list-style-type: none"> • vytvoriť systém databáz a jeho naplňania • zadať prieskum návštevníkov (nákupné správanie, domáci aj zahraniční) • pripraviť dotazník návštevníkom v mieste ubytovania a atraktivít
Krok 11: Priebežné získavanie nových členov a budovanie partnerstiev v oblasti produktu.
Zlepšenie produktu a informovanosti zákazníka o ňom bude kľúčovým pre prácu DMO. Preto bude treba získať čo najviac členov vybudovať efektívne partnerstvá. Keďže sa dá očakávať, že finančné zdroje na začiatku nebudú vysoké, bude efektívne pred nadlinkovou komunikáciou uprednostniť B2B aktivity.
Krok 12: Vytvorenie internetového návštevníckeho portálu pre územie BSK
by mohlo byť aktivitou, okolo ktorej vznikne DMO a ktorá najrýchlejšie povedie k rozvoju destinačného manažmentu. Jeho vývoj a prevádzka povedie k ustanoveniu komunikačných kanálov, partnerským a zmluvným vzťahom, tvorbe produktových balíčkov atď. Stane sa predmetom tvorby vlastných príjmov a v okamžiku, keď začne generovať nových zákazníkov aj motiváciou k vstupu privátnych subjektov. Plnohodnotné fungovanie základných funkcií možno očakávať cca o 2 roky. Plná verzia portálu by mala mať systém manažmentu informácií a obsahu, rezervačný systém ubytovania, dynamický online packaging, kalendár podujatí s možnosťou on-line rezervácie, podstránku pre B2B. atď. Vývoj, prevádzku a SEO (optimalizácia pre webové vyhľadávače, teda zabezpečenie čo najväčšieho počtu videní) treba zveriť externej organizácii.
Krok 13: Destination Management System
DMO na území BSK, môže sa stať laboratóriom, kde sa overí fungovanie DMS v podmienkach slovenskej legislatívy. Know-how takto priebežne získané môže byť predmetom ďalšieho obchodovania voči ostatným DMO.

Inou možnosťou je postupne prispôbovať stav a náplň činnosti oddelenia cestovného ruchu BSK požiadavkám fungovania DMO. Túto možnosť neodporúčame: podmienky BSK, ani iného úradu, nedovoľujú naplno uplatniť marketing destinácie.

8.1.2 Regionálne rozvojové centrum cestovného ruchu

MH SR pripravuje Systémový integrovaný projekt (SIP) vzniku Regionálnych rozvojových centier cestovného ruchu (RRCCR), ktoré majú vzniknúť pri jednotlivých VÚC. Projekt je rozpočtovaný na päť rokov a 720 mil. Sk tak, že pre každú VÚC počíta s rozpočtom 17 mil. Sk na rok. Gestorom tejto úlohy je Banskobystrický samosprávny kraj. Tento projekt sa zaoberá vznikom organizácií, ktorých ciele oscilujú na pomedzí oblastí riadenia investícií a DMO a tak sa vo veľkej miere prelínajú s aktivitami navrhovanými v tejto stratégii. Bolo by vhodné, aj z hľadiska špeciálneho postavenia BSK vo vzťahu k čerpaniu fondov, aby sa BSK zapojilo do projektu už vo fáze jeho vzniku.

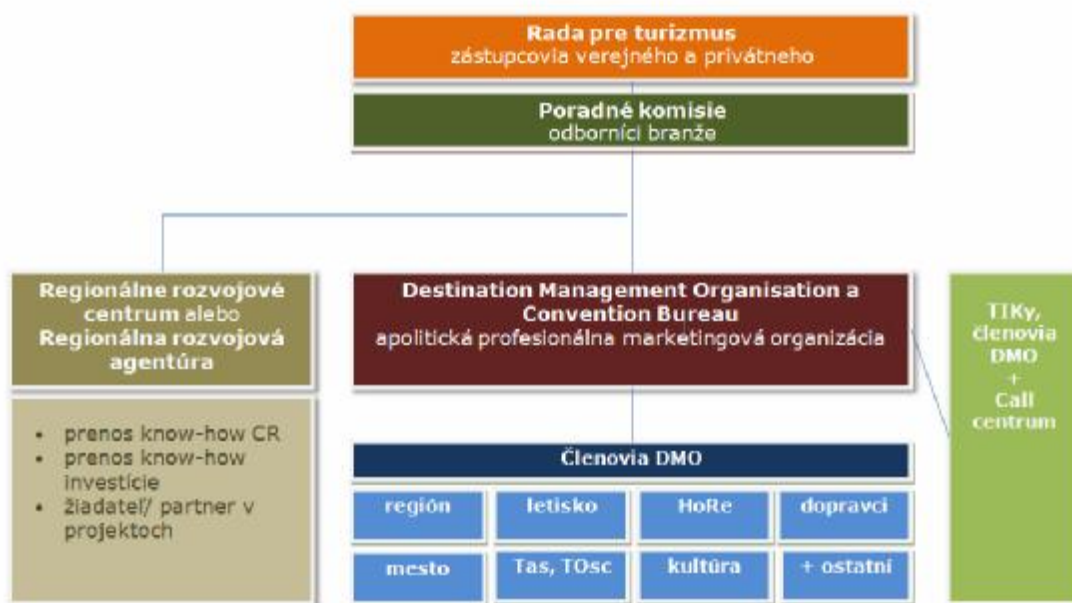
8.2 Prenos know-how a rozvoj ľudských zdrojov

Prenos know-how zo zahraničia bude zásadným akceleratorom a predpokladom efektivity procesu. Destinačný manažment a profesionálny marketing destinácie na Slovensku nebol zatiaľ realizovaný. V takejto situácii sa v štátoch Európy často využíva pomoc zahraničných poradcov - a to aj na úrovni vlád - k čomu nakoniec slúži aj podporný systém EU. Dobrým príkladom zvládnutia prenosu know-how na Slovensku sú napr. mobilní operátori, kde prenos prebehol v relatívne krátkom čase a dnes sú ľudské zdroje porovnateľné so zahraničnými. Tento proces je nutné uplatniť aj vo verejnej správe, kde jedným z nezládnutých úloh je rozbeh PPP.

V pokrytí nákladov na prenos know-how by mohli pomôcť projekty pre rozvoj ľudských zdrojov z fondov EU, ktoré sú v kompetencii MPa SR a MŠ SR. Doporučenou formou prenosu know-how je zaškolenie školiťov a ich krátka prax v zahraničí. Prvými zaškolenými by mali byť pracovníci RRCCR, nasledovať by mali DMO.

Prenos know-how zníži riziko neefektívne využitých prostriedkov a nereálnych investícií a finančných plánov.

organigram modelu riadenia CR: Rada pre turizmus, DMO, RRA/RRC



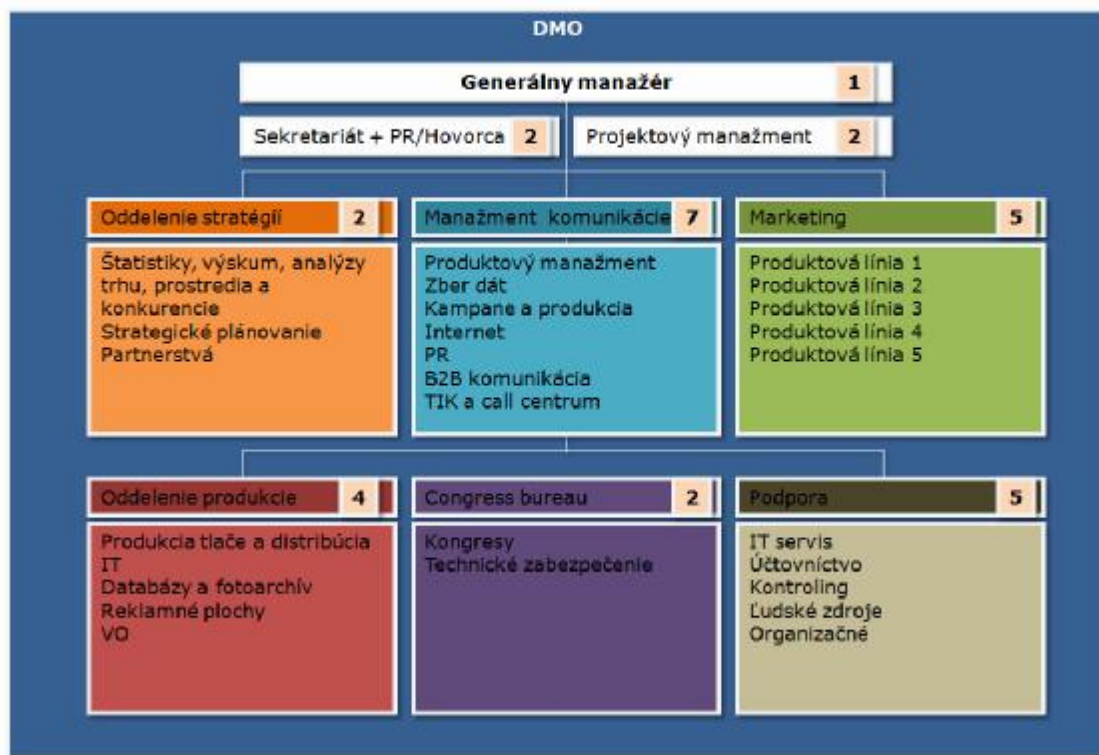
Zdroj: GfK

organigram modelu riadenia CR: Rada pre turizmus



Zdroj: GfK

organigram modelu riadenia CR: DMO



Zdroj: GfK

8.3 Rozvoj produktu cestovného ruchu v BSK

Partnerstvá a spoločný marketing a komunikácia

Nevyhnutným krokom pre rozvoj produktu je, aby sa existujúci poskytovatelia zážitku a prevádzkovatelia atraktivít spojili a spoločne návštevníkovi doručili svoju ponuku. Dnes, keďže spoločná platforma neexistuje, každý sa snaží doručiť informáciu samostatne, alebo v horšom prípade čaká, že si ju klient sám nájde. Výsledkom je, že návštevník sa o existujúcej ponuke nedozvie. Partnerstvo nielen zvýši efektivitu komunikácie, ale umožňuje jednotlivé ponuky spájať do balíkov, čím sa predĺži pobyt a zvýšia celkové výdavky návštevníka.

Marketingové aktivity dnes nie je možné presne pomenovať. Potenciál je v priestore B2B. Ako výnimočný príklad marketingových aktivít na území Slovenska je možné uviesť aktivitu Aquacity Poprad, ktoré priváza pacientov, klientov anglických zdravotných poisťovní na liečbu do Popradu. Liečbu, ktorá v Anglicku stojí 300 libier ponúkajú za 100 libier. Na základe zmluvy s poisťovňami po jednaniach SkyEurope pridali lety na linkách Londýn-Poprad.

Nové atraktivity

Druhým nevyhnutným krokom je vybudovanie atraktivít, ako sú zážitkové a tematické parky, miesta pre aktívny relax, unikátne stavby a pod. Tu je treba vykročiť z priemernosti, ktorou je charakteristický Bratislavský kraj (málo nápaditá, provinčná nová architektúra v Bratislave je negatívnym príkladom). Kritériom nie je výška investície, ale kreativnosť riešenia, dobrým príkladom sú hravé sochy Čumila a Paparaziho v centre Bratislavy a Pasáž Mateja Krena v bratislavskej Mestskej galérii, o ktorých pozitívne referujú návštevníci. Okrem jedinečnosti zážitkov výrazne zvyšuje aj interaktivita s návštevníkom. Tú možno vidieť napr. v keramickej dielni v Sv. Jure, kde si návštevník môže sám vyskúšať proces tvorby.

Podujatia stredného prúdu nadregionálneho a „niche“ podujatia európskeho významu

Ako motivátor k návšteve hlavne pre domáci CR slúžia podujatia. Veľké podujatia sú schopné podporiť budovanie imidžu a prilákať jednorázovú návštevu. Pre dlhšiu alebo opakovanú návštevu a pre udržateľnosť produktu aj mimo obdobia veľkého podujatia slúžia drobné, časté a pravidelné podujatia. Pri veľkých podujatiach sú ťažkosti s momentálnym preťažením kapacity destinácie (parkovanie, hygiena, hluk), ktoré môžu byť negatívne vnímané obyvateľstvom, sú však evidentným prínosom pre lokálnych podnikateľov. Drobné podujatia sú ťažšie udržateľné, vyžadujú určitú kritickú mieru množstva turistov, nie sú však takou záťažou pre prostredie a prinášajú stabilný príjem.

Bratislavský kraj potrebuje podujatia oboch druhov, pričom ich vzájomné vyváženie môže priniesť garantovaný produkt a vyrovnanie sezónnych výkyvov návštevnosti.

Bratislava a Bratislavský kraj nie sú miestom, kde návštevníci očakávajú veľké podujatia stredného prúdu európskeho významu. Riešením pre náš región sú malé a stredné eventy. V oblasti DCR sú to strednoprúdové eventy (zamerané na masu) nadregionálneho významu s cieľovými skupinami v okruhu do 100 km (ako je napríklad trenčianska Pohoda, Bratislavské Džezové Dni, BHS a pod.).

V oblasti ACR niche podujatia európskeho významu, teda orientácia na úzko vyhranené cieľové skupiny. Dobrým príkladom je tu bratislavský festival elektronickej hudby Wilsonic, ktorý ponúka priestor hráčom východnej a strednej Európy a je najväčším tohto druhu v Európe. Pritiahne síce iba užší okruh špecializovaných divákov a rozbeh vyžaduje istý čas, ale má výrazný imidžotvorný charakter zacielený na mladú a perspektívnu cieľovú skupinu. Cieľové trhy pre takéto podujatia sú aj Viedeň, Budapešť a Praha.

Dôkazom, že svetový chýr nie je vždy otázkou investícií, je tradičný mestský beh manažérov v oblekoch s kufrikmi v ruke ukončený hodom mobilom do diaľky. Obe podujatia sa odohrávajú vo Fínsku, ale vie o nich celý svet.

Významným imidžotvorným prvkom a súčasťou mestského koloritu je street art. Tento nie je náročný na organizáciu a treba ho podporiť minimálne sezónne v silnejších destináciách kraja.

Efektívne podujatia nemožno budovať „nasilu“. Vhodným spôsobom je vytipovanie potrebných podujatí, vrátane cieľových skupín a vyhľadanie existujúcej aktivity, ktorú možno repositionovať, podporiť grantom, investíciou do marketingu.

Supraštruktúra, komplexné doplnkové služby a odstránenie bariér

Jedným z faktorov nepriaznivého vnímania je stav supraštruktúry a služieb. Okresné mestá Bratislavského kraja potrebujú zlepšiť úroveň ubytovania, stravovania a voľnočasových aktivít. V Bratislave chýbajú dobré reštaurácie strednej triedy, chýba lokálna (stará prešporská) kuchyňa, v kraji je zase treba zvýšiť šírku a kvalitu ponuky a prezentovať zaujímavú regionálnu kuchyňu. Nevyhnutnosťou je zabezpečenie dostupných sociálnych zariadení a to aj dočasných pri organizovaní podujatí.

Jednou z črt na zákazníka orientovaného manažmentu je odstránenie všetkých bariér. Jednou z najväčších bariér pri ACR je jazyk. Všade treba zlepšiť jazykovú vybavenosť personálu, v existujúcich atraktivitách zabezpečiť jazykové mutácie informácie, podporných tlačovín a pod. (napr. minimálne anglické popisky v galériách a múzeách). Inou bariérou je neprístupnosť pre fyzicky hendikepovaných. V našich podmienkach sa k nim pridružuje bariéra voči rodinám s deťmi. Bratislavu možno charakterizovať ako family un-friendly destináciu. Nejde iba o to, že iba málo hotelov poskytuje aspoň základný komfort rodinám, ale aj o nedostatok ihrísk, programov pre deti, priestorov na prebaľovanie a pod.

8.4 Marketing produktu cestovného ruchu v BSK

8.4.1 Východiskový stav

Produkt CR BSK trpí neexistenciou marketingu a komunikácie. Aj keď neexistujú potrebné prieskumy, možno s určitosťou povedať, že Bratislava a jej okolie nie je vnímaná ako značka a destinácia cestovného ruchu v zahraničí a dokonca ani na Slovensku. V zahraničí má Bratislava skoro nulovú spontánnu znalosť a veľmi nízku podporenú znalosť, inými slovami nie je na turistickej mape Európy a v spotrebiteľskom koši jej obyvateľov. Zmeniť tento stav je aj pri dobrej stratégii a silných investícií otázkou niekoľkých rokov.

V domácom cestovnom ruchu (DCR) je síce spontánnu znalosť vysoká, avšak imidž nie je výhradne pozitívny. Pre priemerného Slováka návšteva Bratislavy a BSK nie je lákadlom. Prieskumy, ktoré sú k dispozícii síce toto tvrdenie podporujú iba čiastočne, ale treba zobrať do úvahy, že boli robené v Bratislave a teda s respondentmi, ktorí zdieľajú tento názor iba čiastočne. Okrem toho je Bratislava a BSK pre priemerného Slováka drahá.

Tento stav sa však rýchlo mení. Mladá generácia nezdieľa názor, že Bratislava je nezaujímavá, príliš rýchla a hlučná. Nová výstavba postupne mení charakter mesta Bratislava od provincie k metropole. Táto zmena prinesie takisto zmenu vnímania.

Okolie Bratislavy bude z tejto zmeny jednoznačne profitovať. Aj mesto bude profitovať z okolia, pretože v tomto okamžiku je návšteva atraktivít v okolí jediným spôsobom ako predĺžiť pobyt návštevníka v regióne. Spolupráca mesta a okolia je teda obojstranne výhodná a nevyhnutná.

Cena

Jednou z prekážok rozvoja cestovného ruchu v Bratislave je nevýhodný pomer cena/hodnota. Bratislava je v rebríčku najdrahších miest sveta na 31. mieste a výrazne predstihla napríklad Prahu (49. miesto). (Zdroj: Mercer Human Resource Consulting, 2007). Cenu produktu významne dvíha najmä cena ubytovania, ktorá vysoko prevyšuje ceny vo Viedni, Prahe aj Budapešti. Pritom Bratislava zďaleka nedisponuje porovnateľným imidžom, ktorý by cenu

podporil. Stratégia vysokej ceny, ako pri Moskve, Londýne alebo Riviére, nemôže fungovať pri destinácii ako Bratislava. Naopak, Bratislava by mala mať kvalitný produkt s dobrou komunikáciou a mala by byť referenčne trochu lacnejšia ako Viedeň.

Vysoká cena ubytovania je dôsledkom nedostatku ubytovacích kapacít, ktorá sa prejavila po náraste biznismenov po vstupe do EU a otvorení Slovenska podnikateľom. Hotely 4* a 3* v Bratislave boli dostatočne vytiažené a tlačili cenu hore. Vysoké ceny ubytovania odradili touroperátorov všetkých kategórií. S takouto cenou by ich produkty boli nepredajné.

Množstvo súčasných a plánovaných projektov výstavby nových kapacít túto situáciu zmení. Ceny padnú výrazne dole a to vo všetkých segmentoch. To otvorí potenciál pre príchod leisure segmentu.

8.4.2 Produktové línie ako motivátory návštevníka

Základným predpokladom rozvoja cestovného ruchu v BSK je rozvoj produktu. Turista hľadá zážitok, nie supraštruktúru alebo infraštruktúru. Z tohto pohľadu je rovnako dôležité vnímať produkty segmentované podľa druhu zážitku, a nie len územne.

Takýmito skupinami produktov rozdelených podľa prinášaného zážitku môžu byť napríklad:

- živé dedičstvo
- cool mesto
- biznis turizmus
- blízko k prírode (aktívny relax)
- dobrodružstvo a adrenalín
- čistý pôžitok: víno, gastronómia, folklór
- leto a voda

Živé dedičstvo zahŕňa históriu v architektúre, kultúre a tradíciách. Prívlastok živé hovorí o ich presahu do súčasnosti, o ich životaschopnosti, o interaktivite (v budúcnosti). V širšom význame teda znamená aj súčasnú hudbu, mestský folklór, výtvarné umenie, tanec (nie len folklór) a gastronómiu v ich súčasnej, živej kvalite. Cieľovou skupinou je človek, ktorý sa zaujíma o kultúru a súvislosti.

