

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu v Bratislavskom kraji do roku 2030

ANALYTICKÁ ČASŤ



Hlavní autori :

Mgr. Barbora Lukáčová

Mgr. Martin Hakel, BA

Ing. Matúš Krnčok

Mgr. Milan Zálešák

Mgr. Richard Lettrich

Ing. Katarína Hroboňová

Martina Gruyová, MA

Spolupracovali:

doc. Mgr. art. Svetlana Waradzinová - oddelenie kultúry BSK

Ing. Tatiana Mikušová - Slovenský Dom Centrope

František Stano - Krajská organizácia cestovného ruchu BRT

Obsah

Úvod.....	5
1.1 Kľúčové výrazy a definície.....	5
1.2 Organizácie pre cestovný ruch	7
2. Globálny vývoj a trendy turizmu	10
2.1 Globálne trendy turizmu	10
2.2 Globálny turizmus do roku 2019	11
2.3 Turizmu na Slovensku do roku 2019.....	12
2.4 Turizmus v Bratislavskom kraji do roku 2019	15
2.5 Pandemická situácia a turizmus – turizmus po roku 2019	18
2.5.1 Pandemická situácia a turizmus vo svete	18
2.5.2 Pandemická situácia a turizmus na Slovensku	21
2.5.3 Pandemická situácia a turizmus v Bratislavskom kraji	23
3. Analytická časť	26
3.1. Legislatívne a strategické rámce.....	26
3.1.1 Legislatívne rámce	26
3.1.2 Strategické rámce	27
3.2 Hodnotenie turistickej ponuky.....	29
3.2.1 Primárna ponuka	29
3.2.2 Sekundárna ponuka	34
3.2.3 Vybrané druhy a formy cestovného ruchu v Bratislavskom kraji.....	46
3.2.4 Produktové línie Bratislavského kraja.....	73
3.3 Hodnotenie turistického dopytu.....	78
3.3.1 Trhové skupiny.....	78
3.3.2 Vnútna a vonkajšia konkurencia	81
3.4 Kultúrny a sociálny význam turizmu pre rozvoj regiónu	85
3.4.1 Kultúrny význam turizmu	85
3.4.2 Turizmus ako nástroj na podporu návratnosti investícií do kultúry	87
3.4.3 Sociálny význam turizmu	89
3.5 Destinačný manažment a marketing.....	92
3.5.1 Destinačný manažment	92
3.5.2 Destinačný marketing.....	94
4. Naplnené ciele a priority turizmu v Bratislavskom kraji v období 2015 – 2020	97
5. SWOT analýza	104
Zdroje	106

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1	Vývoj počtu návštevníkov a prenocovania v okresoch v rokoch 2015 - 2020	23
Tabuľka 2	Prírodné atrakcie v Bratislavskom kraji podľa regiónov	30
Tabuľka 3	Kultúrne a historické atrakcie v Bratislavskom kraji podľa regiónov	32
Tabuľka 4	Ubytovacie zariadenia v roku 2019	35
Tabuľka 5	Turistické informačné kancelárie na území BSK	39
Tabuľka 6	Prehľad najznámejších turistických atrakcií kultúrneho a historického zamerania na území BSK.....	47
Tabuľka 7	Prehľad kultúrnych inštitúcií v pôsobnosti BSK.....	47
Tabuľka 8	Prehľad kultúrnych inštitúcií v pôsobnosti BSK.....	48
Tabuľka 9	Prehľad tradičných špecialít v mikroregiónoch	50
Tabuľka 10	Prehľad tradičných vín a novošľachtencov na území Bratislavského kraja	51
Tabuľka 11	Prehľad chráneného územia BSK	52
Tabuľka 12	Subjekty zapojené do ponuky vidieckeho turizmu a agroturizmu	53
Tabuľka 13	Prehľad národných chodníkov na území Bratislavského kraja	55
Tabuľka 14	Sieť trás cyklistickej dopravy v zmysle záväznej časti ÚPN R BSK	57
Tabuľka 15	Monitoring počtu prejazdov prostredníctvom cyklosčítačov BRT a BTB	58
Tabuľka 16	Prehľad počtu turistov vodného turizmu v sezóne (apríl- október)	59
Tabuľka 17	Prehľad vodných plôch vhodných na kúpanie v sezóne 2021	60
Tabuľka 18	Prehľad vodných nádrží, jazier, rybníkov na území Bratislavského kraja.....	60
Tabuľka 19	Prehľad festivalov na území BSK	63
Tabuľka 20	Prehľad filmových festivalov, súťaží a prehliadok na území Bratislavského kraja	66
Tabuľka 21	Návrh kultúrnej tematickej cesty rodu Pálfi na území BSK	70
Tabuľka 22	Návrh kultúrnej tematickej cesty rodu Esterházi na území BSK.....	71
Tabuľka 23	Prehľad ohniskových bodov rozvoja tematickej cesty v Bratislavskom kraji	71
Tabuľka 24	Ohniskové body rozvoja tematickej cesty židovskej kultúry v Bratislavskom kraji	72
Tabuľka 25	Produktové línie Bratislavského kraja	74
Tabuľka 26	Menovateľ výberu destinácie v závislosti od cieľovej skupiny	80
Tabuľka 27	Počet prepravených osôb a bicyklov v období 2017-2020	98
Tabuľka 28	Obdobie a trasa premávania Malokarpatského expresu 2020.....	99
Tabuľka 29	Prehľad počtu km údržby cykloturistických chodníkov na území BSK.....	100
Tabuľka 30	Prehľad počtu projektov v rámci BRDS pre oblasť turizmu.....	101

Zoznam grafov

Graf 1	Vývoj počtu návštevníkov v ubytovacích zariadeniach na Slovensku 2009 - 2019....	13
Graf 2	Vývoj podielu HDP CR na HDP ekonomiky Slovenska	14
Graf 3	Vývoj počtu návštevníkov v Bratislavskom kraji 2009-2019.....	15
Graf 4	Medziročný vývoj počtu návštevníkov v Bratislavskom kraji.....	16
Graf 5	Vývoj počtu návštevníkov v hl. meste Bratislava 2009-2019	16
Graf 6	Vývoj počtu návštevníkov okresov Malacky, Pezinok a Senec na celkovom počte návštevníkov v BSK v % v r. 2009-2019.....	17
Graf 7	Vývoj priemernej dĺžky ubytovania v Bratislavskom kraji 2009-2019.....	17
Graf 8	Počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach cestovného ruchu SR 2019-2021	21
Graf 9	Vývoj počtu ubytovacích zariadení na území BSK	35
Graf 10	Vývoj počtu ubytovacích zariadení na území mesta Bratislava	36
Graf 11	Vývoj počtu ubytovacích zariadení v okresoch BSK	36
Graf 12	Vývoj priemernej dĺžky ubytovania v SR.....	36
Graf 13	Vývoj priemernej dĺžky ubytovania na území BSK	38
Graf 14	Porovnanie počtu cestujúcich v roku 2018 a 2019 na jednotlivých letiskách.....	45
Graf 15	Vývoj počtu návštevníkov akcií kongresového cestovného ruchu na území BSK....	62
Graf 16	Vývoj počtu akcií kongresového cestovného ruchu v BSK.....	63

Graf 17 Sezónnosť festivalového turizmu.....	65
Graf 18 Motivácia návštevníkov prísť do Bratislavského kraja.....	75
Graf 19 Vývoj počtu zahraničných návštevníkov podľa zdrojovej krajiny v BSK.....	78
Graf 20 Porovnanie výkonov CR počas pandémie za prvý polrok daného roku v Regióne Bratislava.....	97

Zoznam obrázkov

Obrázok 1 Objem zahraničnej návštevnosti a výdavkov na svetovej úrovni	11
Obrázok 2 Ekonomický význam cestovného ruchu ako odvetvia na Slovensku.....	14
Obrázok 3 Medziročný pokles v počte zahraničných návštevníkov v roku 2020	19
Obrázok 4 Vývoj počtu zahraničných návštevníkov v roku 2020 a predpokladaný vývoj na rok 2021	20
Obrázok 5 Porovnanie počtu návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v krajoch SR v roku 2019 a 2020	22
Obrázok 6 Prehľad atraktivít v Bratislavskom kraji	31
Obrázok 7 Koncepcia územného rozvoja Slovenska – Rekreačia a cestovný ruch.....	33
Obrázok 8 Geopark Malé Karpaty	49
Obrázok 9 : Prehľad nástupných a výstupných miest vodného turizmu na území BSK	59
Obrázok 10 Cesta Železnej opony	69
Obrázok 11 Mapa synagóg na území BSK	72
Obrázok 12 Malokarpatská vinohradnícka oblasť na území BSK.....	73
Obrázok 13 Atraktivity a kultúrno historické ciele turizmu na území Bratislavského kraja..	78
Obrázok 14 Rozdelenie územia podľa regiónov	83
Obrázok 15 Územná pôsobnosť regionálnych značiek SR.....	87
Obrázok 16 Porovnanie výdavkov a dopytu v oblasti kultúry.....	88

Úvod

Koncepcia cestovného ruchu v Bratislavskom kraji do roku 2030 predstavuje základný strategický dokument pre oblasť cestovného ruchu v rámci ktorého sú pomenované hlavné problémy, výzvy a priority územia. Hlavné východiská dokumentu vychádzajú z analýzy územia ako aj z iných koncepcných dokumentov BSK, ako napríklad z Programu hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja Bratislavského samosprávneho kraja 2021-2027 (PHRSR BSK). Bratislavský kraj predstavoval v roku 2019 najsilnejší región na Slovensku pre krátkodobý a zahraničný turizmus. Táto východisková situácia vytvára pre BSK silnú motiváciu rozvíjať cestovný ruch, na druhej strane z nej však vyvstávajú výzvy v podobe budúceho trendu počtu návštevníkov, počtu dní prenocovania, budovania turistickej infraštruktúry. Tieto výzvy je potrebné podchytiť správne nastavenými opatreniami.

Cieľom Koncepcie cestovného ruchu do roku 2030 je zvýšiť rozmanitosť a kvalitu kultúry a podporiť udržateľnosť turizmu podľa stanoveného globálneho cieľa. Špecifickými cieľmi, ktoré sú v strategickej časti rozvinuté do konkrétnych opatrení a aktivít, sú:

- zlepšenie podmienok pre rozvoj a rozšírenie ponuky udržateľného cestovného ruchu pomocou budovania základnej a doplnkovej infraštruktúry s dôrazom na šetrné zaobchádzanie s prírodným a kultúrnym bohatstvom kraja;
- zlepšenie koordinácie medzi organizáciami podieľajúcimi sa na rozvoji cestového ruchu v Bratislavskom kraji s cieľom zvýšiť efektivitu vykonávaných aktivít a zaručiť kontinuálny rozvoj Bratislavského kraja ako atraktívnej destinácie;
- zabezpečenie zacielenej marketingovej podpory pre produkty cestovného ruchu, ktoré majú význam pre rozvoj kraja;
- synergia oblastí regionálneho rozvoja a cestovného ruchu, ktoré sa vzájomne dopĺňajú a vytvárajú si tak vhodné podmienky na ďalší rozvoj.

Dokument pozostáva z troch hlavných častí, ktorými sú analytická, strategická a programová časť (t.j. akčný plán). má prispieť k strategickému nasmerovaniu cestovného ruchu v kraji. Sústreďuje sa najmä na rozvoj udržateľného cestovného ruchu a na zefektívnenie destinačného manažmentu a marketingu na území BSK. Posledná časť dokumentu je venovaná synergiám medzi cestovným ruchom a inými sektorovými politikami, akými sú mobilita, životné prostredie a vzdelávanie. Správnym nastavením cieľov a ich napĺňaním v rámci akčného plánu sa očakáva zefektívnenie rozvoja a zacielených investícií v oblasti cestovného ruchu na území BSK, čo prispeje k vyššie definovaným cieľom.

1.1 Kľúčové výrazy a definície

Turizmus/Cestovný ruch (*Tourism/Tourist trade*)

Je súbor činností zameraných na uspokojovanie potrieb súvisiacich s cestovaním a pobytom osôb mimo miesta trvalého bydliska a zvyčajne vo voľnom čase. Ich cieľom je odpočinok, poznávanie, zdravie, rozptýlenie a zábava, kultúrne a športové vyžitie, služobné cesty, t. j. získanie komplexného zážitku.

Pomenovania turizmus a cestovný ruch sa všeobecne používajú ako synonymá, avšak v odbornej paradigme je zaznamenaný rozdiel medzi danými dvoma výrazmi. Týmto rozdielom je, že cestovný ruch je významovo užším pojmom, ktorý sa viaže k spoločenským aktivitám, ktoré sú výsledkom premiestňovania obyvateľstva za účelom regenerácie, oddychu alebo spoznávania nových miest. Sleduje interakciu a dôsledky medzi človekom a prostredím. Na druhej strane turizmus je vnímaný v širšom kontexte, zahŕňa manažment destinácie a marketing. Napriek tomu je na Slovensku tradične zaužívaný pojem cestovný ruch a turizmus je vnímaný len ako modernejšia alternatíva.

Forma cestovného ruchu (*Form of tourism*)

Vyjadruje motív cestovania účastníkov a ich pobytu v cieľovom mieste, čiže opisuje dôvod cestovania. Forma cestovného ruchu závisí od priestorových, časových, sociálnych, demografických, ekonomických a spoločenských podmienok. Medzi formy cestovného ruchu patrí napríklad rekreačný, športový alebo zdravotný cestovný ruch.

Druh cestovného ruchu (*Kind of tourism*)

Opisuje rozličné príčiny ovplyvňujúce cestovný ruch a ich dôsledky. Druh cestovného ruchu môžeme rozlišovať z geografického hľadiska, podľa počtu účastníkov, podľa veku návštevníkov, podľa prevažujúceho miesta pobytu, podľa ročného obdobia, podľa spôsobu organizovania, podľa použitého dopravného prostriedku, z hľadiska dynamiky, zo sociologického hľadiska a podobne. Napríklad prímestský a horský turizmus, sezónny a celoročný, alebo kolektívny a individuálny cestovný ruch.

Produkt cestovného ruchu (*Tourism product*)

Je úžitok, ktorý vyplýva z ponuky tovarov a služieb v oblasti cestovného ruchu a má schopnosť uspokojiť potreby návštevníkov a vytvoriť tak komplexný súbor zážitkov. Primárnu ponuku tvorí cieľové miesto a sekundárnu ponuku tvoria služby a tovary, ktoré produkujú podniky a inštitúcie cestovného ruchu.

Cestovná kancelária (*Tour operator*)

Je podnikateľský subjekt cestovného ruchu, ktorý na základe živnostenského oprávnenia poskytuje služby v rozsahu určenom zákonom č. 281/2011 Z. z. o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr a zmene a doplnení Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov. Hlavným predmetom jej činnosti je organizovanie, ponuka a predaj zájazdov konečnému spotrebiteľovi, s ktorým musí vo vlastnom mene uzatvoriť zmluvu o obstaraní zájazdu.

Cestovná agentúra (*Travel agent's / Travel agency*)

Cestovná agentúra sa od cestovnej kancelárie líši tým, že pri predaji zájazdov konečným spotrebiteľom môže plniť len funkciu sprostredkovateľa cestovnej kancelárie.

Turistická informačná kancelária (*Tourist information office*)

Je zariadenie cestovného ruchu zamerané na poskytovanie informácií, predaj spomienkových predmetov a iného doplnkového tovaru návštevníkom. Podieľa sa na propagácii a rozvoji cestovného ruchu v cieľovom mieste. Zriaďuje sa v mestách a strediskách cestovného ruchu. Zaužívaným je aj názov turistické informačné centrum.

Zahraničný cestovný ruch (*International tourism*)

Je formou cestovného ruchu, ktorý predstavuje cestovanie a pobyt obyvateľov v zahraničí kratší ako jeden rok, ktorého cieľom je oddych, poznávanie, kultúrne a športové vyžitie a pod. Zahraničný cestovný ruch sa delí na príchodový (*inbound*) a odchodový (*outbound*) cestovný ruch.

Domáci cestovný ruch (*Domestic tourism*)

Je cestovanie a pobyt domáceho obyvateľstva vo vlastnej krajine s cieľom využiť voľný čas na odpočinok, poznávanie, rozptýlenie, zábavu, kultúrne a športové vyžitie a podobne. Domáci cestovný ruch sa týka pobytu s dĺžkou do šesť mesiacov.

Návštevník (*Visitor*)

Je subjekt cestovného ruchu, ktorý cestuje do cieľovej destinácie mimo miesta svojho trvalého bydliska na menej ako jeden rok. Podľa UNWTO (1991) ide o cestujúceho, zahrňovaného do štatistiky cestovného ruchu, t.j. osobu, ktorá cestuje na prechodný čas do iného miesta, ako je obvyklé miesto jej pobytu, pričom hlavný účel cesty je iný ako vykonávanie zárobkovej činnosti v navštívenom mieste. V odbornej literatúre sa rozlišuje medzi turistom a jednodenný návštevníkom. Pojem turista pomenúva návštevníka, ktorý strávi v cieľovej destinácii minimálne jednu noc.

Destinačný manažment (*Destination Management*)

Slovné spojenie, kde destinácia znamená cieľové miesto a manažment riadenie a koordináciu. Pre destináciu je typická veľká koncentrácia atraktivít cestovného ruchu, rozvinuté služby a ďalšia infraštruktúra cestovného ruchu, ktorých výsledkom je veľká dlhodobá koncentrácia návštevníkov. V širšom zmysle môžeme teda chápať destináciu – samotné územie – ako produkt marketingu územia, ktorý je cieľovým objektom marketingových aktivít územnej samosprávy.

Destinačný marketing (*Destination marketing*)

Je jednou z funkcií v rámci širšie vnímaného inkluzívneho konceptu destinačného manažmentu. Je to uvedomelý, postupne prebiehajúci proces, prostredníctvom ktorého organizácia destinačného manažmentu plánuje, skúma, implementuje, kontroluje a hodnotí programy zamerané na uspokojenie potrieb a túžob cestujúcich rovnako ako vízií, cieľov a zámerov samotnej turistickej destinácie a jej organizácií.

1.2 Organizácie pre cestovný ruch

Organizáciu cestovného ruchu možno v najširšom slova zmysle charakterizovať ako organizáciu, ktorej cieľom je podporovať rozvoj turizmu a to rôznymi formami, ako napríklad vzdelávaním, marketingom, riadením, investíciami, environmentálnou podporou či socio-kultúrnymi programami. Strešnou organizáciou na medzinárodnej úrovni je **UNWTO – Svetová organizácia pre cestovný ruch**, ktorá je najväčšou a najvýznamnejšou medzinárodnou turistickou organizáciou. Jej primárnym cieľom je podpora turizmu ako hnacej sily ekonomického rastu, inkluzívneho rozvoja a environmentálnej udržateľnosti. Zároveň plní funkciu globálneho fóra pre tvorbu politík a slúži ako zdroj vedomostí a praktických znalostí v oblasti turizmu.

V súvislosti s medzinárodnou spoluprácou a kooperáciou je potrebné spomenúť i platformy akými sú *Výbor pre cestovný ruch OECD*, *Die Donau – medzinárodné spoločenstvo podunajských štátov*, *ARGE Donau Länder*, či oblasť turizmu zastrešená v rámci *Európskej komisie – Výbor pre dopravu a cestovný ruch*. Spoločným cieľom týchto globálnych platforiem je koordinácia politík a aktivít v oblasti turizmu. Na základe participácie Slovenska

vo vybraných organizáciách vzniká účelnejšia implementácia globálnych trendov do národného a regionálneho územia.

Na národnej úrovni je zastrešujúcim orgánom pre turizmus novo vzniknutá agentúra **Slovakia Travel**, ktorá bola založená ku dňu 1.4. 2021. Slovakia Travel plní úlohu štátnej marketingovej agentúry pre propagáciu Slovenska v zahraničí a jedným z jej cieľov je vytvoriť dátové centrum pre cestovný ruch. Ďalšími aktivitami NTS je :

- poskytovanie informácií o možnostiach cestovného ruchu na Slovensku;
- propagácia Slovenska ako atraktívnej cieľovej krajiny cestovného ruchu;
- prispievanie k tvorbe pozitívneho obrazu Slovenska v zahraničí;
- podpora tvorby a predaja produktov cestovného ruchu Slovenskej republiky.

Sekcia cestovného ruchu na Ministerstve dopravy a výstavby SR (SCR MDaV SR) zastrešuje legislatívu turizmu v zmysle zákona č. 91/2010 o podpore cestovného ruchu. Sekcia cestovného ruchu MDV zastupuje Slovensko v medzinárodných organizáciách, je zastúpená v rôznych pracovných skupinách. Strategickým poslaním SCR MDaV SR je spolupráca na stratégiách, koncepciách, akčných plánoch menej rozvinutých okresov. Ďalej zabezpečuje účasť na medzinárodných výstavách a veľtrhoch turizmu, organizuje návštevy novinárov, blogerov, cestovných kancelárií, zúčastňuje sa odborných podujatí a prezentuje turizmus Slovenska na domácom aj zahraničnom trhu.

Tvorba a implementácia značky Slovensko (tzv. branding) je súčasťou procesu zabezpečenia jednotnej prezentácie Slovenska v zahraničí, ktorý vyplynul **Ministerstvu zahraničných vecí a európskych záležitostí SR** z programového vyhlásenia vlády SR na roky 2016-2021. Proces budovania značky krajiny sa zameriava na identifikovanie príťažlivých, dôveryhodných komunikačných posolstiev a ich grafických stvárnení, s ktorými sa stotožní domáca verejnosť, a ktoré po ich uvedení do prezentačnej praxe štátu pomôžu pri vytváraní pozitívneho imidžu v zahraničí. Touto značkou je *Good Idea Slovakia/ Dobrý nápad, Slovensko*, ktorým sa Slovenská republika prezentuje v zahraničí (MZVEZ SR, 2021).

Na štruktúrnej hierarchickej osi vychádzajúcej z legislatívy pre turizmus má nezastupiteľné miesto samospráva, ktorá plní na regionálnej úrovni funkciu koordinátora, gestora politík v území, ako aj tvorcu stratégií cestovného ruchu a ich implementácií v území. Jej významnou kompetenciou je i založenie Krajskej organizácie cestovného ruchu, v spolupráci s ktorou napĺňa stratégiu rozvoja, manažmentu destinácie a marketing.

Krajská organizácia cestovného ruchu (KOCR) je organizáciou destinačného manažmentu založená samosprávnym krajom a oblasťnými organizáciami cestovného ruchu podľa Zákona č.91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu. KOCR realizuje marketingové nástroje a propagáciu destinácií a ich kľúčových produktov a značiek na regionálnej, národnej a medzinárodnej úrovni.

Oblasťná organizácia cestovného ruchu (OOCR) je organizáciou destinačného manažmentu ktorá je na rozdiel od KOCR formovaná obcami, mestskými časťami a podnikateľskými subjektami. Oblasťné organizácie zastrešujú a podporujú marketing a manažment na lokálnej úrovni. Práve členstvo jednotlivých subjektov cestovného ruchu v oblasťnej organizácii prispieva k efektívnosti a tvorbe manažmentu cestovného ruchu ako i samotnému rozvoju jednotlivých produktov. Takýmito členmi môžu byť aj **MAS (Miestna akčná skupina)**, či iné združenia zjednocujúce súbor produktov v určitom území, ktoré zjednocujú samotných nositeľov turistického produktu.

Jasné zadefinovanie jednotlivých úloh a kompetencií organizačných zložiek cestovného ruchu, ako aj synergia aktivít sú prioritami pri dosahovaní spoločného rozvoja turistickej destinácie v regióne.

Rámcové rozdelenie jednotlivých úloh organizácií

Ministerstvo dopravy a výstavby SR Sekcia cestovného ruchu	Všeobecná propagácia destinácie Slovensko v zahraničí aj doma: - vypracováva štátnu politiku rozvoja CR ,stratégiu a koncepciu rozvoja CR, - vypracováva návrhy všeobecne záväzných právnych predpisov v oblasti CR, - zabezpečuje implementáciu právne záväzných aktov Európskej únie v oblasti CR, - koordinuje výkon aktivít v CR s ostatnými subjektami - zabezpečuje plnenie úloh vyplývajúcich z členstva v medzinárodných organizáciách a medzištátnych združeniach CR, ako aj z medzinárodných zmlúv v oblasti CR, - presadzuje záujmy CR a zabezpečuje plnenie úloh vyplývajúcich zo štátnej politiky v oblasti jednotnej prezentácie Slovenska v zahraničí, - koordinuje aktivity v oblasti manažmentu značky destinácie, - vykonáva aktivity v oblasti marketingu a propagácie krajiny doma a v zahraničí, - zabezpečuje budovanie a efektívnu činnosť vlastných oficiálnych zastúpení
Slovakia Travel	-všeobecná propagácia destinácie Slovensko ako atraktívnej cieľovej destinácie v zahraničí aj doma -mapovanie a analýza zariadení cestovného ruchu v Slovenskej republike - analýza a výskum jednotlivých zahraničných trhov - zber a analýza dát vytvorením špecifického dátového centra - prispievanie k tvorbe pozitívneho obrazu Slovenska v zahraničí - podpora tvorby a predaja produktov cestovného ruchu Slovenskej republiky.
KOCR	-koordinuje rozvoj produktu na regionálnej úrovni - realizuje marketingové nástroje a propagáciu jednotlivých destinácií a ich kľúčových produktov a značiek na celonárodnej úrovni a v zahraničí - spolupráca na tvorbe a realizácii národnej a regionálnej stratégie rozvoja cestovného ruchu - iniciovanie a zabezpečenie tvorby, manažmentu a prezentácie produktov cestovného ruchu - možnosť zriadenia alebo založenia turistického informačného centra - spolupráca s ústrednými orgánmi štátnej správy na plnení úloh cestovného ruchu
OOCR	-iniciuje, koordinuje, podporuje a pomáha tvorbe, rozvoju a sieťovaní produktov a značky v destinácii a robí im v zmysle stratégie a výšky rozpočtu marketing vo vnútri a mimo destinácie
Skupina poskytovateľov (MAS, združenie)	-tvorí a predáva súbor produktov v určitom území a robí mu propagáciu v okolí
Poskytovateľ služby/atraktivita/obec	-tvorí a predáva produkt (službu, tovar, zážitok) a robí mu propagáciu v okolí -obec vytvára podmienky a infraštruktúru

(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa Stratégie rozvoja cestovného ruchu v BSK do 2020, 2021)

2. Globálny vývoj a trendy turizmu

2.1 Globálne trendy turizmu

Turizmus predstavuje jeden z najdynamickejších a najrýchlejšie rastúcich segmentov globálnej ekonomiky. Na svetovej úrovni je ovplyvnený hospodárskymi, ekonomickými, sociálnymi, environmentálnymi a technologickými vplyvmi. Rastúci trend, ktorý vytvára tlak na infraštruktúru, životné prostredie, lokálne komunity a iné širšie oblasti vyžaduje vytvorenie nástrojov, ktorých implementáciou je potrebné zabezpečiť udržateľnosť a kvalitu životného prostredia. Tieto pohyby pretvárajú obraz sveta a stávajú sa dlhodobými trendami tzv. *megatrendami* v najširších sektoroch ako demografia, ekonomické prepojenie, verejný dlh, klimatická zmena či urbanizmus. Výbor pre cestovný ruch OECD (OECD, 2018) klasifikuje 4 megatrendy, ktoré majú významný vplyv na formovanie turizmu na globálnej úrovni:

Dopyt návštevníkov

V priebehu nasledujúcich dekád možno očakávať rozvoj ekonomického vplyvu návštevnosti na sektory destinácie (tzv. *visitor economy*) zapríčinený nárastom vzdelanostnej úrovne a príjmov v rozvíjajúcich sa ekonomikách, ktoré v kombinácii so vznikom nových trhových skupín, ako aj starnutím populácie bude mať vplyv na nové tendencie v cestovaní a očakávaníach cestovateľov. I keď môžeme sledovať spomalený nárast počtu svetovej populácie, tento nárast naďalej pretrváva - zo 7.4 mld. v roku 2015 na očakávaných 9.7 mld. do roku 2050. Svetový turizmus bude taktiež musieť reagovať na zmeny trhových skupín a ich dopytu, kedy trhové skupiny populácie 60+, mileniálov a generácie Z sa stanú kľúčovými pre nasledujúcich 20-30 rokov. Podporou regiónov a lokálnych komunit budú krajiny musieť reagovať i na výzvy spojené s prílevom návštevníkov a rastom domáceho turizmu.

Udržateľný turizmus

Turizmus, ako jeden z mnohých sektorov prispieva k environmentálnej záťaži formou spotreby energie, tvorby skleníkových plynov a využívaním vody a pôdy. Na druhej strane však na základe jeho multidimenzionálneho charakteru a prierezovej povahy môže práve turizmus prispieť k pozitívnej zmene, zvýšeniu povedomia o environmentálnych problémoch a hodnotách. Ako jeden z významných prispievateľov k implementácii Agendy 2030 pre udržateľný rozvoj, turizmus presadzuje udržateľnú spotrebu a produkciu. Výzvou pre budúcnosť v rámci udržateľného rozvoja tak zostáva:

- lepšie porozumenie potenciálnym dopadom rôznych druhov a foriem turizmu na prírodné zdroje;
- dokázať, že i politiky šetrné voči životnému prostrediu môžu byť priaznivé pre biznis prostredie;
- hľadanie možností synergií naprieč politikami v iných oblastiach.

Dostupnosť technológií

Digitalizácia a mobilné technológie vytvárajú a kontinuálne pretvárajú nové platformy turizmu. Rozvoj technológií, digitalizácie a automatizácie poskytuje priestor a možnosti pre opätovné prehodnotenie možných benefitov pre návštevníkov, ako aj pre lokálne obyvateľstvo. Otázky ako zamestnanosť, ochrana užívateľa, ochrana súkromia, zdanenie a regulácie by mali byť v zmysle digitálneho rozvoja znovu otvorené.

Cestovná mobilita

Jedným zo základných komponentov turistického systému je dopravná vybavenosť, prepojenosť a dostupnosť. Poloha, kapacita, efektívnosť a prepojenosť v doprave majú kľúčovú úlohu pri rozvoji destinácie, mobility návštevníkov a prepojení turistických zážitkov. Mobilita v nasledovných 20-25 rokoch bude ovplyvnená zvnútra i zvonka a to narastajúcim počtom

návštevníkov, bezpečnosťou pohybu, politikou migrácie, inováciami v doprave, prístupom k infraštruktúre, či leteckou reguláciou. Tieto vstupy a vplyvy je potrebné regulovať cez jednotlivé politiky štátov. Rozvojom integrovaných dopravných systémov a multimodálnych uzlov možno dosahovať väčšiu dostupnosť krajín a regiónov, podporu udržateľnej dopravy a jednoduchších dopravných riešení.

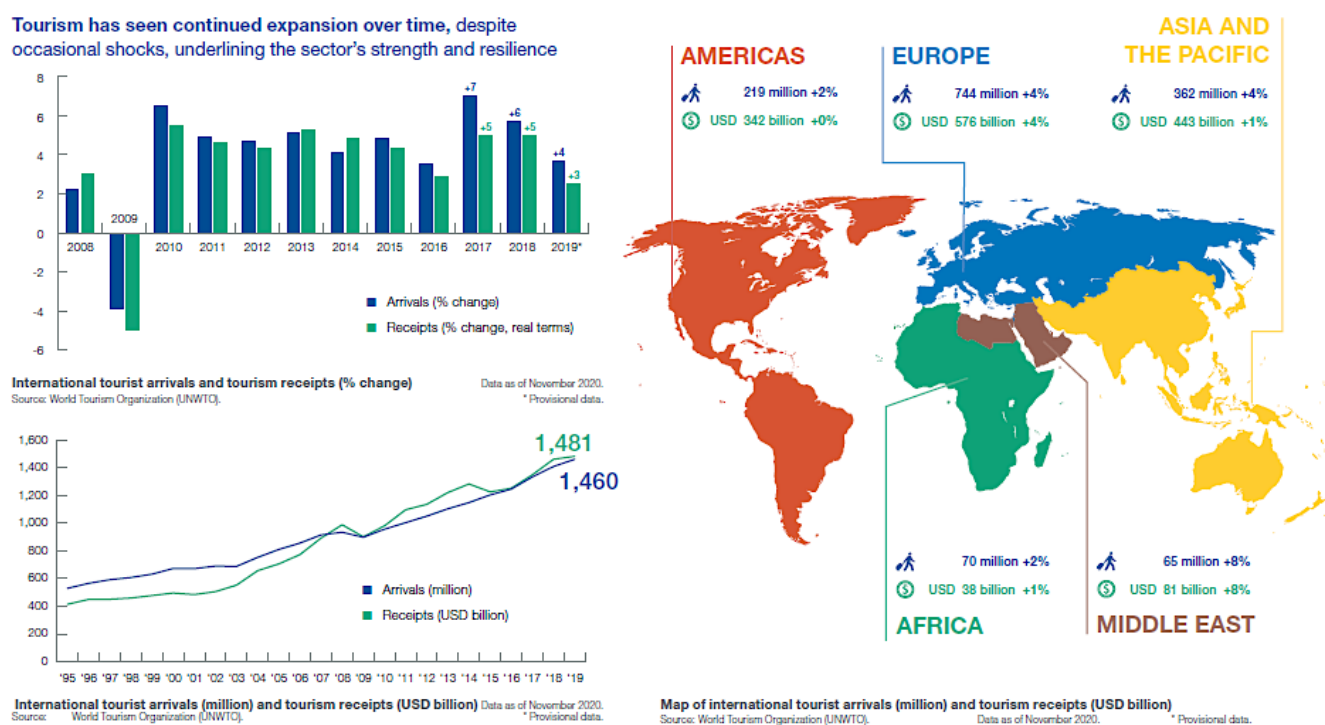
Trendy a možné scenáre na uvedených štyroch úrovniach môžu slúžiť ako nástroj pre vytváranie stratégií a taktiež reagovať na možné riziká a ohrozenia.

2.2 Globálny turizmus do roku 2019

Turizmus v období rokov 2009 – 2019 vykazoval kontinuálny nárast takmer vo všetkých jeho segmentoch – medzinárodná návštevnosť, príjmy, zamestnanosť a podiel na HDP (do úvahy berieme i roky stagnácie či mierneho poklesu).

Na základe uvedených údajov možno považovať turizmus za dlhodobu stabilnú a rastúcu segment, ktorý vykazuje dlhodobu vyšší priemerný percentuálny nárast v HDP (+3,5 %) voči rastu globálnej ekonomiky (+2,5%). Podľa údajov WTTC (World Travel & Tourism Council) možno turizmus charakterizovať ako odvetvie so významným podielom mladých zamestnancov a silným zastúpením žien (WTTC, 2019). Taktiež odvetvie eviduje vyšší podiel pracovnej sily s nízkou mierou kvalifikácie (Zväz CR, 2017).

Obrázok 1 Objem zahraničnej návštevnosti a výdavkov na svetovej úrovni



(Zdroj: International Tourism Highlights UNWTO; 2019)

Kľúčové faktory turizmu v roku 2019 podľa UNWTO:

- neistota z Brexitu, geopolitické a obchodné napätie a globálne spomalenie ekonomiky, i napriek tomu kontinuálny nárast výdavkov v turizme;
- kolaps svetovej agentúry Thomas Cook a niekoľkých nízko nákladových leteckých spoločností v Európe;
- nárast návštevnosti – Blízky Východ (+8%), Ázia, Pacifik a Európa (+4%).

Svetový turizmus 2019 v číslach:

- 3,5% podiel turizmu na HDP globálnej ekonomiky;

- 1,46 mld. medzinárodných príchodov;¹
- 330 mil. pracovných miest v sektore turizmu (1/10 všetkých pracovných miest, ¼ nových pracovných miest za posledných 5 rokov)
- + 4 % nárast medzinárodných príchodov;
- + 3 % nárast v príjmoch.

Európsky turizmus 2019 v číslach:

- 744 miliónov medzinárodných príchodov;
- + 4 % nárast medzinárodných príchodov;
- + 4% nárast v príjmoch (UNWTO,2019).

ZHRNUTIE - GLOBÁLNY TURIZMUS

- **MEGATRENDY TURIZMU**
 - Narastajúci dopyt návštevníkov – *Mileniáli, GenZers, generácia 60+*
 - Udržateľný turizmus – implementácia prostredníctvom Agendy 2030
 - Dostupnosť technológií – rozvoj, digitalizácia a automatizácia
 - Cestovná mobilita – vybavenosť, prepojenosť a dostupnosť
- turizmus ako odvetvie s výrazným zastúpením **mladých ľudí, žien a pracovnej sily s nízkou kvalifikáciou**
- **2009 – 2019 kontinuálny nárast počtu návštevníkov, prenocovaní a tržieb**

2.3 Turizmu na Slovensku do roku 2019

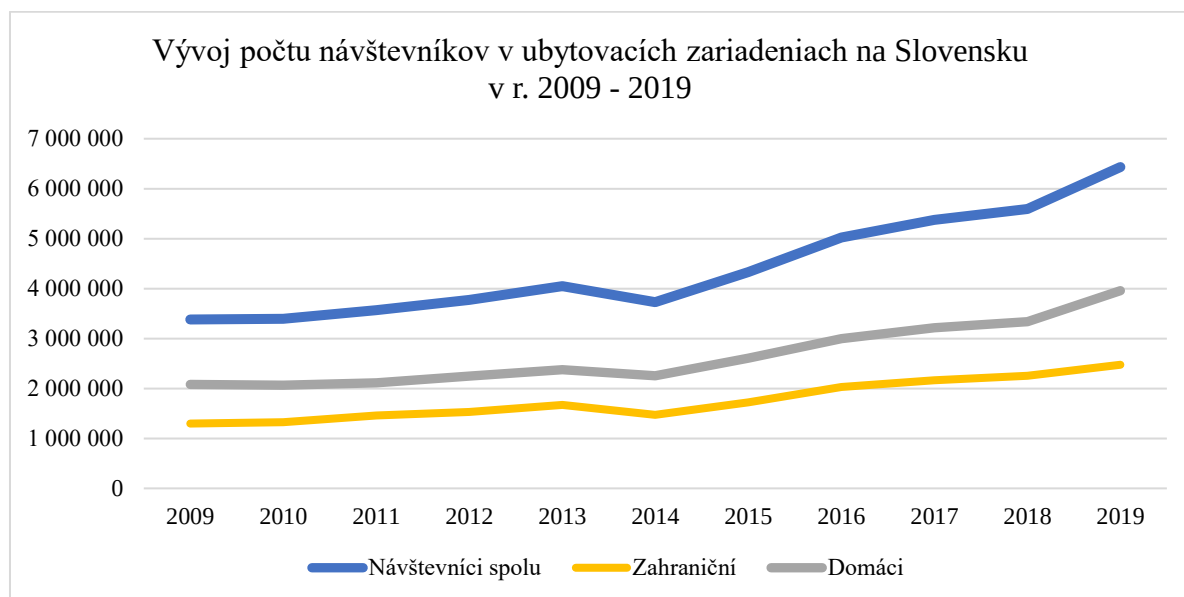
Turizmus na Slovensku v období 2009 – 2019 kopíruje trajektóriu vývoja globálneho turizmu. Z dôvodu hospodárskej krízy v roku 2008 ako aj zavedenia eura v roku 2009 , ktorá zasiahla svetovú ekonomiku v roku 2008, ako aj bol rok 2009 poznačený zníženým počtom návštevnosti a príjmov v turizme. Svoju úlohu zohralo aj zavedenie eura od 1.1.2009 a nepriaznivý kurz z pohľadu mien okolitých krajín. Stabilný nárast návštevnosti od roku 2010 do roku 2019 však potvrdil odolnosť a pružnosť tohto sektoru voči meniacim sa ekonomickým podmienkam. Jediný pokles vo výške takmer 8% voči stabilnému nárastu je medzi rokmi 2013 - 2014 a to z dôvodu viacerých faktorov ako napríklad slabá zima, kríza na Ukrajine, či silný kurz eura.

Hlavné ukazovatele:

- kontinuálny nárast vývoja počtu turistov v ubytovacích zariadeniach z 3 381 354 (2009) na 6 432 934 (2019);
- podiel domácich návštevníkov z celkového počtu návštevníkov bol v sledovanom období medzi 58-61%;
- najvýznamnejšie trhy: Česká republika, Nemecko, Maďarsko, Rakúsko, Taliansko, Spojené kráľovstvo a Čínska ľudová republika.

¹International Tourist Arrivals (ITA) – návštevník, ktorý zotrva minimálne jednu noc v spoločnom alebo súkromnom ubytovaní v krajine, ktorú navštívil. Jednodňový návštevník, ktorý nestrávi noc v destinácii do tejto štatistiky nie je zahrnutý.

Graf 1 Vývoj počtu návštevníkov v ubytovacích zariadeniach na Slovensku 2009 - 2019



(Zdroj: vlastné spracovanie; 2021)

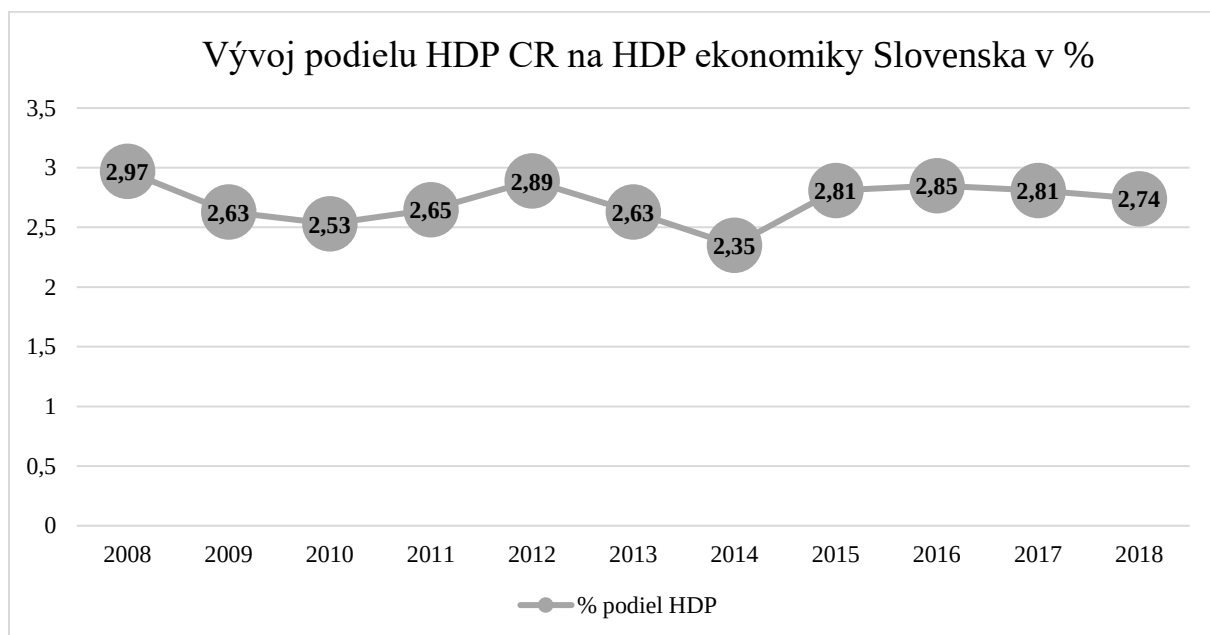
Najvýznamnejšími zdrojovými trhmi pre Slovenskú republiku v dekáde 2009 – 2019 bola Česká republika, Nemecko, Maďarsko, Rakúsko, Taliansko, Spojené kráľovstvo či Čína ľudová republika.

Pre vyhodnocovanie štatistických údajov ekonomického podielu cestovného ruchu na národnom hospodárstve vytvorilo MDV SR platformu satelitného účtu cestovného ruchu v Slovenskej republike, ktorý však dodnes nie je vyhodnocovaný medzinárodne odporúčanou metodikou a neposkytuje komplexný pohľad na stav a ekonomické prínosy turizmu v krajine. Satelitný účet vyhodnocuje údaje na ročnej báze. Na základe aktuálneho účtu pre rok 2018 možno konštatovať nasledovné:

- nepatrné zvýšenie podielu turizmu na HDP krajiny voči roku 2017 – 2,74% (9,99 mld.)
- 7% podiel zamestnanosti v odvetví, ktorý je síce pod priemernou hranicou na globálnej úrovni (10% podiel), no je výsledkom kontinuálneho rastu na úrovni Slovenska
- medziročný vzrast celkových výdavkov v rámci cestovného ruchu o 10,2% (najvyššiu časť tvorili výdavky na platby v ubytovacích a stravovacích zariadeniach)
- podiel jednodňových návštev dominoval u domácich aj zahraničných návštevníkov – 75%. Domáci návštevníci tvorili 2/3 všetkých ciest v rámci cestovného ruchu na Slovensku.

Vychádzajúc z národného strategického dokumentu pre cestovný ruch do roku 2020 je možné sledovať smerovanie a snahy o etablovanie konkurencieschopnosti a potenciálu tohto sektoru. Ako dlhodobý cieľ bol definovaný rozvoj udržateľného turizmu cez podporu kvality služieb a produktov, ako aj realizácia systematického a cieleného marketingu turizmu, tak aby bolo Slovensko vnímané doma i v zahraničí ako turistická krajina. Predpokladané ciele mali byť merateľné v podiele sektoru turizmu na HDP krajiny a to vo výške 2,8% do roku 2016 a 3,2% do roku 2020. Na základe analýzy údajov možno považovať predikciu do roku 2016 za splnenú, no z dôvodu pandemickej situácie je očakávaná hodnota podielu pre rok 2020 nesplnená.

Graf 2 Vývoj podielu HDP CR na HDP ekonomiky Slovenska



(Zdroj: vlastné spracovanie, 2021)

V nadväznosti na národný strategický dokument do roku 2020 možno reflektovať i pripravovaný národný dokument pre rozvoj turizmu do roku 2030, ktorého hlavným cieľom je: „Znižovanie sezónnych disparít vytváraním komplexnej ponuky cestovného ruchu udržateľným využívaním potenciálu krajiny pri zvyšovaní ekonomického rastu regiónov a zlepšením rozpoznateľnosti Slovenska ako atraktívnej a autentickej dovolenkovej destinácie“ (MDV SR, 2020).

Obrázok 2 Ekonomický význam cestovného ruchu ako odvetvia na Slovensku



(Zdroj: Satelitný účet cestovného ruchu pre SR, MDV SR; 2020)

2.4 Turizmus v Bratislavskom kraji do roku 2019

Metropolitné centrum, medzinárodné prepojenia, historicko-kultúrne špecifiká, rôznorodosť a rozdielnosť štyroch subregiónov či kontrast mesta a vidieka charakterizujú Bratislavský kraj ako priestor komplexného zážitku pre domáci a zahraničný turistický dopyt. Potenciál kraja sa javí tiež ako generátor kultúrnych podujatí s medzinárodným, nadregionálnym a silným regionálnym charakterom (strategické podujatia ako sú Konvergenzie, Biela noc, Shakespearovské slávnosti), či prepájaniu kultúrnych podujatí s odkazom nehmotného kultúrneho dedičstva. Bratislavský kraj generuje turizmu z pohľadu prepájania jednotlivých zložiek a rozvoja turistickej infraštruktúry s využitím potenciálu spoločensko-kultúrnych atraktivít (NKP, hrady, zámky, pamätne miesta, sakrálne stavby a iné), prírodných atraktivít (rieky, štrkoviská, CHKO, vyhliadkové veže a iné), ale aj rekreácie (cyklotrasy, pumptrack a iné). Takisto trend vzniku kultúrno kreatívnych centier a ich zameranie na širokú verejnosť otvára možnosti rozvoja turizmu so zameraním na kultúrno-spoločenské dianie.

Kontinuálny rast návštevnosti ubytovacích zariadení, ich kapacity, rozvoj a rast primárnej a sekundárnej infraštruktúry, ako aj podpora významných a špecifických druhov a foriem turizmu prítomných v danom území odrážajú globálny rastúci trend v sektore turizmu.

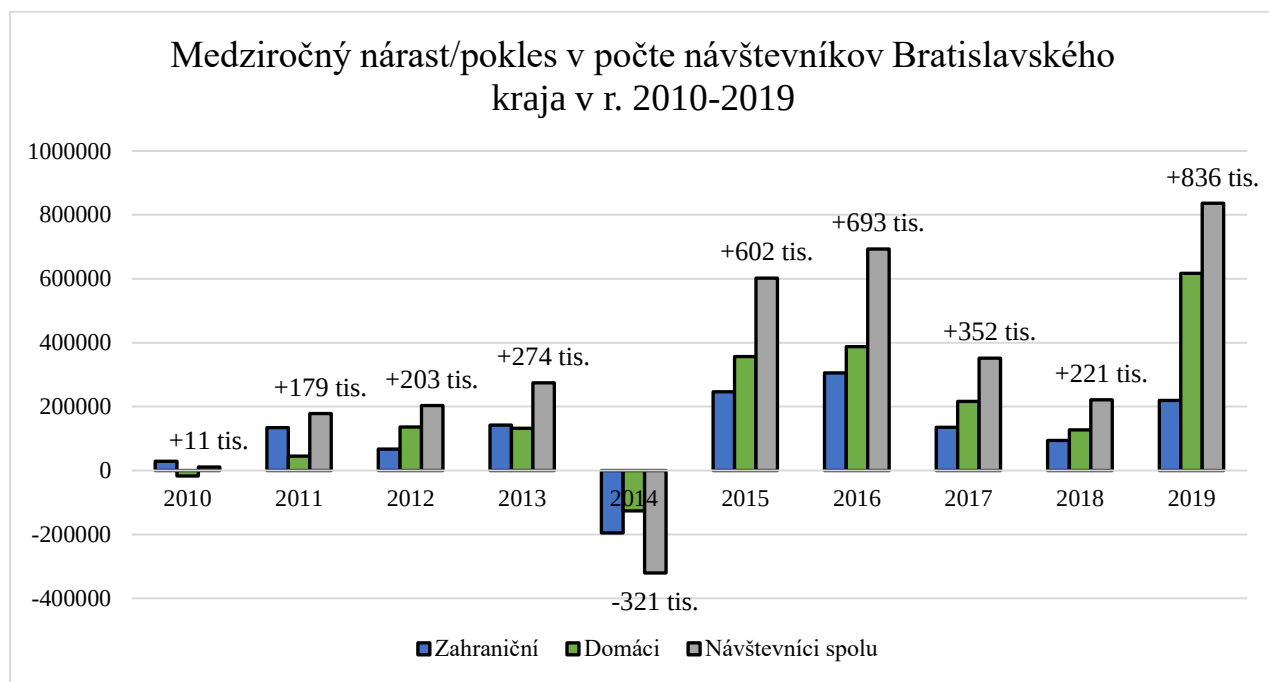
Graf 3 Vývoj počtu návštevníkov v Bratislavskom kraji 2009-2019



(Zdroj: ŠÚ SR, vlastné spracovanie, 2021)

Na základe údajov ŠÚ SR možno sledovať kontinuálny nárast návštevnosti kraja, ktorý vyvrcholil v roku 2019 a to počtom návštevníkov 1 586 354, z čoho takmer 2/3 zastúpenie tvorili zahraniční návštevníci. Z toho takmer 86% návštevníkov kraja bolo zaznamenaných na území Bratislavy. Bratislavský kraj tak v roku 2019 zaznamenal najvyšší počet návštevníkov spomedzi všetkých krajov Slovenskej republiky. Druhý najsilnejší okres v Bratislavskom kraji v roku 2019 bol Pezinok, tesne za ním Senec a Malacky. V predchádzajúcom období mal najvyššiu návštevnosť okres Senec v porovnaní s Pezinkom a Malackami.