Cool mesto hovorí o premene Bratislavy na metropolu, od „novej architektúry“, cez kluby, nočný život, súčasné umenie, design až po (rozvíjajúcu sa) „scénu“. Do tohto pojmu zahrňame mladé umenie, individualizmus ako prejav životného štýlu, módu, filmy a pod. Tento segment má veľký potenciál a bude kopírovať preroď Bratislavy z provinčného mesta a predmestia Viedne na „trendy“ mesto. Cieľová skupina mladí.

Biznis turizmus zahŕňa pracovné cesty a MICE.

Blízko k prírode hovorí o aktívnom relaxe v prírode ale aj mimo nej. V podmienkach kraja pôjde o cyklo- a pešiu turistiku, agro- a vidiecku turistiku, vodné mlyny a ruiny hradov, nenáročné športy a wellness.

Dobrodružstvo a adrenalín sa týka aktivít typu rafting, paragliding, let balónom, paintball, terénne štvorkolky a off road, motokárové dráhy a pod.

Čistý pôžitok je o víne, gastronómii a s tým súvisiacim folklórom a remeslách.

Leto a voda zahŕňa okrem klasického relaxu pri vodnej ploche aj drobné eventy, návštevu a posedenie na terasách večernej Bratislavy alebo Senca, koncerty a pod.

Predchádzajúce body je treba chápať ako východiskové. Presnejšej definícii segmentov pomôže prieskumy spotrebiteľského správania návštevníkov, ktoré momentálne nie sú k dispozícii.

Vyčíslenie ekonomického prínosu dovolí prisúdiť jednotlivým segmentom ich váhy a teda mieru dôležitosti pre región. Takéto vyčíslenie môže priniesť prekvapenie najmä v ekonomickom prínose denného turizmu.

8.4.3 Zdrojové trhy a cieľové skupiny

8.4.3.1 Aktívny (zahraničný) CR

ACR má pre cestovný ruch v Bratislavskom kraji zásadný význam, vzhľadom na to, že mesto Bratislava tvorí jeho podstatnú časť. ACR z hľadiska cieľových skupín rozdeľujeme na tri skupiny:

- biznis turizmus
- leisure (voľnočasový turizmus)
- MICE (stretnutia, konferencie, incentíva a veľtrhy)

Biznis turizmus

Dnes medzi návštevníkmi výrazne prevažuje biznis turizmus. Tento segment z našej úrovne nie je možné ovplyvniť. S prihliadnutím na predpokladaný hospodársky rast Slovenska sa úroveň biznis turizmu pravdepodobne udrží, aj keď väčšina investícií už smeruje mimo BSK. V Bratislave biznis turizmus dnes predstavuje cca 70-80% prenocovaní.

MICE

Pre konferencie a incentívu má Bratislava relatívne dobré podmienky, ak hovoríme o lokálnych a regionálnych podujatiach malej a strednej veľkosti.

Pre úspešnú akvizíciu zahraničných podujatí Bratislava dnes nemá imidž ani cenu. K MICE imidžu patrí nielen imidž mesta ako turistickej destinácie, ale aj existencia Congres bureau, účasť destinácie na špecializovaných MICE veľtrhoch a členstvo v organizáciách. Bez toho sa nedostaneme na „list“ organizátorov.

Čo sa týka cenotvorby na Slovensku medzi hotelmi ešte stále prevláda predstava, že hotelu A konkuruje hotel B v danej destinácii. V skutočnosti ale pri príprave MICE akcií funguje mechanizmus, že na zabezpečenie eventu je potrebná participácia a dokonca spolupráca viacerých hotelov v danej lokalite. Incentive house zadáva požiadavku na ponuku lokálnym DMC vo viacerých destináciách. Svojmu klientovi potom predkladá často tri rôzne ponuky na výber (napr. Londýn, Atény a Bratislava, alebo Budapešť). Klient ťažko pochopí, že neznáma Bratislava je najdrahšia.

Pre kongresy je situácia ešte zložitejšia. Pri súčasných kapacitách hotelov a iných dodávateľov (napr. kvalitné autobusy, skúsení sprievodcovia) nemôže MICE podujatie presiahnuť dvesto účastníkov. Pre organizáciu väčších podujatí ako kongresy pre 500-3 000 návštevníkov nemáme v Bratislave vyhovujúce podmienky.

Táto situácia sa čiastočne zmení po otvorení nových hotelov (cena a kapacity) a vzniku plánovaného kongresového centra v Petržalka City (cca 1000 účastníkov na kinosedenie). Súčasnou konkurenčnou výhodou ostáva cena za catering, venues (priestor, kde sa podujatie koná), prenájom techniky a služby. Problémom ostávajú možnosti pre sprievodný program

v dostatočnej kapacite a kvalite. Práve tu sa otvára priestor pre produkty za hranicami hlavného mesta.

Leisure turizmus

Hlavný potenciál Bratislavy a kraja leží v leisure turizme. Dnes predstavuje iba zlomok z potenciálu Bratislavy. Limitujúcimi faktormi sú produkt, imidž a v prípade mesta aj cena.

Z hľadiska vzdialenosti produktu a vzdialenosti zdrojovej krajiny možno cieľové produkty vnímať takto:

A. Long-haul produkt

Pre trhy v USA, Japonsku, Číne, Kórei atď., zostane Bratislava tranzitnou zastávkou okružnej cesty po Strednej Európe. Tento produkt (ktorý v 95% začína/končí v Budapešti alebo Prahe, prípadne ho dopĺňa predĺženie do Berlína, Salzburgu alebo Krakova) pre anglicky hovoriaci trh pripravili veľkí zahraniční touroperátori v deväťdesiatych rokoch. Má zabehnutý priebeh a dobre sa predáva, napriek domácim snahám nie je predpoklad, že by prišlo k pridaniu prenocovania v Bratislave, alebo k predĺženiu pobytu na Slovensku. Rovnako s prihliadnutím na efektívnosť potrebných investícií do promoaktivít vo vzdialenom zahraničí tento produkt a cieľové trhy nie sú pre bratislavský kraj v strednodobom horizonte perspektívne.

Sem možno zaradiť aj plavby po Dunaji – účastníci sa zastavia v meste na pár hodín, nevyužívajú miestne hotely a reštauračné zariadenia (iba na kávu, pretože stravovanie majú zabezpečené na lodi), pritom ale zaplnia mesto a jeho pamiatky. Komplikujú tiež organizáciu iných produktov v Bratislave, ktoré dostatočne využívajú bratislavské hotely a reštaurácie, pretože blokujú autobusové kapacity a sprievodcov na fakultatívne výlety pre účastníkov plavieb. (Produkt BDT tvorí výnimku, ktorá však nebude kľúčová).

B. Short-haul produkt

Pre európske trhy je najperspektívnejší individuálny citybreakový segment a stredne veľké skupiny organizovaných zájazdov. V tejto oblasti má Bratislava nevyužitý potenciál pre trhy hlavne dostupné priamymi letmi. V leteckej doprave Európy prichádza ku dynamickému vývinu, pribúdajú nové linky, ktoré sprístupňujú nové trhy a ktoré sú marketingovou výzvou pre bratislavskú DMO. Môžeme sem zaradiť Nemecko, Veľkú Britániu, Írsko, Taliansko, Rusko, Škandináviu, Benelux.

V žiadnom prípade nesmieme zabudnúť na trhy dostupné autom (autobusom, železnicou)- Českú republiku, Rakúsko, Maďarsko, Poľsko – našich susedov v regióne.

Segmentácia trhu – produktové línie

Pobytový turizmus

Pre každý segment produktu je možné určiť cieľovú skupinu, ktorá presahuje naprieč krajinami, ale zhoduje sa vo veku a preferenciách a teda v komunikovanom posolstve. Niektoré kombinácie segmentov majú pre rôzne národy rôzne afinity. Napríklad Briti spadajú do segmentov „cool mesto“ a „dobrodružstvo a adrenalín“. Taliani a Francúzi sú tiež typickými spotrebiteľmi city breaku - „cool mesto“ -, ale s afinitou k „čistý pôžitok: víno, gastronómia, folklór“. Zatiaľ čo Britov nebude zaujímať okolie Bratislavy, Francúzi a Taliani sú potenciálnymi klientmi napr. pre vínnu cestu a Chorvátsky Grob.

Nasledujúca tabuľka predstavuje návrh cieľových skupín návštevníkov pre jednotlivé línie produktov navrhovaných v bode 8.4.2, ktorý vznikol na základe expertných rozhovorov a na

základe dlhoročných skúseností s prácou v cestovnom ruchu na území BSK. Na detailnú špecifikáciu cieľových skupín je potrebný podrobnejší prieskum.

Písmená A, B, C naznačujú dôležitosť (váhu) danej skupiny produktov, v prípade, že jednej cieľovej skupine je priradených viac skupín produktov.

A – vysoká dôležitosť

B – stredná dôležitosť

C – nižšia dôležitosť

zdrojový trh	cieľová skupina	skupina produktov/váha							vek			ubytovanie	
		cool mesto	biznis turizmus	blízko k prírode	dobrodružstvo a adrenalín	čistý pôžitok	leto a voda	živé dedičstvo	18 - 35	36 – 55	56 a viac	mesto*	okolie*
Nemecko	1					B		A				A	B
	2												
Česká republika	1					B		A				B	A
	2					B	A	B				B	A
	3												
	4												
Veľká Británia	1	A			B								
	2												
Taliansko	1	A			C	B							
Poľsko	1											B	A
Francúzsko	1	A				B		C					
Rakúsko	1												
	2					B		A				A	B
	3												
	4			A		B							
Maďarsko	1					B		A				B	A
	2			A		B							
Holandsko	1			A			A	B					
Japonsko, Čína, Benelux, Škandinávia, Rusko	1												

* Zdrojové trhy (krajiny) treba vnímať oddelene pre mesto a pre okolie, aj keď v štatistickom vyhodnotení sa od seba ich poradie veľmi nerozlišuje.

Cieľové skupiny budú po detailnom prieskume špecifikované napr. takýmto spôsobom:

Krajina	Cieľová skupina			
	portrét	vek	záujmy	nemá rád
Nemecko	učiteľ, inžinier, úradník	50+	história, meštiacka kultúra, židovské múzeum, Karpatendeutsche, technické múzeum	citlivý na súčasný jazyk (v brožúrach), hlasnú hudbu v reštauráciách
	explorer	35+	autentické zážitky: kultúra, rôzne, insider tips (napr. kaviareň Verne)	jazykovú bariéru

Posolstvá komunikované k jednotlivým cieľovým skupinám budú kopírovať líniu produktu.

Jednodenný turizmus

Inou skupinou s potenciálom je jednodňový turizmus z okolitých regiónov Burgenland, Niederoesterreich a Mošon, Šoproň, Győr. V Rakúsku narastá obľúba pešej a cyklo- turistiky, potenciál má Malokarpatská vínná cesta a gastronomický turizmus. Aj keď pešia a cykloturistika nevytvára veľké zisky, pomôže zmeniť pohľad našich susedov na cestovný ruch v kraji. Je absolútne netypické, aby susediace krajiny tvorili taký malý podiel návštevníkov (Rakúsko 3%, Maďarsko 1,5%). V prípade Česka, Rakúska a Maďarska je treba využiť záujem o spoločnú minulú históriu našich krajín.

U Poliakov je evidujeme tendenciu prenocovať v lacnejšom Bratislavskom kraji za účelom celodenných výletov do Viedne. Tento trend by bolo výhodné podchytiť a presvedčiť ich, aby výlety častejšie rozšírili aj o Bratislavu a ponúknuť im na kultúre postavené balíky, napríklad muzikály. Jazyková bariéra nie je taká veľká, ako vo Viedni. Vhodným kanálom je zastúpenie SACR vo Varšave.

8.4.3.2 Domáci cestovný ruch

Cestovný ruch je súbor aktivít v určitom prostredí, ktoré sa uskutočňujú s cieľom uspokojiť potreby účastníka cestovného ruchu mimo jeho trvalého bydliska, ktorý cestuje z dôvodu oddychu alebo nepravidelnej povinnosti. Takáto definícia rozširuje cestovný ruch o oblasti, ktoré obvykle takto nevnímame, ale významne môže ovplyvniť vyčíslenie ekonomického prínosu z CR. Práve ekonomický prínos jednodňového turizmu v rámci regiónu a z okolitých regiónov môže prekvapiť a zmeniť tak celkový prístup k jeho marketingu.

Faktorom, ktorý významne ovplyvní cestovný ruch bude zavedenie spoločnej meny Euro. Hranice existujú viac menej už iba na papieri a v hlavách ľudí: jediná hranica je jazyková. To otvára nové priestory.

Kraj

Najväčší potenciál pre kraj má jednoznačne jednodňový relaxačný a zážitkový turizmus v rámci regiónu. U Bratislavčanov ide hlavne o atraktivity a víkendové podujatia pre rodiny s deťmi, detské programy. Mestská aglomerácia často takéto podmienky nevytvára a rodiny hľadajú dôvod z nej uniknúť. Tento potenciál zatiaľ nie je zďaleka naplnený ani v oblasti podujatí, ani v oblasti rekreácie a atraktivít.

Potenciál má tiež incentívny/ zážitkový, event marketing, čiastočne kongresový pre korporátnych klientov pôsobiach na Slovensku.

Úlohou kraja bude lepšie komunikovať o existujúcich podujatiach, iniciovať zlepšenie zabezpečenia týchto podujatí (dostatok parkovacích miest, toalety a pod.) a iniciovať vznik nových podujatí. Dobrým príkladom originálneho eventu je stupavský Den zelá, ktorý však je kapacitne na svojom limite. Treba zvýšiť kapacitu, alebo pripraviť nový event.

V tvorbe nových produktov sú veľké rezervy. Chýbajú najmä podujatia pre mladých. Je zarážajúce, že hlavné mesto, v ktorom žije 60 000 študentov nemá vlastný festival typu Pohoda.

Čo sa týka príležitosti relaxovať je situácia v informovanosti Bratislavčanov lepšia. Existujúce kapacity sú tiež často na svojom limite, čo vytvára príležitosť pre ich rozšírenie alebo vznik nových. Bratislave a okoliu chýbajú využiteľné a kvalitné aquaparky a práve na turisticky prirodzene znevýhodnenom Záhorí by mohol vyrásť ekologický aquapark na prameňoch teplej vody. Ak dokáže skvele prosperovať v Poprade, určite bude aj v takom silnom regióne, akým je bratislavský.

Mesto

V komunikácii existujúcej ponuky do BSK nemá mesto veľký potenciál: mesto je súčasťou života občanov kraja. Tam, kde sú rezervy, tieto prirodzene naplní trh. Výnimkou môže byť lepšia komunikácia kultúrnej ponuky napr. Národného divadla, muzikálov a pod. k strednej generácii a naopak ponuka balíkov školských výletov a exkurzií.

Čo sa týka vzdialenejších regiónov musí mesto pracovať na svojom imidži. Slováci nie sú na svoje hlavné mesto hrdí. Mesto by malo vypracovať stratégiu zmeny. Kraj má nenaplnený potenciál hlavne v hraničiacich regiónoch.

8.4.4 Segmenty domáceho cestovného ruchu

V prípade domáceho aktívneho ruchu boli vyprofilované štyri základné segmenty návštevníkov a to podľa ich bydliska a smeru návštevy:

- Bratislavčan do okolia
- Obyvateľ okolia do Bratislavy
- Obyvatelia ostatných regiónov do Bratislavy
- Obyvatelia ostatných regiónov do okolia Bratislavy

Pre tieto segmenty boli vytipované základné produktové línie a k nim priradené primárne cieľové skupiny. Prehľad je možný v nasledujúcej tabuľke.

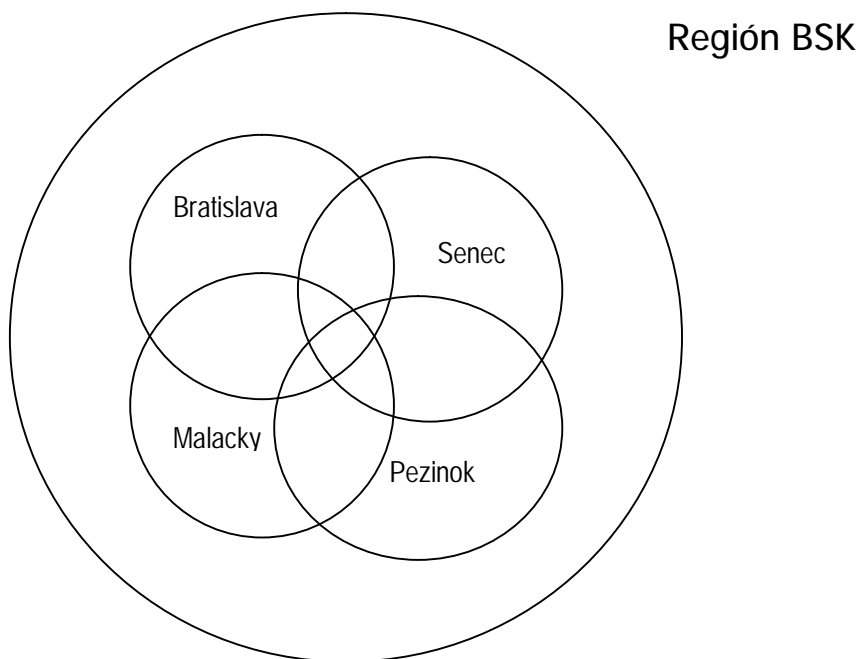
	produktová línia	cieľová skupina	zlepšiť	komunikačné prostriedky	pozn.
Bratislavčan do okolia	blízko k prírode	mladá rodina	detský program	PR, bb, rádio, letáky, web, informačné tabule	
		aktívny dôchodca			
	podujatie mimo BA	mladí	nové eventy	PR, bb, rádio, plagáty, web, tlač	
	gastro a víno	30+	sezónnosť, balíky	PR, web	
	leto a voda	18-35	služby, eventy	PR, bb, rádio, plagáty, web, tlač	
	agro a vidiecky	mladá rodina	rozšíriť ponuku	PR, web, tlač	
	wellness	ženy 20+	dobudovať ponuku	PR, bb, rádio, plagáty, web, tlač	
	golf		dobudovať ponuku, marketing	print, DM	
	šk. výlet, exkurzie	do 15	balíky	DM školám	
Obyvateľ kraja do BA	cool mesto	mladí	nové podujatia	PR, bb, rádio, plagáty, web, tlač	napr. Silvester v BA
	živé dedičstvo	40+	balíky	rádio, tlač, PR	apelujúci na patriotizmus, hrdosť na hl. mesto, SND...
	šk. výlet, exkurzie	do 15	balíky	DM školám	
SR do Bratislavy	živé dedičstvo	40+	balíky	rádio, tlač, PR	apelujúci na patriotizmus, hrdosť na hl. mesto, SND...
	cool mesto	mladí	nové podujatia	web, rádio, PR, tlač	napr. Silvester v BA
	šk. výlet, exkurzie	do 15	balíky	DM školám	
SR do okolia BA	čistý pôžitok	35+	sezónnosť, balíky	PR, rádio, web, lokálna tlač	hraničiacie regióny
	leto a voda	18-35	služby, eventy	PR, rádio, web, lokálna tlač	hraničiacie regióny
	podujatia	18-35	nové podujatia	PR, rádio, web, lokálna tlač	hraničiacie regióny
	živé dedičstvo	18-60	Spojenie s Viedňou Budapešťou	PR, rádio, web, lokálna tlač	hraničiacie regióny

Osobitným segmentom sú aj korporálni klienti – firmy, ktoré pôsobia na Slovensku. Ich potenciál je hlavne v incentivnom a zážitkovom CR, vrátane event marketingu. Potenciál má čiastočne kongresový CR.

8.5 Regionálny pohľad na stratégiu CR

Pre jednotlivé časti regiónu je nevyhnutné definovať individuálne strategické vízie, ktoré budú synergicky pôsobiť s cieľom kompatibility a komplexného rozvoja cestovného ruchu

v BSK ako celku. Mesto Bratislava má pritom výsostné, imidžotvorné postavenie v rámci celého regiónu.



V časovom horizonte roku 2013 uvedené regióny by mali vytvoriť komplexnú destináciu cestovného ruchu v štruktúrovanej produktovej línii so špecifikami segmentov klientely.