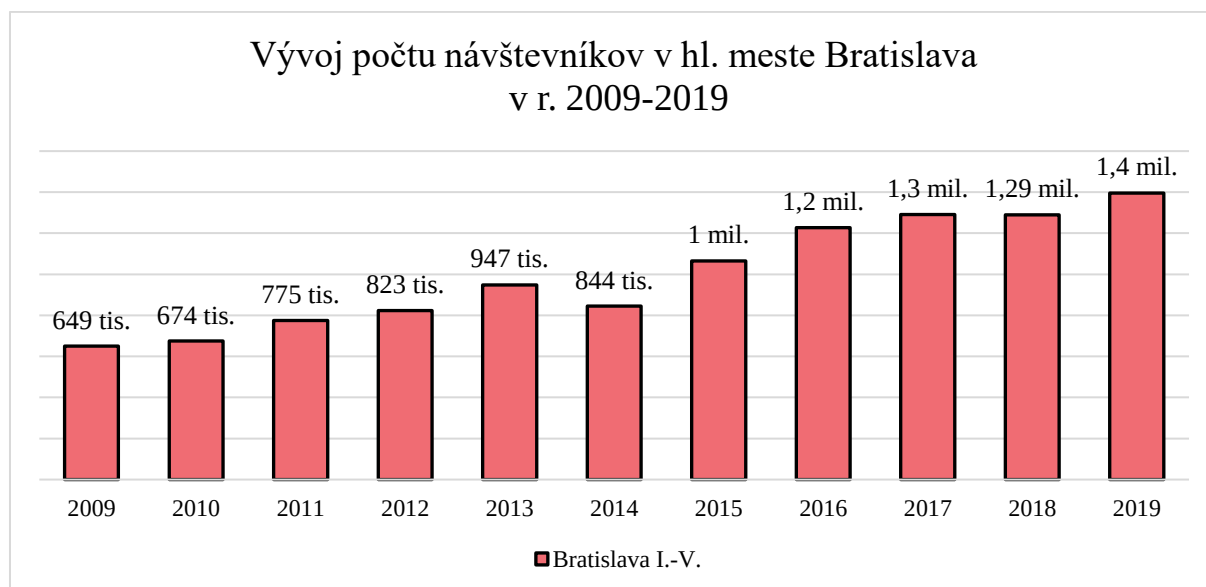
Graf 4 Medziročný vývoj počtu návštevníkov v Bratislavskom kraji



(Zdroj: ŠÚ SR, vlastné spracovanie, 2021)

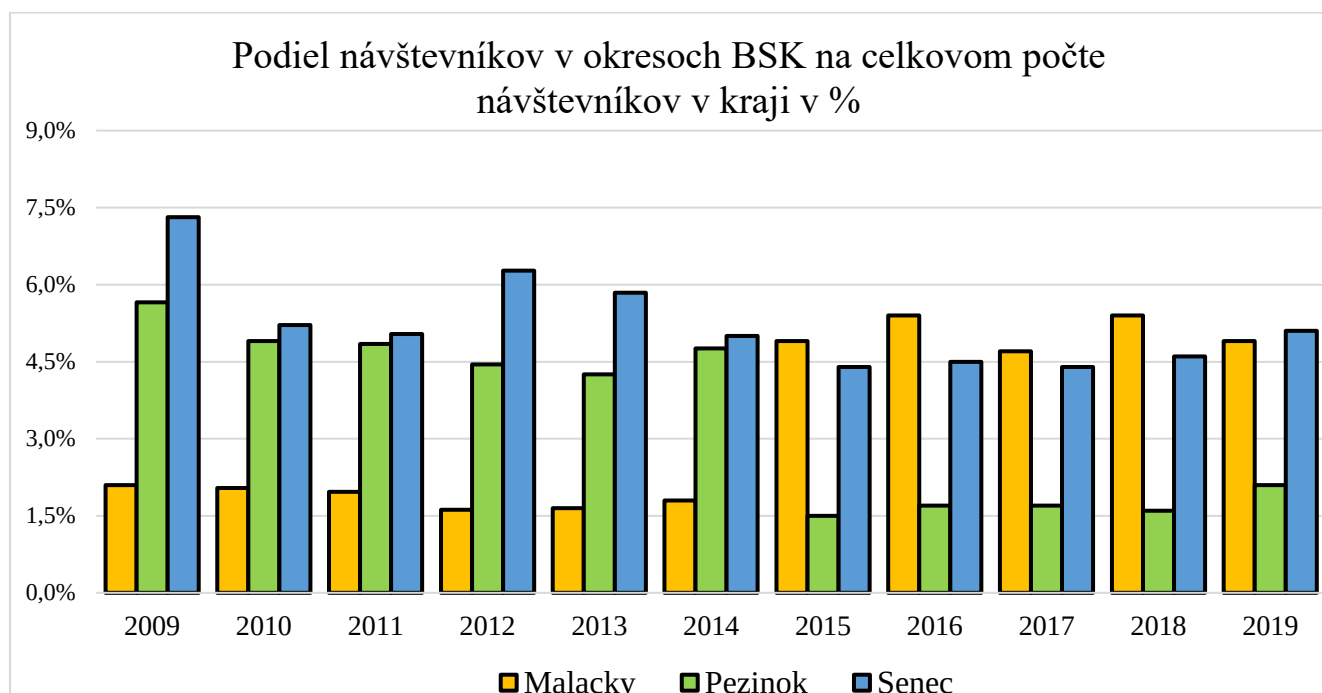
Počtom zahraničných návštevníkov 1 034 189 bol v roku 2019 Bratislavský kraj na prvom mieste spomedzi všetkých samosprávnych krajov v zahraničnej návštevnosti. Najpočetnejšími skupinami boli návštevníci Českej republiky, Nemecka a Veľkej Británie. S počtom dní prenocovania 3 278 025 tvorila priemerná dĺžka pobytu hodnotu 2,07, čo je výrazne pod priemernú hodnotu Slovenskej republiky (2,8).

Graf 5 Vývoj počtu návštevníkov v hl. meste Bratislava 2009-2019



(Zdroj: ŠÚ SR, vlastné spracovanie, 2021)

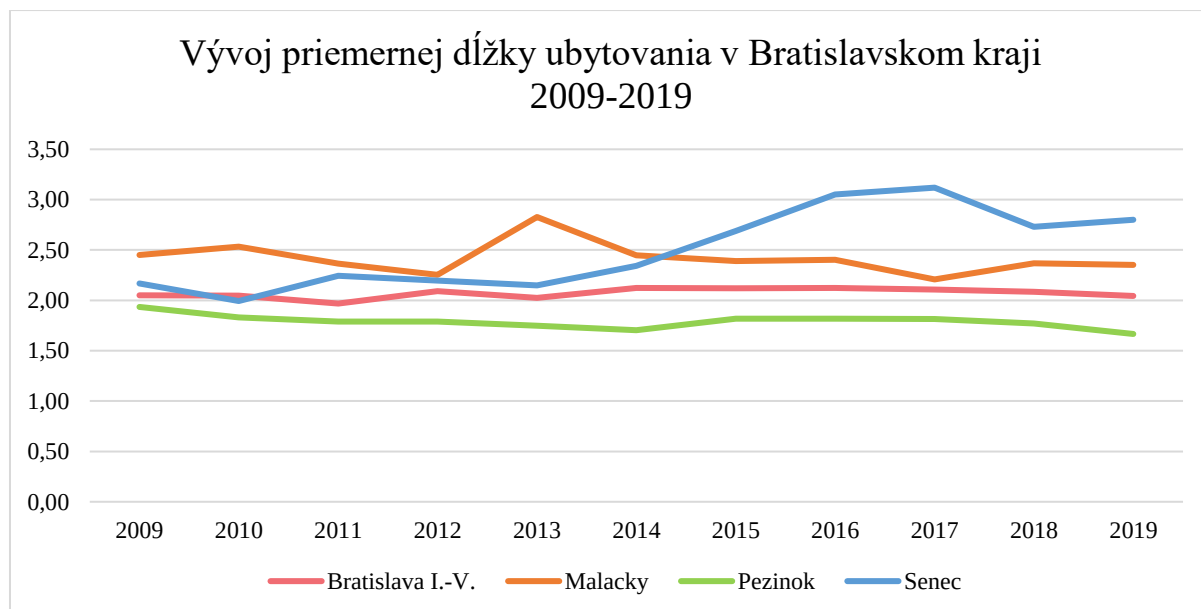
Graf 6 Vývoj počtu návštevníkov okresov Malacký, Pezinok a Senec na celkovom počte návštevníkov v BSK v % v r. 2009-2019



(Zdroj: ŠÚ SR, vlastné spracovanie, 2021)

Silné postavenie Bratislavského kraja na podiele regionálneho HDP deklaruje i fakt, že Bratislavský spolu s Nitrianskym kraj ako jediní zaznamenali medziročný (2018-2019) nárast tržieb cestovného ruchu.

Graf 7 Vývoj priemernej dĺžky ubytovania v Bratislavskom kraji 2009-2019



(Zdroj: ŠÚ SR, vlastné spracovanie, 2021)

Zaujímavým faktom je vývojová línia priemernej dĺžky ubytovania na úrovni jednotlivých okresov Bratislavského kraja, kde badáme podiel okresu Senec na zvýšení priemernej dĺžky pobytu z dôvodu jeho rekreačného a wellness charakteru. Môžeme tak konštatovať, že komplexnosť produktu ako aj posilnenie ponuky subregiónov mimo územia Bratislavy sa môže odraziť na predĺžení priemernej dĺžky pobytu.

Stratégia rozvoja turizmu v Bratislavskom kraji do roku 2020 určila dlhodobé strategické smerovanie územia v oblasti cestovného ruchu, ktoré zaistilo, že Bratislavský kraj už v predchádzajúcom programovom období do roku 2020 disponoval strategickým „manuálom“ ako podporovať udržateľnosť turizmu, ako tvoriť značku destinácie a ako zvoliť správnu marketingovú stratégiu. Napĺňaním čiastkových cieľov stanovených regionálnym strategickým dokumentom Bratislavský kraj postupoval krok po kroku k rozvoju udržateľného turizmu na svojom území. Práve tento dokument sa tak stáva v zmysle zachovania trendov kľúčovým pre koncipovanie stratégie rozvoja turizmu pre región Bratislavského kraja do roku 2030.

ZHRNUTIE – TURIZMUS NA SLOVENSKU

- **2009 – 2019 kontinuálny nárast návštevnosti, prenocovania a tržieb na Slovensku**
- **2,74 % podiel cestovného ruchu na HDP krajiny**
- **najvýznamnejšie zdrojové trhy pre Slovensko – Česko, Nemecko, Maďarsko, Rakúsko**
- **satelitný účet pre cestovný ruch**, ktorý avšak nie je vyhodnocovaný medzinárodne odporúčanou metodikou a neposkytuje komplexný pohľad na stav a ekonomické prínosy turizmu v krajine
- **Bratislavský kraj ako najsilnejší región** pre zahraničný a krátkodobý turizmus s kontinuálnym nárastom návštevnosti, prenocovaní a tržieb v roku 2019
- **najvýznamnejšie zdrojové trhy pre Bratislavský kraj – Česko, Nemecko, Veľká Británia**
- **priemerná dĺžka ubytovania v Bratislavskom kraji je 2,07** – podpriemerná hodnota v rámci SR (2,8)
- **okres Senec s najvyššou priemernou dĺžkou ubytovania** – na úrovni 2,8 noci
- **86% návštevnosti v roku 2019 zastávalo územie Bratislavy**

2.5 Pandemická situácia a turizmus – turizmus po roku 2019

2.5.1 Pandemická situácia a turizmus vo svete

Pandemickú situáciu spôsobenú infekčným ochorením nového koronavírusu (COVID-19), ktorá zasiahla svet na prelome rokov 2019 – 2020 možno považovať za jednu z najvýznamnejších globálnych udalostí posledných dekád. Obmedzenia, ktoré vyplynuli v dôsledku ohrozenia ovplyvnili hospodársku, ekonomickú, ako aj kultúrnu a sociálnu oblasť. Obmedzenie mobility s následným poklesom dopytu a ponuky mali za následok pokles hospodárskej činnosti najmä v oblastiach turizmu, kultúry, maloobchodu a dopravy.

Prečo patrí turizmus medzi najviac zasiahnuté odvetvia? Je to práve obmedzenie mobility a s ním spojené uzatvorenie hraníc štátov s vysokým výskytom nákazy, či ďalšie obmedzenie mobility nie len na globálnej, ale aj regionálnej a lokálnej úrovni podľa aktuálnej, nepredvídateľnej sa meniacej, epidemickej situácie. Na základe údajov UNWTO svetový turizmus zaznamenal pokles medzinárodnej návštevnosti v období január – október 2020 v priemere o 72% v porovnaní s rovnakou periódou predchádzajúceho roka. Svetový turizmus sa tak ocitol na úrovni spred 30 rokov. Európsky kontinent v danom období zaznamenal pokles 68 %, čo je síce mierny, ale nepatrný rozdiel oproti priemernej hodnote.

Obrázok 3 Medziročný pokles v počte zahraničných návštevníkov v roku 2020



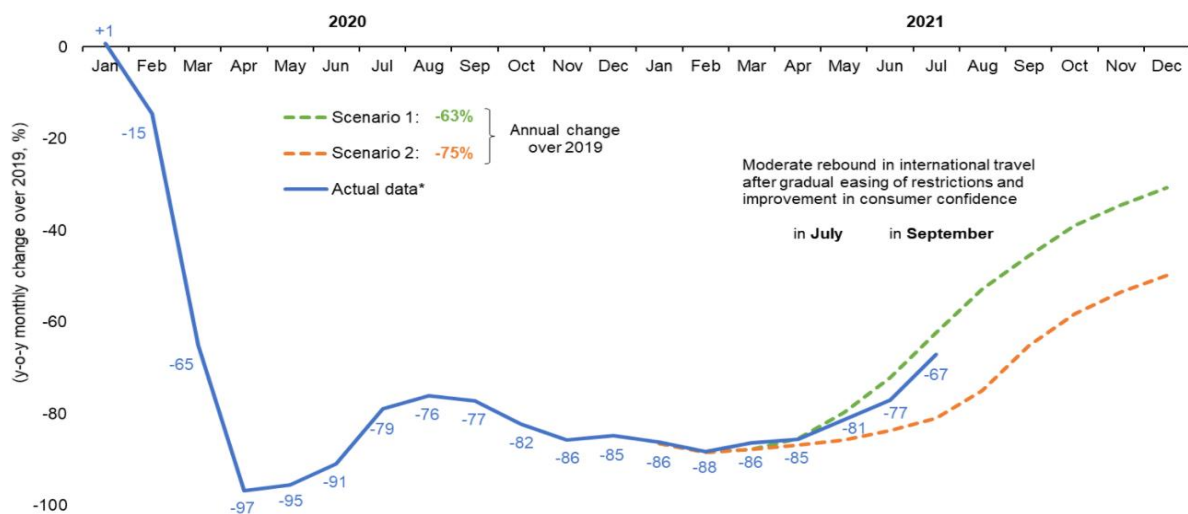
(Zdroj: UNWTO Barometer Jan-Oct 2020, 2021)

Pandémia COVID-19 ovplyvnila aj rok 2021, ktorý v prvom polroku vykazoval ešte nižšie hodnoty ukazovateľov turizmu, ako rok 2020. V období január až august klesla medzinárodná návštevnosť o 40% v porovnaní s rokom 2020. Situácia v oblasti cestovného ruchu sa čiastočne zlepšila v letných mesiacoch ako reakcia na postupne sa zvyšujúcu zaočkovanosť a následné otváranie hraníc mnohých krajín (UNWTO, 2021).

Podľa predpokladu väčšiny expertov z UNWTO možno očakávať postupnú stabilizáciu turizmu v priebehu roku 2022, primárne v 3Q a 4Q. Predikcie vychádzajú z prieskumu, ktorý bol vykonaný medzi odborníkmi z turistického priemyslu, kde sa väčšina z nich zhoduje, že k úplnému prinávratu stavu z roku 2019 na svetovej úrovni by nemalo prísť skôr ako v roku 2024. (UNWTO, 2021).

Obrázok 4 Vývoj počtu zahraničných návštevníkov v roku 2020 a predpokladaný vývoj na rok 2021

International tourist arrivals and Scenarios for 2021 (y-o-y monthly change over 2019, %)



Source: UNWTO * Actual data for 2021 is preliminary and based on estimates for destinations which have not yet reported results.

(Data as of Sept. 2021)

(Zdroj: UNWTO, 2021)

Výbor pre krízu globálneho turizmu (*The Global Tourism Crisis Committee UNWTO*) v máji 2020 predstavil víziu „*The One Planet Vision for Responsible Recovery of the Tourism Sector*“ (Vízia „jednej planéty“ pre zodpovednú obnovu turistického sektoru). Táto vízia z pôdy UNWTO navrhuje 6 hlavných línií pre opätovné zotavenie turizmu, ktorými sú verejné zdravie, sociálna inklúzia, ochrana biodiverzity, opatrenia v oblasti klimatických zmien, obehové hospodárstvo a riadenie a financie.

Na základe vízie „jednej planéty“ je cieľom vytvorenie stabilného, odolného a udržateľného segmentu, ktorý je v súlade s Parížskou dohodou a cieľmi udržateľného rozvoja. Vychádzajúc z vyššie uvedených línií UNWTO definuje manuál pre obnovu svetového turizmu. Ten charakterizuje 7 priorít, ktoré by mali byť kľúčové pri dosahovaní oživenia segmentu turizmu:

1. Zabezpečenie likvidity (platová schopnosť) a udržanie pracovných miest;
2. Obnova dôvery prostredníctvom bezpečnosti a ochrany (*safety & security*);
3. Spolupráca verejného a súkromného sektora pre efektívne znovuvytvorenie;
4. Zodpovedné otvorenie hraníc;
5. Harmonizácia a koordinácia procedúr a protokolov;
6. Doplňenie pracovných miest založených na nových technológiách;
7. Inovácie a udržateľnosť ako „nový normál“ (UNWTO, 2020).

Významnou strategickou prioritou Európskej únie je i iniciatíva v rámci pripravovanej stratégie EÚ pre udržateľný cestovný ruch. Stratégia vychádzajúca z dielne Sekcie pre dopravu a cestovný ruch je zameraná na štyri usmernenia, ktoré umožnia:

- obnovenie odvetvia plánmi reakcie na pandémie;
- preorientovanie politiky riadenia v rámci Únie;
- posilnenie iniciatív odvetvia zameraných na udržateľný, zodpovedný a inteligentný cestovný ruch;

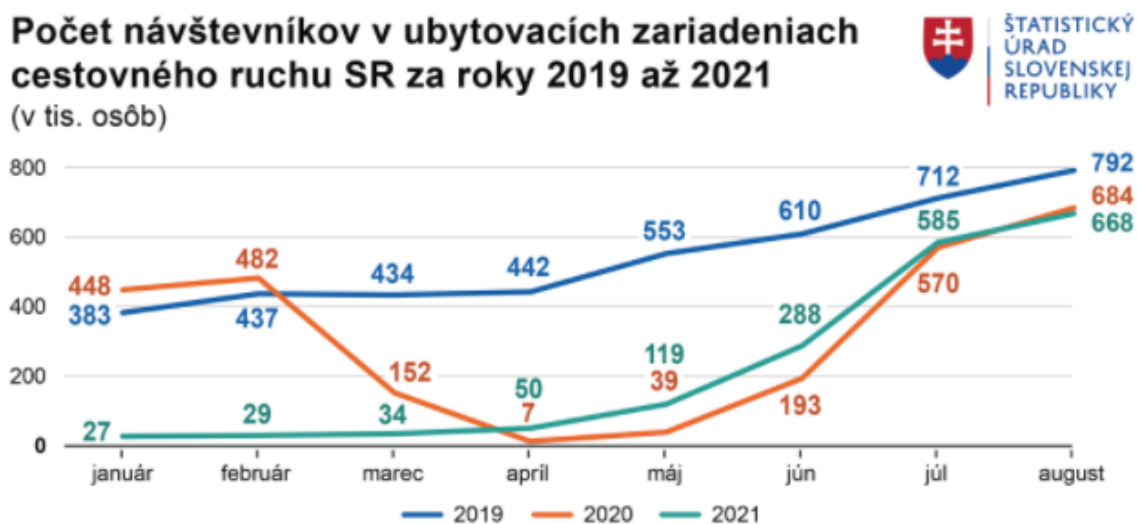
- plánovanie budúcnosti priemyslu a zmien, ktoré sa uskutočnia na strane dopytu a ktoré si môžu vyžadovať prispôsobenie ponuky (EÚ Správa o strategickom dokumente, 2021).

Opätovný reštart turizmu po pandemickej situácii dáva priestor pre zakomponovanie modelov sociálnej inklúzie ako aj obnovy a ochrany životného prostredia, ktoré zohrávajú kľúčovú úlohu pri dlhodobých cieľoch dosahovaných v rámci jednotlivých segmentoch. Práve tento reštart dáva príležitosť pre nové nastavenia v rámci oblasti turizmu, ktoré vychádzajú z potreby, trendov a budúcich vízií odohrávajúcich sa na pozadí pandemickej situácie (UNWTO, 2020).

2.5.2 Pandemická situácia a turizmus na Slovensku

Pandemická situácia spôsobená koronavírusom COVID-19 zasiahla Slovenskú republiku v januári 2020. Prvým výskytom pozitívneho prípadu v marci 2020 sa spustila vlna opatrení. Nariadenia obmedzujúce spoločenské podujatia, kontrola a karanténa prichádzajúcich návštevníkov a občanov na územie Slovenska tak prišli do platnosti už v druhej polovici marca. Pre účel tohto dokumentu možno vo všeobecnosti konštatovať, že opatrenia sa v závislosti od vývoja počtu nakazených sprísňovali naprieč celou republikou a naprieč takmer všetkými oblasťami ľudského života počas celého roku 2020 s miernym uvoľnením opatrení v letnej sezóne. Uzatvorenie hraníc, obmedzenie mobility, uzatvorenie gastro prevádzok, kultúrnych a spoločenských udalostí zmrazilo turizmus na Slovensku takmer na celý rok 2020 až do začiatku roka 2021. V letnom období roku 2021 došlo v prípade opatrení k ich postupnému uvoľňovaniu, čo malo vplyv na rastúci trend počtu návštevníkov na území SR práve počas letného obdobia.