Čiastkové ciele pre jednotlivé regióny:

1. Bratislava bude mať imidž medzinárodnej značky:
 - položiť základy značky Bratislavy, definovať jej USP
 - zvýšiť spontánnu znalosť značky na zdrojových trhoch
 - rozvinúť produkty s vysokým potenciálom, zvýšiť investície do produktu a vybudovať atraktivity a podujatia nadregionálneho významu
 - pretransformovať Bratislavu z provinčného mesta na metropolu s fungujúcim kreatívnym priemyslom (móda, design, filmový priemysel a pod.)
 - založiť organizáciu/organizácie destinačného manažmentu na lokálnych aj regionálnej úrovni a prepojiť ich s organizáciami štátnej propagácie
 - založiť organizáciu pre Regionálny rozvoj v CR (RRCR), ktorá zabezpečí transfer know-how v oblasti produktu, manažmentu destinácií a marketingu a bude partnerom verejnej správy aj privátnym subjektom v oblasti investícií a fundraisingu
2. Okresy Pezinok a Senec budú predstavovať plnohodnotnú tematickú ponuku cestovného ruchu pre zahraničnú i domácu klientelu:
 - v oblasti DCR sa napojiť na Bratislavu, stať sa miestom trávenia víkendov jej obyvateľov
 - v oblasti ACR sa orientovať na:
 - prihraničný jednoduchý CR
 - návštevníka Bratislavy
 - ponúknuť lacnejšiu alternatívu prenocovania pre návštevníka Bratislavy a Viedne
 - kvalitatívne pozdvihnúť vínný a gastronomický turizmus v Pezinku

- rozvinúť aktivity spojené s prírodou: cykloturizmus, ekoturizmus, pešia turistika v oblasti Malých Karpát
 - kvalitatívne pozdvihnúť relax a vodné športy v Senci
 - podporiť podujatia regionálneho významu
 - kultúra, tradície a poznanie s variabilným zameraním
 - príroda a relax
 - predĺžené leto
 - opätovný návrat
3. **Okres Malacky** bude prezentovať novú pestrú ponuku pre domácu klientelu a pre klientelu z blízkych prihraničných oblastí:
- aktivity spojené s prírodou (cykloturizmus, ekoturizmus, zážitkový turizmus, pešia turistika, vodné športy)
 - využiť geotermálne zdroje pre vznik ekologického nízkonákladového aquaparku
 - adekvátna vybavenosť supraštruktúry (ubytovacie, stravovacie zariadenia, TIK)
 - transformácia dopytu z 1-dňovej návštevy na krátkodobý pobyt v komerčných ubytovacích zariadeniach

Náčrt strategickej vízie produktových línií jednotlivých regiónov cestovného ruchu BSK

Vysvetlivky:

I. časová línia – kopíruje súčasnú ponuku, resp. mimoriadny potenciál pre tvorbu produktu príslušnej formy cestovného ruchu.

II. časová línia – predpokladaný časový horizont 3 roky

III. časová línia – predpokladaný časový horizont 5 rokov

Produkty z hľadiska regionálneho potenciálu a časového horizontu

MESTO BRATISLAVA	OKRES PEZINOK
<p>I. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kultúrne pamiatky - cool mesto - konferencie, mítingy a politické podujatia - športové a kultúrne podujatia - patriotizmus - nákupy <p>II. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zábava a nočný život - cykloturistika - športové lietanie - trendové športy - religiózny cestovný ruch - gastroturizmus <p>III. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kongresy - vodné športy 	<p>I. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kultúrne pamiatky - čistý pôžitok - gastroturizmus a vínnu turistika <p>II. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bežecké lyžovanie - prezentácia ľudových remesiel a kultúrnych tradícií <p>III. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - cykloturistika - pešia turistika - vidiecky turizmus a agroturizmus - wellness
OKRES SENEC	OKRES MALACKY
<p>I. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - rekreácia pri vode - vodné športy - golf - wellness - čistý pôžitok - gastroturizmus - prezentácia ľudových remesiel a kultúrnych tradícií <p>II. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kultúrne pamiatky - dobrodružstvo a adrenalín – športové lietanie - trendové športy - konferencie a podnikové podujatia <p>III. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - cykloturistika 	<p>I. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - vidiecky turizmus a agroturizmus - ekoturizmus - zážitkový cestovný ruch - prezentácia ľudových remesiel a kultúrnych tradícií - religiózny cestovný ruch <p>II. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - cykloturistika - dobrodružstvo a adrenalín, zážitkový cestovný ruch, trendové športy (paragliding) - vodné športy <p>III. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kultúrne pamiatky - wellness

Produktové línie z hľadiska času realizácie (sezónnosť)

Región	Zimný produkt	Letný produkt	Celoročný produkt
Bratislava		Blízko k prírode - cykloturistika, dobrodružstvo a adrenalín - športové lietanie, vodné športy,	Cool mesto, Kultúrne pamiatky, konferencie, mítingy a politické podujatia, športové a kultúrne podujatia, kongresy, veľtrhy, zábava a nočný život, nákupy, religiózne cestovný ruch, trendové športy, gastroturizmus
Okres Pezinok	Bežecké lyžovanie, zjazdové lyžovanie	Blízko k prírode - cykloturistika, pešia turistika	Kultúrne pamiatky, čistý pôžitok - gastroturizmus a vínny turizmus, prezentácia ľudových remesiel
Okres Senec		Leto a voda - Rekreačia pri vode, vodné športy, Kultúrne pamiatky, dobrodružstvo a adrenalín - športové lietanie, cykloturistika, trendové športy	aquapark, wellness, čistý pôžitok - gastroturizmus a vínny turizmus, konferencie a podnikové podujatia,
Okres Malacky		vidiecky turizmus a agroturizmus, ekoturizmus, cykloturistika, dobrodružstvo a adrenalín - zážitkový cestovný ruch, vodné športy	Živé dedičstvo - Kultúrne pamiatky, prezentácia ľudových remesiel

8.6 Konkurencia produktu cestovného ruchu v BSK v kontexte produktových línií

Konkurencia produktu cestovného ruchu v BSK v porovnaní s najbližším teritoriálnym okolím je silná. Prehľad vychádza z navrhutej produktovej línie a súčasného stavu ponuky vo Viedni, v Budapešti, v Prahe, v Brne, v blízkom prihraničnom okolí v Rakúsku, Maďarsku, v Českej republike a v iných slovenských regiónoch.

Použité skratky:

Viedeň – Vie

Budapešť – B

Praha – P,

Brno – Bn

Rakúsko – R

Maďarsko – M

Česko - C

Iné slovenské regióny - IS

MESTO BRATISLAVA a jej konkurencia	OKRES PEZINOK a jeho konkurencia
<p>I. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kultúrne pamiatky Vie, B, P, Bn, IS - cool mesto Vie, P, P - konferencie, mítingy a politické podujatia Vie, P - veľtrhy Vie, Bn, - športové a kultúrne podujatia Vie, P, B - patriotizmus IS - nákupy R, M <p>II. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zábava a nočný život Vie, B, P - cykloturistika R, M, IS - športové lietanie - trendové športy - religiózny cestovný ruch - gastroturizmus M, R <p>III. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kongresy Vie, P - vodné športy M 	<p>I. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kultúrne pamiatky IS - čistý pôžitok - R, M - gastroturizmus a vínny turizmus R, C <p>II. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bežecké lyžovanie R - prezentácia ľudových remesiel a kultúrnych tradícií <p>III. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - cykloturistika R, M, IS - pešia turistika - vidiecky turizmus a agroturizmus R, M, IS - wellness R, M
OKRES SENEČ a jeho konkurencia	OKRES MALACKY a jeho konkurencia
<p>I. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - rekreácia pri vode M - vodné športy M - golf M, R - wellness M, R - čistý pôžitok – M, R - gastroturizmus - prezentácia ľudových remesiel a kultúrnych tradícií <p>II. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kultúrne pamiatky IS - dobrodružstvo a adrenalín – športové lietanie - trendové športy - konferencie a podnikové podujatia IS <p>III. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - cykloturistika M, R, IS 	<p>I. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - vidiecky turizmus a agroturizmus R, IS, C - ekoturizmus R - zážitkový cestovný ruch R - prezentácia ľudových remesiel a kultúrnych tradícií - religiózny cestovný ruch R, IS, C <p>II. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - cykloturistika, R, IS, C - dobrodružstvo a adrenalín zážitkový cestovný ruch, trendové športy (paragliding) R - vodné športy IS <p>III. časová línia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kultúrne pamiatky IS, C - wellness IS

Z uvedeného prehľadu vyplýva, že prevažná väčšina produktov predstavuje štandardnú ponuku i v najbližšom teritoriálnom okolí.

Preto je potrebné, aby Bratislavský samosprávny kraj vytváral a ponúkal turistický produkt, ktorý bude maximálne využívať lokálne špecifiká a bude ich premietat' do nichovej bezkonkurenčnosti. V podmienkach vysokej úrovne kvality a profesionálnej marketingovej komunikácie majú navrhované produkty aj v konkurenčných podmienkach uplatnenie.

Produkty, ktoré majú globálny, resp. vo veľkom rozsahu medzinárodný charakter (svetové kongresy, mítingy, ponuka ako súčasť európskych trás „route“ alebo sú určené pre globálne trhy (napr. ázijská, americká klientela), je vhodné pripravovať v spolupráci s najbližšou konkurenciou ako „spoločný produkt (napr. spolupráca v rámci V4).

8.7 Návrh taktických úloh, opatrení a aktivít na dosiahnutie základného strategického cieľa

Základný strategický cieľ

Bratislavský samosprávny kraj bude predstavovať v roku 2013 ucelenú, vzájomne prepojenú atraktívnu destináciu s ponukou kvalitnej infraštruktúry, supraštruktúry a služieb cestovného ruchu.

Naplnenie uvedeného strategického cieľa navrhujeme dosiahnuť prostredníctvom úloh, ktoré v podmienkach synergického pôsobenia pôsobia budú fungovať ako kompatibilné prvky systému. Každá taktická úloha je premietnutá do konkrétnych opatrení a opatrenia sú rozpracované do jednotlivých aktivít.

Taktická úloha č. 1	Riadenie a realizácia dlhodobej rozvojovej koncepcie cestovného ruchu BSK
Taktická úloha č. 2	Podpora slovenských a zahraničných investorov v cestovnom ruchu, podpora malých a stredných podnikateľov, podpora rodinných firiem v cestovnom ruchu v rámci kompetencie BSK
Taktická úloha č. 3	Príprava a rozvoj kvalifikovaných ľudských zdrojov v oblasti cestovného ruchu a súvisiacich službách
Taktická úloha č. 4	Podpora budovania a rekonštrukcie infraštruktúry a supraštruktúry cestovného ruchu v BSK
Taktická úloha č. 5	Podpora rozvoja existujúcich a rozvoj nových foriem a produktov cestovného ruchu v súlade s programom trvalo udržateľného rozvoja a ochranou životného prostredia
Taktická úloha č. 6	Podpora rekonštrukcie kultúrno-historických pamiatok a obnova tradícií a remesiel na území BSK
Taktická úloha č. 7	Podpora regiónov CR v BSK pri získavaní finančných prostriedkov zo zdrojov EÚ
Taktická úloha č. 8	Kontinuálny marketingový výskum dopytu a ponuky cestovného ruchu v SR a na zahraničných konkurenčných trhoch
Taktická úloha č. 9	Aplikácia informačných technológií v cestovnom ruchu

Taktická úloha č. 1:

Riadenie a realizácia dlhodobej rozvojovej koncepcie cestovného ruchu BSK

Opatrenie: Zabezpečenie koncepčného a plánovitého rozvoja cestovného ruchu BSK.

Aktivita:

A. Zriadenie Rady pre turizmus pri BSK

ktorá združí vrcholných zástupcov verejného sektora BSK. Rada bude na základe analýz predkladaných nižšími organizačnými zložkami a v spolupráci s poradným orgánom zástupcov brandže CR v BSK určovať a presadzovať základné smerovanie CR v BSK, schvaľovať a presadzovať stratégiu rozvoja a kontrolovať jej napĺňanie.

B. Materiálno - technické, personálne a odborné dobudovanie Oddelenia cestovného ruchu Úradu BSK

Hlavným predmetom činnosti bude pripravovať koncepčné materiály z oblasti cestovného ruchu, predkladať projekty súvisiace s rozvojom CR v BSK a ich prostredníctvom vytvárať ďalšie zdroje financovania:

- posudzovať granty pre projektové zámery a vykonávať analýzy projektov
- zabezpečovať poradenskú a koordinačnú činnosť aktivít CR v kraji
- usmerňovať a kontrolovať marketingový manažment a spoločnú propagáciu regiónu

C. Vybudovanie a zabezpečenie činnosti profesionálnej organizácie destinačného manažmentu regiónu BSK DMO

Vytvoriť inštitucionálnu jednotku cestovného ruchu na úrovni BSK (DMO), ktorá združí verejný a súkromný sektor CR v BSK a bude manažovať destináciu a riadiť rozvoj značky hlavného mesta Bratislavy v súlade s rozvojom značky BSK v súlade so schválenou Marketingovou stratégiou rozvoja CR v BSK. DMO bude partnerom pre Sekciu cestovného ruchu MH SR, SACR, pre jednotlivé samosprávne kraje, miestne združenia CR, samosprávy, profesionálnych pracovníkov v CR a Regionálne rozvojové centrum (RRC).

Hlavné aktivity budú tieto:

- realizovať výskumy a prieskumy CR
- viesť databázu subjektov a atraktivít CR
- tvoriť a naplňovať strategické plány
- zabezpečiť tok informácií voči externému i internému prostrediu
- tvorba a realizácia marketingu v plnom rozsahu
- komunikovať k potenciálnemu a informovať existujúceho klienta (TIK)
- produkčné aktivity
- podporiť členov DMO v oblasti marketingu a marketingovej komunikácie pri propagácii jednotlivých zariadení alebo produktov CR v regióne

Taktická úloha č. 2:

Podpora slovenských a zahraničných investorov v cestovnom ruchu, podpora malých a stredných podnikateľov a rodinných firiem v cestovnom ruchu v rámci kompetencií BSK

Opatrenie: Vytvoriť podmienky pre vstup slovenských a zahraničných investorov do cestovného ruchu a pre ďalší rozvoj malých a stredných podnikateľov v cestovnom ruchu.

Aktivity:**Vybudovanie a zabezpečenie činnosti Regionálneho rozvojového centra (RRC)**

V rámci projektu SIP MH SR, hlavnými úlohami bude:

- Transfer know-how z oblasti produktu CR (o.i. formou inkubátora) a fundraisingu
- Podpora investícií do CR
- Vytvorenie partnerstiev
- Podpora podnikateľských subjektov v oblasti CR pri vypracovaní rozvojových projektov a následne pri hľadaní možností kofinancovania týchto projektov

Taktická úloha č. 3:**Príprava a rozvoj kvalifikovaných ľudských zdrojov v oblasti cestovného ruchu a súvisiacich službách**

Opatrenie: Rozvoj profesionality a zvýšenie informovanosti a skúseností pracovníkov verejnej správy v oblasti CR. Zvýšenie rozsahu a kvality celoživotného vzdelávania, vrátane rozvoja vzdelávania zamestnancov samosprávy.

Aktivity:

- Vznik regionálneho centra pre rozvoj ľudských zdrojov v oblasti CR – profesionalizácia a rozvoj know-how pracovníkov verejnej správy v oblasti CR
- Rozvoj možností a podpora vzdelávania pracovníkov v oblasti cestovného ruchu podľa jednotlivých profesií alebo produktov CR
- Vytvorenie predpokladov a reálnych možností pre vznik odborných učilišť, špecializovaných vzdelávacích zariadení a ďalších foriem profesionálneho vzdelávania nastupujúcich generácií poskytovateľov služieb v CR
- Edukácia obyvateľov regiónu BSK s cieľom zmeny ich postoja k poskytovaniu služieb formou motivačných kampaní a špecializovaných programov

Taktická úloha č. 4:**Podpora budovania a rekonštrukcie infraštruktúry a supraštruktúry cestovného ruchu****Opatrenie:**

Definovať priestor pre verejný sektor s cieľom jeho participácie na tvorbe podmienok pre rozvoj podnikania v cestovnom ruchu, zvýšení zamestnanosti a kvality života ako obyvateľov regiónu, tak i poskytovateľov služieb v oblasti CR.

Aktivity:

- Na základe spolupráce verejného a súkromného sektoru vytvoriť podmienky pre zdokonaľovanie (skvalitnenie, zrýchlenie a zvýšenie bezpečnosti) dopravnej infraštruktúry v mestách, obciach a na dopravných trasách v BSK, ktoré smerujú ku cieľovým miestam cestovného ruchu v regióne.
- Iniciovanie a podpora skvalitňovania a rozširovania zdravotníckych služieb v miestach koncentrácie turistov.
- Iniciovanie a spolupráca pri vytváraní systémov bezpečnosti na ochranu života, zdravia a majetku účastníkov cestovného ruchu.

Taktická úloha č. 5:

Podpora existujúcich a rozvoj nových foriem a produktov cestovného ruchu v súlade s programom trvalo udržateľného rozvoja a ochranou životného prostredia

Opatrenie: marketingový manažment nových foriem a produktov cestovného ruchu.

Aktivity:

V zmysle dosiahnutia strategického cieľa je potrebné zamerať sa na tradičné, existujúce formy cestovného ruchu (kultúrno-poznávací, rekreačný, športový, incentivný a pod.) a tieto rozšíriť o nové, predovšetkým o:

- gastroturizmus a vínny turizmus
- kongresový a konferenčný cestovný ruch
- zážitkový cestovný ruch
- trendové športy
- rafting
- ekoturizmus
- prezentáciu ľudových remesiel
- cykloturistiku

Taktická úloha č. 6:

Podpora rekonštrukcie kultúrno-historických pamiatok a obnova tradícií na území BSK

Opatrenie: získavanie zdrojov pre revitalizáciu kultúrnych pamiatok

Aktivity:

V zmysle dosiahnutia strategického cieľa je potrebné zamerať sa na perspektívne oblasti kultúrno-poznávacieho cestovného ruchu a tieto rozvíjať podľa projektových požiadaviek do štrukturálnych fondov, najmä:

- Revitalizácia kultúrno-historického potenciálu
- Oživenie ľudových tradícií a remesiel
- Obnovenie existujúcich a rozšírenie ponuky technických pamiatok

Taktická úloha č. 7:

Podpora regiónov cestovného ruchu BSK pri získavaní finančných prostriedkov zo zdrojov EÚ prostredníctvom projektov v programovacom období 2007 až 2013

Opatrenie: aktívne zapojenie BSK do plnenia Operačného programu Bratislavský kraj

Aktivity: V zmysle dosiahnutia strategického cieľa sa odporúča zamerať sa na pomoc pri vypracovávaní projektov na získanie finančných prostriedkov z EÚ v programovacom období 2007 až 2013. Ide o relevantné časti Operačného programu Bratislavský kraj, ktoré sú rozpracované v dokumente BSK „Informácia o možnostiach čerpania nenávratného finančného príspevku zo štrukturálnych fondov EÚ v BSK v programovacom období 2007 – 2013“.

BSK v spolupráci s ďalšími samosprávnymi krajmi, ktoré majú pre vzájomnú spoluprácu vytvorenú vhodnú platformu v rámci združenia samosprávnych krajov Slovenska – SK8 vznikla v roku 2008 - má ambíciu vypracovať niekoľko projektov v oblasti cestovného ruchu. Cieľom je vytvoriť projekty, ktoré by i pomocou finančných prostriedkov zo štrukturálnych fondov Európskej únie - ESF a ERDF - zabezpečili trvaloudržateľný rozvoj regiónov. V prípravnej fáze na úrovni rokovania na Ministerstve práce, sociálnych vecí a rodiny je národný projekt vzniku Regionálnych rozvojových centier cestovného ruchu. Na úrovni sekcie turizmu SK 8 sa rokuje o projektových zámeroch Značenie turistických cieľov hnedými tabuľami na cestách II. a III. triedy, prípadne vzniku Excelentných regionálnych pracovísk výskumu a vývoja v oblasti CR.

Zastupiteľstvo BSK odsúhlasilo v júni 2008 spolufinancovanie a prípravu niekoľkých projektov, ktoré majú k podpore cestovného ruchu v regióne priamy vzťah, napr. Dobudovanie integrovaného dopravného systému, Vytvorenie informačného systému verejnej správy dobudovaním Geoportálu BSK, Komplexný informačný systém úradu BSK. Plánujú sa projekty pre realizačnú časť dobudovania cyklotrás na území BSK, vybudovanie cyklocesty cez rieku Moravu medzi Devínskou Novou Vsou a Schlosshoffom na rakúskej strane.