Graf 8 Počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach cestovného ruchu SR 2019-2021

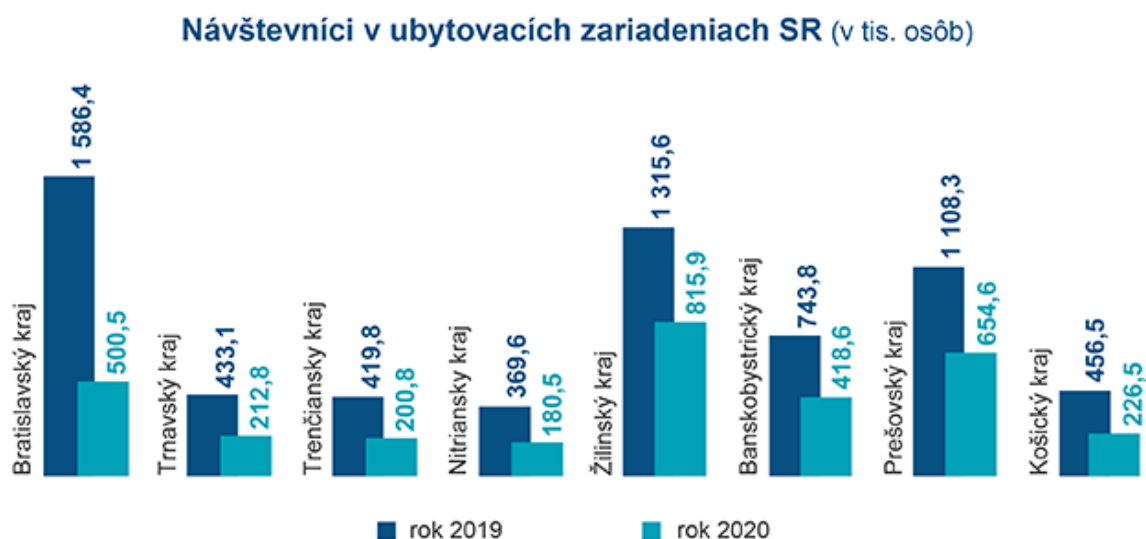


(Zdroj: Štatistický úrad, 2021)

Vplyv pandémie COVID-19 v číslach (2020 - 2021):

- v roku 2020 bol najnižší počet ubytovaných hostí od roku 2001 - 3,2 mil. návštevníkov (50% pokles návštevnosti);
- v roku 2020 53% pokles tržieb ubytovacích zariadení oproti roku 2019;
- pokles zahraničnej (pokles o 2/3) a domácej návštevnosti (pokles o 40%) v roku 2020;
- pokles tržieb v roku 2020 o 46% (tržby v hodnote 277 mil. Eur);
- jedinou rastúcou hodnotou v roku 2021 bola priemerná dĺžka prenocovania z 2,8 na 3,1 noci;
- v roku 2021 počet domácich návštevníkov v auguste vzrástol medziročne o 4,4 % a v porovnaní s rokom 2019 dokonca o vyše 15 %;
- v roku 2021 domáci návštevníci (538-tisíc osôb) predstavovali 81 % podiel na celkovej návštevnosti v hoteloch a penziónoch počas augusta, ktorý je dlhodobým mesiacom s najvyššou návštevnosťou počas roka.

Obrázok 5 Porovnanie počtu návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v krajoch SR v roku 2019 a 2020



(Zdroj: ŠÚ SR, 2021)

Najvyšší pokles návštevnosti na Slovensku v roku 2020 zaznamenal Bratislavský kraj, a to o 68,5 %, zostal však tretím najnavštevovanejším regiónom SR. Nasledoval Trenčiansky kraj a Nitriansky kraj, pričom najnižší celoročný pokles hostí zaznamenali turisticky najvýznamnejšie kraje, Žilinský o 38 % a Prešovský kraj o 40,9 % (ŠÚ SR, 2021).

Reakciou vlády na opatrenia a s nimi spôsobené straty v oblasti turizmu bolo vyčlenenie 220 mil. Eur² (s odhadovaným čerpaním v rokoch 2020 – 2021), ktoré sú „distribúované“ medzi jednotlivých žiadateľov formou schémy štátnej pomoci, kde si jednotlivé subjekty môžu na základe min. 40% poklesu tržieb z dôvodu pandemických opatrení zažiadať dotáciu 4-10 % z tržieb z roku 2019. Práve touto formou sa vláda Slovenskej republiky snaží znížiť riziká a dopady vyvolané krízovou situáciou. Dopadom krízy nie je len zatvorenie prevádzok, či obmedzenie ich chodu, ale i strata zamestnaní v danom sektore a tým i obmedzenie možnosti rýchlej obnovy turizmu po skončení krízovej situácie. Zamestnanosť na úrovni Slovenskej republiky medziročne klesla v roku 2020 o 2%, počet pracujúcich sa celkovo znížil o viac

² Schéma pomoci bola zverejnená v dvoch častiach, 1. časť pomoci – 100mil.EUR pre čerpanie v rokoch 2020-2021, 2.časť pomoci – 120mil.EUR – avizovaná v apríli 2021.

ako 50 tis. osôb. Najväčšie úbytky boli počas celého roka v službách, najmä v ubytovacích a stravovacích službách, kde zamestnanosť klesla o 12,3 %. Zasiadnutými subjektami sú v plnej miere nie len ubytovacie zariadenia, gastro prevádzky a iní priami sprostredkovatelia cestovného ruchu ale aj všetci subdodávatelia, ktorí ich zásobujú. Na tomto mieste vyvstáva otázka, či pomoc zo strany štátu prišla v tom správnom čase a či je dostatočná v dôsledku pretrvávajúcich opatrení. Navrhované riešenia popredných predstaviteľov turistických organizácií na Slovensku volajú po systémových zmenách odvodov, či prechodnom znížení DPH na vybrané služby v cestovnom ruchu.

Ministerstvo dopravy v rámci reakcie na COVID-19 poskytlo podnikom v oblasti cestovného ruchu finančnú podporu. Celkový disponibilný rozpočet pre schému pomoci de minimis na roky 2020 až 2022 predstavuje po navýšení 220 250 000€. Financie majú podnikateľom slúžiť na prekrytie časti fixných nákladov, ktoré žiadatelia museli vynaložiť v čase ich núteného uzatvorenia z dôvodu opatrení prijatých na zmiernenie negatívnych následkov pandémie ochorenia COVID-19. Schéma pomoci je rozdelená na tri etapy, v ktorých bolo možné podávať žiadosti od 1. apríla 2020 do 31. mája 2021. Výška poskytnutého finančného príspevku je 1,44 % – 10 % z čistého obratu v oprávnenom období, pričom je rozdelený nasledovne:

- Cestovné kancelárie 6%;
- Cestovné agentúry 3,6%;
- Ostatné činnosti 10%.

2.5.3 Pandemická situácia a turizmus v Bratislavskom kraji

Ako už bolo spomenuté, Bratislavský kraj zaznamenal v roku 2020 vplyvom krízovej situácie najvyšší prepád spomedzi všetkých samosprávnych krajov Slovenskej republiky.

Tabuľka 1 Vývoj počtu návštevníkov a prenocovania v okresoch v rokoch 2015 - 2020

BRATISLAVSKÝ KRAJ 2015 - 2020 podľa okresov

	2018	2019	2020	index
Počet návštevníkov bratislavský kraj	1 460 130	1 586 354	500 467	-68,45%
Bratislava I-V	1 290 056	1 395 896	405 175	-70,97%
Okres Senec	78 160	76 940	44 627	-42,00%
Okres Malacky	24 034	33 091	15 261	-53,88%
Okres Pezinok	67 880	80 427	35 404	-55,98%
BSK - zahraniční	949 468	1 034 189	249 435	-75,88%
BSK - domáci	510 662	552 165	251 032	-54,54%
Počet prenocovaní bratislavský kraj	3 082 284	3 278 025	1 139 586	-65,24%
Bratislava I-V	2 691 787	2 850 755	916 148	-67,86%
Okres Senec	213 476	215 384	122 637	-43,06%
Okres Malacky	56 945	77 873	32 419	-58,37%
Okres Pezinok	120 076	134 013	68 382	-48,97%
Priemerná dĺžka pobytu	2,11	2,07	2,28	
Tržby v ubytovacích zariadeniach	107 930 157	129 596 538	35 714 736	-72,44%

(Zdroj: Turizmus regiónu Bratislava, 2021)

Vychádzajúc z dát ŠÚ SR možno situáciu v Bratislavskom kraji v roku 2020 v porovnaní s rokom 2019 charakterizovať nasledovne:

- pokles návštevnosti kraja o **68,5%**;
- najvyšší pokles návštevnosti zaznamenalo **územie mesta Bratislava (71%)** a najmenší okres **Malacky (54%)**;
- významný rozdiel v poklese **zahraničných turistov v kraji (76%)** voči **domácim turistom (54%)**;
- najvyšší pokles v počte prenocovaní zaznamenalo **územie mesta Bratislava (68%)** a najmenší v **okrese Senec (43%)**;
- pokles **tržieb v ubytovacích zariadeniach o 72%**;
- významné zvýšenie **priemernej dĺžky pobytu o 10 %**.

V auguste v roku 2021 bolo zaznamenaných v Bratislavskom kraji 92 405 návštevníkov v ubytovacích zariadeniach, čo je **o 14 781 návštevníkov viac ako v roku 2020**. Zaznamenali sme **pokles zahraničných turistov v kraji o 9 %**, v prípade **domácich turistov sa počet zvýšil o 30 % v porovnaní s mesiacom august v roku 2020**.

Dáta o poklese v oblasti turizmu v rámci územia Bratislavského kraja úmerne odrážajú charakteristiku územia. Cez prizmu nastaveného modelu reštartu turizmu a na základe významného postavenia a špecifik kraja je tak na mieste orientovať sa na budúcnosť kraja v nasledovných líniách:

- **Posilnenie domáceho turizmu:** Prevládajúci podiel zahraničného turizmu v území a podpriemerná hodnota dĺžky pobytu boli významnými ukazovateľmi v zmysle ďalšieho strategického smerovania územia. Domáci turizmus, ktorý je v území dlhodobo pod hodnotami toho zahraničného, môže byť základom pri stabilizácii a opätovnom naštartovaní turizmu v Bratislavskom kraji. Tieto dáta možno reflektovať s údajmi UNWTO, kedy domáci turizmus nachádzame ako významný pre obnovu turizmu.
- **Udržateľný turizmus:** UNWTO ako aj EÚ definujú udržateľný turizmus ako “nový normál” a nevyhnutnosť pri obnove turizmu po pandémie COVID-19. Regionálna politika sa musí tiež prispôbiť tomuto trendu a to aplikovaním udržateľnosti, či už environmentálnej, sociálnej alebo ekonomickej, do samotnej ponuky cestovného ruchu ako aj do medzisektorových oblastí akými sú napríklad mobilita, životné prostredie a školstvo.
- **Kontinuálne budovanie silnej „značky“ bezpečnej krajiny:** Pandemická situácia poukázala na potrebu ponúknuť zahraničnému návštevníkovi možnosti nie len v rámci metropoly, ale i jej rurálnych častí. Oba tieto smery podporené značnou inováciou a digitalizačnou transformáciou môžu byť správnym štartom, ktorý je zasadený v konceptoch svetovej organizácie turizmu pre obnovu tohto segmentu v rámci „nového normálu“.
- **Posilnenie zložky kultúrneho turizmu:** Flexibilné prispôbenie sa segmentu kultúry a jeho adaptačná schopnosť do nového-virtuálneho prostredia počas prebiehajúcej pandemickej situácie len potvrdzuje kreatívny potenciál tvorcov. Na území kraja je značne koncentrovaný potenciál rôznorodých kultúrno – kreatívnych produktov turizmu, avšak rozvoj v tejto oblasti je stále len vo fáze budovania. V Bratislavskom kraji je výrazná potreba cieleného zapojenia kultúrno-kreatívneho priemyslu do budovania ponuky cestovného ruchu. Takéto budovanie kultúrno kreatívnych produktov a ich prepojenie s ponukou cestovného ruchu predstavuje základňu, na ktorej bude následne možné ďalej stavať a inovatívnym prístupom zlepšovať prezentáciu a spracovanie daných produktov.

Takzvaný reštart turizmu po pandémie prináša regiónom jedinečnú možnosť redefinovať svoje nastavenie a posun v oblasti udržateľnosti, digitalizácie a inovácií. Avšak v Bratislavskom kraji je v prvom rade nutné začať sa zaoberať nedostatočnou a nevyhovujúcou infraštruktúrou cestovného ruchu. Táto základná infraštruktúra zahŕňa dopravnú infraštruktúru ako napríklad cyklotrasy a vodnú infraštruktúru, nevyužívané historické budovy, alebo zastaralé formy a procesy a oblastiach cestovného ruchu ako napríklad v múzejníctve. Až keď bude mať Bratislavský kraj plne vybudovanú základnú infraštruktúru a fungujúce procesy, bude ich možné rozvíjať ďalej do viac udržateľnej, digitálnej a inovatívnej podoby.

ZHRNUTIE - PANDEMICKÁ SITUÁCIA A TURIZMUS

- **72% pokles globálneho turizmu** – návrat turizmu o 30 rokov späť
- **postupná stabilizácia na konci roku 2022** – kompletná obnova turizmu nie skôr ako v roku 2023
- **domáci turizmus** ako základný kameň reštartu turizmu
- **50% pokles návštevnosti turistov na Slovensku** a s tým spojený 53% pokles tržieb
- **najvyšší pokles návštevnosti na Slovensku zaznamenal Bratislavský kraj – 68%** a pokles tržieb o 71% - nárast priemernej dĺžky ubytovania o 10%
- najnižší pokles návštevnosti zaznamenal **okres Senec – 43% pokles**
- **jedinou rastúcou hodnotou je priemerná dĺžka prenocovania na 3,1 noci**
- **schéma pomoci pre podnikateľov v sektore turizmu - DE MINIMIS (200 mil. € na roky 2020-2022)**
- reštart turizmu prostredníctvom konceptu **SAFER-GREENER-SMARTER**

3. Analytická časť

Cieľom analytickej časti je vytvorenie kompaktného obrazu turistickej ponuky a dopytu v Bratislavskom kraji. Na základe kvantitatívnych a kvalitatívnych dát sú analyzované vybrané body turistického rozvoja. Ponuku a dopyt turizmu dopĺňa ekonomický, kultúrny a sociálny význam segmentu, ako aj analýza destinačného manažmentu a marketingu. Analytickú časť dokumentu uzatvára SWOT analýza, ktorá definuje slabé a silné stránky, ako aj príležitosti a ohrozenia.

3.1. Legislatívne a strategické rámce

3.1.1 Legislatívne rámce

Základné kompetenčné rámce samosprávnych krajov definuje zákon NR SR č. 302/2001 Z. z. o samosprávnych krajoch a zákon NR SR č. 416/2001 Z. z. o prechode niektorých orgánov štátnej správy na obce a vyššie územné celky. Vychádzajúc zo základnej kompetencie samosprávnych krajov: *Starostlivosť o všestranný rozvoj svojho územia a o potreby svojich obyvateľov*, zákon č. 302/2001 ďalej definuje úlohu vytvárať podmienky na rozvoj cestovného ruchu a jeho koordináciu.

Turizmus ako samostatný segment je legislatívne uchopený v zákone NR SR č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu, kde je vymedzená pôsobnosť samosprávnych krajov. Hlavnými kompetenciami vyšších územných celkov v zmysle tohto zákona sú:

- možnosť založenia krajskej organizácie;
- spolupráca pri tvorbe koncepčných dokumentov, ročných plánov aktivít a monitorovacej správy;
- vytváranie podmienok na spoluprácu s podnikateľskými subjektami, ako aj podmienky pre osvetu a výchovu obyvateľov k podnikaniu v turizme;
- spolupráca s orgánmi štátnej správy na realizácii politiky turizmu v SR;
- podpora rozvoja cezhraničnej, medziregionálnej a nadnárodnej spolupráce;
- vytváranie podmienok a mechanizmov na podporu konkurencieschopnosti a kvality služieb pre dosiahnutie rozvoja turizmu v regióne;
- a podieľanie sa na jednotnej reprezentácii Slovenskej republiky v zahraničí.

Koordinácia a implementácia politik regionálneho rozvoja turizmu je hlavnou úlohou a kompetenciou samosprávneho kraja, ktorú by však nebolo možné naplňať bez koordinovanej spolupráce s územím. Územie a záujmy regiónu a turistické produkty na tejto úrovni reprezentujú organizácie cestovného ruchu, tak ako sú zasadené do zákona č. 91/2010 a teda, krajská a oblastné organizácie.

Krajská organizácia cestovného ruchu ako strešná organizácia regiónu je založená členmi VÚC a najmenej jednou oblastnou organizáciou pre cestovný ruch. Zatiaľ čo pri KOČR môže byť iba členom VÚC a oblastné organizácie pôsobiace na území kraja, záujem o členstvo v OČR by mal byť čo najširší. OČR združuje relevantných aktérov z územia spomedzi obcí, združení či súkromných podnikateľov s cieľom naplňania jej úloh. Samostatnou oblasťou pôsobnosti organizácií cestovného ruchu v regióne vychádzajúca z legislatívy je založenie turistického informačného centra (TIC). Delimitáciou kompetencií a vznikom krajských a oblastných organizácií, prešli mnohé TIC spod gescie miest na organizácie cestovného ruchu. Touto transformáciou sa z TIC stalo i miesto predajné. Na jednej strane sa tak dosiahne uspokojenie dopytu návštevníka, ktorý získa nie len informácie, ale i možnosť získať produkt mikroúzemia či mesta na jednom mieste. Na strane druhej sa umocňuje hodnota členstva v organizácii cestovného ruchu, kedy sú na báze konkurencieschopnosti ponúkané členské produkty (SRT BK, 2015). Legislatívne rámce vymedzujú kompetencie a úlohy jednotlivých organizačných

zložiek. Tie napĺňaním strategických a koncepciých cieľov na jednotlivých úrovniach dosahujú rozvoj turizmu v území.

3.1.2 Strategické rámce

Strategické rámce vo všeobecnosti možno považovať za koncepcié línie rozvoja územia. Prihlásením sa k medzinárodným dohodám musí Slovenská republika dohliadať na implementovanie týchto prioritných línií, ktoré vychádzajú z medzinárodných trendov a politík.

Jednou zo strešných medzinárodných dohôd je **Agenda 2030**, ktorá je súhrnom globálnych záväzkov, ktorými globálne spoločenstvo reaguje na najzávažnejšie výzvy súčasnosti. Zmena klímy, chudoba, zvyšujúce sa ekonomické a sociálne nerovnosti alebo neudržateľnosť prevládajúcich vzorcov výroby a spotreby sú komplexné a navzájom previazané problémy. Agenda 2030 bola prijatá členskými štátmi Organizácie Spojených národov v roku 2015 a vyzýva štáty k spoločnému koordinovanému postupu pri riešení globálnych výziev. Zodpovednosť za jej napĺňanie je na Slovensku rozdelená medzi Ministerstvom investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie Slovenskej republiky a Ministerstvom zahraničných vecí a európskych záležitostí SR.

17 výziev definovaných v Agende 2030 odráža ciele a potreby pre nasledujúcu dekádu. Sektor turizmu je obsiahnutý vo všetkých cieľoch, najmä však v troch:

- Cieľ 8: *Podporovať trvalý, inkluzívny a udržateľný ekonomický rast, plnú a produktívnu zamestnanosť a riadnu prácu pre všetkých.* (Turizmus ako jeden z hnacích motorov globálnej ekonomiky a zamestnanosti na úrovni 10%).
- Cieľ 12: *Zabezpečiť udržateľnú spotrebu a výrobné schémy.* (Turizmus ako sektor aplikujúci udržateľnú spotrebu a produkciu má významnú úlohu v otázke udržateľnosti).
- Cieľ 14: *Zachovať a udržateľne využívať oceány, moria a zdroje na udržateľný rozvoj.* (Rozvoj turizmu musí byť v súlade s ochranou morí, ako aj všetkých vodných ekosystémov) (Transforming Tourism, 2017).

Strategické rámce pre udržateľný turizmus na európskej úrovni sú zadefinované v **Stratégii Európa 2020**, kde cieľmi tohto strategického rámcu sú:

- zlepšenie konkurencieschopnosti sektora cestovného ruchu v Európe;
- podporovať udržateľný, zodpovedný a kvalitný cestovný ruch;
- upevniť imidž a zviditeľniť Európu ako súbor udržateľných a kvalitných cieľových miest;
- dosiahnuť aby sa cestovný ruch integroval do politík a finančných nástrojov EÚ (Gučík, 2019).

Novým strategickým dokumentom, ktorý má reagovať na európske výzvy a záväzky v oblasti turizmu je **Stratégia EÚ pre udržateľný cestovný ruch**, ktorú predstavil Výbor pre dopravu a cestovný ruch EK. Uvedomením si potreby sektora turizmu na geopolitickom a hospodárskom poli budú otázky vplyvu pandémie na turizmus a jeho opätovný reštart prehodnotené cez základné témy:

- Obnoviť: plány reakcie na účinky ochorenia COVID-19.
- Zmeniť zameranie: politika riadenia v rámci Únie.
- Posilniť: prechod na udržateľný, zodpovedný a inteligentný cestovný ruch.
- Prehodnotenie: plánovanie budúcnosti odvetvia cestovného ruchu (Správa EÚ, 2020).

Ako už bolo vyššie v dokumente uvedené, základným strategickým dokumentom turizmu na národnej úrovni je Stratégia rozvoja cestovného ruchu do roku 2020. Tento dokument z pôdy Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky (MDV SR) definoval strategický cieľ

pre obdobie do roku 2020 ako „*potrebu zvyšovania konkurencieschopnosti cestovného ruchu pri lepšom využívaní jeho potenciálu, so zámerom vyrovnávať regionálne disparity a vytvárať nové pracovné príležitosti.*“ Pre dosahovanie cieľa boli stanovené 3 oblasti realizácie úloh: Oblasť kvality – Oblasť podpory dopytu a ponuky – Oblasť prezentácie Slovenska.

V zmysle nadväznosti na nové programové obdobie MDV SR pripravuje nový strategický dokument **Stratégia rozvoja udržateľného cestovného ruchu do roku 2030**, ktorý bude pokračovať v cieľoch predošlej stratégie, a to prostredníctvom: „*Znižovania sezónnych disparít vytváraním komplexnej ponuky cestovného ruchu udržateľným využívaním potenciálu krajiny pri zvyšovaní ekonomického rastu regiónov a zlepšením rozpoznateľnosti Slovenska ako atraktívnej a autentickej dovolenkovej destinácie.*“ Pre dosahovanie tohto cieľa sú stanovené 4 oblasti: Partnerstvo – Produkt – Prezentácia – Profesionalita.

Bratislavský samosprávny kraj (BSK) je gestorom a koordinátorom strategického dokumentu **Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja BSK (PHRSR BSK)**. Ide o kľúčový dokument, ktorý nastavuje smer a priority rozvoja kraja a zároveň slúži ako nástroj na čerpanie verejných prostriedkov a eurofondov. V rámci prípravy tohto strategického dokumentu pre obdobie 2021 – 2027 (s výhľadom do roku 2030) bol definovaný strategický cieľ: *Zvýšiť rozmanitosť a kvalitu kultúry a podporiť udržateľnosť turizmu*. Strategický cieľ je zameraný na 4 kľúčové línie rozvoja turizmu:

1. Podporiť rozvoj vodnej turistiky a rekreácie.
2. Podporiť rozvoj udržateľného turizmu v prírode.
3. Modernizovať turistickú ponuku so zameraním na udržateľný turizmus.
4. Chrániť a rozvíjať potenciál kultúrneho dedičstva a vytvoriť vhodné podmienky pre rast kreatívneho priemyslu.

Regionálne zameranie na podporu vodného turizmu a turizmu v prírode, ako aj modernizácia turistickej ponuky a v neposlednom rade obnova národných kultúrnych pamiatok s previazanosťou na turistickú infraštruktúru budú zohrávať v nasledujúcom programovom období kľúčové úlohy. Na základe prepojenia so strategickými líniami medzinárodnej a národnej úrovne možno sledovať transformáciu trendov, ktoré budú implementované do regionálneho územia. Udržateľnosť, ochrana životného prostredia, obnova kultúrneho dedičstva a modernizácia destinačnej ponuky sú rámcom v budovaní a naplňaní medzinárodných očakávaní, ako aj potrieb územia.

Špecifickým nástrojom dosahovania regionálneho rozvoja turizmu v regióne BSK je **Stratégia rozvoja turizmu v Bratislavskom kraji do roku 2020**. Na podklade informácií, analýz a dát budovania značky destinácie, produktových líniiach, ako aj marketingovej stratégie, dokument klasifikoval 4 prioritné línie pre rozvoj turizmu v regióne:

1. Rozvoj územia a infraštruktúry.
2. Ľudský kapitál, miestna ekonomika a manažment destinácie.
3. Podpora tvorby a udržateľnosti produktu.
4. Budovanie značky a marketingová podpora.

Strategický dokument rozvoja turizmu na území Bratislavského kraja do roku 2020 nastavil ciele a priority rozvoja, ktoré boli viac či menej napĺňané.³ V zmysle pokračovania v stanovených strategických smerov na regionálnej úrovni je potrebné aktualizovať stav z územia a potreby jednotlivých turistických sektorov. Globálne smerovanie a národná strategická koncepcia by sa mali odraziť na regionálnej úrovni, kde špecifiká kraja budú nositeľmi ďalšieho rozvoja.

³ Viac k tejto téme v časti: 3.6. Naplnené ciele a priority turizmu v Bratislavskom kraji za obdobie 2015-2020.

ZHRNUTIE – LEGISLATÍVNE A STRATEGICKÉ RÁMCE

- segment turizmu/cestovného ruchu je kodifikovaný **zákonom č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu**
- **Agenda 2030** – ako súhrn globálnych záväzkov determinuje turizmus v rámci 17 výziev
- **Stratégia EÚ pre udržateľný cestovný ruch** – reštart a prehodnotenie turizmu
- **Stratégia rozvoja udržateľného cestovného ruchu do roku 2030** – národná stratégia Slovenska
- **Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja Bratislavského samosprávneho kraja 2021-2027** – Cieľ: Zvýšenie rozmanitosti a kvality kultúry a podpora udržateľného turizmu
- **Stratégia rozvoja turizmu v Bratislavskom kraji do roku 2030**

3.2 Hodnotenie turistickej ponuky

3.2.1 Primárna ponuka

Bratislavský kraj leží na juhozápade Slovenska v susedstve s Rakúskou a Maďarskou republikou. Z hľadiska rozlohy je považovaný za najmenší z 8 samosprávnych krajov Slovenska. Prítomnosť hlavného mesta Bratislavy na jeho území, ako aj centrálna poloha v rámci európskeho priestoru vytvárajú predpoklad regiónu s významným zastúpením zahraničného obchodu a návštevnosti. Na základe politicko-administratívneho členenia je územie rozdelené na 8 okresov: 5 mestských častí (Bratislava I. – V.), okresy Malacky, Pezinok a Senec. Z pohľadu pozicionovania sa ako destinácie a budovania značky poskytujú geopolitické danosti významné marketingové jedinečnosti: Bratislava je jediné hlavné mesto na svete, ležiace na hranici troch krajín. Je mesto na Dunaji. Spolu s Viedňou sú dve najbližšie hlavné mestá na svete (twin cities).

Územie kraja je z fyzicko-geografického hľadiska tvorené južnou časťou pohoria Malých Karpát, Podunajskou nížinou a Záhorskou nížinou. Rozmanitosť územia tvoreného pohorím, nížinami, početným zastúpením vodných tokov a riek je jedným zo základných predpokladov pre tvorbu jedinečnej destinačnej ponuky. Jedným zo špecifik, ktoré dodávajú územiu krajinnú výnimočnosť je prítomnosť Chránených krajinných oblastí (CHKO):

- CHKO Malé Karpaty
- CHKO Záhorie
- CHKO Dunajské Luhy

Rozsiahlosť a význam vodných plôch a riek akými sú Dunaj, Malý Dunaj a Morava na území Bratislavského kraja, ako i množstvo menších tokov vytvára priestor pre využitie foriem vodného turizmu. Žitný ostrov, ktorý sa nachádza na území kraja je jednou z najväčších zásobární pitnej vody v strednej Európe. Práve toto miesto môže byť symbolom prístupu k ochrane spodných vôd, biotopov či životného prostredia ako takého.

Významné zastúpenie poľnohospodárskej pôdy (i keď sledujeme postupný úbytok voči zastavanému územiu – od roku 1990 o 7%) a teplé podnebie vytvára podmienky pre pestovanie tradičných plodín ako pšenica, jačmeň, kukurica, olejniný či zemiaky a iné. Na regionálnej úrovni sledujeme prevahu tradičných poľnohospodárskych plodín, ktoré sa stávajú špecifikom vybraného subregiónu. Či už je to rozsiahle zastúpenie viníc a vinogradov (sledujeme úbytok od roku 1990 o 15% výmery) na území Malých Karpát, ovocných sádov a plodín teplého podnebia v Podunajsku, ale i zeleninárska a ovocinárska tradícia na Záhorí.

Tabuľka 2 Prírodné atraktivity v Bratislavskom kraji podľa regiónov

Bratislava	Záhorie (Okres Malacky)
Malé Karpaty: Devínska hradná skala, Devínska Kobyla, Národný geopark Malé Karpaty, Partizánska lúka, Železná studnička, náučné chodníky v Mestských lesoch Bratislava, Kamzík, Štefánikova magistrála, Kačín (a domček na strome Pod Dubmi), domček na strome pod Dubmi (lokalita Dlhé lúky), Malý Slavín, Horský park, rozhľadňa na Devínskej kobyli, Skalný nos v Zuckermantli, Kalvária, Kochova záhrada, Lisztova záhrada. Podunajská nížina: lužné lesy: Dunaj, Karloveské rameno, Sad Janka Kráľa, Botanická záhrada UK, Starý háj, Zrkadlový háj, Drienkový les (Rusovce), Ostrovné lúčky, Kopáčsky ostrov; - jazerá a kúpaliská: Zlaté piesky, Kuchajda, Veľký Draždiak, Vajnorské jazero, Štrkovecké jazero, Rusovské jazero, Čunovecké jazero, Pasienky (kúpalisko). Záhorie: Devínske alúvium Moravy, Devínske lúky, Devínske jazero, Cyklistický náučný chodník nivou Moravy (Devín – Moravský sv. Ján).	Malé Karpaty: Bridlicová štôlna Marianka, Medené Hámre, Pod Pajštúnom, Vysoká, Pohanská, Vápenná (Roštún - rozhľadňa), Kršlenica, Veľký Peterklín (rozhľadňa), Deravá skala (Plavecký Mikuláš), Záhorská nížina: Cyklistický náučný chodník nivou Moravy (Devín – Moravský Sv. Ján), Geopark Malé Karpaty zaradený do siete geoparkov SR, Rašelinisko Bezodné (Plavecký Štvrtok); - jazerá, vodné nádrže a kúpaliská: Rekreačná oblasť Rudava (Malé Leváre), Jakubovské rybníky, Kuchyňa, Rohožník (Vývrat), Pieskovňa (Plavecký Štvrtok), Štrkovisko na Židovkách (Vysoká pri Morave), Vodná nádrž Lozorno, Biobazén Borovica, areál Kamenný mlyn, Lábske jazero.
Malokarpatsko (Okres Pezinok)	Podunajsko (Okres Senec)
Malé Karpaty: Modranský lesopark, Veľká Homôľa (rozhľadňa), Zochova chata a Harmónia (Modra), Kukla (rozhľadňa), Pezinská Baba, NPR Šúr (Svätý Jur), Geopark Malé Karpaty zaradený do siete geoparkov SR (Prírodný a banský skanzen Budúcnosť, štôlna Ferdinand, Banická expozícia Pezinok, Banské náučné chodníky v Pezinku a Modre), Vinohradnícky náučný chodník (Pezinok), Zámčisko. Podmalokarpatsko a Podunajská nížina: - jazerá a vodné nádrže: Kučšdorfská dolina (Pezinok a Vinosady), Slnečné údolie (Limbach), Vodná nádrž Budmerice, Vištuk, Harmónia a Zochova chata (Modra).	Podunajská nížina: Dunajské lužné lesy, Malý Dunaj; - jazerá a kúpaliská: Slnečné jazerá a Akvapark (Senec), Hlboké jazero (Senec), Nové Košariská (Rovinka a Dunajská Lužná), Ivanka pri Dunaji, Veľký Biel, prírodné náučné chodníky (Malinovo, Čierna voda, Včelárska paseka).

(Zdroj: PHRSR BSK, 2021 upravené podľa Marketingová stratégia destinácie Bratislavský región (2014, 2018))

Obrázok 6 Prehľad atrakcií v Bratislavskom kraji



(Zdroj: KOCR BRT-bratislavský región v skratke, 2021)

Historicko-kultúrny vývoj Bratislavského kraja významne ovplyvnila poloha hlavného mesta Bratislavy a jej miesto na mape historickej Európy. Historický vývoj možno zhrnúť do niekoľkých kľúčových bodov:

- prvé stopy osídlenia siahajúceho do kultúry ľudí paleolitu;
- prítomnosť vojenských táborov Limes Romanus;
- osídlenie územia v období Veľkomoravskej ríše;
- Bratislava ako slobodné kráľovské, pohraničné a korunovačné mesto v období Uhorska;
- územie kraja ako multikultúrny priestor – zastúpenie nemeckých, chorvátskych; maďarských, židovských, českých a slovenských etník;
- poloha na križovatke „Jantárovej“ a Podunajskej obchodnej cesty.

Kultúrno-historický vývoj na území kraja zanechal svoju stopu vo forme hmotných a nehmotných kultúrnych a historických pamiatok. Na základe údajov Pamiatkového úradu SR z roku 2020 bolo na území Bratislavského kraja evidovaných 2022 národných kultúrnych

pamiatok (NKP), ktoré pozostávajú z vyše 17 tisíc pamiatkových objektov. Až 72 % NKP sa nachádza na území mesta Bratislavy, v rámci ktorej až 83 % NKP je lokalizovaných v MČ Bratislava - Staré Mesto (okres Bratislava I). Nasledujú mestá Pezinok a Modra (60 až 100 pamiatok), vyššími hodnotami (30 až 60) sa vyznačujú aj obce/MČ Veľké Leváre, Stupava, Svätý Jur, Bratislava - Nové Mesto a Bratislava – Devín (PHRSR BSK, 2021). V zmysle obnovy NKP v rámci územia a jej priameho presahu na pôsobnosť samosprávneho kraja je dôležité poznamenať, že v roku 2021 bolo vo vlastníctve Bratislavského samosprávneho kraja 17 NKP.

Tabuľka 3 Kultúrne a historické atraktivity v Bratislavskom kraji podľa regiónov

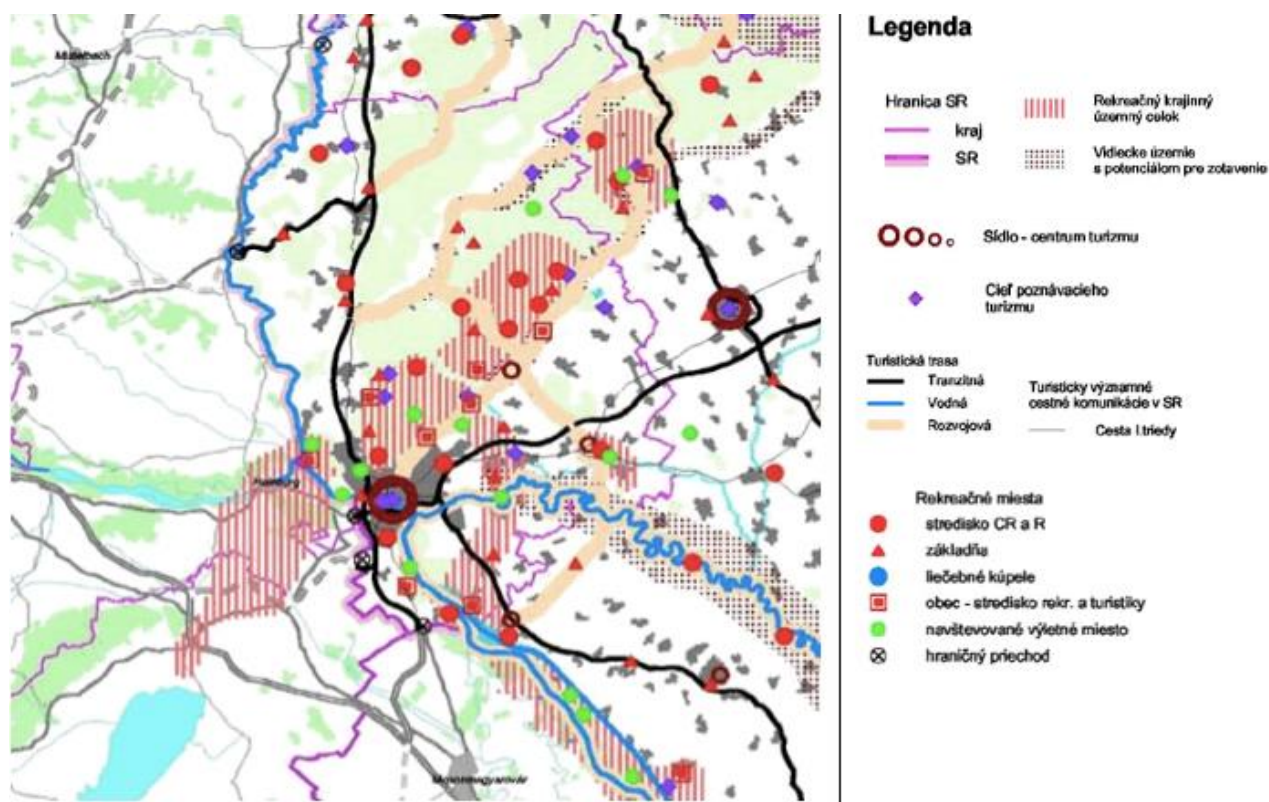
Bratislava	Záhorie (Okres Malacký)
Profánne pamiatky: Bratislavský hrad, Hrad Devín, MPR Bratislava - Stará radnica, Primaciálny palác, Slovenské národné divadlo, Reduta; Slavín, Grasalkovičov palác, Kaštieľ v Rusovciach, Gerulata Rusovce, PZ Vajnory, PZ Areál rušňového depa Bratislava-Východ, PZ Rusovce, Kaštieľ v Čunove. Sakrálné pamiatky: Katedrála Sv. Martina, Modrý kostolík, Mauzóleum Chatama Sofera, Kostol svätého Víta (Rusovce), Kostol Zvestovania Pána a kláštor menších bratov františkánov, Ondrejský cintorín, Mikulášsky cintorín, Cintorín pri Kozej bráne, židovské cintoríny, Vojenský cintorín, Lurdská jaskyňa. Múzeá a galérie: Slovenské národné múzeum, Múzeum mesta Bratislavy, Michalská veža, Danubiana, Slovenská národná galéria, Galéria mesta Bratislavy, Galéria Nedbalka, Železničné múzeum (Rendez). Iné atrakcie: Zoologická záhrada, Areál vodných športov Čunovo, vojenské bunkre (Dúbravská Hlavica, Kamzík, Petržalka, Devínska Nová Ves), .	Profánne pamiatky: Hrad Pajštún, Plavecký hrad, Pálfiiovský kaštieľ a park v Malackách a Stupave. Sakrálné pamiatky: Pútnické miesto a pamiatková zóna v Marianke, - kresťanské chrámy: Kaplnka Svätých schodov v kostole Nepoškvrneného počatia Panny Márie, Kostol Mena Panny Márie; Židovská synagóga v Malackách a Stupave. Múzeá a galérie: Habánsky dvor vo Veľkých Levároch, Pamätná izba Martina Benku v Kostolišti, Múzeum M. Tillnera v Malackách, Uhranské múzeum v Záhorkej Vsi. Iné atrakcie: Abeland dedina remesiel a umenia, Adventure Park Karpaty (Kuchyňa), Biofarma Príroda (Stupava), vojenské bunkre (popri riekach Morava a Malina), Dračí hrádok (Borinka), golf (Eurovalley Golf Park Malacký, Golf Club Pegas Lozorno, Golf Club Carpatia Záhorská Bystrica).
Malokarpatsko (Okres Pezinok)	Podunajsko (Okres Senec)
Profánne pamiatky: Hrad Červený Kameň, Budmerický (Pálfiiovský) kaštieľ, Pezinský zámok, PZ Modra, MPR Svätý Jur, Hrad Biely Kameň, Kaštieľ v Modre (Malokarpatské osvetové stredisko). Sakrálné pamiatky: Kostol sv. Juraja (Svätý Jur), Kostol Nanebovzatia Panny Márie (Pezinok), Kostol Narodenia sv. Jána Krstiteľa (Modra). Múzeá a galérie: - Pezinok: Malokarpatské múzeum Pezinok, Šimák zámok Pezinok – Galéria umeleckého skla, Pálffyho expozície, Jawa motorky, Schaubmarov mlyn - Galéria insitného umenia Pezinok, Mestské múzeum v Pezinku, - Modra: Múzeum Ľudovíta Štúra, Múzeum slovenskej keramickej plastiky a Galéria Ignáca Bizmayera, Zoya Museum - Elesko Wine Park. Iné atrakcie: Astronomické a geofyzikálne observatórium Modra, Sokoliarsky dvor ASTUR na hrade Červený Kameň, golf (Golf Driving Range Pezinok), športové letisko Dubová.	Profánne pamiatky: kaštieľ a park v Bernolákove, Tomášove, Malinove, Veľkom Bieli a Ivanke pri Dunaji; Mohyla gen. M. R. Štefánika a Pamätná izba M.R. Štefánika (Ivanka pri Dunaji), Turecký dom (Senec), Kamenný most v Kráľovej pri Senci. Sakrálné pamiatky: kresťanské chrámy v obci Boldog, Hamuliakovo, Most pri Bratislave, Štvrtok na Ostrove; Synagóga v Senci. Iné atrakcie: Včelárske múzeum a arborétum včelársky významných drevín (pri Kráľovej pri Senci), Oáza sibírskeho tigra (Kostolná pri Dunaji), golf (Green Resort Hrubá Borša, Black River Golf Bernolákovo, Golfový areál Čierna Voda).

(Zdroj: PHRSR BSK, 2021 upravené podľa Marketingová stratégia destinácie Bratislavský región (2014, 2018))
 Čo sa zastúpenia kultúrnych inštitúcií v rámci kraja týka, možno hovoriť o významnej ponuke na úrovni 42 stálych divadelných scén, 3 galérií, 45 múzeí a 152 fungujúcich knižníc v roku

2019. V zriaďovateľskej pôsobnosti Bratislavského samosprávneho kraja je 7 kultúrnych zariadení. Medzinárodné renomé má Slovenské národné divadlo, ktoré dnes tvoria tri zložky so stálym profesionálnym umeleckým súborom: činohra, opera a balet. Hudobný život charakterizuje žánrová pestrosť od významnej Slovenskej filharmónie cez Bratislavské hudobné slávnosti až po iné hudobné festivaly, koncerty a kluby. Najviac exponátov a expozícií prezentuje Slovenské národné múzeum a Slovenská národná galéria sídlia v Bratislave (ŠÚ SR, 2021).

Vychádzajúc z geograficko-prírodného potenciálu a kultúrno-historického vývoja môžeme územie Bratislavského kraja rozdeliť do štyroch jedinečných subregionálnych území: Bratislava a okolie, Malokarpatský región, Záhorie a Podunajsko.⁴ Vytvorenie špecifickej turistickej ponuky identifikovaných území je základom pre rozvoj regionálneho turizmu a regionálneho rozvoja ako takého. Jednotlivé kultúrne, historické a prírodné špecifiká sa stávajú nositeľmi identity daného subregiónu. Lokálne obyvateľstvo tak zohráva dôležitú úlohu pri tvorbe destinačného produktu.

Obrázok 7 Konceptia územného rozvoja Slovenska – Rekreačia a cestovný ruch



(Zdroj: KURS, 2001)

⁴ Destinačné (produktové) línie, ktoré sú odrazom subregionálnych území sú bližšie rozpracované v časti: 3.2.4. Produktové línie BK

ZHRNUTIE - PRIMÁRNA PONUKA

- **poloha na medzinárodnej križovatke** – Česká republika, Rakúsko a Maďarsko
- **prírodné špecifiká**
 - rieky Dunaj, Malý Dunaj a Morava
 - CHKO oblasti, Žitný ostrov, pohorie Malých Karpát
 - významné zastúpenie viníc, vinohradov a poľnohospodárskej pôdy (kontinuálny pokles voči zastavenému územiu)
- **kultúrno historický potenciál**
 - multikultúrny priestor a korunovačné mesto Bratislava
 - 2022 národných kultúrnych pamiatok, z toho 72% na území mesta Bratislava
 - 7 kultúrnych zariadení v zriaďovateľskej pôsobnosti BSK
 - prevaha kultúrnych atraktivít Bratislavy voči regiónu

3.2.2 Sekundárna ponuka

Sekundárnou ponuku možno v najširšom význame a pre potreby tohto dokumentu chápať ako prostriedok na priblíženie primárnej ponuky koncovému užívateľovi turistickej ponuky. Je teda neodmysliteľnou súčasťou primárnej ponuky, ktorá vychádza z prírodných a kultúrno-historických predpokladov. Sekundárna ponuka pozostáva zo všetkých prostriedkov umožňujúcich využívanie turistickej ponuky. Vo všeobecnosti v sebe zahŕňa – supraštruktúru, infraštruktúru a všeobecnú infraštruktúru.

3.2.2.1 Supraštruktúra cestovného ruchu Bratislavského kraja

Ubytovacie zariadenia

Ubytovacie zariadenia, ktoré sú jednou zo súčastí turistickej supraštruktúry, predstavujú základ plnohodnotnej a kvalitnej turistickej ponuky daného územia. Zároveň tvoria jednu z kľúčových položiek, ktoré prispievajú k ekonomickému rastu v regióne. Na regionálnej hrubej pridanej hodnote v roku 2018 tvorilo najväčší podiel 23,8 % odvetvie obchodu, dopravy, ubytovania a stravovania (ŠÚ SR, 2021).

Na úrovni Bratislavského kraja bolo možné sledovať kontinuálne rastúci trend počtu ubytovacích zariadení. V sledovanom období dekády do roku 2020 sledujeme stúpajúci trend s miernymi odchýlkami. Počas celého obdobia počet ubytovacích zariadení v Bratislavskom kraji predstavoval v priemere 7% podiel všetkých ubytovaní na Slovensku. V roku 2019 dosiahol počtom 393 ubytovacích zariadení takmer 10% podiel (počet v SR: 4487 ubytovacích zariadení) s počtom izieb 10 561 a lôžok 24 478.

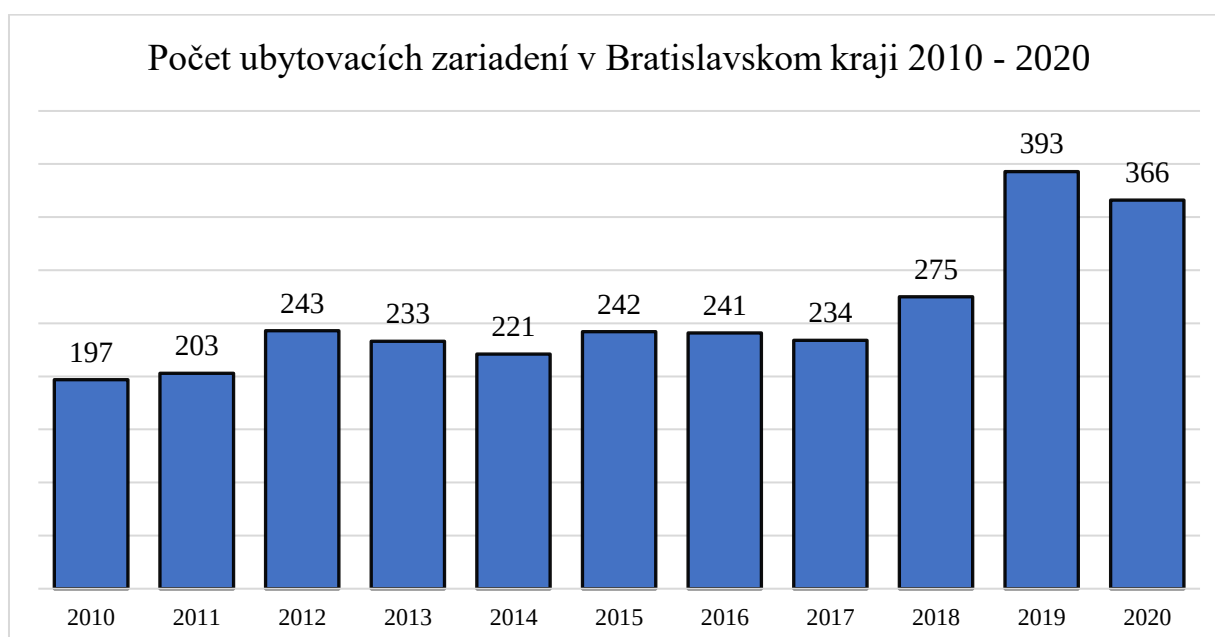
Tabuľka 4 Ubytovacie zariadenia v roku 2019

2019	Počet ubytovacích zariadení	Počet izieb spolu	Počet lôžok spolu	z toho stále lôžka	Počet návštevníkov spolu
Bratislavský kraj	393	10 561	24 478	23 189	1 586 354
Hotely ***** a Hotely (motely) ****	49	4 366	9 014	8 560	888 713
Ostatné hotely (motely, botely)	74	2 882	6 469	6 178	351 349
Penzióny	51	674	1 710	1 653	59 101
Turistické ubytovne, chatové osady	33	880	2 650	2 580	80 436
Kempingy (minikempy), táboriská	3	43	172	172	16 463
Ubytovanie v súkromí (s identifikátorom IČO)	83	196	535	484	17 421
Ostatné inde neuvedené	100	1 520	3 928	3 562	172 871

(Zdroj: ŠÚ SR, vlastné spracovanie, 2021)

Najnavštevovanejšími ubytovacími zariadeniami v roku 2019 v Bratislavskom kraji boli hotely a motely klasifikované ako 5* a 4*. Nasledovali hotely a motely s nižšou klasifikáciou a turistické ubytovne, chatové osady a penzióny. Priemerné využitie izieb bolo v tomto roku v priemere 45% (tendencie sa odrážajú na okresných úrovniach), čo je výrazne nad priemerom Slovenskej republiky (v roku 2019 – 32,4%). Avšak toto číslo je stále neprimerane nízke. Podľa Eurostatu v roku 2019, má Bratislavský kraj v porovnaní s Viedňou vyťaženosť ubytovacích zariadení nižšiu až o 20,76 p.b.⁵ Zamestnanosť v oblasti ubytovacích zariadení bolo v roku 2019 na hodnote 3 900 osôb. Priemerná mesačná nominálna hodnota mzdy bola 1053 Eur, u žien 969 Eur.