Možnosti finančnej podpory projektom v CR poskytujú i programy cezhraničnej spolupráce Slovenská republika - Rakúsko a Maďarsko - Slovensko. Regionálna rozvojová agentúra Senec - Pezinok pracuje na projekte Budovanie spoločného kultúrneho klastra Slovensko-Rakúsko v historickej budove synagógy v Senci.

Taktická úloha č. 8:

Kontinuálny marketingový výskum dopytu a ponuky cestovného ruchu v SR a na zahraničných konkurenčných trhoch

Opatrenie: Zabezpečiť profesionálny marketingový výskum a vyhodnocovanie spätnej väzby návštevníkov BSK.

Aktivita:

Zabezpečiť pravidelný a opakovaný reprezentatívny výskum spotrebiteľského správania zahraničných aj domácich návštevníkov, prieskum vnímania BSK v ostatných regiónoch, vypracovať analýzu ekonomického prínosu jednotlivých návštevníckych profilov. Na základe týchto dát vypracovať marketingové plány s kvantifikovateľnými a merateľnými cieľmi, tieto pravidelne merať, vyhodnocovať a zisteniam prispôbovať marketingové plány.

Konkrétne:

- Výskum trhu v potenciálnych zdrojových krajinách
- Výskum trhu v konkurenčných destináciách
- Výskum spotrebiteľského dopytu v DCR

Taktická úloha č. 9:

Aplikácia informačných technológií v cestovnom ruchu

Opatrenie: Aplikácia a implementácia progresívnych informačných technológií a internetového portálu s dominantnou orientáciou na návštevníka regiónov BSK s cieľom funkčného dynamického interaktívneho prístupu.

Aktivita:

- Zabezpečiť vznik a prevádzku internetového portálu BSK pre návštevníka a potenciálneho návštevníka BSK na základe posledných web 2.0 trendov a najmodernejších technológií. Portál bude plniť informačnú úlohu, funkciu on-line rezervácie a predaja produktu, e-marketingu, bude obsahovať B2B podstránku.
- Vybudovanie siete technologického vybavenia pre TIK a vývoj software pre informačnú databázu TIK.

9. Komunikačná stratégia

Východiská

V súčasných podmienkach je v zásade nemožné určiť komunikačnú stratégiu pre BSK. Nutnou podmienkou je spoločná komunikácia mesta a kraja, existencia profesionálnej organizácie, ktorá túto úlohu prevezme a alokovanie primeraného komunikačného rozpočtu. Táto komunikačná stratégia teda ponúkne iba obecné riešenia, ktoré musia byť ďalej rozpracované pre konkrétne podmienky.

Značka Bratislava mesto a kraj a konkurenčné prostredie

Bratislava mesto a kraj nemá vytvorenú jasnú značku a jedinečné predajné atribúty (USP). Na jej spoľahlivé definovanie a pozicioning chýba prieskum vnímania návštevníkmi a analýza konkurencie.

Je jednoznačné, že Bratislava mesto a kraj musia smerom k zahraničiu vytvoriť jednu značku a komunikovať spoločne. To prinesie synergické efekty oboch stranám.

Dôležitým faktorom pri stanovení atribútov značky pre Bratislavu bude pravdepodobne proces prerodu, ktorým mesto prechádza. Je nesporné, že z provinčného mesta sa rodí veľkomesto. Už je možné vnímať negatívne dopady tejto zmeny, ako sú zápchy, zvyšujúca sa hustota zástavby, nedostatočné parkovacie kapacity. Na tie pozitívne, ktorými je kultúrna bohatosť a diverzita, nové mestské umenie, mladá alternatívna scéna, bohaté možnosti trávenia voľného času a vysoký štandard služieb si ešte budeme musieť počkať. BSK by malo využiť všetky prostriedky na to, aby naplnilo túto víziu.

Okolitým hlavným mestám – Praha, Viedeň, Budapešť – ktoré konkurujú geografickou polohou sa Bratislava zo známych historických príčin nevyrovná. Majú ale podobné „selling points“, kde jedinou výhodou pre našu destináciu je atribút kompaktného mesta s priateľskou atmosférou. Bratislavu by sme preto mohli umiestniť na trh a vymedziť ju oproti Prahe ako „bez davov“, oproti Budapešti ako „čistú“ a oproti Viedni ako „priateľsku“.

Skutočnou konkurenciou Bratislavy sú menšie európske mestá – Ljubljana, Krakov, Salzburg, Tallinn, Riga, ktoré majú dobre rozvinutý turistický produkt a úspešne ho predávajú.

Nadlinková komunikácia

Nadlinková imidžová komunikácia pre nedostatok prostriedkov nie je predmetom tejto stratégie, mala by však byť otvorená v diskusii so SACR.

S aktivít realizovateľných BSK odporúčame umiestnenie billboardov vo Viedni, v krajoch Burgenland, Niederoesterreich a Győr.

Veľmi dôležité bude komunikovať ku všetkým cieľovým skupinám, ktoré využívajú letecké spojenia, že viedenský Schwechat je bratislavským letiskom, vzdialeným iba 30 minút. Typický City Breaker nie je ochotný prestupovať, a ak uvažuje o Bratislave, hľadá spojenie do BTS. Počet spojení je tu limitovaný a on nevie, že Viedeň je jednoduchou alternatívou. Rovnako na Schwechate, kde prejde 12 mil. cestujúcich ročne, navrhujeme umiestniť billboard s týmto posolstvom.

Podlinková komunikácia

Podlinkovú komunikáciu môžeme rozdeliť na

- komunikáciu k verejnosti (B2C)
- komunikáciu k odbornej verejnosti a partnerom (B2B)

B2C komunikácia

V B2C odporúčame nasledujúce nástroje a kanály:

- turistický internetový portál bratislavského kraja
- brožúry a ostatné tlačoviny
- PR a press tripy
- účasť na veľtrhoch CR
- organizáciu podujatí

Turistický internetový portál bratislavského kraja

Internet zmenil správanie návštevníka. Je základným zdrojom informácií (85%) potenciálneho aj existujúceho návštevníka aj miestom nákupu. Podiel organizovaných zájazdov sa znižuje, zatiaľ čo podiel individuálnych ciest sa zvyšuje. Skracuje sa rozhodovací aj nákupný proces. Celoslovenský portál www.slovakia.travel nikdy nebude náhradou portálov destinácie, pretože nemôže poskytnúť dostatočne detailné, presné a aktuálne informácie a neposkytuje možnosť nákupu. Potenciálny návštevník mesta a kraja teda - aj keby chcel - nevie získať potrebné informácie a produkt si rezervovať alebo kúpiť.

Okolo portálu možno združiť branžu bez toho, aby bola potrebná veľká argumentácia a tak sa môže stať osou DMO. Portál nekomunikuje iba k verejnosti, ale aj k odborníkom a partnerom. Na portáli sú obvykle umiestnené všetky brožúry, čo znižuje ich spotrebu pri distribúcii. V neposlednom rade je portál zdrojom príjmov. Aj keď je tu niekoľko pokusov, pre Bratislavu neexistuje portál zodpovedajúci dnešným požiadavkám. Najlepšou z pohľadu dostupnosti a premávky (traffic) je privátna stránka www.bratislavahotels.com. Samotná stránka, ktorá sa orientuje na rezerváciu ubytovania generuje obrát asi 60 mil. Sk, ale neposkytuje dostatok informácií. To nie je jej cieľom. Mestská stránka na www.visit.bratislava.sk, ktorá je podstránkou www.bratislava.sk nedostatočne informuje, jazykové verzie sú nedostatočné a nedisponuje potrebným rezervačným systémom.

Turistický internetový portál Bratislavského kraja je základným informačným a predajným nástrojom. Pre rozvoj cestovného ruchu na území kraja je turistický portál zásadnou záležitosťou. Stránka a jej marketing by mali byť predmetom samostatného projektu.

Vývoj a základné naplnenie portálu môže trvať približne dva roky, v závislosti od použitých zdrojov. Asi s rovnakým časom možno uvažovať pre zabezpečenie toho, aby ho potenciálni návštevníci jednoducho našli. K tomu vedie tzv. search engine optimisation (SEO), teda optimalizácia pre webové vyhľadávače. SEO sa stará o to, aby pri zadaní kľúčových slov (napr. Bratislava, ubytovanie) sa naša stránka dostala medzi prvé ponúknuté.

Brožúry a ostatné tlačoviny

sú základným zdrojom informácií smerom k existujúcim návštevníkom, ich distribúcia je ale málo efektívna k potenciálnym návštevníkom.

Informácie by mali pokrývať jednotlivé produktové línie v potrebných jazykových mutáciách.

Jazykové mutácie tlačíť v miere a rozsahu skutočne zodpovedajúcemu reálnemu dopytu.

Brožúry by mali separátne plniť imidžové a produktové funkcie, v druhej fáze je potrebné zabezpečiť aj tzv. sales manuál – teda komunikáciu k odbornej verejnosti. Odporúčame ich obsahovo tvoriť a financovať v spolupráci so súkromným sektorom.

Brožúry rovnako ako web by mali mať jednotný vizuálny štýl komunikujúci tzv. brand identity.

PR a press tripy

PR je v podmienkach Bratislavského kraja po internetovom portáli najefektívnejším komunikačným B2C nástrojom. Je nemožné zabezpečiť komunikáciu na všetkých zdrojových trhoch zo Slovenska, pretože pre efektívnu komunikáciu je dôležité poznať mediálny trh krajiny a mať dobré kontakty na médiá a jednotlivých novinárov. Riešením je poveriť

zastupovaním vybrané zahraničné agentúry, ktoré dokážu zabezpečiť účasť relevantných novinárov na press tripoch aj skutočné uverejnenie článku/správy a vyčíslenie jej mediálnej hodnoty. Vynaložené prostriedky sa niekoľkonásobne vrátia v získanom mediálnom priestore a vysokej profesionalite komunikácie.

Účasť na veľtrhoch CR

je najmenej efektívnym nástrojom pre B2C, je však dôležitým pre B2B a imidžotvorným prvkom. Z pohľadu imidžu je dôležité, aby sa Bratislava (kraj) ako hlavné mesto krajiny prezentovala v samostatnom stánku (tak ako Praha, Budapešť, Viedeň), samozrejme v rámci značky a expozície Slovenska. To by tiež pomohlo kraju odlíšiť sa od ostatných regiónov. Mesto a kraj treba komunikovať spoločne.

Organizácia podujatí

V podmienkach nerozvinutého imidžu smerom k hraničiacim regiónom sú najefektívnejším nástrojom prezentačné podujatia, hlavne kultúry a drobnej gastronómie v partnerských oblastiach na báze výmeny. Takéto podujatia síce zasiahnu iba lokálne publikum, ale majú vysokú motivačnú schopnosť.

B2B komunikácia

V komunikácii k odbornej verejnosti a partnerom (B2B) odporúčame nasledujúce nástroje a kanály:

- katalógy veľkých touroperátorov
- organizáciu fam tripov touroperátorov
- organizáciu workshopov
- newsletter

Katalógy veľkých touroperátorov

Veľkí touroperátori pokrývajúci naše zdrojové trhy, ako Neckermann, TUI a pod. vydávajú špecializované produktové katalógy na mestský turizmus. Bratislava sa v nich obvykle nenachádza, alebo nie je dostatočne prezentovaná. V spolupráci s branžou, hlavne hotelmi možno vstúpiť do vyjednávania a zmeniť túto situáciu. Katalógy vychádzajú v náklade rádovo desiatok tisíc kusov a ponúkajú aj také destinácie, akými sú Talinn a Riga.

Organizovanie fam tripov touroperátorov

V relatívne nenáročnom desk top prieskume možno zistiť, ktorí menší touroperátori v mestách, kde existuje priame letecké spojenie s Bratislavou alebo Viedňou ponúkajú produkty mestského turizmu. Vybrané subjekty možno osloviť a s participáciou branže, hlavne hotelov, zorganizovať tzv. fam trip (zoznamovací poznávací zájazd) pre ich zástupcov. Ako súčasť fam tripu zorganizovať predajný workshop s poskytovateľmi služieb – hotelmi, resp. cestovnými agentúrami. Tu je možné nájsť a osloviť aj také špecifické subjekty, akými je napr. nemecká evanjelická vzdelávacia akadémia organizujúca poznávacie zájazdy pre farníkov.

Newsletter a tlačové konferencie

Nenákladným a organizačne nenáročným komunikačným nástrojom je e-mailové rozposielanie newsletteru informujúcim o novinkách v cestovnom ruchu BSK. Rovnaký nástroj možno použiť aj smerom k zahraničným tlačovým médiám.

10. Príjem z cestovného ruchu v BSK

Nasledujúca kapitola sa snaží odhadnúť ekonomický prínos cestovného ruchu v BSK. Všetky údaje aj uvádzané závery v tejto kapitole sú, vzhľadom na neexistenciu mnohých štatistických ukazovateľov a na nízku kredibilitu existujúcich štatistických údajov, len odhadom súčasnej aj možnej budúcej situácie.

Pre presnejší odhad ekonomického dopadu turizmu v BSK neexistuje potrebná metodika a chýbajú údaje, ktoré boli založené na relevantnom základe: prieskum, ale aj spoľahlivé údaje štatistického výkazníctva. Metodika by mala zahŕňať nielen primárny dopad, teda zjednodušene koľko všetci návštevníci a turisti v kraji minuli, ale aj sekundárny - nepriamy dopad.

Sekundárny dopad zahŕňa napr.:

- zárobok a dane fyzických a právnických osôb činných v turizme a ich multiplikačný efekt;
- miestne dane, ktoré platia podnikatelia činní v CR, hlavne daň za ubytovanie, poplatok za zaujatie verejného priestranstva (terasy), daň z nehnuteľností využívaných na CR; daň z motorových vozidiel využívaných podnikateľmi v cestovnom ruchu a pod.
- prínos z aktivizácie dodávateľských odvetví do cestovného ruchu atď.

Primárny dopad možno odhadnúť, na sekundárny treba vyvinúť analytické nástroje, preto nie je predmetom tohto materiálu.

V oblasti konkrétneho finančného dopadu na rozpočet obcí a VÚC zvýšenie parametrov turizmu sa odrazí hlavne v dani za ubytovanie, rozvoj ubytovacích zariadení prinesie vyššie dane z nehnuteľností, viac letných terás vyššie príjmy za zaujatie priestranstva.

Čo sa týka príjmov z daní fyzických a právnických osôb činných v turizme, celkový prínos sa dá vypočítať podľa jednotlivých OKEČ, avšak výška vybraných daní nemá vplyv na rozpočet obcí/VÚC.

Ďalšou významnou oblasťou, ktorej sa tento dokument nedotýka je zamestnanosť.

Nasledujúci odhad sa dotýka iba primárneho dopadu a nezahŕňa výdavky jednodenných domácich návštevníkov BSK. Keďže Bratislava je významným kultúrnym a nákupným miestom nadregionálneho významu, je možné predpokladať, že skutočný ekonomický prínos turizmu je podstatne vyšší, ako uvádzame. Upozorňujeme, že odhad, aj keď odborný a založený na výpočtoch z dostupných údajov, je iba približný a mal by slúžiť iba na základnú orientáciu v problematike.

10.1 Návštevníci s prenocovaním

Pre návštevníkov s prenocovaním sme vytvorili 4 výdavkové profily - zvlášť pre kategóriu zahraniční a domáci návštevníci. Prvý profil pokrýva návštevníkov hotelov ****, druhý hotelov *** a botelov, tretí hotelov ** a penziónov a v poslednej skupine sú návštevníci hotelov *, kempov, ubytovní a pod.

Cena za ubytovanie v jednotlivých profiloch je priemerná cena pre jednotlivé kategórie hotelov zo zdrojov ŠÚ SR. Ostatné výdavky sú odborným odhadom, opierajúcim sa o výskum výdavkov na Slovensku Ústavu turizmu z r. 2005. Štatistické údaje týkajúce sa návštevníkov

s prenocovaním čerpáme zo ŠÚ SR, pričom vieme, že nie sú celkom presné: zatiaľ čo Štatistický úrad vykazuje 1,46 mil. prenocovaníach v r. 2007 v meste Bratislava, samotné mesto vychádzajúc zo zaplatenej dane uvádza približne 1,8 mil. prenocovaní. Skutočnosť je samozrejme bližšie k 1,8 mil., preto počty prenocovaní pre jednotlivé profily vynásobíme koeficientom 1,35, aby sme dostali celkový počet prenocovaní približne na úrovni cca. 1,8 mil. prenocovaní.

Tab. Výdavky návštevníkov s prenocovaním v BSK – domáci návštevníci

Výdavkový profil	Výdavky - domáci návštevníci (Sk)							Výdavky Spolu (Sk)
	ubytovanie (bez raňajok)	stravovanie	doprava	nákupy	služby	spolu	počet prenocovaní x 1,35	domáci
****	3 199	1100	350	200	100	5 049	39 177	197 804 673
***	1 466	750	350	200	150	2 966	160 931	477 320 753
**	750	400	150	200	200	1 700	260 246	442 418 625
*	355	250	150	100	200	1 055	135 297	142 738 335
Σ							595 651	1 260 282 386

Tab. Výdavky návštevníkov s prenocovaním v BSK – zahraniční návštevníci

Výdavkový profil	Výdavky - zahraniční návštevníci (Sk)							Výdavky Spolu (Sk)
	ubytovanie	stravovanie	doprava	nákupy	služby	spolu	počet prenocovaní x 1,35	zahraniční
****	3 363	1300	350	200	100	5 313	328 836	1 747 104 074
***	1 798	950	250	300	150	3 448	550 787	1 899 111 852
**	850	500	150	300	200	2 000	244 143	488 286 900
*	483	350	150	100	200	1 283	61 106	78 399 511
Σ							1 184 872	4 212 902 337

Tab. Výdaje návštevníkov s prenocovaním v BSK – spolu

Výdavkový profil	Výdavky Spolu (Sk)	
	domáci	zahraniční
****	197 804 673	1 747 104 074
***	477 320 753	1 899 111 852
**	442 418 625	488 286 900
*	142 738 335	78 399 511
	1 260 282 386	4 212 902 337
TOTAL	5 473 184 723	

Výdavky návštevníkov s prenocovaním sú odhadované na 5,47 mld. Sk. Priemerný denný výdavok návštevníka s prenocovaním je odhadovaný na 3 074 Sk, u domáceho návštevníka je to 2 116 Sk a u zahraničného 3 556 Sk.

10.2 Návštevníci bez prenocovania

Čo sa týka zahraničných návštevníkov bez prenocovania, bol uskutočnený prepočet opierajúci sa o údaje z Výberového zisťovania údajov o aktívnom zahraničnom cestovnom ruchu v SR za rok 2007 (MH SR, 2008). Dokument pracuje s regionalizáciou, ktorá nekorešponduje s územno-správnym členením BSK. Bratislavský región sa úplne prekrýva s regionalizáciou podľa MH SR, ale záhorský podľa regionalizácie pokrýva aj Malacký a Skalický a z podunajského regiónu je na skutočnom území regiónu iba zopár obcí. Preto v našom výpočte uvažujeme s číslami bratislavského regiónu v plnej výške, čísla záhorského redukuje asi na polovicu a podunajský neuvažujeme vôbec.

Z celkového odhadovaného počtu 9 868 892 jednoduchých netranzitných návštev SR pripadá na bratislavský región 27%, teda 2 664 601 jednoduchých návštev a na okolité regióny asi 100 000 jednoduchých návštev. Pre BSK teda na základe Výberového zisťovania môžeme uvažovať spolu o cca 2,8 milióna jednoduchých návštev.

Aby sme toto číslo overili, a mohli zaviesť výdavkové profily návštevníka podľa jednotlivých použitých dopravných prostriedkov, použili sme metódu dopytovania zástupcov CR.

Výška výdavkov za jednotlivé kategórie návštevníkov sú expertným odhadom pracovného tímu GfK Slovakia. Ich priemerná výška je 365 Sk na jedného návštevníka.

Tab. Odhady počtu jednodenných zahraničných návštevníkov Bratislavy a ich výdavkov na základe použitých dopravných prostriedkov

Spôsob dopravy	Počet návštevníkov	Priemerný výdavok	Výdavky spolu
Lodnou dopravou	500 000*	140	70 000 000
Twin City Liner**	90 000**	700	63 000 000
Osobným autom	500 000	470	235 000 000
Železnicou	300 000	230	69 000 000
BUS individuálne	100 000	250	25 000 000
BUS zájazd	200 000	770	154 000 000
TOTAL	1 690 000	365	616 000 000

*Odhad Blue Danube Tours

** údaje spoločnosti

Rozdiel medzi oboma použitými metódami je značný: viac ako 1,1 mil. návštevníkov. Preto za najkvalifikovanejší odhad berieme strednú hodnotu.

Tab. Primárny ekonomický prínos jednodenných zahraničných návštevníkov v BSK

Navštívené regióny	maximálna hodnota				minimálna hodnota			stredná hodnota
	% 1-dňových netranzitných návštevníkov SR	počet jednodenných netranzitných návštevníkov	výdavok návštevníka (Sk)	výdavky celkom (Sk)	počet jednodenných netranzitných návštevníkov	výdavok návštevníka (Sk)	výdavky celkom (Sk)	výdavky celkom (Sk)
Bratislavský	27	2 664 601	365	972 579 307	1 690 000	365	616 850 000	794 714 653
Ostatné regióny BSK	1	100 000	365	36 500 000	100 000	365	36 500 000	36 500 000
SPOLU	28	2 764 601		1 009 079 307	1 790 000		653 350 000	831 214 653

Výdavky jednodenných zahraničných návštevníkov sú odhadované na 830 mil. Sk ročne.

Keďže o návštevnosti domácich návštevníkov a ich výdavkoch nemáme žiadne údaje, s týmito vo výpočte neuvažujeme.

10.3 Celkové výdavky návštevníkov v BSK

Odhadované primárne výdavky netranzitných návštevníkov (s prenocovaním aj bez prenocovania) v BSK za rok 2007 sú 6,3 mld. Sk. Z toho výdavky návštevníkov s prenocovaním tvoria viac ako 85%. Skutočný ekonomický prínos je vyšší, pretože výpočet nezahŕňa jednodenných domácich návštevníkov.

Do štátnej pokladnice plyní prostredníctvom DPH iba z primárneho ekonomického prínosu cestovného ruchu v BSK minimálne 1,19 mld. Sk. Po započítaní jednodenných návštevníkov a sekundárneho prínosu by táto suma bola výrazne vyššia.

10.4 Vývoj príjmov z cestovného ruchu v BSK

Vývoj príjmov z cestovného ruchu v BSK nie je možné v súčasnosti odhadnúť, pre množstvo faktorov, ktoré ovplyvnia vývoj.

Prvým je zavedenie Eura, ktoré môže pozitívne ovplyvniť zahraničných návštevníkov, spríevodná inflácia pravdepodobne negatívne ovplyvní domácich návštevníkov.

Druhým je stúpanie cien ropy a ostatných vstupov, ktoré má zásadný vplyv na cenu hlavne leteckej dopravy, tretím je očakávaný pokles cien ubytovania v Bratislave, štvrtým je nejasný postoj vlády a verejnej správy k rozvoju CR atď.

Predpokladaný prínos zriadenia DMO pre BSK

Ak sa podarí zriadiť DMO pre Bratislavský kraj a vybaviť ho potrebným rozpočtom, je reálne stanoviť ciele takto:

- v 1. roku predĺžiť prenocovanie návštevníka o 0,05 dňa a zvýšiť výdavky ubytovaného návštevníka o 90 Sk
- v 2. roku predĺžiť prenocovanie návštevníka o 0,1 dňa a výdavky ubytovaného návštevníka zvýšiť o 150 Sk, jednodenného o 35 Sk
- v 3. roku predĺžiť prenocovanie návštevníka o 0,1 dňa, zvýšiť výdavky ubytovaného návštevníka o 60 Sk a jednodenného o 50 Sk a zvýšiť počet prenocovaní o 10%.*

* Nová stratégia rozvoja cestovného ruchu Slovenskej republiky do roku 2013 predpokladá v období medzi r. 2006 a 2009 nárast počtu prenocovaní o 16% a predĺženie pobytu o 0,3 dňa. Ako sa ukazuje už dnes, tieto ciele nie sú reálne.

Ciele v oblasti predĺženia prenocovania, zvýšenia výdavkov návštevníka a zvýšenia počtu prenocovaní neboli stanovené vysoko z dôvodu novosti inštitúcie DMO na úrovni Slovenska a BSK. Prvé dva roky sú venované prevažne budovaniu inštitúcie, marketingové aktivity budú limitované. Je reálny predpoklad, že samotné zastrešenie všetkých dodávateľov produktu povedie k plánovanému nárastu. Až v treťom roku predpokladáme rozvinutie všetkých základných marketingových aktivít. Stanovené ciele preto pokladáme za reálne. Výpočet ekonomického prínosu sa odvíja od priemerného výdavku návštevníka s prenocovaním a celkového počtu prenocovaní (napr. pre rok 1: 0,05 dňa x 90 Sk x počet prenocovaní v roku 2007).

Rok	Rozvoj organizácie	Hlavná činnosť DMO	Dĺžka prenocovania	Zvýšenie výdavkov na návštevníka s prenocovaním (Sk)	Počet prenocovaní	Zvýšenie výdavkov jednodenného návštevníka (Sk)	Rozpočet DMO v mil. Sk	Nárast výdavkov nasledujúcim rokom v (mil. Sk)
1.	zriadenie organizácie, ľudské zdroje, prenos know-how	zosieťovanie branže, rozvoj produktu a informovanosti, web	+0,05	+90	-	-	7	+308
2.	stabilizácia organizácie	výskum, web, budovanie kanálov, PR	+0,1	+150	-	+35	20	+973
3.	plná činnosť DMO	web, B2B, výstavy	+0,1	+60	+10%	+50	30	+1 439
SPOLU							57	+2 720

Pri naplnení týchto cieľov by príjem vzrástol v druhom roku činnosti o 308 mil. Sk, v treťom o 973 mil. Sk a v štvrtom o 1 439 mil. Sk, spolu za 4 roky o 2,72 mld. Sk. Náklady na činnosť za 3 roky (rozpočet DMO) by činili približne 57 mil. Sk.

11. Finančný plán

Determinantom pre zostavenie finančného plánu boli jednotlivé položky, ktoré sa priamo alebo čiastočne premietajú do aktivít v cestovnom ruchu.

Nemenej významné boli zdroje financovania, ktoré sú v prevažnej miere limitované. Viac zdrojové financovanie sa bude uskutočňovať nasledovne:

- fondy Európskej únie
- štátny rozpočet
- rozpočet BSK
- rozpočet miest a obcí v BSK
- úvery
- súkromné zdroje

Z aspektu položiek finančného plánu sme brali do úvahy tieto:

OP Bratislavský kraj	Os 1	Op.1.1.	Budovanie a rekonštrukcia cyklistických trás, budovanie a rekonštrukcia náučných chodníkov, budovanie a rekonštrukcia turistických trás
	Os 1	Op.1.2.	Vybudovanie prestupných terminálov, zvýšenie kvality integrovanej osobnej hromadnej dopravy, informačný systém
	Os 2	Op.2.1.	Príprava projektov transferu technológií a poznatkov Ochrana duševného vlastníctva – zvýšenie konkurencieschopnosti podnikateľských subjektov zavádzaním metód riadenia kvality v podnikoch Podpora spolupráce podnikov a verejných výskumných organizácií, využívania databánk
	Os 2	Op.2.2.	Vytvorenie a udržateľný rozvoj kvalitného back office samosprávy (tourist board) Zavádzanie a účinné využívanie prístupu k IKT v MSP
Vzdelávacie programy Grundtvig, Leonardo da Vinci a ďalšie		.	Vzdelávanie miestneho obyvateľstva – interkultúrne vzťahy, zapájanie staršieho obyvateľstva, získavanie zručností pre cestovný ruch
OP Cezhraničnej spolupráce SR - Rakúsko	Pr.1	Akt.1.2	Kultúrna spolupráca, spolupráca v CR
OP Cezhraničnej spolupráce SR - Maďarsko	Pr.1	obl.1.3.	Podpora spoločného rozvoja CR
OP Vzdelávanie	Os 2		Celoživotné vzdelávanie ako základný princíp vedomostnej spoločnosti
OP Rybné hospodárstvo	Os 2		Akvakultúra, spracovanie a uvádzanie produktov rybolovu a akvakultúry na trh
Program rozvoja vidieka	Os 2		Zlepšenie životného prostredia a krajiny
	Os 3		Kvalita života vo vidieckych oblastiach a diverzifikácia vidieckeho hospodárstva

OP Zamestnanosť a sociálna inklúzia	Os 3	Op. 3.1.	Podpora rastu zamestnanosti a sociálnej inklúzie a budovanie kapacít v BSK - Podpora rastu zamestnanosti a zlepšenia zamestnatel'nosti s osobitným zreteľom na vzdelanostnú spoločnosť
	Os 3	Op. 3.2.	Podpora rastu zamestnanosti a sociálnej inklúzie a budovanie kapacít v BSK- Podpora sociálnej inklúzie, rodovej rovnosti a zosúladienie pracovného a rodinného života v BSK
OP Výskum a vývoj	Prior. os 4	Op. 4.2.	Podpora výskumu a vývoja v Bratislavskom kraji - Prenos poznatkov a technológií získaných výskumom a vývojom do praxe v BSK
OP Životné prostredie	Prior. os 1	Op. cieľ 1,2	Integrovaná ochrana a racionálne využívanie vôd
	Prior. os 4	Op. cieľ 4.1., 4.2.	Odpadové hospodárstvo – podpora aktivít v oblasti separovaného zberu, podpora aktivít na zhodnocovanie odpadov
OP Doprava	Prior. os 1		Železničná doprava
	Prior. os 2		Cestná doprava /TEN-T)
	Prior. os 3		Infraštruktúra integrovaných dopravných systémov

Pozn. konkrétne názvy osí a opatrení sú definované v ďalšom texte.

Celková suma finančného plánu na programovacie obdobie rokov 2007 – 2013 predpokladá akumuláciu finančných prostriedkov vo výške 369,41 mil. EUR, čo predstavuje v prepočte na SK 11 128,85 mil. Sk (prepočet podľa konverzného kurzu 1 EUR = 30,126 Sk).

Realizácia uvedenej sumy sa predpokladá v jednotlivých rokoch nasledovne (v EUR):

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Celkom
Fondy EÚ	11,73	22,13	19,03	22,55	22,85	18,31	20,32	136,92
ŠR	1,8	1,72	1,64	1,56	1,6	1,68	1,9	11,9
Rozpočet BSK	2,2	2,35	2,42	2,57	2,62	2,75	2,87	17,78
Rozpočet Miest a obcí	3,75	3,77	3,92	3,95	4,1	4,12	4,2	27,81
Súkromné zdroje	20	22,5	25	25	27,5	30	25	175
Celkom	39,4	52,47	52,01	55,63	58,67	56,86	54,29	369,41

Pozri tiež Prílohu č. 8 na strane P51.

12. Požiadavky na čerpanie finančných zdrojov z fondov Európskej únie

12.1 Fondy Európskej únie

Európska komisia v stratégii referenčného rámca pre programové obdobie rokov 2007–2013 charakterizuje nasledovné ciele:

Cieľ – konvergencia (BSK vylúčený)

Cieľ – regionálna konkurencieschopnosť a zamestnanosť

Cieľ – Európska územná spolupráca (aj pre BSK)

Tab. Finančné alokácie pre SR na programové obdobie 2007–2013 podľa cieľov kohéznej politiky Európskej únie

Ciele kohéznej politiky EÚ	Fondy EÚ	Finančná alokácia v stálych cenách EUR z roku 2004	Finančná alokácia v bežných cenách EUR
Konvergencia	ŠF + KF	9 638 999 602	10 911 601 421
	ŠF	6 214 921 468	7 012 862 858
	KF	3 424 078 134	3 898 738 529
Regionálna konkurencieschopnosť a zamestnanosť	ŠF	398 057 758	449 018 529*
Európska územná spolupráca	ŠF	201 606 786	227 284 545
Spolu	ŠF + KF	10 238 664 146	11 587 904 495

* suma je zložená: 87mil. EUR OPBK, 17,8 mil. EUR z OP Vzdelávanie, 17,8 mil. EUR z OP Zamestnanosť a sociálna inklúzia, 326,4 mil. EUR z OP Výskum a vývoj

Vysvetlivky:

ŠF – štrukturálne fondy

KF – kohézny fond

Slovenská republika prijala pre uvedené obdobie strategické dokumenty, v ktorých je priamo zapracovaná problematika rozvoja cestovného ruchu, alebo jednotlivé body týchto dokumentov vplyvajú na politiku rozvoja cestovného ruchu:

- Štátna politika cestovného ruchu SR, MH SR, 2007
- Národný strategický referenčný rámec SR, MDPaT SR, 2007
- Vplyv dopravy na životné prostredie, MDPaT SR, 2004
- Národný strategický plán rozvoja vidieka SR, MP SR, 2007
- Národný strategický plán rybného hospodárstva SR - MP SR, 2007
- Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady o Európskom zoskupení územnej spolupráce (EZUS), 2006
- Správa o stave pripravenosti SR na čerpanie ŠF a KF v programovacom období 2007 – 2013 - MV a RR SR, 2007
- Informačný portál pre programovacie obdobie rokov 2007 – 2013 - MV a RR SR, 2006
- Národná stratégia trvalo udržateľného rozvoja v SR – MŽP SR, 2004
- Akčný plán trvalo udržateľného rozvoja na roky 2005 – 2010 –MŽP SR, 2004
- Tematická stratégia pre životné prostredie v mestách vychádzajúca zo 6-EAP– MŽP SR, 2006
- Národný program pre učiace sa regióny – MŠ SR, 2007
- Stratégia celoživotného vzdelávania a celoživotného poradenstva – MŠ SR, 2007

- Koncepcia celoživotného vzdelávania v SR (KCV) – MŠ SR, 2005
- Národný projekt – Nová cesta – inovatívne riešenie dlhodobej nezamestnanosti– MPSR SR, 2006
- Partnerstvá na regionálnej a miestnej úrovni - MPSR SR, 2007
- Za pevnejšie partnerstvo v rámci európskeho cestovného ruchu (2006/2129(INI) a Uznesenie Európskeho parlamentu o obnovení politiky EÚ v oblasti cestovného ruchu: za pevnejšie partnerstvo v rámci európskeho cestovného ruchu 2008

Pre dosiahnutie ekonomického rastu Slovenska sú v NSRR SR na roky 2007-2013 navrhnuté tri strategické priority, ktoré majú v priebehu siedmich rokov naplniť vytýčený strategický cieľ NSRR SR na roky 2007-2013 „Výrazne zvýšiť do roku 2013 konkurencieschopnosť a výkonnosť regiónov a slovenskej ekonomiky a zamestnanosti pri rešpektovaní trvalo udržateľného rozvoja“.

Slovenská republika prijala celkove 11 nasledovných operačných programov:

Tab. Operačné programy Národného strategického referenčného rámca pre Slovenskú republiku

Operačný program	Riadiaci orgán	Fond	Príspevok ES (v bežných cenách) EUR	Národné zdroje	Spolu	BSK
Regionálny operačný program	MVRR SR	ERDF	1 445 000 000	255 000 000	1 700 000	
Životné prostredie	MŽP SR	ERDF, KF	1 800 000 000	317 647 059	2 117 647 059	áno
Doprava	MDPT SR	ERDF, KF	3 206 904 595	638 815 396	3 845 719	áno
Informatizácia spoločnosti	Úrad vlády	ERDF	993 095 405	175 252 131	1 168 347 536	
Výskum a vývoj	MŠ SR	ERDF	1 209 415 373	213 426 244	1 422 841 617	áno
Konkurencieschopnosť a hospodársky rast	MH SR	ERDF	772 000 000	136 235 295	908 235 295	
Vzdelávanie	MŠ SR	ESF	617 801 578	109 023 811	726 825 389	áno
Zamestnanosť a sociálna inklúzia	MPSVR SR	ESF	881 801 578	155 612 045	1 037 413	áno
Zdravotníctvo	MZ SR	ERDF	250 000 000	44 117 747	294 117 647	
Technická pomoc	MVRR SR	ERDF	97 601 421	17 223 780	114 825 201	
Bratislavský kraj	MVRR SR	ERDF	87 000 000	15 352 942	102 352 942	áno

Vysvetlivky:

ERDF – Európsky regionálny fond rozvoja

KF – Kohézny fond

ESF – Európsky sociálny fond

Príspevky z ERDF sú v smerované prioritne do inovačných a kohéznych pólů rastu a rešpektujú existujúce rozmiestnenie obyvateľstva. V špecifických a odôvodnených prípadoch môžu smerovať aj do obcí, ktoré nie sú identifikované ako póly rastu (lokality, resp. zariadenia významné z hľadiska funkcie a druhu v rámci regiónu, podpora informačnej spoločnosti, a pod.). Podpora je mimo pólů rastu smerovaná za predpokladu preukázania

dostatočného počtu užívateľov umožňujúcich efektívne využívanie zariadení a trvalej udržateľnosti investície.

Z hľadiska účasti na financovaní projektov zo zdrojov EÚ je podiel participácie VÚC BSK v jednotlivých projektoch rozdielny. Výška participácie sa pohybuje od 25% až po nulovú participáciu.

BSK bude môcť čerpať finančné zdroje na podporu rozvoja cestovného ruchu hlavne z operačného programu Bratislavský kraj a v menšom rozsahu z ďalších programov, ktoré sú uvedené v tabuľke bod. 12.1.

12.2 Operačný program Bratislavský kraj a koherencia OPBK so Stratégiou rozvoja BSK a Stratégiou rozvoja cestovného ruchu v BSK

Operačný program Bratislavský kraj kopíruje kľúčové opatrenia OP Konkurencieschopnosť a hospodársky rast. Synergia medzi programami je veľmi silná a sú obsahovo prepojené.

Globálnym cieľom operačného programu Bratislavský kraj je posilnenie konkurenčnej schopnosti regiónu, rozvoj vedomostnej ekonomiky a budovanie regiónu atraktívneho pre život.

Špecifické ciele operačného programu Bratislavský samosprávny kraj sú realizované prostredníctvom nasledovných prioritných osí:

Prioritná os 1 – Infraštruktúra

Prioritná os 2 - Vedomostná ekonomika

Prioritná os 3 – Technická pomoc

Obsah operačného programu BSK

Prioritná os 1 Infraštruktúra	Oprávnení prijímateľa	Prioritná os 2 Vedomostná ekonomika	Oprávnení prijímateľa	Prioritná os 3 Technická pomoc	Oprávnení prijímateľa
Opatrenie 1.1. Regenerácia sídiel, 1.1.1. Príprava a realizácia integrovaných stratégií rozvoja mestských oblastí vo vybraných oblastiach mesta Bratislava	- Obce a mestá v BSK - Hl. mesto Bratislava - BSK	Opatrenie 2.1. Inovácie a technologické transfery	Malí a strední podnikatelia FO + PO registrované na území SR	Opatrenie 1.1. zabezpečenie implementácie programu, kontrolu monitorovanie, hodnotenie a na administratívne štruktúry zodpovedné za realizáciu operačného programu	BSK
Oprávnené aktivity vhodné pre rozvoj CR: 1.1.1 príprava a realizácia integrovaných stratégií rozvoja mestských oblastí vo vybraných oblastiach mesta Bratislava 1.1.2. úprava verejných priestranstiev vrátane ihrísk, úprava prvkov verejnej zelene, rekonštrukcia verejného osvetlenia 1.1.3. zachovanie a obnova prírodného dedičstva, podpora cyklistických trás s cieľom rozvoja CR, budovanie a obnova turistických trás vrátane cyklistických trás v sídlach s podmienkou ich napojenia na existujúce cyklistické trasy mimo sídiel			Oprávnené aktivity vhodné pre rozvoj CR: 2.1.2. podpora zavádzania a využívania nových progresívnych technológií v MSP, podpora technológií zameraných na zníženie energetickej a materiálovej náročnosti, výstavba zariadení využívajúcich obnoviteľné zdroje a na využitie slnečnej, geotermálnej a veternej energie		

Prioritná os 1 Infraštruktúra	Oprávnení prijímatelia	Prioritná os 2 Vedomostná ekonomika	Oprávnení prijímatelia	Prioritná os 3 Technická pomoc	Oprávnení prijímatelia
Opatrenie 1.2. Regionálna a mestská hromadná doprava	- Obce a mestá v BSK - hl. mesto Bratislava - BSK	Opatrenie 2.2. Informatizácia spoločnosti	- Obce a mestá v BSK - Hl. mesto Bratislava - BSK len 2.2.1 - malí a strední podnikatelia FO + PO registrované na území SR		
Oprávnené aktivity vhodné pre rozvoj CR: 1.2.1. zriadenie jednotného tarifného systému 1.2.2. vybudovanie prestupných terminálov vo vybraných dopravných uzloch a záchytných parkovísk, výstavba a úprava zastávok verejnej hromadnej dopravy 1.2.3 podpora MHD na území mesta Bratislava – budovanie zariadení pre preferenciu koľajovej		Oprávnené aktivity vhodné pre rozvoj CR: 2.2.1 Podpora tvorby a zavádzania inovácií a technologických transferov v MSP – podpora priemyselného výskumu, vývoja, technológií a výrobných postupov, podpora prenájmu priestorov v technologických a inovačných centrách, podpora spolupráce podnikov a verejných výskumných organizácií 2.2.2. podpora dostupnosti širokopásmového internetu 2.2.3. zavádzanie a účinné využívanie prístupu k IKT v MSP, rozširovanie			

dopravy na riadených križovatkách, obstaranie a inštalácia riadiaceho softwaru, rekonštrukcia električkových tratí, budovanie trolejbusových tratí 1.2.4 jednotný informačný systém a jeho marketingová podpora – jednotné označovanie liniek, informačné elektronické tabule, informačný systém vo vozidlách, informačné strediská a zákaznícke centrá, jednotný dispečerský aparát, informačná kampaň		prístupu k širokopásmovému internetu, tvorba a udržiavanie web stránok, elektronické informačné a rezervačné systémy			
--	--	--	--	--	--

Uvedené opatrenia a aktivity sa budú v konečnom dôsledku premietat' v rozvoji cestovného ruchu v BSK.