Graf 9 Vývoj počtu ubytovacích zariadení na území BSK

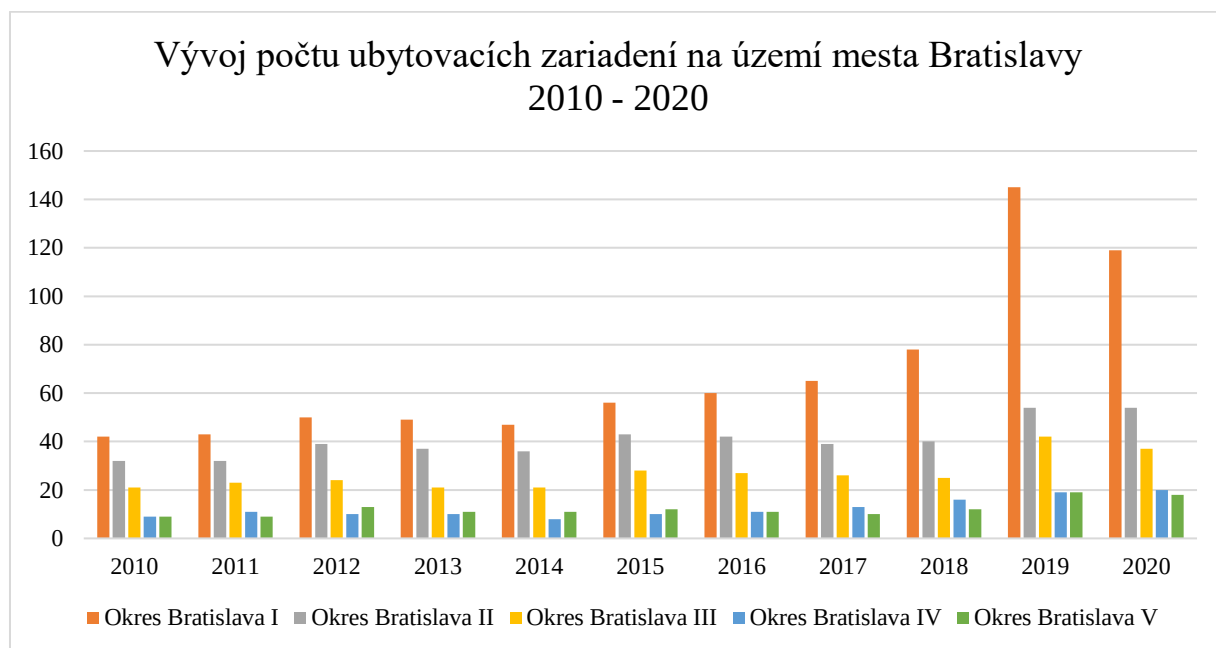


(Zdroj: ŠÚ SR, vlastné spracovanie, 2021)

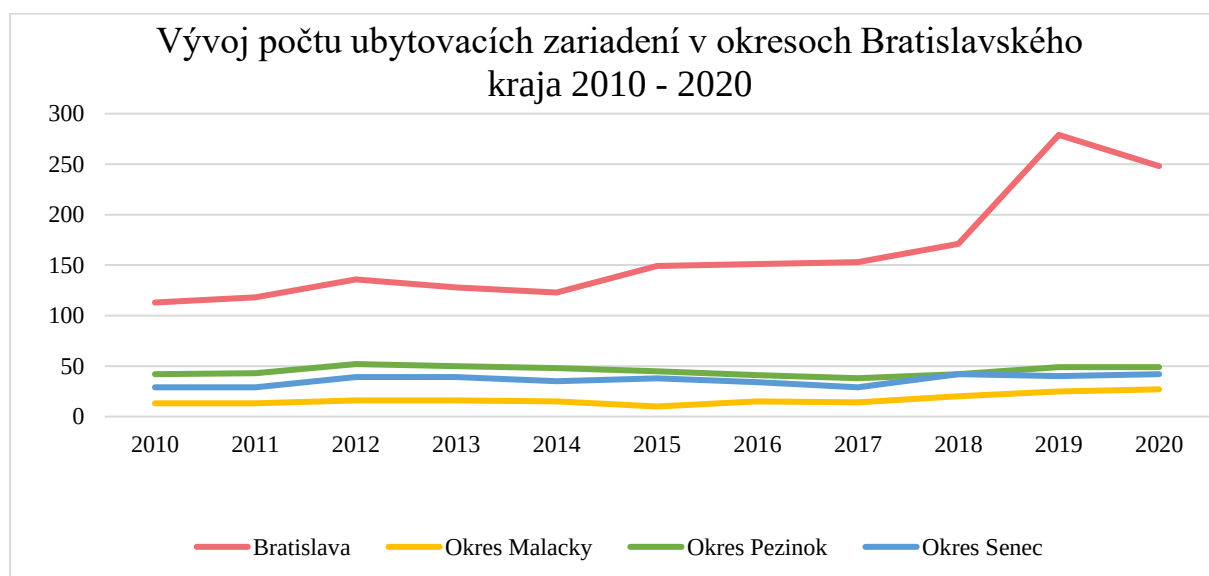
Na úrovni jednotlivých okresov vidíme rastúcu tendenciu odrážajúcu krajský, ako aj národný trend. Ako možno vidieť na grafe, sledujeme významný nárast počtu ubytovacích zariadení v prospech MČ – Bratislava I. (Staré Mesto). Tento fakt odráža nárast turistického dopytu, ako aj významné miesto Bratislavy (konkrétne historického centra) na mape turistickej ponuky regiónu.

⁵ Eurostat - Data Explorer (europa.eu)

Graf 10 Vývoj počtu ubytovacích zariadení na území mesta Bratislava



Graf 11 Vývoj počtu ubytovacích zariadení v okresoch BSK

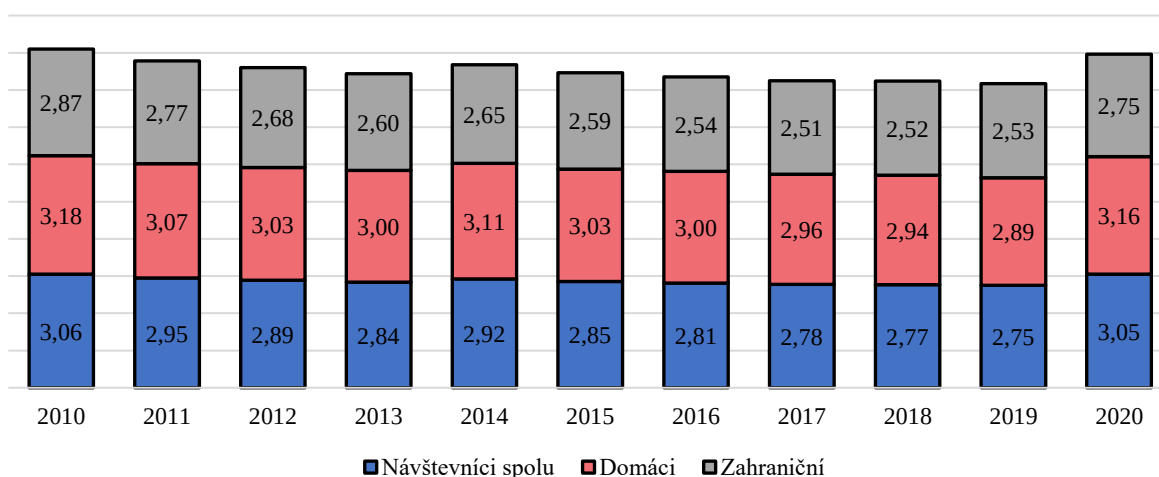


Dlhodobu najnižšiu počet ubytovacích zariadení a kapacít vykazuje okres Malacky. Okres Pezinok a Senec vykazujú stabilnú líniu na úrovni 40 – 50 ubytovacích kapacít vo vybraných rokoch. Pre okres Senec je charakteristický nárast od roku 2017. Za zmienku stojí i pokles počtu ubytovacích zariadení v pandemickom období na území Bratislavy, čo v ostatných okresoch nebadáme, práve naopak. Na tomto mieste je potrebné vnímať zastúpenie zahraničného turizmu, ktoré v ostatných okresoch okrem Bratislavy nie je významné.

Samostatným menovateľom v hodnotení turistickej ponuky a výkonu daného územia je priemerný počet strávených nocí v ubytovacích zariadeniach. Na národnej úrovni táto hodnota za poslednú dekádu výrazne neprekročila a mnohokrát ani nedosiahla hranicu 3 nocí, čoho výnimkou je pandemický rok 2020.

Graf 12 Vývoj priemernej dĺžky ubytovania v SR

Priemerná dĺžka ubytovania na Slovensku 2010 - 2020



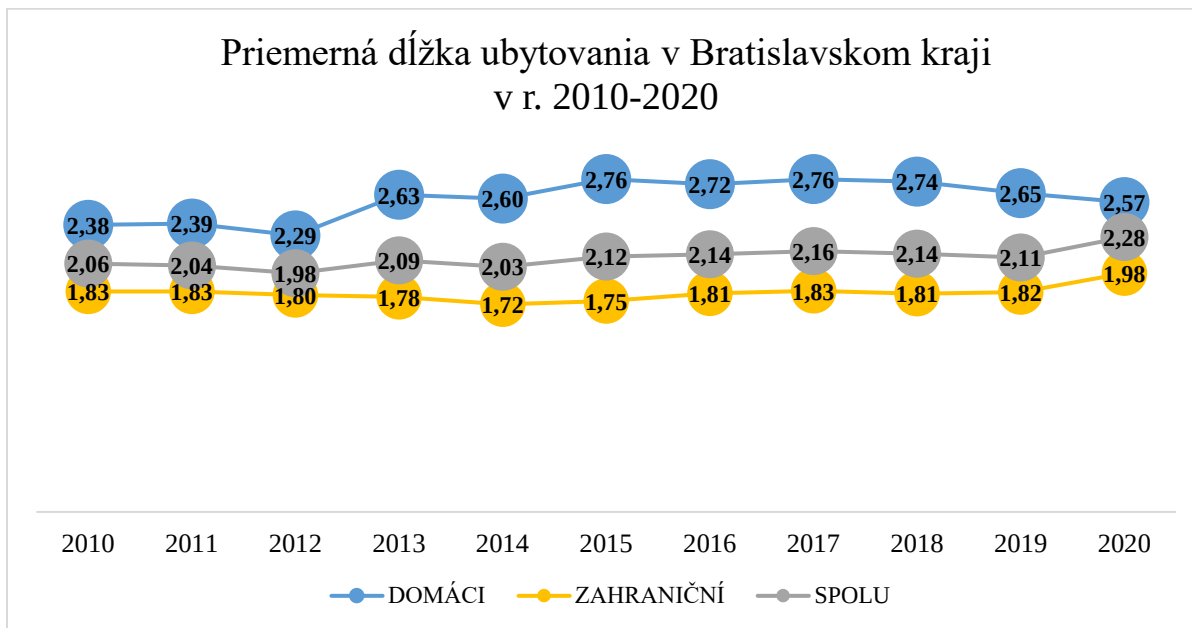
(Zdroj: ŠÚ SR, vlastné spracovanie, 2021)

Bratislavský kraj ako je už z vývojových trendov a špecifikácie územia možné badať, vykazuje vysoký podiel zahraničného turizmu voči turizmu domácejmu. Tento podiel sa odráža i v údajoch o počte strávených nocí v ubytovacích zariadeniach, ktoré sú dlhodobo pod národným priemerom. Priemerná dĺžka prenocovania v Bratislavskom kraji za poslednú dekádu neprekročila hodnotu 2,5 noci (2,07 v roku 2019). Práve tu nachádzame priestor pre tvorbu ponuky a komplexných destinačných balíkov, ktoré by mali byť orientované tak na zahraničného turistu a snahy o predĺženie jeho ubytovacích dní, ako aj na domáceho v zmysle rozptylu mimo územia mesta Bratislava. Na druhej strane však krátkodobý turizmus nemusí znamenať len negatívny vývojový fakt. Na tomto mieste je potrebné zohľadniť ekonomický podiel krátkodobého turizmu na celkovom výkone sektoru v rámci kraja.

Témou prepojenia ubytovacích zariadení so zahraničným (i domácim) turizmom by mala byť i problematika ubytovacieho zariadenia ako prvého bodu návštevy (brány do destinácie). Ubytovacie zariadenia práve na tomto mieste môžu zohrávať marketingovú úlohu pre destinačné body. Poskytnutie dostatočných informácií častokrát vedie k využitiu produktov územia, kedy návštevník mnohokrát nemá priestor a čas pre využitie iných subjektov v území (TIK, CA, CK a pod⁶). Ubytovacie zariadenia tým pádom zohrávajú významnú rolu ako sprostredkovateľ užitočných informácií o ponuke cestovného ruchu.

⁶ Turistická informačná kancelária, Cestovná agentúra, Cestovná kancelária a pod.

Graf 13 Vývoj priemernej dĺžky ubytovania na území BSK



(Zdroj: ŠÚ SR, vlastné spracovanie, 2021)

V rámci problematiky ubytovacích zariadení je nutné spomenúť aj nárast ponuky ubytovacích zariadení a využívanie tzv. zdieľanej ekonomiky, ako napríklad platformy Airbnb, s ktorou oficiálne štatistiky ŠÚ SR nepočítajú. Podľa údajov od Airbnb v roku 2019 Bratislavu navštívilo cez platformu 167 300 návštevníkov. V porovnaní s predchádzajúcim rokom tak Airbnb zaznamenal nárast návštevnosti o 52%. Priemerný strávený čas návštevníkov ubytovaných pomocou platformy Airbnb je 2,6 dňa. Počet prenocovaní v rámci platformy Airbnb tak predstavuje 435 000. V rámci národností návštevníkov použilo platformu 12% Slovákov, 11% návštevníkov zo Spojeného Kráľovstva, 7% Nemcov a Čechov, 5% Francúzov ako aj Američanov. Tieto dáta poukazujú na rastúcu atraktivitu Airbnb ako platformy zdieľanej ekonomiky a zároveň aj na nárast popularity a návštevnosti Bratislavy ako turistickej destinácie. Dáta v rámci celého Bratislavského kraja pre porovnanie hlavného mesta s inými okresnými mestami alebo vidieckymi oblasťami žiaľ nie sú dostupné.

Stravovacie zariadenia

Stravovacie zariadenia tvoria druhú časť supraštruktúry cestovného ruchu. Na území Bratislavského kraja vykazujú v rámci obdobia 5 rokov kontinuálne rastúcu tendenciu v tržbách (1 037 tis. Eur v roku 2019), na druhej strane sledujeme postupný úbytok zamestnanosti v tomto segmente (18 068 zamestnancov v roku 2019).⁷ V rámci štatistických údajov pod hlavičkou činnosti reštaurácií je evidovaných 7 306 zamestnaných osôb s priemernou mesačnou nominálnou mzdou 775 Eur, u žien 755 Eur. Pandémia COVID-19 poznačila aj stravovacie zariadenia, ktoré museli v niektorých mesiacoch roku 2020 a 2021 obmedziť činnosť len na úroveň výdaja a rozvozu stravy, prípadne fungovať v obmedzenom režime s minimálnym počtom zákazníkov alebo len na vonkajších terasách.

Ubytovacie a stravovacie zariadenia predstavujú dôležitý segment tak sekundárnej ponuky, ako aj primárnej ponuky. Sú základom kvalitnej turistickej destinácie a ich komplexnosť, prepojenie s destináciou a charakter by mali byť jednou z priorít pri tvorbe rozvoja destinácie.

⁷ Vybraný segment je zložený z: pohostinstvá nad 20 zamestnancov, sezónne strediská, celoročné odbytové strediská, reštaurácia, salónik, motorest, motel, hotel, penzión, denný bar, aperitív bar, grilbar, snackbar, pizzeria, jedáleň so samoobsluhou, kaviareň, espresso, libresso, čajovňa, vináreň, viecha, pivnica, piváreň, nočný bar, varieté, dancigklub, diskoklub, biliardklub, bistro, bufet, hostinec.

Kvalita služieb týchto dvoch segmentov nie je na úrovni turizmu dodnes merateľná. I keď badáme snahy o vytvorenie konceptov systému kvality pre cestovný ruch, neboli úspešne implementované a uvedené do praxe.⁸

3.2.2.2 *Infraštruktúra cestovného ruchu v Bratislavskom kraji*

Infraštruktúra cestovného ruchu v Bratislavskom kraji naznačuje nerovnomerné rozloženie prvkov služieb infraštruktúry – cestovná kancelária, turistická informačná kancelária (TIK), kongresové centrum a sála, zmenárne a hraničné prechody - takmer väčšina sa nachádza na území mesta Bratislava. Na základe informácií ŠÚ SR v roku 2019 prostredníctvom **cestovných kancelárií a agentúr** vycestovalo do zahraničia spolu 692 tis. Slovákov (medziročný nárast o 2,2%). Najčastejšie bez prenocovania navštevovali susedné Rakúsko, Poľsko, Maďarsko a Česko. Ak už sa v zahraničí zdržali, v priemere tam strávili sedem dní. Súčasne organizovaný cestovný ruch priviezol na Slovensko 331 tis. zahraničných turistov, čo bol pokles oproti predchádzajúcemu roku o 15 %. Títo zahraniční turisti strávili na Slovensku takmer 194-tisíc pobytových dní s prenocovaním. Väčšina, až 282-tisíc ľudí, sa na Slovensko vydala len na jednodňový výlet. Medziročne najviac vzrástol celkový počet turistov, ktorí prišli na Slovensko zo susedného Rakúska a Spojených štátov amerických cez služby slovenských cestovných kancelárií a agentúr (ŠÚ SR, 2020). V Bratislavskom kraji v roku 2020 pôsobilo celkovo 200 cestovných kancelárií (CK) a 183 cestovných agentúr (CA) ako výsledok mierneho kontinuálneho poklesu od roku 2015 (226 CK a 243 CA).

Turistické informačné kancelárie ako účelové zariadenia, ktoré zabezpečujú zber, aktualizáciu a bezplatné poskytovanie informácií v oblasti cestovného ruchu, sa stávajú bránou do destinácie (Metodická príručka pre TIK, 2010). Na regionálnej úrovni sú miestom, kde návštevník môže nie len obdržať aktuálne informácie o destinácii či zakúpiť si regionálne produkty, ale môže byť i miestom, ktoré ovplyvní návštevníka v zotrvaní v destinácii. TIK zohráva významnú úlohu pri prezentácii regiónu a vo zvýšení počtu návštevníkov a počtu strávených dní. Komplexnosť ponuky produktov zohráva dôležitú úlohu práve na tomto mieste. Na území Bratislavského kraja je v evidencii 12 TIK, ktoré sú v pôsobnosti KOČR BRT. Taktiež evidujeme zahraničný TIK krajskej organizácie cestovného ruchu Bratislavského kraja *Gate to Bratislava* vo Viedni.

Ponuka služieb TIK v Bratislavskom kraji je rôznorodá, čo sa odzrkadľuje aj na nízkej kvalite niektorých kancelárií. Ďalším viditeľným rozdielom a zároveň problémom v TIK je nejednotnosť otváracích hodín ako aj ich dĺžka. Jednotná a systematická ponuka propagačných materiálov územia Bratislavského kraja by mala byť súčasťou každého TIK, aby podporila budovanie destinácie a zaistila adekvátnu informovanosť zahraničných aj domácich návštevníkov o ponuke cestovného ruchu v kraji.

Tabuľka 5 *Turistické informačné kancelárie na území BSK*

BRATISLAVA				
	TIC Bratislava	Železničná stanica	Bratislava Tourist Service	TIK Devínska Nová Ves
Adresa	Klobučnícka 2, 811 01 Bratislava	Námestie Franza Liszta 1, 811 04 Bratislava	Ventúrska 9, 811 01 Bratislava	Istrijská 49, 841 07 Bratislava

⁸ Viac informácií v kapitole: 3.6. Destinačný manažment a marketing.

Otváracie hodiny	Po – So 9:00 – 17:00 Ne 9:00 – 16:00	Po– Ne 9:30 – 18:00	Neuvedené	Po – Pia 10:00 – 18:00 (počas sezóny) Po – Pia 9:00 – 17:00 (mimo sezóny) (So-Ne zatvorené)
Služby	• bezplatné mapy a prospekty o meste a Bratislavskom kraji, • turistická zľavová kartu Bratislava CARD, predaj cestovných lístkov na verejnú dopravu, • zážitkové prehliadky mesta, výlety a ubytovanie, privátne prehliadky mesta pre jednotlivcov alebo skupiny v 22 jazykoch.		neaktualizované informácie	• požičovňa bicyklov • predaj suvenírov • kopírovanie, tlač, scan • pomoc pri organizácii výletov • prospekty o meste a kraji
Sociálne siete	áno	áno	nie	áno
Jazyková mutácia webstránky	SK/EN/DE	SK/EN/DE	SK/EN/DE/HU	SK

ZÁHORIE			
	Turisticko-informačná kancelária - Malacky	Mestské kultúrne a informačné centrum - Stupava	Mestská knižnica Ruda Morica - Stupava
Adresa	Záhorácka 1919, 901 01 Malacky	Sídlo mestský úrad, Hlavná 1/24, 900 31 Stupava	Hlavná 90/A, 900 31 Stupava
Otváracie hodiny	Po-Pia: 9:00 - 17:00 So-Ne: 14:00 - 17:00	Po-Pia: 7:30 -15:30 (So-Ne zatvorené)	Ut a Št: 11:00-19:00 St a Pia: 10:00-18:00 So : 9:00 - 12:00 (Pon a Ne- zatvorené)
Služby	• sprievodcovské služby a propagácia kultúrnych podujatí v meste a okolí • predaj publikácií a propagačných materiálov o meste Malacky, máp, pohľadníc a darčkových predmetov • informácie o ubytovacích, stravovacích, športových a rekreačných zariadeniach • informácie o zmenárenských a bankových službách; o taxislužbe, autobusovej a vlakovej doprave; o firmách a úradoch v meste a okolí • bezplatná propagácia mesačného prehľadu kultúrnych akcií	• propagácia jarmokov a podujatí • informácie kam na výlet • predaj suvenírov	
Sociálne siete	áno	áno	áno
Jazyková mutácia webstránky	SK	SK/EN/DE	SK/EN/DE

PODUNAJSKO	
	Turistická informačná kancelária - Senec
Adresa	Nám. 1 mája č. 4, 903 01 Senec
Otváracie hodiny	neuvedené

Služby	• predaj telefónnych kariet, máp, pohľadníc, suvenírov • faxová služba pre obyvateľstvo a pod. • ponuka jednodňových výletov
Sociálne siete (ig, fb..atd')	nie
Jazyková mutácia webstránky	SK/HU

MALOKARPATSKO				
	MIC - Mestské informačné centrum Pezinok	Malokarpatská turistická informačná kancelária - Modra	Turisticko - informačné centrum - Modra	Turisticko-informačné centrum Svätý Jur
Adresa	M.R. Štefánika 1, 902 01 Pezinok	Štúrova 117, 900 01 Modra	Štúrova 59, 900 01 Modra	Prostredná 64, 900 21 Svätý Jur
Otváracie hodiny	Po – So 10:00 – 16:30 (Ne zatvorené)	Neuvedené	Pon, Ut, Št, Pi: 8:00 –16:00hod. St: 09:00-17:00h. (So-Ne zatvorené)	Utorok- Piatok: 13.00-17.00 Sobota:10.00-16.00 (Ne - zatvorené)
Služby	• informácie o atraktivitách v regióne • sprievodcovské služby • regionálna tlač • bezplatné propagačné materiály, orientačné mapy a publikácie • predaj propagačných materiálov, publikácií, turistických sprievodcov, regionálnych produktov a suvenírov • kopírovacie služby	• ponuka ubytovacích a stravovacích služieb • ponuka pobytu- Penzión Harmónia v Modre	• ponuka ubytovania • tipy, čo navštíviť a kam zájsť na víno, • odporúčania na turistiku • ponuka gastronomických zážitkov • sprievodcovské služby • predaj turistickej zľavovej karty Bratislava CARD	• propagačné materiály mesta a regiónu • knižné publikácie a výrobky miestnych tvorcov • priestory pre vzdelávacie, spoločenské a kultúrne podujatia, pre aktivity miestnych spolkov a občianskych združení • ponuka miestnym podnikateľom možnosť zviditeľniť sa a prezentovať svoje výrobky a služby
Sociálne siete	nie	nie	áno	nie
Jazyková mutácia webstránky	SK/EN	SK	SK/EN/DE	SK/EN

(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa domovských stránok TIK)

Napriek tomu, že Bratislavský kraj možno charakterizovať ako metropolitný kraj s centrálnou polohou na európskej úrovni s potenciálom pre MICE turizmus, ponuka pre tento segment na území kraja je obmedzená. V oblasti kongresového turizmu, ako súčasť MICE turizmu, dlhodobo absentuje **veľkokapacitné kongresové centrum**, ktoré by spĺňalo požiadavky medzinárodnej úrovne v rámci kapacity. Bratislavský kraj dlhodobo vykazuje najväčší dopyt tohto charakteru na celonárodnej úrovni.⁹ Kongresový turizmus, ktorý je infraštruktúrne zastúpený najmä zo strany hotelov a menších sál tvorí 40% podielu z príjmov hotelov, v ktorých sa dané kongresy konajú.¹⁰ Zvyšujúci sa dopyt na medzinárodnej úrovni by tak mal byť signálom pre vytvorenie centra pre konferencie a kongresy, nad 1 000 účastníkov. Avšak, súčasťou MICE turizmu je aj incentivne cestovanie a malokapacitné stretnutia, ktoré tvoria veľkú časť obratu v segmente. Pri tomto type MICE turizmu je dôležité ponúknuť návštevníkom adekvátnu kvalitu, flexibilitu a profesionalitu produktov a služieb. Kľúčovú rolu, preto zohrávajú ubytovacie a stravovacie zariadenia, ale aj marketing, konkrétne propagačné a *networking* aktivity na zacielenie pozornosti subjektov, organizovať stretnutia na území Bratislavského kraja.