Financovanie Operačného programu BSK podľa prioritných osí v percentuálnom podiele

Prioritné osi programu	EÚ + alokácia	Kofinancovanie z EÚ	Kofinancovanie št. rozpočtu	Kofinancovanie žiadateľa (BSK)
Infraštruktúra	54,04 mil. EUR	85 %	10%	5%
Vedomostná ekonomika	44,22 mil. EUR	85 %	10%	5%
Technická pomoc	4,09 mil. EUR	85 %	10%	5%

Financovanie Operačného programu BSK podľa prioritných osí, opatrení a zdrojov financovania v EUR

Prioritné osi + opatrenia	ERDF	Národné zdroje	SPOLU	Návrh čerpania BSK, relevantný pre rozvoj CR
Prioritná os Infraštruktúra	45 932 540	8 105 742	54 038 282	
Opatrenie 1.1. Regenerácia sídiel	27 232 540	4 805 742	32 038 282	Min. 11 213 373 Max. 14 417 226
Opatrenie 1.2. Regionálna a mestská hromadná doprava	18 700 000	3 300 000	22 000 000	Min. 2 200 000 Max. 3 300 000
Prioritná os Vedomostná ekonomika	37 587 460	6 633 082	44 220 542	
Opatrenie 2.1. Inovácie a technologické transfery	20 113 060	3 549 364	23 662 424	Min. 2 366 242 Max. 3 549 364
Opatrenie 2.2. Informatizácia spoločnosti	17 474 400	3 083 718	20 558 118	Min. 3 083 718 Max. 4 111 623
Prioritná os Technická pomoc	3 480 000	614 118	4 094 118	0
Spolu	87 000 000	15 352 943	102 352 942	Min. 18 863 340 Max. 25 378 213

Koherencia OPBK so Stratégiou rozvoja BSK a Stratégiou rozvoja cestovného ruchu v BSK

CIELE A PRIORITY	Prioritná os 1 Opatr.1.1.	Prioritnú os 1 Opatr.1.2.	Prioritná os 2 Opatr.2.1.	Prioritná os 2 Opatr.2.2.	Poznámky
SC 1. HOSPODÁRSKY ROZVOJ P 1. 1. Vytvorenie podmienok pre inovačné formy podnikania P 1. 2. Rozvoj konkurencieschopnej priemyselnej základne a podpora zakladania priemyselných parkov P 1. 3. Rozvoj sektoru služieb vrátane dopravy a obchodu a ich konkurencieschopnosti		1.3. x T	1.1.xx 1.3. xx T	1.3. x T	
SC 2. ROZVOJ DOPRAVY A TECHNICKEJ INFRAŠTRUKTÚRY P 2. 1. Zvýšenie technickej úrovne a modernizácia cestnej a železničnej dopravnej infraštruktúry P 2. 2. Rozvoj vodnej, leteckej a kombinovanej dopravy P 2. 3. Rozvoj osobnej prímestskej, mestskej a cyklistickej dopravy P 2. 4. Dobudovanie inžinierskych sietí technickej infraštruktúry v obciach na území		2.1. T 2.2. T 2.3. xx, T			

SC 3. TRVALO UDRŽATEĽNÝ ROZVOJ VIDIEKA A POĽNOHOSPODÁRSTVA P 3. 1. Obnova a rozvoj dediny a vidieckych oblastí, ako aj zachovanie vidieckeho kultúrneho dedičstva P 3. 2. Diverzifikácia poľnohospodárskych a agrárnych činností na multifunkčnú štruktúru a alternatívne príjmy	3.1. xx, T			
SC 4. ROZVOJ CESTOVNÉHO RUCHU A REKREÁCIE P 4. 1. Zachovanie a sprístupnenie kultúrneho, historického a prírodného dedičstva P 4. 2. Rozvoj ťažiskových druhov a foriem cestovného ruchu P 4. 3. Nárast návštevnosti a viacdňového pobytového cestovného ruchu P 4. 4. Rast podnikania v cestovnom ruchu P 4. 5. Rast konkurencieschopnosti cestovného ruchu kraja	4.1.x, TT 4.2.TT 4.3.T 4.4.TT 4.5.TTT			
SC 5. OCHRANA ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA P 5. 1. Ochrana jednotlivých zložiek životného prostredia P 5. 2. Zdokonalenie odpadového hospodárstva so zameraním na zvýšenie využiteľnosti odpadov a odstraňovanie starých záťaží P 5. 3. Ochrana krajiny a trvalo udržateľný rozvoj P 5. 4. Environmentálna osвета, výchova a vzdelávanie	5.1. x, T 5.3.xx, T			

CIELE A PRIORITY	Prioritná os 1.1.	Prioritná os 1.2.	Prioritná os 2.1.	Prioritná os 2.2.	Poznámky
SC 6. ROZVOJ ĽUDSKÝCH ZDROJOV A SOCIÁLNY ROZVOJ P 6. 1. Prispôsobenie stredného školstva požiadavkám trhu práce P 6. 2. Zabezpečenie primeranej životnej úrovne chudobných, starých, hendikepovaných a neprispôsobivých občanov P 6. 3. Podpora bytovej výstavby P 6. 4. Rozvoj kultúrnych a športových aktivít a aktivít voľného času	6.3. xx 6.4. xx, T				

Vysvetlivky:

xxx – silné väzby,
vxx – viditeľné väzby
x – obmedzené väzby/nie priame

vo vzťahu stratégií rozvoja CR

silné väzby - TTT
viditeľné väzby - TT
obmedzené väzby /nie priame - T

12.3 Operačné programy pre Bratislavský kraj

12.3.1 Programy cezhraničnej spolupráce

Pre Bratislavský kraj sú aktuálne nasledovné programy cezhraničnej spolupráce:

Operačný program Slovenská republika - Rakúska republika

Operačný program Slovenská republika - Maďarská republika

12.3.1.1 Program cezhraničnej spolupráce Slovenská republika - Maďarsko – 2007–2013

Stratégia programu je zameraná na posilnenie integrácie v hraničnom regióne v oblasti hospodárstva, ľudskej spolupráce, životného prostredia, ochrany prírody a dostupnosti. Oprávneným územím na slovenskej strane sú regióny NUTS III – Bratislavský kraj, Trnavský kraj, Nitriansky kraj, Banskobystrický kraj a Košický kraj.

V tomto programe sú na obdobie rokov 2007 – 2013 navrhované dve strategické priority:

1. Hospodárstvo a spoločnosť
2. Životné prostredie, ochrana prírody a dostupnosť

Priorita č. 1. Hospodárstvo a spoločnosť

- Podpora
- 1.1. Podpora spolupráce v ekonomickej oblasti
 - 1.2. Spolupráca v oblasti vedy, výskumu a inovácií
 - 1.3. Spoločná podpora turizmu
 - 1.4. Spoločné využívanie zdravotníckych zariadení
 - 1.5. Rozvoj sieťovania a partnerstva
 - 1.6. Spoločné využívanie a rozvoj ľudských zdrojov
 - 1.7. Aktivity ľudí ľuďom

Priorita č. 2. Životné prostredie, ochrana prírody a dostupnosť

- Podpora
- 2.1. Spoločné aktivity na podporu ochrany prírody
 - 2.2. Spoločné aktivity ochrany prírody
 - 2.3. Výstavba malých komunikácií, cyklistických trás, verejná doprava
 - 2.4. Zabezpečenie lepších hraničných priechodov cez hraničné rieky
 - 2.5. Zlepšenie cezhraničných komunikačných kanálov

Riadiacim orgánom cezhraničného programu Slovensko-Maďarsko je Národná rozvojová agentúra a Spoločný technický sekretariát so sídlom v Budapešti. V regiónoch pôsobia regionálne informačné body na úradoch samosprávnych krajoch, ktoré poskytujú informácie a pomoc potenciálnym projektovým žiadateľom a ich partnerom na národnej úrovni.

Oprávnení prijímatelia pomoci: štátne orgány, zodpovedajúce verejné inštitúcie, európske zoskupenia územnej spolupráce

Finančná tabuľka Programu cezhraničnej spolupráce Slovensko - Maďarsko (v EUR)

Prioritná os	ERDF	Národné zdroje	Spolu	Návrh čerpania BSK, relevantný pre rozvoj CR
Hospodárstvo a spoločnosť	72 363 556	12 770 039	85 133 595	Min. 8 513 359 Max. 17 026 718
Ochrana ŽP a dostupnosť	93 543 134	16 507 612	110 050 746	Min. 1 657 611 Max. 3 301 522
Technická pomoc	10 589 789	1 868 786	12 458 575	0
Spolu	176 496 479	31 146 437	207 642 916	Min. 10 170 970 Max. 20 328 240

12.3.1.2 Program cezhraničnej spolupráce Slovenská republika–Rakúsko 2007-2013

Na program je pre SR z ERDF alokovaných 20 000 000 EUR, pričom celkový záväzok programu z ERDF je 59 906 355 EUR. Spolufinancovanie zo štátneho rozpočtu predstavuje 3 210 000. Týka sa Bratislavského a Trnavského regiónu.

OP SR – AT smeruje intervencie s cieľom podporiť a implementovať projekty s charakteristickou cezhraničnou dimenziou a vplyvmi, OPBK sa v tejto oblasti sústreďuje na vybrané časti regionálneho ekonomického systému, ktoré majú potenciál výrazne prispieť k posilneniu konkurencieschopnosti samostatného Bratislavského regiónu prostredníctvom efektívneho využívania inovatívnych, informačných a komunikačných technológií s dôrazom na MSP. OP SR – AT, je opatrenie 2.1 Inovácie a technologické transfery prioritnej osi 2 OPBK komplementárne s oblasťou podpory.

Riadiacim orgánom programu cezhraničnej spolupráce Slovensko - Rakúsko je magistrát mesta Viedeň. Regionálnymi miestami, ktoré poskytujú konzultácie a pomoc pri príprave projektov je Bratislavský a Trnavský samosprávny kraj.

Priority programu cezhraničnej spolupráce Slovenská republika – Rakúsko sú:

1. Znalostný región a ekonomická konkurencieschopnosť
2. Dostupnosť a trvalo udržateľný rozvoj

Priorita č. 1. Znalostný región a ekonomická konkurencieschopnosť

- Opatrenie
- 1.1. Cezhraničná spolupráca MSP, spolupráca v oblasti výskumu, technológií a vývoja
 - 1.2. Kultúrna spolupráca, spolupráca v cestovnom ruchu
 - 1.3. Vzdelávanie a kvalifikácia, integrácia trhov práce
 - 1.4. Sociálna dimenzia integrácie (sociálne a zdravotné služby)

Priorita č. 2. Dostupnosť a trvalo udržateľný rozvoj

- Opatrenie
- 2.1. Doprava a regionálna dostupnosť (plánovanie, organizácia dopravy, logistika)
 - 2.2. Trvalo udržateľný územný rozvoj a kvalitná regionálna správa (regionálny manažment)
 - 2.3. Spolupráca a spoločný manažment, spoločné riadenie chránených území
 - 2.4. Energetická efektívnosť a obnoviteľné zdroje energie, ochrana životného prostredia, manažment rizík

Oprávnení prijímateľa pomoci:

- verejná správa
- poloverejná správa - organizácie zriadené verejnými inštitúciami (vrátane a.s. a s.r.o.)
- neziskové organizácie, ak ich aktivity v projekte nemajú komerčný charakter
- súkromné organizácie, ak ich aktivity v projekte nemajú komerčný charakter

Finančná tabuľka Programu cezhraničnej spolupráce Slovensko- Rakúsko (v EUR)

Prioritná os	ERDF	Národné zdroje	Spolu	Návrh čerpania BSK, relevantný pre rozvoj CR
Znalostný región a ekonomická konkurencieschopnosť	27 193 987	4 798 939	31 992 926	Min. 6 398 584 Max. 7 998 230
Dostupnosť a trvalo Udržateľný rozvoj	29 117 987	5 138 468	34 256 455	Min. 5 138 468 Max. 6 851 290
Technická pomoc	3 594 381	3 594 381	7 188 762	0
Spolu	59 906 355	13 531 788	73 438 143	Min. 11 537 052 Max. 14 849 520

Súhrnný prehľad finančného čerpania z Operačných programov cezhraničnej spolupráce

Operačný program	Priorita	Podpora pre SR v EUR	Návrh čerpania BSK, relevantný pre rozvoj CR
SR - Maďarsko	Hospodárstvo a spoločnosť ŽP, ochrana prírody a dostupnosť Technická asistencia	176 496 479	Min. 10 170 970 Max. 20 328 240
SR - Rakúsko	Učiaci sa región a ekonomická konkurencieschopnosť Dostupnosť a TUR Technická pomoc	59 906 355	Min. 11 537 052 Max. 14 849 520
Spolu		236 402 834	Min. 21 708 022 Max. 35 087 760

12.3.2 Operačný program Doprava

Globálnym cieľom OP Doprava je podpora trvalo udržateľnej mobility prostredníctvom rozvoja dopravnej infraštruktúry a rozvoja verejnej osobnej dopravy.

OP Doprava sa prioritne zameriava na výstavbu a modernizáciu dopravnej infraštruktúry SR v schválených trasách multimodálnych koridorov TEN-T, na dobudovanie nadradenej dopravnej infraštruktúry medzinárodného významu a jej integráciu do európskeho dopravného systému prostredníctvom špecifických cieľov a prioritných osí podporovaných z Kohézneho fondu a z Európskeho fondu regionálneho rozvoja. Miestom realizácie projektov realizovaných v rámci prioritných osí 1,2,3, 4 a podporovaných z Kohézneho fondu je celé územie SR, vrátane Bratislavského kraja.

Riadiacim orgánom pre Operačný program Doprava je Ministerstvo dopravy, pôšt a telekomunikácií SR.

Kohézny fond:

Prioritná os č. 1 Železničná doprava

Realizácia projektov európskeho významu, predovšetkým železničná os:

Paríž – Štrasburg – Štuttgart – Viedeň – Bratislava, pričom na území mesta Bratislava bude realizované nové železničné spojenie Bratislava Predmestie – Bratislava Petržalka, železničné napojenie letiska M.R. Štefánika, vrátane zdvojkolajnenia trate na úseku Bratislava Petržalka – Kittsee a v úseku Bratislava hlavná stanica – Bratislava Nové Mesto - elektrifikácia železničnej trate Devínska Nová Ves – Marchegg

Prioritná os č. 2 Cestná štruktúra TEN-T

Zameranie na výstavbu diaľnic TEN - T

Prioritná os č. 3 Infraštruktúra intermodálnej prepravy

Podpora výstavbu verejných terminálov a ich technologického prepojenia

Prioritná os č. 4 Infraštruktúra integrovaných dopravných systémov

Výstavba, modernizácia, rekonštrukcia a elektrifikácia železničných tratí, výstavba prestupových bodov a prepojenie električkových tratí v meste Bratislava a Košice

Špecifiká požiadaviek cestovného ruchu pri budovaní dopravnej infraštruktúry je nevyhnutné akceptovať hlavne v rámci budovania obslužnej infraštruktúry pri železničnej a cestnej doprave a v miestach prestupových bodov integrovaných systémov dopravy.

Finančná tabuľka pre OP Doprava (financovaný z Kohézneho fondu podľa prioritných osí v EUR)

Prioritná os	KF	ŠR	Spolu	Návrh čerpania BSK, relevantný pre rozvoj CR
Železničná infraštruktúra	782 746 878	138 131 802	920 878 680	Min. 9 208 786 Max. 18 417 572
Cestná infraštruktúra	972 333 473	171 588 260	1 143 921 733	Min. 22 878 434 Max. 45 756 868
Infraštruktúra intermodálnej prepravy	491 794 200	83 257 800	575 052 000	-
Infraštruktúra integrovaných dopravných systémov	471 794 200	83 257 800	555 052 000	Min. 5 550 520 Max. 11 101 040
Spolu	2 718 668 751	476 235 662	3 194 904 413	Min. 37 637 740 Max. 75 275 480

Oprávnení prijímateľa pomoci Železnice SR – prioritná os 1,3,4, Národná diaľničná spoločnosť – prioritná os 2.

12.3.3 Operačný program Zamestnanosť a sociálna inklúzia

Operačný program zamestnanosť a sociálna inklúzia zabezpečuje dôležité vstupy pre inovačné procesy v priemysle a službách prostredníctvom podpory kvality a dostupnosti pracovnej sily. Podpora zamestnanosti bude realizovaná z prostriedkov Európskeho sociálneho fondu (ESF) v objeme viac ako 22 miliárd Sk (667 milión EUR) v rokoch 2007 až

2013. Nové programovacie obdobie je nastavené po prvýkrát s možnosťou maximálnych synergických efektov. Uvedené ciele budú dosiahnuté pomocou aktívnych opatrení na trhu práce v rámci služieb zamestnanosti, ktoré sú zamerané najmä na znevýhodnené skupiny uchádzačov o zamestnanie s osobitným zreteľom na dlhodobo nezamestnaných. Okrem toho sa bude podporovať aj adaptabilita (prispôsobivosť) zamestnancov, ako aj podnikov na meniace sa ekonomické podmienky z dôvodu udržania existujúcich pracovných miest a zvýšenia ich kvality.

Riadiacim orgánom pre Operačný program Zamestnanosť a sociálna inklúzia je Ministerstvo práce, sociálnych vecí a rodiny SR. Sprostredkovateľským orgánom je Sociálna implementačná agentúra.

Pre Operačný program Zamestnanosť a sociálna inklúzia je celkovo vyčlenená čiastka 1 037 413 623 EUR, z toho EÚ zdroje predstavujú 881 801 578 EUR.

Pre Bratislavský samosprávny kraj je v rámci teritória celej Slovenskej republiky určená jediná prioritná os č. 3: Podpora rastu zamestnanosti a sociálnej inklúzie a budovanie kapacít v BSK.

Prioritná os č. 3 Podpora rastu zamestnanosti a sociálnej inklúzie a budovanie kapacít v BSK je zameraná na tvorbu nových pracovných miest s osobitným zreteľom na vzdelanostnú spoločnosť, na podporu sociálnej inklúzie a zosúladenie pracovného a rodinného života, budovanie kapacít a technickú pomoc. V rámci nej budú podporované všetky ľudské zdroje nachádzajúce sa na trhu práce, ako aj podniky, ktoré poskytujú pracovné miesta pracovnej sile.