ZHRNUTIE - SEKUNDÁRNA PONUKA

- **takmer 10% podiel všetkých ubytovacích zariadení SR sa nachádza na území kraja, z toho výrazne prevažujú ubytovacie zariadenia na území Bratislavy**
- **najnavštevovanejšími ubytovacími zariadeniami v roku 2019 boli 4* a 5* hotely a motely**
- **kontinuálny nárast stravovacích zariadení na území kraja do vypuknutia pandémie**
- **12 TIK v regióne - disparity v kvalite ponúkaných služieb**
- **absencia veľkokapacitného kongresového centra na území BSK**

3.2.2.3 Dopravná infraštruktúra cestovného ruchu v Bratislavskom kraji

Dopravná infraštruktúra cestovného ruchu ako súčasť všeobecnej infraštruktúry cestovného ruchu v Bratislavskom kraji je významným prvkom stabilnej a kvalitnej turistickej ponuky. Komplexnosť a kompatibilita druhov dopravných napojení tvorí plynulú mobilitu obyvateľstva regiónu a návštevníkov turistických destinácií.

Bratislavský kraj vykazuje z demografického hľadiska dlhodobú tendenciu prirodzeného prírastku obyvateľstva. Tento kontinuálny nárast počtu obyvateľov s nárastom počtu návštevníkov turistických atrakcií vytvára tlak na dopravnú infraštruktúru. Kľúčovými výzvami a prioritami kraja v rámci udržateľnej mobility pre nasledujúce programové obdobie sa tak stávajú:

- nevyhovujúca deľba dopravnej práce: individuálna automobilová doprava: verejná osobná doprava (73:27);
- vysoký koeficient využitia niektorých železničných úsekov;
- nadmerné zaťaženie ciest smerujúcich do centra Bratislavy a neustále zvyšovanie intenzity dopravy na dopravných vstupoch do Bratislavy.

Koľajová doprava

⁹ Viac sa tejto téme venujeme v kapitole: 3.2.2. Vybrané druhy a formy cestovného ruchu v Bratislavskom kraji.

¹⁰ Zdroj: <http://www.zcsr.sk/ts-btb-investicia-do-kongresoveho-cestovneho-ruchu-sa-vrati-mnohonasobne/>. 2020.

Vychádzajúc z kľúčových priorít kraja v oblasti dopravy, ktoré odrážajú demografický a technický stav územia, ako aj odrážajúce potreby v rámci udržateľného životného prostredia je prioritnou líniou rozvoja udržateľnej mobility doprava koľajová. Vybudovanie nosného koľajového systému, skapacitňovanie najvyťaženejších tratí, ale i rozširovanie električkovej siete s prestupnými bodmi na železnici sú bodmi implementácie stratégie územného rozvoja a reakciou na kľúčové problémy v oblasti dopravy. Pre turistický účel môže vlaková doprava predstavovať vhodnú náhradu v rámci podpory udržateľnej a zelenej mobility.¹¹

Cestná doprava

Význam polohy Bratislavského kraja odráža zastúpenie medzinárodných koridorov, ktoré týmto územím prechádzajú. Sú to 3 medzinárodné TEN-T koridory:

- Balticko-jadranský koridor: Viedeň – Bratislava – Žilina,
- Koridor Orient/Východné Stredomorie: Praha – Bratislava – Budapešť,
- Koridor Rýn – Dunaj: Viedeň – Bratislava – Budapešť.

Cieľom v cestnej doprave je zjednotenie tarifného a dopravného systému pre cestujúcich. Výzvami Integrovaného dopravného systému Bratislavského kraja sa stávajú rozširovanie systému integrovanej dopravy za hranice Bratislavského kraja, či vznik „dopravnej autority“ s cieľom koordinácie autobusovej a koľajovej dopravy. V rámci cestnej dopravy je významným rozvojovým prvkom aj zavádzanie sezónnych shuttle busov v preťažených oblastiach (napr. Malodunajsko) na odľahčenie individuálnej dopravy. Toto riešenie zároveň prispieva k naplneniu cieľa udržateľnej mobility.

Cyklodoprava

Cyklodoprave ako významnej súčasti nemotorového dopravného systému na území kraja sa dostáva v posledných rokoch výraznej pozornosti v súvislosti s potrebou rozvoja „zelenej“ a udržateľnej mobility. Uchopenie cyklodopravy a jeho rozvoja na území Bratislavského kraja definuje *Koncepcia územného rozvoja cyklotrás Bratislavského samosprávneho kraja* vo vzťahu k Integrovanému dopravnému systému a významným bodom cestovného ruchu z roku 2021. Cieľom tohto strategického dokumentu je

- odľahčenie preťaženej dopravnej infraštruktúry v regióne;
- integrácia cyklistickej dopravy s ostatnou dopravou (železničnou, cestnou, vodnou dopravou, a iné.);
- napojenie cyklistickej dopravnej siete na strategické prestupové uzly – terminály integrovanej osobnej prepravy a zastávky mestskej a medzimestskej hromadnej dopravy;
- budovanie záchytných parkovísk „Bike & Ride“ a „Park & Ride“;
- zabezpečenie dostupnosti významných turistických a rekreačných cieľov v Bratislavskom kraji cyklistickou dopravou.

V Bratislavskom kraji je v súčasnosti vyznačených približne 1000 km cykloturistických trás, a to prevažne v hornatom prostredí. Najrozvinutejším územím pokrytým cykloturistickými trasami v kraji je pohorie Malé Karpaty (vrátane Devínskej Kobyly). V meste Bratislava a jeho tesnej blízkosti sú cykloturistické trasy vedené najmä pozdĺž riek (Dunaj, Malý Dunaj, Morava, Šúrsky kanál), príp. ako spojky k malokarpatským cyklotrasám. V okrese Malacky prebieha niekoľko diaľkových trás a niekoľko spojovacích trás na malokarpatské trasy. V okrese Pezinok je okrem malokarpatského systému trás vybudovaná hustá sieť v okolí mesta Modra. V okrese Senec je sieť zameraná na mesto Senec (so Slnečnými jazerami) a jeho okolie (PHRSR BSK,

¹¹ Na príklade úspešného projektu BK letného cyklovlaku Záhoráčik. Viac informácií k produktu: <https://Bratislavaregion.travel/poi/7146/letny-vlak-zahoracik>.

2021). Existujúca sieť cykloturistických chodníkov a trás na území kraja je zverejnená na portáli <https://ba.cykloportal.sk/>. Na portáli sú zverejnené okrem trás a máp aj možné typy na okruhy, ako aj kalendár podujatí. Významným participátorom pri rozvoji a údržbe v území na poli cykloturizmu je OZ Slovenský cykloklub. Práve údržba cykloturistických trás je jednou z kompetencií, ktoré Bratislavský kraj ako gestor vykonáva na kontinuálnej báze. Politiku cyklodopravy zastrešuje pozícia krajského cyklokoordinátora.

Dôležitými prvkami cyklistickej dopravy v rámci rozvoja komplexnej turistickej infraštruktúry sú cyklomosty. Cyklomost Slobody medzi MČ Bratislava Devínska Nová Ves a osadou Schlosshof, ktorý je otvorený od roku 2012 a je významným spojovateľom slovenskej a rakúskej strany. Obdobný potenciál má i prebiehajúci projekt stavby mostu Vysomarch, ktorý bude spájať slovenskú obec Vysoká pri Morave s rakúskym Marcheggom. V rámci programového obdobia do roku 2027 prebieha i proces zámeru cyklomostu, ktorý prepojí obce Gajary a Dürnkrot.

Významnou súčasťou cykloprepojenia na medzinárodnej úrovni sú cyklomagistrály EuroVelo. Cez územie Bratislavského kraja prechádzajú 2 z týchto medzinárodných cyklotrás:

- EuroVelo 6 – Dunajská cyklocesta
- EuroVelo 13 – Cesta Železnej opony

Prítomnosť dvoch významných cyklomagistrál na území Bratislavského kraja na jednej strane vytvára pridanú hodnotu (medzinárodný cyklistický koridor), a na strane druhej zvyrazňuje potrebu dobudovania a tým vytvára príležitosť pre dobudovania dodatočných cykloprepojení na lokálnej úrovni. Nachádzame tu priestor pre uplatnenie marketingových stratégií pre tvorbu komplexného produktu a presmerovania návštevníkov medzinárodnej trasy do lokálneho územia. V rámci cyklodopravy na území BSK je nutné spomenúť aj narastajúci konflikt medzi cykloturistami a pešími turistami na frekventovaných úsekoch.

Vodná doprava

Územie Bratislavského kraja na toku medzinárodných riek Dunaj a Morava zohráva dôležitú úlohu nie len vo vodnej doprave. I keď je Dunaj jedinou splavnou riekou pre osobnú a nákladnú dopravu, využitie tokov Moravy a Malého Dunaja pre vodný turizmus je zásadné. Dunaj má význam pre Slovenskú republiku, ako brána na interkontinentálne a európske trhy. Medzinárodná vodná cesta tvorí súčasť európskeho dopravného koridoru na slovenskom území. V rámci rieky Dunaj má potenciál aj využitie Chorvátskeho ramena v Petržalke na účely člnkovania.

Plavby na rieke Dunaj, ktoré zabezpečujú prílev zahraničných návštevníkov fungujú na sezónnej báze. Je možné ich rozdeliť na dve hlavné skupiny: Pravidelné lodné spojenie na úseku Bratislava – Viedeň poskytuje projekt *Twin City Liner*, ktorý v sezóne apríl – október dokáže každoročne prepraviť do 150 tis. osôb. Druhou skupinou je medzinárodná lodná doprava. V Bratislave ročne vystúpi na breh približne 200 tisíc zahraničných návštevníkov (PHRSR BSK, 2021). K rozvoju medzinárodnej osobnej dopravy na malých plavidlách chýba Bratislave zodpovedajúci mestský prístav (marína).

Problematika menších splavných tokov formou menších plavidiel akými sú kajaky, kanoe, pramice, rafty a pod. stojí najmä na absencii komplexnej infraštruktúry, jej databáze, legislatívnych obmedzeniach a rozvoji. Bratislavský kraj disponuje koncepčným dokumentom *Stratégia rozvoja a marketingová stratégia turistickej destinácie Malý Dunaj (2018)*, ktorý môže byť návodom pre cielený rozvoj Podunajského subregiónu. Malý Dunaj nepatrí k sledovaným vodným cestám na Slovensku, preto táto cesta nie je označená signálnymi znakmi. Tento tok je splavný počas celého roku a charakterom je vhodný i pre začiatočníkov,

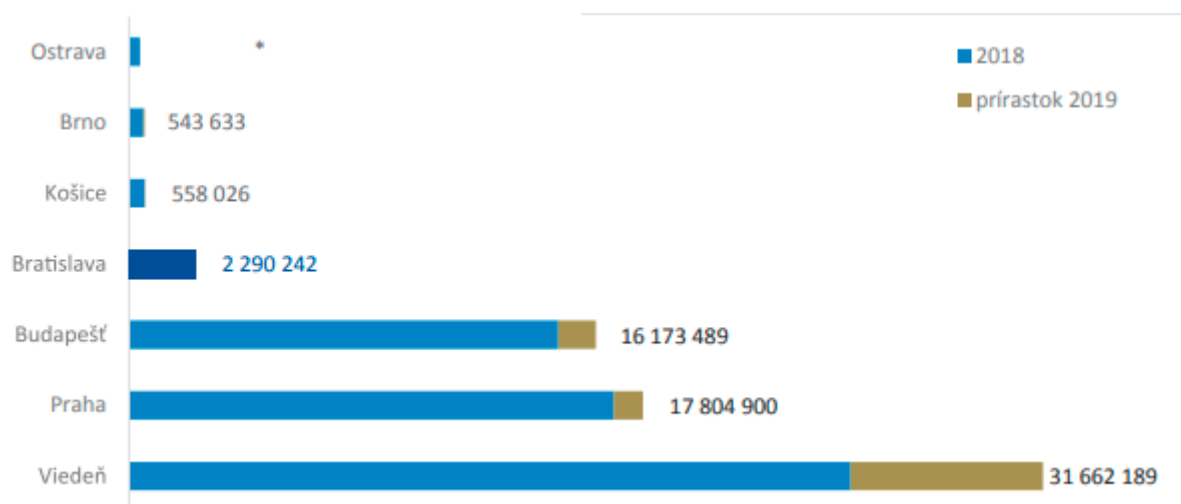
avšak jeho splavnosť nie je plynulá, kvôli prítomnosti dvoch priehrad (Nová Dedinka a Tomášovo). V oblasti toku Malého Dunaja sú prítomné okrem vodných turistických trás i trasy cykloturistické a pre pešiu turistiku. Komplexný rozvoj vodného turistického značenia, budovanie hlavnej i doplnkovej vodnej turistickej infraštruktúry, ako aj prepojenie s inými druhmi turistických ciest a foriem dopravy je kľúčom k rozvoju vodnej dopravy v oblasti Malého Dunaja.

Rieka Morava, ktorá tvorí prirodzenú hranicu s Rakúskom, na úseku Bratislavského kraja taktiež poskytuje priestor pre využitie na poli vodného turizmu. Ako prítok Dunaja je unikátnym miestom, kde sa vyskytujú druhy rýb, ktoré nenájdeme v iných častiach sveta (bratislavaregion.travel., 2021). Sútok rieky Moravy a Dunaja pri hrade Devín je jednou z najvyhľadávanejších atrakcií na území hlavného mesta. Potenciál samotného využitia rieky je však stále nenaplnený i z dôvodu nedostatočne rozvinutej infraštruktúry na vodnom toku.

Letecká doprava

Letecká preprava z pohľadu turizmu predstavuje jeden z najvyužívanějších spôsobov prepravy pre komfort a dostupnosť. Na území Bratislavského kraja je lokalizované medzinárodné letisko M.R. Štefánika, Airport Bratislava a.s., ktoré je zároveň najväčším na Slovensku. V roku 2019 odbavilo spolu 2,3 mil. cestujúcich, čo je výsledkom stabilného kontinuálneho vývoja od roku 2014. V rámci konkurenčného stredoeurópskeho priestoru však letisko zastáva len minoritný podiel v počte odbavených cestujúcich.

Graf 14 Porovnanie počtu cestujúcich v roku 2018 a 2019 na jednotlivých letiskách



(Zdroj: VS Letisko M.R.Štefánika, 2020)

Ponuku leteckej dopravy dopĺňa na regionálnej úrovni vojenské letisko v Kuchyni a dve športové letiská v Dubovej a Kráľovej pri Senci. Možnosti využitia športových letísk prispievajú k destinačnej ponuke regiónu, kedy návštevník môže využiť služby pre spoznávanie kraja z tzv. vtáčej perspektívy.

Špecifickým ukazovateľom dopravnej infraštruktúry ako sekundárnej ponuky kraja je jazyková vybavenosť. V rámci Bratislavského kraja okrem medzinárodných prepravných bodov (letisko, autobusová a vlaková stanica) a územia hlavného mesta Bratislavy absentujú jazykové mutácie označení turistických atrakcií. Sledujeme jazykové bariéry vodičov v rámci verejnej dopravy, ako aj absenciu jazykových označení na zastávkach hromadnej dopravy. Príkladom slabšej stránky jazykového prevedenia je i jednojazyčnosť „hnedých tabúl“, ktoré sú medzinárodným štandardom značenia turistických a kultúrnych cieľov. Absentujúca viacjazyčnosť môže byť

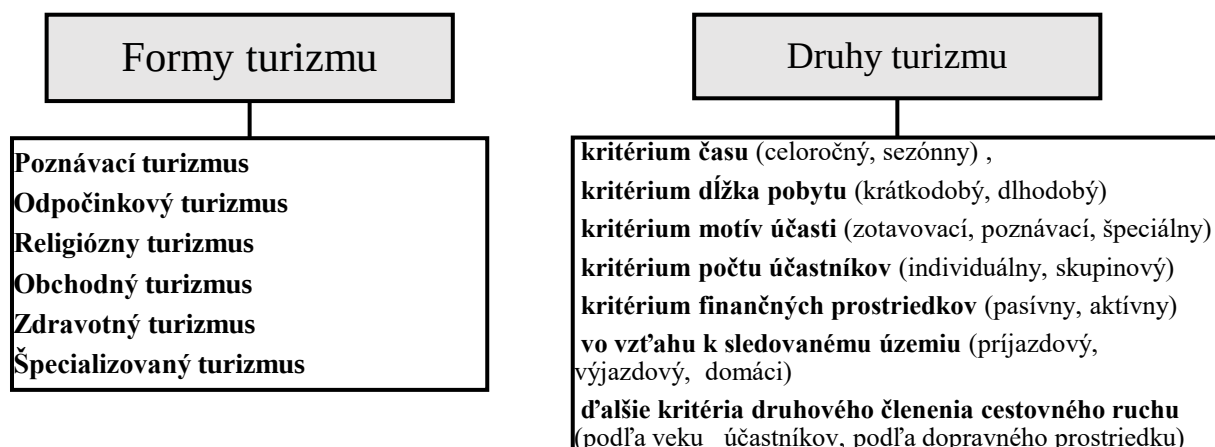
tak bariérou pre mobilitu zahraničných návštevníkov, čo môže zapríčiniť náročnejšiu dostupnosť, a teda pokles návštevnosti špecifických turistických bodov.

ZHRNUTIE- DOPRAVNÁ INFRAŠTRUKTÚRA

- poloha kraja na **medzinárodných koridoroch dopravy – koľajovej, riečnej, cestnej, cyklistickej a leteckej**
- poloha **medzinárodného letiska** na území kraja – Letisko M.R. Štefánika
- **Medzinárodné cyklomagistrály EuroVelo 6 a EuroVelo 13**
- **dobré pokrytie cykloturistickými trasami a trasami pre peších turistov v oblasti Malých Karpát**
- **významné oblasti vodných tokov vhodné pre rozvoj vodného a rekreačného turizmu – Dunaj, Malý Dunaj a Morava**
- **nedostatočná jazyková vybavenosť v rámci dopravnej infraštruktúry mimo územia Bratislavy, ako aj jednojazyčnosť označení turistických cieľov („hnedé tabule“)**

3.2.3 Vybrané druhy a formy cestovného ruchu v Bratislavskom kraji

Rozmanitosť a jedinečnosť Bratislavského kraja daná prírodnými, kultúrnymi a historickými atraktivitami je lákadlom pre turistov z celého sveta. Na základe vzťahu medzi turistom a cieľovou destináciou, ako aj jeho motívom určujeme druhy a formy cestovného ruchu. Bližšie sú tieto pojmy špecifikované v kapitole 1 (str. 5) . Definície, delenie a spôsob uchopenia je odlišný z pohľadu rôznych odborníkov. Nasledovná tabuľka opisuje jednu z možných klasifikácií foriem a druhov turizmu.



(Zdroj: Matlovičová a kol., 2015)

Pre potreby špecifik územie Bratislavského kraja bola v strategickom dokumente *Koncepcia rozvoja cestovného ruchu do roku 2030* zvolená nasledovná klasifikácia foriem turizmu:

- *poznávací turizmus (kultúrno-historický turizmus, ekoturizmus a geoturizmus, kulinársky turizmus- gastronomický, vinársky a vinohadnícky)*
- *odpočinkový turizmus (prírodný a vidiecky turizmus, agroturizmus, mestský turizmus)*
- *aktívny turizmus (cykloturizmus, vodný turizmus, peší turizmus, športový turizmus)*

- MICE turizmus vrátane kongresového turizmu
- ďalšie formy turizmu (*liečebný turizmus, filmový turizmus*)

POZNÁVACÍ TURIZMUS je forma turizmu, ktorá sa zameriava na aktivity, ktoré sú spojené s poznávaním územia, či už v oblasti prírodného alebo kultúrneho bohatstva. Dôležitým aspektom pri poznávacom turizme je, aby boli všetky tieto poznávacie aktivity neinvazívne a nedeštruktívne k životnému prostrediu ako aj k lokálnym komunitám.

Kultúrno-historický turizmus môžeme chápať ako formu poznávacieho turizmu ktorého hlavným motívom je návšteva miest a atrakcií, ktoré majú kultúrnu, historickú a umeleckú hodnotu. a účasť na podujatiach kultúrneho a kultúrnohistorického charakteru. Základom rozvoja tejto formy turizmu sú materiálne a nemateriálne kultúrne hodnoty. (Matlovičová a kol., 2015

Tabuľka 6 Prehľad najznámejších turistických atrakcií kultúrneho a historického zamerania na území BSK

Bratislava	Bratislavský hrad, Dom U dobrého pastiera, Dóm sv. Martina, Michalská veža, pamätník Slavín, Bibiana galéria, Slovenská národná galéria, Slovenské národné divadlo, Slovenské národné divadlo nová budova, Stará radnica, Primaciálny palác, Galéria mesta Bratislavy, Gerulata-antické múzeum, Danubiana, Hrad Devín, Pamätník Chatama Sofera,
Záhorie	Pálffyovský kaštieľ v Malackách, Habánsky dvor Veľké Leváre, Hrad Pajštún, Kaštieľ v Stupave, Pútnický areál Marianka
Malokarpatsko	Múzeum keramickej plastiky, Národný salón vín Pezinok, Galéria insitného umenia, Kostol sv. Juraja vo Svätom Jure, Malokarpatské múzeum Pezinok , Hrad Červený Kameň, Elesko- Zoya Museum
Podunajsko	Múzeum včelárstva, Remeselný dvor , Turecký dom Senec, Synagóga v Senci

(Zdroj: 42 top zážitkov v bratislavskom regióne – KOČR BRT)

V pôsobnosti Bratislavského samosprávneho kraja sa nachádza divadlo Aréna, Astorka, Bratislavské bábkové divadlo a divadlo Ludus, ktoré pravidelne ponúkajú predstavenia, zájazdy a festivaly. Ďalšími kultúrnymi zariadeniami je Malokarpatská knižnica a Malokarpatské múzeum v Pezinku, ako aj Malokarpatské osvetové stredisko v Modre , ktoré na pravidelnej báze organizujú podujatia zamerané na rozvoj destinácie v rámci BSK.

Tabuľka 7 Prehľad kultúrnych inštitúcií v pôsobnosti BSK

Organizácia	Rok	Počet pracovníkov	Premiéry	Predstavení a/ Zájazdy	Festivaly	Ocenenia	Tržby/ vstupné (EUR)	Počet divákov
Aréna	2016	40	6	124/33	2	1	264 293,43	28 269
	2017	33	5	147/13	2	1	244 233,21	31 849
	2018	31	4	116/11/18	3	4	238 422,92	23 664
	2019	32	5	166/5	4	2	276 971,00	28 260
Astorka	2016	37	2	141/13	5	5	194 482,00	24 872
	2017	39	3	159/12	5	4	248 367,27	30 552
	2018	36	2	144/9+21	6	6	261 065,57	30 351
	2019	38	3	160/10	5	6	286 271,67	30 015
BBD	2016	39	4	263/82	5	2	66 382,65	38 253
	2017	42	2	261/7	7	6	91 289,20	32 528

	2018	42	7	296/22	12	2	91 259,20	33 324
	2019	36	7	322/12	12	8	108 102,08	32 523
Ludus	2016	9	2	71/17	2	9	20 978,00	9 980
	2017	9	3	93/12	1	0	18 734,5	10 364
	2018	9	1	51/6	1	0	26 532,34	7 860
	2019	9	4	45/4	1	0	29 591,09	7 615

(Zdroj: OK BSK, 2020)

Na príklade tabuľky divadelných zariadení v pôsobnosti Bratislavského samosprávneho kraja možno sledovať stabilnú ponuku kultúrnych atraktivít.