V navrhovanom operačnom programe sa budú implementovať nasledovné opatrenia:

Prioritná os č. 3 Podpora rastu zamestnanosti a sociálnej inklúzie a budovanie kapacít v BSK

Opatrenie č. 3.1. Podpora rastu zamestnanosti a zlepšenia zamestnatelnosti s osobitným zreteľom na vzdelanostnú spoločnosť, s nasledovnými rámcovanými aktivitami:

- 3.1.1. Opatrenia aktívnej politiky trhu práce a podpory zamestnanosti
- 3.1.2. Aktivity zamerané na modernizáciu verejných služieb zamestnanosti
- 3.1.3. Aktivity zamerané na zlepšovanie mobility za prácou
- 3.1.4. Aktivity zamerané na zvyšovanie bezpečnosti a ochrany zdravia

Opatrenie č. 3.2. Podpora sociálnej inklúzie, rodovej rovnosti a zosúladienie pracovného a rodinného života v BSK, s nasledovnými rámcovými aktivitami:

- 3.2.1. Podpora zvyšovania dostupnosti a efektivity služieb starostlivosti, ktoré zlepšujú prístup ohrozených a marginalizovaných skupín na trh práce
- 3.2.2. Aktivity zamerané na podporu komunit a služieb starostlivosti zamerané na podporu plnenia základných funkcií rodiny
- 3.2.3. Aktivity na prevenciu a elimináciu násillia ako bariéry pre vstup a udržanie sa na trhu práce
- 3.2.4. Aktivity zamerané na podporu komunitnej práce a na vyvolanie a podporovanie zmeny v rámci miestnych spoločenstiev
- 3.2.5. Podpora zvyšovania profesionality výkonu a budovanie ľudských kapacít v oblasti sociálnej inklúzie
- 3.2.6. Podpora programov zameraných na poskytovanie služieb zamestnanosti a vzdelávania pre zamestnancov ohrozených hromadným prepúšťaním s osobitným zreteľom na starších zamestnancov a zamestnancov s nízkym vzdelaním a na boj proti diskriminácii na pracovnom trhu
- 3.2.7. Aktivity zamerané na rozširovanie podporných služieb pre zamestnancov s rodinnými povinnosťami
- 3.2.8. Podpora uľahčenia vstupu, integrácie a udržania rodičov na trhu práce s rešpektovaním princípov rovnosti príležitostí a prijímaní do zamestnania
- 3.2.9. Podpora mechanizmov predchádzania a eliminácie rodovej nerovnosti na trhu práce

Pre potreby rozvoja cestovného ruchu predpokladáme výraznejšie možnosti čerpania z hore uvedeného opatrenia č. 3.1.

Predpokladané finančné zabezpečenie Operačného programu zamestnanosť a sociálna inklúzia pre BSK v EUR

Prioritná os	ESF	ŠR	Spolu	Návrh čerpania BSK, relevantný pre rozvoj CR
Podpora rastu zamestnanosti a sociálnej inklúzie a budovanie kapacít v BSK	17 801 578	3 141 455	20 943 033	Min. 1 466 010 Max. 2 094 303

Oprávnení prijímateľa pomoci: uchádzači o zamestnanie, záujemcovia o zamestnanie, Ústredie práce, sociálnych vecí a rodiny, Úrady práce, sociálnych vecí a rodiny, štátne rozpočtové a príspevkové organizácie.

12.3.4 Operačný program Vzdelávanie

Pre Bratislavský samosprávny kraj je v rámci teritória celej Slovenskej republiky určená jediná prioritná os č. 4: Moderné vzdelávanie pre vedomostnú spoločnosť pre Bratislavský kraj.

Hlavným cieľom v zmysle tejto osi je zvýšiť kvalitu a prístup ku ďalšiemu vzdelávaniu s dôrazom na transformáciu obsahu vzdelávania smerom k rozvíjaniu kľúčových kompetencií s cieľom zabezpečiť dlhodobú konkurencieschopnosť Bratislavského kraja.

Riadiacim orgánom pre operačný program Vzdelávanie je Ministerstvo školstva SR. Sprostredkovateľským orgánom pre opatrenia je Agentúra MŠ SR pre štrukturálne fondy SR

V navrhovanom operačnom programe sa budú implementovať nasledovné opatrenia:

Prioritná os č. 4: Moderné vzdelávanie pre vedomostnú spoločnosť pre Bratislavský kraj

- Opatrenie 4.1. Premena tradičnej školy na modernú pre Bratislavský kraj
- 4.1.1. Podpora reformy a rozvoj všeobecného a odborného vzdelávania na ZŠ a SŠ
 - 4.1.2. Podpora prípravy učiteľov a ďalšieho vzdelávania pedagogických zamestnancov
 - 4.1.3. Podpora a rozvoj nástrojov hodnotenia výchovno-vzdelávacích činností škôl a školských zariadení
- Opatrenie 4.2. Zvyšovanie konkurencieschopnosti Bratislavského kraja prostredníctvom rozvoja vysokoškolského a ďalšieho vzdelávania
- Opatrenie 4.3. Technická pomoc pre cieľ Regionálna konkurencieschopnosť a zamestnanosť

Pre potreby rozvoja cestovného ruchu predpokladáme výraznejšie možnosti čerpania z hore uvedeného opatrenia č. 4.2. s dôrazom na možnosti ďalšieho vzdelávania a so zámerom pozitívneho vzťahu a výchovy obyvateľstva k CR aj 4.1.1.

Finančný plán OP Vzdelávanie pre cieľ Regionálna konkurencieschopnosť a zamestnanosť (v EUR)

Prioritná os 4	ESF	ŠR	Spolu	Návrh čerpania BSK, relevantný pre rozvoj CR
Opatrenie 4.1. Premena tradičnej školy na modernú pre Bratislavský kraj	6 911 514	1 219 679	8 131 193	Min. 406 560 Max. 650 495
Opatrenie 4.2. Zvyšovanie konkurencieschopnosti Bratislavského kraja prostredníctvom vysokoškolského a ďalšieho vzdelávania	10 178 001	1 796 118	11 974 119	Min. 2 394 824 Max. 3 592 434
Opatrenie 4.3. Technická pomoc	712 063	125 659	837 722	-
Spolu	17 801 578	3 141 456	20 943 034	Min. 2 801 384 Max. 4 242 929

Oprávnení prijímateľa pomoci pre opatrenie 4.1.:

- Verejný sektor: priamo riadené organizácie MŠ SR, štátna správa, štátne školy a vzdelávacie inštitúcie, regionálna a miestna samospráva, rozpočtové a príspevkové organizácie VÚC a obcí vrátane MŠ, ZŠ, SŠ v ich zriaďovacej pôsobnosti
- Súkromný sektor: mikro, malé, stredné a veľké podniky, profesijné organizácie, zamestnávateľské zväzy, asociácie, komory, cirkevné a súkromné školy, školské zariadenia a vzdelávacie inštitúcie, mimovládne organizácie

Oprávnení prijímateľa pomoci pre opatrenie 4.2.

- Verejný sektor: priamo riadené organizácie MŠ SR, štátne ZŠ, SŠ, VŠ, špeciálne školy a vzdelávacie inštitúcie, rozpočtové a príspevkové organizácie štátu vrátane ústavov SAV, regionálna a miestna samospráva, rozpočtové a príspevkové organizácie VÚC a obcí vrátane MŠ, ZŠ, SŠ a školských zariadení v ich zriaďovateľskej pôsobnosti, základné umelecké školy, verejné VŠ, SAV
- Súkromný sektor: mikro, malé, stredné a veľké podniky, profesijné organizácie, zamestnávateľské zväzy, asociácie, komory, cirkevné a súkromné školy, školské zariadenia a vzdelávacie inštitúcie, mimovládne organizácie

12.3.5 Operačný program Životné prostredie

Globálnym cieľom operačného programu Životné prostredie je zlepšenie stavu životného prostredia a racionálneho využívania zdrojov prostredníctvom dobudovania a skvalitnenia environmentálnej infraštruktúry Slovenskej republiky v zmysle predpisov a odporúčaní Európskej únie a SR a posilnenie efektívnosti environmentálnej zložky trvalo udržateľného rozvoja.

Špecifické ciele Operačného programu Životné prostredie sú zamerané na prioritné, najviac problémové a finančne najnáročnejšie aktivity z pohľadu implementácie environmentálneho acquis v oblasti vôd, hospodárenia s odpadmi, ochrany ovzdušia a ochrany prírody a krajiny.

V operačnom programe je stanovených 5 prioritných osí, ktoré sú podporované z Európskeho fondu regionálneho rozvoja z Kohézneho fondu. Prioritné osi 1,2, a 4 sú podporované na celom území vrátane Bratislavského kraja.

Riadiacim orgánom pre OP Životné prostredie je Ministerstvo životného prostredia SR, sekcia environmentálnych programov a projektov.

Prioritná os č. 1 Integrovaná ochrana a racionálne využívanie vôd

- Operačný cieľ č. 1.1 Zásobovanie obyvateľstva pitnou vodou z verejných vodovodov
- 1.2. Odvádzanie a čistenie komunálnych odpadových vôd v zmysle záväzkov SR voči EÚ
- 1.3. Zabezpečenie primeraného sledovania a hodnotenia stavu povrchových a podzemných vôd

Prioritná os č. 2 Ochrana pred povodňami

- Operačný cieľ č. 2.1. Preventívne opatrenia na ochranu pred povodňami
- 2.2. Vybudovanie povodňového varovného a predpovedného systému

Prioritná os č. 4 Odpadové hospodárstvo

- Operačný cieľ č. 4.1. Podpora aktivít v oblasti separovaného zberu
- 4.2. Podpora aktivít na zhodnocovanie odpadov
- 4.3. Nakladanie s nebezpečným odpadom spôsobom priaznivým pre životné prostredie
- 4.4. Riešenie problematiky environmentálnych záťaží vrátane ich odstraňovania
- 4.5. Uzatváranie a rekultivácia skládok odpadov

Pre potreby rozvoja cestovného ruchu predpokladáme výraznejšie možnosti čerpania z hore uvedeného operačného cieľa 1.2 a 4.1., 4.4. 4.5.

Finančná tabuľka OP Životné prostredie podľa prioritných osí a zdrojov financovania EÚ pre BSK (v EUR)

Prioritná os	ERDF	KF	Spolu	Návrh čerpania BSK, relevantný pre rozvoj CR
Integrovaná ochrana a racionálne využívanie vôd	0	113 713 863	113 713 863	Min. 2 274 277 Max. 4 548 554
Ochrana pred povodňami	0	16 620 000	16 620 000	-
Odpadové hospodárstvo	0	65 717 500	65 717 500	Min. 2 628 700 Max. 5 257 400
Spolu	0	196 051 363	196 051 363	Min. 4 902 977 Max. 9 805 954

Oprávnení prijímateľa pomoci:

Prioritná os č. 1

- Verená správa: obce a mestá (op. cieľ 1.1. a 1.2.), štátne rozpočtové a príspevkové organizácie (op. cieľ 1.3.), Slovenská agentúra ŽP, Slovenský vodohospodársky podnik (op. cieľ 1.3.)
- Súkromný sektor: združenia miest a obcí, FO a PO oprávnené na podnikanie v zmysle zákona 442/2002 Z.z. o verejných vodovodoch a kanalizáciách a zákona č. 276/2001 Z.z. o regulácii v sieťových odvetviach

Prioritná os č. 2

- Verejná správa: štátne rozpočtové a príspevkové organizácie – správcovia drobných vodných tokov (op. cieľ č. 2.1.), Slovenský vodohospodársky podnik (op. cieľ 2.1.), mestá a obce, ktorým správca vodného toku prenechal jeho ucelený úsek do nájmu alebo výpožičky (op. cieľ 2.1.), Slovenský hydrometeorologický ústav (op. cieľ 2.2)

Prioritná os č. 4

- Verená správa: Ministerstvo ŽP SR (op. cieľ 4.1., 4.2., 4.3., 4.4.), ústredné orgány štátnej správy a nimi zriadené odborné organizácie (op. cieľ 4.4.), VÚC a s nimi zriadené rozpočtové a príspevkové organizácie (op. cieľ 4.1., 4.2., 4.3.; 4.4.), obce a nimi zriadené rozpočtové organizácie (operačný cieľ 4.1., 4.2., 4.3., 4.4.)
- Súkromný sektor: združenia miest a obcí, mikroregióny (op. cieľ 4.1., 4.2., 4.3., 4.4.), FO a PO oprávnené na podnikanie (op. cieľ 4.1., 4.2., 4.3.)

12.3.6 Operačný program Výskum a vývoj

Z uvedeného operačného programu je pre územie Bratislavského kraja v cieľi Regionálna konkurencieschopnosť a zamestnanosť presunutá časť alokovaných finančných prostriedkov z Európskeho fondu regionálneho rozvoja na implementáciu dvoch prioritných osí a ich opatrení:

Riadiacim orgánom OP Výskum a vývoj je Ministerstvo školstva SR. Sprostredkovateľským orgánom je Agentúra MŠ SR pre Štrukturálne fondy.

Prioritné osi:

Os č. 3 Infraštruktúra výskumu a vývoja v Bratislavskom kraji

Os č. 4. Podpora výskumu a vývoja v Bratislavskom kraji

Prioritná os č. 3 Infraštruktúra výskumu a vývoja v Bratislavskom kraji

Opatrenie 3.1. Obnova a budovanie technickej infraštruktúry výskumu a vývoja v Bratislavskom kraji

Prioritná os č. 4 Podpora výskumu a vývoja v Bratislavskom kraji

Opatrenie 4.1. Podpora sietí excelentných pracovísk výskumu a vývoja ako pilierov rozvoja regiónu v Bratislavskom kraji

4.2. Prenos poznatkov a technológií získaných výskumom a vývojom do praxe v Bratislavskom samosprávnom kraji

Pre potreby rozvoja cestovného ruchu predpokladáme výraznejšie možnosti čerpania z hore uvedeného opatrenia 4.2.

Finančná tabuľka OP Výskum a vývoj pre BSK podľa prioritných osí a zdrojov financovania (v EUR)

Prioritná os	ERDF	ŠR	Spolu	Návrh čerpania BSK, relevantný pre rozvoj CR
3. Infraštruktúra výskumu a vývoja v Bratislavskom kraji	126 386 410	22 303 484	148 689 894	-
4. Podpora výskumu a vývoja v Bratislavskom kraji	189 579 614	33 455 227	223 034 841	Min. 2 230 348 Max. 6.691 044
Technická pomoc	10 449 349	1 844 003	12 293 352	-
Spolu	326 415 373	57 602 714	384 018 087	Min. 2 230 348 Max. 6.691 044

Oprávnení prijímateľa pomoci:

Prioritná os č. 3 , prioritná os č. 4

- Verejný sektor s 0% spolufinancovaním: regionálna a miestna štátna správa, SAV a jej ústavy, organizácie a inštitúcie uskutočňujúce výskum a vývoj zriadené ústrednými orgánmi štátnej správy, štátne VŠ vrátane ich technologických inkubátorov a vedecko-technologických parkov,
- Verejný sektor s 5% spolufinancovaním: verejné VŠ vrátane ich technologických inkubátorov a vedecko-technologických parkov, verejnoprávne ustanovizne a inštitúcie uskutočňujúce výskum a vývoj, regionálna a miestna samospráva
- Súkromný sektor schémy štátnej pomoci: FO a PO podnikajúce podľa Obchodného a Živnostenského zákona
- Súkromný sektor spolufinancovanie 5%: profesijné organizácie, asociácie a komory, súkromné VŠ vrátane ich technologických inkubátorov a vedecko-technologických parkov , mimovládne organizácie výskumu a vývoja

12.4 Prepojenie na ďalšie finančné nástroje EÚ

Národný strategický plán rozvoja vidieka:

Národný strategický plán rozvoja vidieka má stanovený globálny cieľ multifunkčné poľnohospodárstvo, potravinárstvo, lesníctvo a udržateľný rozvoj vidieka. Program rozvoja vidieka SR zahŕňa celé územie Slovenskej republiky vrátane Bratislavského kraja.

Obsah Národného strategického plánu rozvoja vidieka podľa strategických osí a priorít

Osi, priority, opatrenia	Aplikácia pre rozvoj CR V BSK
Os. 1. Zvýšenie konkurencieschopnosti poľnohospodárstva a lesného hospodárstva	častočne
Cieľ: Zvýšiť konkurencieschopnosť agropotravinárskeho a lesníckeho sektora	častočne
Priority:	
1. Podpora modernizácie, inovácie a efektívnosti agropotravinárskeho a lesníckeho sektora	1. častočne
2. Prehľbovanie vedomostí a zvyšovanie odborného prehľadu v oblasti agropotravinárstva a lesníctva	2. častočne
Os. 2. Zlepšenie životného prostredia a krajiny	častočne
Cieľ: Vytvárať multifunkčné poľnohospodárske a lesnícke systémy s priaznivým dosahom na životné prostredie, prírodu a vzhľad krajiny	častočne
Priority:	
1. Zachovanie biodiverzity na vidieku a poľnohospodárskych a lesohospodárskych systémov s vysokou prírodnou hodnotou	1. častočne
2. Zachovanie a zlepšenie kvality podzemných a povrchových vôd	2. častočne
3. Zachovanie a zlepšenie kvality poľnohospodárskej a lesnej pôdy	3. nie
4. Zmiernenie dôsledkov klimatických zmien	4. nie
Os 3. Kvalita života vo vidieckych oblastiach a diverzifikácia vidieckeho hospodárstva	áno
Cieľ: Zvýšiť zamestnanosť na vidieku a podporiť rozvoj obcí	áno
Priority:	
1. Vytváranie pracovných príležitostí na vidieku	1. áno
2. Podpora vzdelávacích aktivít	2. častočne
3. Obnova a rozvoj obcí	3. nie
4. Vytváranie miestnych partnerstiev	4. častočne

Opatrenie: Podpora činností v oblasti cestovného ruchu	áno
Os 4. prístup Leader	častočne
Cieľ: Podpora budovania a rozvoj miestnych partnerstiev a využitie vnútorného rozvojového potenciálu vidieka	častočne
Priorita: Zlepšovanie správy (manažmentu) a riadenia a mobilizácia rozvojového potenciálu vo vidieckych oblastiach	častočne

V rámci rozvoja cestovného ruchu na vidieku má význam opatrenie Podpora činností v oblasti vidieckeho cestovného ruchu, ktorá sa orientuje na výstavbu, rekonštrukcia a modernizáciu rekreačných a ubytovacích zariadení s kapacitou 11 - 40 lôžok, agroturistických zariadení s rekondičnými objektmi, areálov s náplňou rekreačných a relaxačných činností a predajní určených na predaj vlastnej produkcie nepoľnohospodárskej povahy.

Finančné vyjadrenie tejto podpory vyjadruje 1,39 % z celkovej sumy čo predstavuje čiastku 27 374,91 EUR pre celé plánovacie obdobie.

V Bratislavskom samosprávnom kraji má podľa rozlohy pomerne veľký podiel vidiek, avšak z hľadiska počtu obyvateľov možno tento kraj charakterizovať ako prevažne mestský región s menej ako 15 % obyvateľstva, ktoré žije vo vidieckych oblastiach (konkrétne 13,4 %). Z uvedeného dôvodu BSK nie je zaradený do skupiny konvergenčných regiónov. Tento fakt sa odzrkadľuje aj na výške finančných zdrojov.

Rozdelenie finančných zdrojov z EPFRV pre Bratislavský samosprávny kraj podľa jednotlivých osí na roky 2007 – 2013 (v EUR)

Os	Celkom EUR	Miera príspevku z EPFRV	Suma z EPFRV v EUR	Návrh čerpania BSK, relevantný pre rozvoj CR
Os 1 Poľnohospodárstva a lesného hospodárstva	24 814 668	50 %	12 407 334	Min. 124 073 Max. 348 146
Os 2 Multifunkčné poľnohospodárske a lesnícke systémy s priaznivým dosahom na životné prostredie, prírodu a vzhľad krajiny	35 807 600	55 %	19 694 180	Min. 196 942 Max. 393 884
Os 3 Kvalita života vo vidieckych oblastiach a diverzifikácia vidieckeho hospodárstva	10 634 856	50 %	5 317 428	Min. 1 063 486 Max. 1 595 228
Os 4 Prístup Leader	2 148 455	55 %	1 181 650	Min. 5 909 Max. 11 816
Technická pomoc	0	0	0	0
Spolu	73 405 579		38 600 592	Min. 1 390 410 Max. 2 349 074

Oprávnení prijímatelia:

Právnické osoby a fyzické osoby podnikajúce v oblasti poľnohospodárstva, ktorých podiel ročných tržieb/príjmov z poľnohospodárskej prvovýroby na celkových tržbách/príjmoch predstavuje minimálne 30 %.

12.5 Návrh čerpania fondov Európskej únie pre rozvoj cestovného ruchu v Bratislavskom samosprávnom kraji

Výpočet navrhovanej sumy pre potreby rozvoja cestovného ruchu v Bratislavskom samosprávnom kraji vychádzal z finančného plánu BSK, ktorý stanovuje jednotlivé zložky finančných zdrojov a kvantifikuje aj čerpanie fondov z EÚ pre potreby rozvoja celého BSK.

Návrh finančných prostriedkov čerpania z fondov Európskej únie pre potreby rozvoja cestovného ruchu sme prepočítavali aj v súlade vybranými indikátormi, ktoré v najvyššej miere ovplyvňujú ekonomické výsledky regiónu z aspektu cestovného ruchu. Je zrejmé, že tieto indikátory sú len orientačné, nakoľko v súčasnosti ešte v Slovenskej republike neexistuje presná štatistická evidencia, ktorú by sme mohli aplikovať na dokonalé prepočty multiplikačných efektov. Výška navrhovaného čerpania z fondov Európskej únie podľa jednotlivých programov je determinovaná konkrétnymi kritériami, ktoré daný program stanovuje a koreláciami vo vzťahu ku cestovnému ruchu.

Základné indikátory, aplikované pri prepočtoch:

Predpokladaný podiel príjmov z CR na tvorbe HDP

Ministerstvo hospodárstva predvída vývoj podielu na HDP v Slovenskej republike v časovom horizonte 2013 v rozsahu 4 %. Je zrejmé, že vzhľadom na výkonnosť ekonomiky BSK, ktorá sa prejavuje v najvyššej tvorbe HND a HDP v Slovenskej republike možno očakávať že aj ekonomické ukazovatele výkonov cestovného ruchu budú podstatne vyššie v porovnaní s inými vyššími územnými celkami. Podiel CR na tvorbe HDP je determinovaný na jednej strane výkonmi CR a na druhej strane štruktúrou odvetví, ktoré sa podieľajú na tvorbe HDP. V nastávajúcom období bude naďalej významným ťahúňom ekonomiky v BSK strojársky automobilový priemysel, finančné služby, plynárenský priemysel a stavebný priemysel. Je však reálny predpoklad, že cestovný ruch bude so svojimi multiplikačnými efektmi zohrávať významnú úlohu a jeho podiel na HDP BSK sa očakáva vo výške 5,5 % v roku 2013.

Predpokladaný podiel zamestnanosti v CR na celkovej zamestnanosti v BSK

Cestovný ruch je aj v dobe progresívnych hi-tec stále výrazne závislý na živjej pracovnej sile. Priama a nepriama zamestnanosť v cestovnom ruchu bude čiastočne ovplyvnená sezónnosťou, avšak aj tak je možné v dôsledku aktivizácie cestovného ruchu očakávať zvýšenie podielu priamej aj nepriamej zamestnanosti v službách pre individuálnych a organizovaných účastníkov cestovného ruchu.

Predpokladaný podiel nepriamych príjmov z CR na tvorbe HDP v budúcnosti bude možné v budúcich rokoch už reálne vypočítať a vykazovať. Podľa súčasných odhadov a výsledkov z krajín, kde štatistické výkazníctvom prostredníctvom turistického satelitného účtu je uvedené do praxe možno predpokladať, že nepriame príjmy z CR navýšia výkony cestovného ruchu o 30 – 40 %.

Predpokladané multiplikačné efekty z CR v aktivizácii investícií budú v zmysle turistického satelitného účtu v budúcnosti známe a kvantifikované. V súčasnosti môžeme pracovať len s odhadom, ktorý predpokladá progresívny rast uvedených efektov vzhľadom na:

- Rozvoj a výstavbu multifunkčných areálov a objektov v Bratislave
- Budovanie infraštruktúry (diaľničné objazdy, prepojenie diaľnic a ciest 1. a 2. triedy, vysokorychlostná trať a pod.)
- Budovanie supraštruktúry cestovného ruchu (5*, 4* hotely v Bratislave, penzióny a ubytovanie v súkromí v BSK, výstavba tematických parkov)
- Bratislave, penzióny a ubytovanie v súkromí v BSK, výstavba tematických parkov)
- Budovanie priemyselných parkov a logistických centier vo viacerých častiach BSK

Stanovené podiely z celkovej sumy určených finančných zdrojov na konkrétne priority, osi, opatrenia, čiastkové ciele.

Návrh čerpania fondov EU pre potreby cestovného ruchu na programovacie obdobie 2007 – 2013 v EUR

Program	Minim. variant	Max. variant
Cezhraničná spolupráca	21 708 022	35 087 760
OP Zamestnanosť a sociálna inklúzia	1 466 010	2 094 303
OP Vzdelávanie	2 801 384	4 242 929
OP Životné prostredie	4 902 977	9 805 954
OP Výskum a vývoj	2 230 348	6 691 044
OP Bratislavský kraj	18 863 340	25 378 213
OP Rozvoj vidieka	1 390 410	2 349 074
Spolu	53 362 491	85 649 277
OP Doprava	37 637 740	75 275 480
Spolu	91 000 231	160 924 757

Z uvedeného prehľadu je zrejmé, že návrh čerpania fondov EÚ je v súlade s požadovaným a očakávaným postavením cestovného ruchu v ekonomike Bratislavského samosprávneho kraja na úrovni „tourist economy“, t.j. so zreteľom na pôsobenie multiplikačných efektov. Návrh čerpania v minimálnom variante bez OP dopravy tvorí 11% z celkovej čiastky európskych fondov disponibilných pre BSK a v maximálnom variante 18%.

Vymedzenie finančných zdrojov, potrebných pre realizáciu Stratégie rozvoja cestovného ruchu v BSK

Vymedzenie opatrení a aktivít, nositeľov, ingerencie a finančných zdrojov je vypracované v súlade so stanoveným strategickým cieľom rozvoja cestovného ruchu v BSK: „Bratislavský samosprávny kraj bude predstavovať v roku 2013 ucelenú, vzájomne prepojenú atraktívnu destináciu s ponukou kvalitnej infraštruktúry, supraštruktúry a služieb cestovného ruchu“.

Špecifické ciele, čiastkové ciele, taktické úlohy, opatrenia a aktivity boli formulované v súlade s prijatými a všeobecne platnými dokumentmi:

- Programové priority v oblastiach pôsobnosti kompetencií BSK, 2007
- Operačný program Bratislavský kraj
- Štátna politika CR SR, 2007
- Nová stratégia rozvoja CR SR do r.2013, 2007

Zároveň boli brané do úvahy výstupy, ktoré boli prezentované v predchádzajúcich častiach Stratégie rozvoja cestovného ruchu. Ide hlavne o nasledovné podklady:

- Analýza SWOT
- Strategická vízia rozvoja cestovného ruchu v BSK
- Náčrt strategickej vízie v oblasti marketingu a marketingovej komunikácie

Vo vzťahu ku financovaniu sme stanovili:

- nositeľov, ktorí sú zodpovední za financovanie stanovených aktivít
- ingerenciu subjektov, ktoré majú eminentný záujem na splnení danej aktivity
- časový harmonogram premietnutý v termínoch vykonávacieho plánu
- možnosti finančných zdrojov

Časový harmonogram na čerpanie finančných zdrojov z fondov Európskej únie pre potreby rozvoja cestovného ruchu v BSK

rok	BSK celkom v mil. EUR	Návrh čerpania pre potreby CR BSK v mil. EUR bez OP Doprava min. variant	Návrh čerpania pre potreby CR BSK v mil. EUR bez OP Doprava Max. variant	Návrh čerpania pre potreby CR BSK v mil. EUR vrátane OP Doprava Min. variant	Návrh čerpania pre potreby CR BSK v mil. EUR vrátane OP Doprava Max. variant
		Min. variant	Max. variant	Min. variant	Max. variant
2007		4	6	7	13
2008		8	13	14	24
2009		9	15	15	28
2010		9	15	15	28
2011		8	13	14	24
2012		7	11	12	20
2013		8	13	14	24
Celkom v EUR	449	53	86	91	161

Uvedený časový harmonogram je stanovený v súlade s vykonávacím plánom, ktorý určuje rozsah úloh v konkrétnych časových úsekoch programovacieho obdobia.

13. Vykonávací plán stanovených úloh

Špecifický cieľ	Čiastkový cieľ	Taktická úloha	Finančné zdroje	Opatrenie	Aktivity	Nositelia	Ingerencia	Vykonávací plán
Predpoklady pre rozvoj cestovného ruchu v BSK	Budovanie komplexnej dopravnej infraštruktúry pre potreby CR	4.1. Podpora budovania a rekonštrukcie infraštruktúry cestovného ruchu v BSK	<p>Kohézny fond,</p> <p>Štrukturálne fondy OP Bratislavský kraj</p> <p>Operačný program SR – Rakúsko,</p> <p>Operačný program SR – Maďarsko</p> <p>Operačný program: Zamestnanosť a sociálna inklúzia</p> <p>Štátny rozpočet,</p> <p>Rozpočet BSK</p> <p>Rozpočet miest a obcí</p> <p>Súkromné zdroje</p> <p>Komerčné úvery</p>	Definovať priestor pre verejný sektor s cieľom jeho participácie na tvorbe podmienok pre rozvoj podnikania v cestovnom ruchu, zvýšení zamestnanosti a kvality života ako obyvateľov regiónu, tak i poskytovateľov služieb v oblasti CR.	<p>- Letisko v Bratislave a jeho areál</p> <p>- Prepojenie cestnej siete na medzinárodný dopravný systém</p> <p>- Integrovaný systém MHD v Bratislave</p> <p>- Skvalitnenie železničnej a autobusovej dopravy v BSK</p> <p>- Skultivovanie a systém bezpečnosti a hygieny na železničných a autobusových staniciach v Bratislave a vo vybraných lokalitách BSK</p> <p>- Rozvoj tematických turistických dopravných liniek v železničnej, autobusovej a lodnej doprave na území BSK</p> <p>- Budovanie obslužných zariadení a jednotných značení na cyklotrasách</p> <p>- Prepojenie lokálnych a medzinárodných cyklotrás v prihraničných oblastiach s Rakúskom, Maďarskom a Českou republikou</p> <p>- Dopravné služby bez bariér pre zrakovo, sluchovo a pohybovo postihnutých</p>	Vláda a jej ministerstvá, Súkromný sektor - podnik. subjekty, BSK, Obce	Vláda a jej rezort MDPT BSK, obce	<p>2010</p> <p>2011</p> <p>2008</p> <p>Priebežne</p> <p>Priebežne</p> <p>2010</p> <p>2009 - 2012</p> <p>2010</p> <p>2011</p>

Špecifický cieľ	Čiastkový cieľ	Taktická úloha	Finančné zdroje	Opatrenie	Aktivity	Nositelia	Ingerencia	Vykonávací plán
		4.2 Podpora budovania a rekonštrukcie supraštruktúry cestovného ruchu v BSK	Súkromné zdroje, Štrukturálne fondy OP BSK OP Rozvoj vidieka Rozpočet BSK Rozpočet miest a obcí		-Výstavba ubytovacích zariadení vyšších tried -Dobudovanie, skvalitnenie a modernizácia vybavenia siete TIK na celom území BSK	Podnikateľské subjekty mestá, obce	BSK, mestá a obce	2010 2009
		6. Podpora rekonštrukcie kultúrno-historických pamiatok a obnova tradícií na území BSK.	Program cezhraničnej spolupráce Štrukturálne fondy: OP rozvoj vidieka OP Bratislavský kraj, Rozpočet BSK Rozpočet miest a obcí Súkromné zdroje	Získavanie zdrojov pre revitalizáciu kultúrnych pamiatok	- Zmapovanie, revitalizácia kultúrnych artefaktov - Svetské stavby vrátane ľudovej architektúry - Sakrálne stavby - Exponáty v múzeách a galériách vrátane ľudových remesiel - Technické pamiatky - Tematické parky (zábavné, ZOO, botanické parky, arboréta) - Oživenie ľudových tradícií veľkonočných a vianočných sviatkov, fašiangy, Turíce - Tvorba tematických kultúrnych produktov ako súčasť ponuky v CR	BSK, MK SR, mestá, obce, Podnikateľské subjekty Vlastníci pamiatok	BSK, MK SR, mestá, obce,	2008 Do 2011 Do 2013 2009 Do 2012 Do 2013 Priebežne Priebežne

Špecifický cieľ	Čiastkový cieľ	Taktická úloha	Finančné zdroje	Opatrenie	Aktivity	Nositelia	Ingerencia	Vykonávací plán
	Spolupráca verejného a súkromného sektora, medzinárodná spolupráca	2.Podpora slovenských a zahraničných investorov v CR, podpora SME podnikateľov a rodinných firiem v CR v rámci kompetencií BSK	Štrukturálne fondy: OP Bratislavský kraj, Programy cezhraničnej spolupráce, OP rozvoj vidieka Súkromné zdroje, Rozpočet BSK Rozpočet miest a obcí	Vstup slovenských a zahraničných investorov do CR a pre ďalší rozvoj SME v CR	- Partnerstvá s cieľom transferu know-how - Podpora podnikateľských subjektov pri vypracovaní rozvojových projektov a hľadani možností kofinancovania - Spolupráca s jednotlivými susediacimi krajinami - V rámci inštitúcií, regionálnych združení a profesijných organizácií	MV RR, MŽP, MPV, BSK, Združenia MP SR	BSK, obce, podnikateľské subjekty	Priebežne Priebežne Priebežne Priebežne

					<p>externému a internému prostrediu</p> <p>*Spolupráca a koordinácia s relevantnými združeniami cestovného ruchu a TIK</p> <p>* prepojenie na konzistentný regionálny informačný systém</p> <p>- Dobudovanie útvarov CR na úradoch miestnej samosprávy</p> <p>- Zriadenie Regionálneho rozvojového centra</p> <p>- Vytvorenie špecializovanej DMC – destinačnej manažérskej agentúry (alebo „tourist board“ – krajského agentúry-úradu CR) pre potreby kongresov, konferencií a ďalších podujatí CR</p> <p>- Budovanie centier pre destinačný manažment v jednotlivých mestách a strediskách CR</p> <p>- rozvoj systému vertikálnej a horizontálnej spolupráce</p> <p>- Participácia na vznikajúcich priemyselno-logistických klastroch v BSK</p> <p>- Kreovanie a upevňovanie turistických klastrov v BSK</p>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					</
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	----

Špecifický cieľ	Čiastkový cieľ	Taktická úloha	Finančné zdroje	Opatrenie	Aktivity	Nositelia	Ingerencia	Vykonávací plán
		7. Podpora regiónov CR pri získavaní finančných prostriedkov zo zdrojov EU	Štrukturálne fondy: OP Bratislavský kraj, OP Životné prostredie Programy cezhraničnej spolupráce, Súkromné zdroje, Rozpočet BSK Rozpočet miest a obcí,	Aktívne zapojenie BSK do plnenia operačného programu Bratislavský kraj	- Pomoc pri vypracovávaní projektov a na získanie finančných prostriedkov z EÚ v programovacom období 2007 až 2013. Ide o relevantné časti operačného programu pre BSK.	MV RR, MŽP, MPV, BSK, združenia	BSK, Obce, Podnikateľské subjekty	priebežne

Špecifický cieľ	Čiastkový cieľ	Taktická úloha	Finančné zdroje	Opatrenie	Aktivity	Nositelia	Ingerencia	Vykonávací plán
	Ľudské zdroje	3. Príprava a rozvoj kvalifikovaných ľudských zdrojov v oblasti cestovného ruchu a súvisiacich službách	<p>EU fondy – OP Zamestnanosť a sociálna inklúzia OP Vzdelávanie</p> <p>Štátny rozpočet,</p> <p>Rozpočet BSK</p> <p>Rozpočet miest a obcí,</p> <p>Súkromné zdroje</p>	Zvýšenie rozsahu a kvality celoživotného vzdelávania, vrátane rozvoja vzdelávania zamestnancov samosprávy.	<p>-Rozvoj možností a podpora vzdelávania pracovníkov v oblasti cestovného ruchu podľa jednotlivých profesií alebo produktov CR</p> <p>- Vytvorenie predpokladov a reálnych možností pre vznik odborných učilišť, špecializovaných vzdelávacích zariadení a ďalších foriem profesionálneho vzdelávania nastupujúcich generácií poskytovateľov služieb v CR</p> <p>Edukácia obyvateľov regiónu BSK s cieľom zmeny ich postoja k poskytovaniu služieb formou motivačných kampaní a špecializovaných programov</p> <p>- Výchova obyvateľstva pre cestovný ruch v spolupráci s médiami, profesijnými zväzmi a neziskovými organizáciami</p>	Ministerstvo školstva, podnikateľ. subjekty, médiá, profesijné združ, obce	BSK, obce	<p>Priebežne</p> <p>Do 2010</p> <p>Priebežne Ročné intervaly</p> <p>Priebežne Ročné intervaly</p>
				Spolupráca s B2B sektorom	- Aktívna účasť odbornej verejnosti pri tvorbe významných dokumentov a odborné posudky v rozhodovacích procesoch	Profesijné asociácie, vzdeláv. inštitúcie, BSK	BSK	Ročné intervaly

Špecifický cieľ	Čiastkový cieľ	Taktická úloha	Finančné zdroje	Opatrenie	Aktivity	Nositelia	Ingerencia	Vykonávací plán
	Strategický marketing	8. Kontinuálny marketingový výskum dopytu a ponuky CR v SR a na zahraničných trhoch	Štrukturálne fondy: OP Bratislavský kraj Rozpočet BSK Rozpočet miest a obcí Súkromné zdroje	Zabezpečiť profesionálny marketingový výskum a vyhodnocovanie spätnej väzby	- Výskumné projekty, výskum trhu podľa teritoriálnych a produktovej segmentácie, výskum spotrebiteľského dopytu podľa preferovaných segmentov	BSK, profesijné asociácie, podnikateľské subjekty, čiastočne SACR,	BSK	polročné intervaly
				Marketing produktu	Budovanie imidžu a značky hl. mesta SR	BSK, čiastočne Magistrát hl. mesta Bratislavy, podnikateľské subjekty, marketingové agentúry	BSK, Magistrát hl. mesta Bratislavy	2008 a priebežne
					Plnohodnotná ponuka CR hl. mesta Bratislavy v súlade so stanovenou produktovou líniou			Do 2009 1.ČL Do 2010 2.ČL Do 2013 3.ČL
					Plnohodnotná ponuka CR Karpatského a Senecského regiónu v súlade so stanovenou produktovou líniou			Do 2009 1.ČL Do 2010 2.ČL Do 2013 3.ČL
					Rozvoj novej pestrej ponuky CR na Záhorí v súlade so stanovenou produktovou líniou			Do 2009 1.ČL Do 2010 2.ČL Do 2013 3.ČL

Špecifický cieľ	Čiastkový cieľ	Taktická úloha	Finančné zdroje	Opatrenie	Aktivity	Nositelia	Ingerencia	Vykonávací plán
	Komunikačný mix	9. Aplikácia informačných technológií v cestovnom ruchu	Štrukturálne fondy OP Bratislavský kraj Rozpočet BSK, Rozpočet miest a obcí Súkromné zdroje	Aplikácia a implementácia progresívnych informačných technológií a internetového portálu s dominantnou orientáciou na návštevníka regiónov BSK s cieľom funkčného dynamického interaktívneho prístupu.	- Elektronický systém informácií - rozvoj portálu Tourism-friendly - napojenie na NUTIS racionalizácia logistiky komunikačných elektronických ciest - Prepojenie na trhovo významné elektronické kanály a domény - aplikácia nových informačných technológií	BSK, Magistrát hl. mesta Bratislavy, podnikateľské subjekty, marketingové agentúry	BSK, Magistrát hl. Mesta Bratislavy, mestá a obce v BSK	2009 Priebežne 2009 priebežne
		5. Podpora existujúcich a rozvoj nových foriem a produktov cestovného ruchu v súlade s programom trvalo udržateľného rozvoja a ochranou životného prostredia	Štrukturálne fondy: OP Bratislavský kraj OP Životné prostredie Rozpočet SACR – v rámci Slovenska Rozpočet BSK Rozpočet miest a obcí súkromné zdroje	marketingový manažment nových foriem a produktov cestovného ruchu.	Práca s médiami, press tripy, tlačové konferencie Prezentácie	BSK, MŽP		Od 2008 ročné intervaly
					Práca s potenciálnymi návštevníkmi a turistami, Cílené kampane podľa teritoriálneho a spotrebiteľského segmentu	BSK, podnikateľské subjekty	BSK	polročné intervaly