Tabuľka 8 Prehľad kultúrnych inštitúcií v pôsobnosti BSK

Organizácia	Rok	Počet pracovníkov	Počet výpožičiek	Počet knižných prírastkov	Podujatia	Tržby/vstupné (EUR)	Počet návštevníkov podujatí
Malokarpatská knižnica v Pezinku	2016	18	150 976	3 981	411	5 994	9 878
	2017	18	146 238	4 166	453	5 715	9 481
	2018	17	145 213	3 977	389	5 639	8 725
	2019	18,5	147 023	4 415	370	6 112	9 310
Malokarpatské múzeum v Pezinku	2016	17	1334	40	4	26 710	5 426
	2017	18	1297	43	6	23 534	6 514
	2018	15	77	52	5	27 207	7 031
	2019	18	441	40	14	36 152	7 041
Malokarpatské osvetové stredisko v Modre	2016	13	34	24	15	0	9 520
	2017	16	18	27	10	0	9 780
	2018	16	15	27	7	0	10 000
	2019	13	16	24	16	0	8 720

(Zdroj: OK BSK, 2020)

Geoturizmus je formou turizmu, ktorej primárnym cieľom je spoznávanie objektov neživej prírody. V rámci územia Bratislavského kraja má táto forma turizmu potenciál k ďalšiemu rozvoju v oblasti pohoria Malých Karpát. Toto územie charakterizuje nie len prírodné bohatstvo fauny a flóry, ale aj bohatstvo nerastné.

Geopark Malé Karpaty, ktorý vznikol z iniciatívy občianskych združení a nadšencov geoturizmu, bol v roku 2020 certifikovaný na Geopark Malé Karpaty zaradený do siete geoparkov SR¹². Práve táto skutočnosť je z pohľadu turizmu v Bratislavskom kraji významným krokom smerom k propagácii územia, zvýšeniu počtu návštevníkov a ochrany daného územia vzdelávacou formou. *NO Barbora* spoločne s partnermi sú nositeľmi mnohých zámerov rozvoja geoturizmu v Malých Karpatoch.¹³ Propagácia Geoparku, ako aj geoturizmu prebieha formou prezentačných a edukačných aktivít na území Bratislavského kraja či už počas letných *Huncokárskych slávností* v areáli pri Mestskej vile na Zochovej chate (Modra – Piesok), v Geologickom múzeu Barbora na Devíne, v predhorí Malých Karpát na periférii mesta Pezinok s názvom *Kameň a víno*, ale i v prírodnom a banskom skanzene Budúcnosť a pod. Bratislavský kraj prispieval k budovaniu Geoparku podporou turistickej infraštruktúry, k zvýšeniu návštevnosti a predĺženiu pobytu návštevníkov aj v rámci Bratislavskej regionálnej dotačnej schémy (BRDS) a navigáciou turistov „hnedými tabuľami“¹⁴. Bratislavský

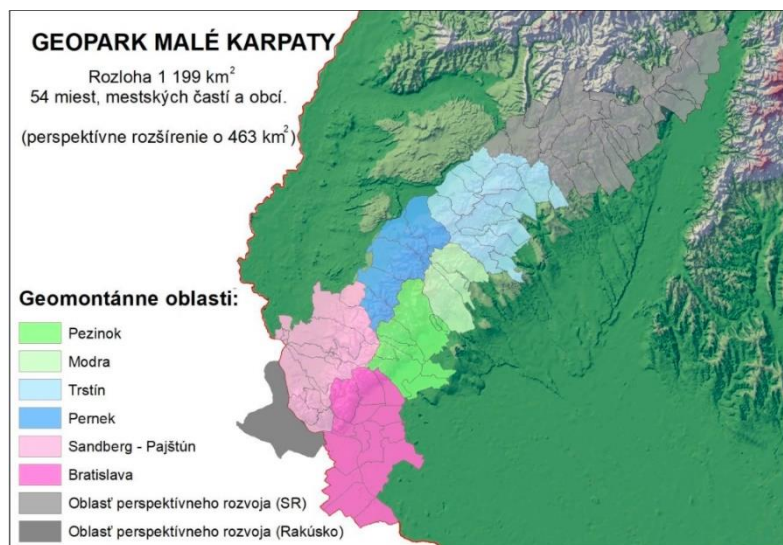
¹²Projekt ako výsledok participácie NO Barbora, Bratislavského kraja, Trnavského kraja a ďalších.

¹³Samozrejme neopomínáme úlohu obcí, miest a mestských častí. V kontexte však špecifikujeme konkrétne subjekty v rámci formy turizmu.

¹⁴ Značenie kultúrnych a turistických cieľov formou jednotného systému navigácie a orientáciou návštevníka systémom kompatibilným so značením kultúrnych pamiatok a cieľov cestovného ruchu v rámci Slovenska a Európskej únie.

samosprávny kraj sa ako spoluorganizátor podieľal na úvodnej konferencii „Geopark – nástroj podpory regionálneho rozvoja a turizmu“ (2018) s cezhraničnou účasťou.

Obrázok 8 Geopark Malé Karpaty



(Zdroj: <https://www.geopark.sk/geopark-male-karpaty/>, 2021)

Ekoturizmus je možné chápať ako zodpovedné cestovanie do prírodných oblastí, ktoré dbá na životné prostredie a zlepšuje život miestnym obyvateľom (TIES, 1990). Ekoturizmus je založený na nasledovných princípoch:

- minimalizácia negatívnych vplyvov cestovného ruchu na životné prostredie;
- vytváranie povedomia o environmentálnych a kultúrnych hodnotách;
- poskytovanie autentického zážitku pre návštevníkov a domácich obyvateľov;
- poskytovanie priamej finančnej podpory pre zachovávanie hodnôt;
- podpora miestnych obyvateľov.

Bratislavský kraj sa prihlásením k Agende 2030 pre trvalo udržateľný rozvoj, hlási k dodržiavaniu medzinárodných dohôd pre udržateľný rozvoj a udržateľný turizmus. Bratislavský kraj ponúka širokú škálu prírodných úkazov a chránených oblastí. Práve prítomnosť týchto prírodných unikátov na území kraja je predpokladom pre rozvoj ekoturizmu, ktorý prispieva k ochrane a starostlivosti vzácnych druhov a miest ich výskytu, a to prispievaním k ich ochrane a/alebo nepriamo prostredníctvom generovania príjmov miestnej komunity, t.j. miestnych motivuje ceníť si a ochraňovať dedičstvo divokej prírody (Wiezik, Niňajová, Švajda, Elexová, 2019).

V oblasti ekovzdelávania a pridruženom ekoturizme je nutné spomenúť projekt **rekonštrukcie kaštieľa v Čunove na ekocentrum**. Obnova historickej budovy kaštieľa na moderné ekocentrum je príkladom uchopenia tematiky ochrany prírody, vzdelávania a turizmu. Ekocentrum v Čunove, ktorého odhadované ukončenie sa predpokladá do konca roku 2022 nesie cezhraničný a regionálny charakter vďaka jeho polohe na rozmedzí 3 štátov. Plánovanou súčasťou Ekocentra v Čunove je aj TIK, ktorá bude informačným bodom ekoturizmu tak na lokálnej úrovni CHKO, ako aj na regionálnej úrovni.

Na regionálnej úrovni možno hovoriť o ďalších možných zámeroch lokálnych ekocentier (najmä v oblasti Malých Karpát), ktoré môžu doplniť a podporiť sieťovanie a rozvoj tak

ekovzdelávania, ako aj ekoturizmu v kraji.¹⁵ Spojenie spoznávania ochrany prírody, náučných a vzdelávacích kurzov, ako aj atrakcií vedú k udržateľnému zážitku a ekologickému spôsobu turizmu.

Ďalšími rozvojovými aktivitami a produktami v oblasti ekoturizmu sú napríklad budovanie siete domčekov na stromoch, sauny v prírode, vyhliadkové veže, náučné chodníky, pozorovanie vtákov (*bird watching*), podpora včelárstva alebo vinohradníctva. Reštart a obnova turizmu po pandemickej situácii poskytujú priestor pre nové nastavenie a uchopenie turizmu udržateľným spôsobom. Práve ekoturizmus môže byť príkladom a významnou formou budúceho smerovania regionálneho turizmu ako takého.

Kulinársky turizmus spája gastronomický, vinársky a vinohradnícky turizmus.¹⁶ Podľa Výboru pre turizmus a konkurencieschopnosť UNWTO je gastronomický turizmus formou turistickú aktivity, ktorá sa spája s jedlom, ale taktiež s kulinárskymi zážitkami, návštevami miestnych výrobcov, či festivalov jedla.

Ponuka gastronomických lokálnych produktov pre oblasť Bratislavského kraja je špecifikovaná vo vzťahu k regionálnym územiám, pričom gastronomický turizmus je postavený na zážitku z ponuky lokálnej autentickej kuchyne. Tradičné plodiny ako hrozno, kapusta, špargľa, zemiaky či hríby sú často základom pre rôznorodé regionálne produkty.

Tabuľka 9 Prehľad tradičných špecialít v mikroregiónoch

Bratislava	Bratislavské rožky, Bratislavské ryby (ryba jeseter), Prešporský medový rez, krémeš a pod.
Záhorie	Stupavská kapusta, Bzdúšky, Zelníky, Skalická torta, Tradičný senický chlieb, Smrdácka roláda, Skalický trdelník a pod.
Malokarpatsko	Dubovské sciskanice, lokše, kačacie a husacie hody, modranské frkacule a pod.
Podunajsko	Čatajské praclíky, Fazuľová polievka Jókai, Šomloiské halušky, Tradičné halászlé, Perkelt a pod.

(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa OOCR Bratislava, Záhorie, Malokarpatsko, Podunajsko)

Vinársky turizmus môžeme definovať ako formu kulinárskeho turizmu, pod ktorým chápeme cestovanie na miesta, kde sa vyrábajú vína v spojitosti s ochutnávkou rôznych druhov vín, napr. v tradičných vínnych pivniciach v rôznych lokálnych miestach turistického regiónu.

Vinohradnícky turizmus naopak spočíva v ochutnávkach rôznych druhov vína podľa pestovaných viničov priamo vo vinohradoch v spojitosti s konzumáciou hrozna, miestnou gastronómiou, resp. piknikom vo vyhradených vinohradníckych miestach. (Kerekeš, 2020)

Tradicia pestovania viniča v oblasti Malokarpatska má svoje korene už v 13. storočí, kedy bolo územie svedkom prísťahovaleckej vlny nemeckého obyvateľstva. Práve tento fakt ovplyvnil spôsoby pestovania a vyrábania vína. Najväčší rozmach dosiahla tradícia vinohradníctva v tejto oblasti v 17. storočí, kedy sa miestne víno vyvážalo i na zahraničný trh a na malom území sa rozkladalo 5 kráľovských miest – Bratislava, Trnava, Pezinok, Modra a Sv. Jur. Aktuálne Malokarpatská vinohradnícka oblasť poskytuje priestor pre realizáciu a uspokojovanie turistického dopytu či už formou festivalov, ochutnávok, vínnych ciest alebo balíkov produktov, ktoré tvoria komplexnú turistickú ponuku. Vinári a vinohradníci tejto oblasti vytvárajú spolky a združenia, ktorých cieľom je podporovať rozvoj vinohradníctva a vinárstva cez produkty ako Malokarpatská vínná cesta a iné.

¹⁵ Strategickým materiálom pre oblasť ekovzdelávania a ekoturizmu v Bratislavskom kraji je *Koncepcia budovania siete environmentálno-vzdelávacích centier v BSK na obdobie 2018 – 2025* (2017).

¹⁶ Kulinársky turizmus obsahuje tri špecifické varianty: gurmánsky, gastronomický a turizmus miestnych kuchýň. Taktiež pod túto formu turizmu zaradzujeme vínný a vinársky turizmus. Pre potreby tohto dokumentu budeme pod pojmom gastronomický turizmus rozumieť všetky spomenuté špecifické formy.

Tabuľka 10 Prehľad tradičných vín a novošľachtencov na území Bratislavského kraja

Tradičné biele odrody kraja	Veltlínske zelené, Rizling vlašský, Müller-Thurgau, Pinot Blanc – Burgundské biele, Rizling rýnsky, Dievčie hrozno, Tramín červený, Silvánske zelené, Sauvignon
Tradičné modré odrody kraja	Frankovka modrá, Svätovavrinecké, Cabernet Sauvignon, Modrý Portugal, Pinot Noir – Burgundské modré,
Vína z novošľachtencov na území kraja	Devín, Dunaj, Pálava, Muškát Moravský, Alibernet (z toho Devín a Dunaj boli vyšľachtené na území BSK)

(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa KOČR BRT)

ZHRNUTIE- POZNÁVACÍ TURIZMUS
• bohatá ponuka kraja pre kultúrny turizmus – historické pamiatky, divadlá a iné kultúrne inštitúcie • Novo certifikovaný Geopark Malé Karpaty zaradený do Siete geoparkov SR ako rozvojová oblasť pre turizmus v prírode a geoturizmus • Aktivity spojené s geoturizmom – Huncokárske slávnosti, Kameň a Víno, Geologické múzeum • Ekoncentrum Čunovo ako príklad dobrej praxe uchopenia ekovzdelávania, ekoturizmu a udržateľného turizmu • potenciál rozvoja lokálnych ekocentier na území kraja – Modra, Pezinok, Bratislava • tradičné gastronomické špeciality subregiónov ako lákadlo pre gastronomický a zážitkový turizmus – husacina, víno, zeleninové a ovocné špeciality • Malokarpatská vinohradnícka oblasť ako rozvojová oblasť kultúrneho a gastronomického turizmu

ODPOČINKOVÝ TURIZMUS označuje formy turizmu pri ktorých návštevníci vyhľadávajú primárne rekreáciu a odpočinok, či už fyzický alebo psychický. Medzi odpočinkový turizmus sa radí napríklad prírodný, vidiecky turizmus alebo agroturizmus.

Prírodný turizmus zahŕňa všetky formy cestovného ruchu (napr. masový cestovný ruch, dobrodružný cestovný ruch, ekoturizmus), ktoré využívajú prírodné zdroje. Prírodný turizmus nie je nevýhradne o odpočinku. Naopak, ciele prírodného turizmu môžu byť rôznorodé od poznávania po zdravotné a liečebné využitie prírodných oblastí. Prírodný cestovný ruch zahŕňa teda akékoľvek cestovanie za účelom navštívenia prírodného prostredia, zatiaľ čo vyššie spomínaný ekoturizmus je založený na princípoch súvisiacich so vzdelávaním a osvetou. Ekonomika založená na dôslednej ochrane prírodne hodnotných území a citlivo regulovanom cestovnom ruchu môže byť životaschopná a rentabilná dlhodobo, pretože jej realizovaním nedochádza k vyčerpaniu zdrojov. Vychádzajúc z prírodného charakteru územia Bratislavského kraja, kde do popredia vstupuje pohorie Malých Karpát, ako aj Chránené krajinné oblasti, možno tento kraj charakterizovať z hľadiska turizmu v prírode za atraktívny, s vysokým potenciálom a príležitosťou rozvoja. Prírodný turizmus je úzko prepojený aj s vidieckym a agroturizmom, ktoré taktiež využívajú prírodné a lokálne danosti územia na rozvoj cestovného ruchu.

Tabuľka 11 Prehľad chráneného územia BSK

Národná prírodná rezervácia - spravidla predstavuje nadregionálne biocentrum ako súčasť najvýznamnejšieho prírodného dedičstva štátu	<i>Pohanská, Abrod, Kršlenica, Roštún, Hajdúchy, Šúr, Devínska kobyla, Horný les</i>
Prírodná rezervácia - lokalita, spravidla s výmerou do 1 000 ha, ktorá predstavuje pôvodné alebo ľudskou činnosťou málo pozmenené biotopy európskeho alebo biotopy národného významu alebo biotopy druhov európskeho alebo biotopy národného významu	<i>Jurské jazero, Pod Pajštúnom, Gajc, Alúvium Gidry, Bezodné, Bogdalický vrch, Fialková dolina, Klokoč, Kopačský ostrov, Lindava, Nad Šenkárkou, Nové pole, Orlovské vršky, Slovanský ostrov, Starý háj, Strmina, Šmolzie, Štokeravská vápenka, Topolové hony, Vysoká, Zlatá studnička</i>
Chránený areál - lokalita, spravidla s výmerou do 500 ha, na ktorej sú biotopy európskeho významu alebo biotopy národného významu	<i>Rudava, Devínske jazero, Pečniansky les, Ostrovné lúčky, Bajdel, Poľovnícky les, Jarovská bažantica, Chorvátske rameno, Hrabiny, Soví les, Bôrik, Sihot', Horský park, Lesné diely, Devínske alúvium, Svätojurské hradisko, Marhecké rybníky, Široká, Mešterova lúka, Šranecké piesky, Kotlina, Jazerinky</i>
Prírodná pamiatka - bodový, líniový alebo iný maloplošný ekosystém, jeho zložky alebo prvky, spravidla s výmerou do 50 ha, ktoré majú vedecký, kultúrny, ekologický, estetický alebo krajinotvorný význam	<i>Deravá skala, Bukovina, Tisové skaly, Limbašská vyvieračka, Devínska lesostep, Rösslerov lom, Panský diel</i>
Národná prírodná pamiatka - jedinečná prírodná pamiatka, ktorá predstavuje súčasť najvýznamnejšieho prírodného dedičstva štátu	<i>Devínska hradná skala</i>
Chránený krajinný prvok - významný krajinný prvok, ktorý plní funkciu biocentra, biokoridoru alebo interakčného prvku najmä miestneho alebo regionálneho významu	<i>Vápenický potok</i>
Chránené vtáčie územie - biotop druhov vtákov európskeho významu alebo biotop sťahovavých druhov vtákov chránený za účelom ich prežitia a rozmnožovania. V rámci európskej sústavy chránených území Natura 2000 predstavujú chránené vtáčie územia novú kategóriu.	<i>Malé Karpaty, Záhorské Pomoravie, Sysľovské polia, Uľanská mokrad', Dunajské luhy</i>

(Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov Štátnej ochrany prírody SR)

Vidiecky turizmus a agroturizmus sú produktovou skupinou turizmu zahŕňajúcou súbor činností zameraných na uspokojovanie potrieb spojených s cestovaním a pobytom ľudí vo vidieckom prostredí.

Vidiecky turizmus poskytuje návštevníkovi možnosť zažiť *genius loci* danej lokality či regiónu. Je to súbor aktivít, ktoré sú úzko spojené s tradičným spôsobom života na vidieku. Téma autenticity a identity v podmienkach vidieckeho turizmu hrá kľúčovú úlohu.

Agroturizmus je súčasťou vidieckeho turizmu, pričom zahŕňa špecifické činnosti agropodnikateľov, fariem, salašov a poľnohospodárskych podnikov podľa miestnych ekonomických a prírodných podmienok, zameraných na uspokojovanie potrieb turistov. Svojím pôsobením zachováva kultúrny ráz krajiny, zvyšuje zamestnanosť, udržiava a obnovuje osídlenia a skvalitňuje hospodársku úroveň územia produkciou regionálnych špecialít, remeselnoumeleckých výrobkov a ponukou ľudového folklóru. V prípade vidieckeho turizmu ide o oboznamovanie sa alebo znovu objavovanie vidieckeho spôsobu života so všetkými javmi a

činnosťami patriacimi k vidieckemu priestoru a jeho obyvateľstva. Ak dochádza k spojeniu s poľnohospodárskymi aktivitami ide o agroturizmus.

Tabuľka 12 Subjekty zapojené do ponuky vidieckeho turizmu a agroturizmu

Vidieky turizmus	Ubytovacie zariadenia, agroturistické zariadenia, farmy, ranče, salaše, hospodárske dvory, ekozariadenia
Agroturizmus	Agropotravinárstvo, chov domácich zvierat, regionálna gastronómia, živočíšna výroba, potraviny pre zdravie, lesné plody, liečivé rastliny

(Zdroj: Kerekeš, 2020)

Bratislavský kraj možno považovať za kraj mestský.¹⁷ Avšak na základe priestorového rozloženia ide o kraj s význačným zastúpením vidieckeho prostredia, ktoré je reprezentované Záhorským, Malokarpatským, Podunajským a čiastočne okrajovými časťami Bratislavy. Vidiek predstavuje cca 80% územia kraja, z čoho vyplýva predpoklad pre bohatú ponuku turistických atrakcií v oblasti vidieckeho turizmu. Výnimočnosť zastúpenia vidieckej časti v rámci kraja je v kontraste voči metropolitnému charakteru aj početným zastúpením zahraničných návštevníkov. Vidiecky turizmus a ponuka vidieka môže zohrávať prioritnú úlohu vo vízií smerovania udržateľného turizmu a to konkrétne dosiahnutím nasledovných zmien:

- odklon preľudnených atrakcií hlavného mesta do ostatných regiónov kraja;
- zvýšenie počtu prenocovaní – komplexné balíky a ponuka regiónu;
- posilnenie podielu domáceho turizmu formou posilnenia brandu subregiónov a regiónu ako celku.

Z pohľadu vidieckeho turizmu a agroturizmu J. Kerekeš (2012) charakterizuje 3 mikroregióny Bratislavského kraja:

- *Mikroregión Červený Kameň* (vinársky mikroregión deviatich obcí Piesok, Častá, Suchá nad Parnou, Harmónia, Budmerice, Ružindol, Modra, Vištuk, Báhoň).
- *Pezinský mikroregión* (vinársky a vinohradnícky mikroregión Pezinok, Slovenský Grob, Svätý Jur, Senkvice Viničné, Vinosady).
- *Mikroregión Záhorie* (obce okresu Malacky, tvoriace prihraničný „zelený pás“ s Rakúskom a Českou republikou v okolí rieky Moravy).

Na území Bratislavského kraja ide o aktivity a pobyty v obciach na nížine v poľnohospodárskej krajine, v blízkosti vodných plôch a rieky Moravy na Záhorí, v podhorí Malých Karpát vo vinohradníckom prostredí. Výhodu majú obce v blízkosti rekreačných areálov a zariadení, obce ležiace na Malokarpatskej vínnej ceste, aj Podunajskej rovine, v blízkosti Malého Dunaja, Dunaja a blízkosti významných kultúrno-historických prvkov a prírodných zaujímavostí (Kerekeš, 2012).

Mestský turizmus, ako opak prírodného, predstavuje pobyt návštevníkom v mestskom prostredí s rôznorodým motívom cesty. Prepája kultúrny vzdelávací, zdravotný, obchodný a iné formy turizmu s podmienkou trávenia času v meste. Široká ponuka produktov cestovného ruchu zameraných na zážitok a získavanie nových skúseností, ktoré ponúkajú návštevníkom

¹⁷ Bratislavský kraj sa na základe týchto charakteristík považuje za prevažne mestský s menej ako 15% obyvateľstva žijúceho vo vidieckych obciach. V roku 2012 bol podiel obyvateľov žijúcich vo vidieckych oblastiach 14,8 %. Na území okresov Malacky, Senec a Pezinok žije v obciach s hustotou do 150 obyv./km² až 46 % obyvateľov (Stratégia rozvoja vidieka BSK, 2016).

“únik“ z každodenného sveta, je v dnešnej dobe kľúčová. Takisto pozorujeme zvyšujúce sa nároky na kvalitu služieb v mestách (Mišunová, 2010).

Na území Bratislavského kraja sa nachádza 7 obcí so štatútom mesta - Bratislava, Pezinok, Senec, Malacky, Modra, Stupava, Svätý Jur, ktoré disponujú bohatou ponukou aktivít. Avšak z dôvodu štatútu hlavného mesta Slovenskej republiky, mestský turizmus v Bratislavskom kraji figuruje v meste Bratislava. Bratislava ponúka širokú ponuku kultúrnych a iných atraktivít, ktoré sú lákadlom najmä pre zahraničných turistov. Badateľným problémom v kontexte mestského turizmu je však dĺžka pobytu návštevníkov, ktorá je v rámci Bratislavy podpriemerná.

ZHRNUTIE- ODPOČINKOVÝ TURIZMUS

- **vidiecky turizmus a agroturizmus ako potenciálna oblasť rozvoja** v zmysle rozšírenia ponuky regiónu a destinačných cieľov
- využitie rôznorodosti územia s ohľadom na rozdiely **mesto vs. vidiek**, ako lákadlo pre domácich a zahraničných návštevníkov
- ciele **odklonenia preľudnených turistických atrakcií v hlavnom meste a zvýšenia počtu prenocovaní** pomocou rozvoja vidieckeho turizmu
- hlavné mesto **Bratislava ako lákadlo pre zahraničných turistov**, vďaka širokej ponuke kultúrnych atraktivít

Peší turizmus, cykloturizmus a vodný turizmus možno považovať za formy **AKTÍVNEHO TURIZMU** rekreačného charakteru. Práve tieto tri formy turizmu majú na úrovni Bratislavského kraja svoju históriu a potenciál pre ďalší rozvoj. Prepájanie pešej, cyklistickej a vodnej turistiky na úrovni kraja má vplyv na rozvoj udržateľného turizmu a mobility. Zároveň prostredníctvom rozvoja infraštruktúry a tvorbou nových destinačných produktov možno vytvoriť kompaktnú sieť destinačných cieľov.

Pešia turistika patrí k najrozšírenejším formám turizmu vo svete i na Slovensku. Motiváciou je hlavne príťažlivé prírodné prostredie Slovenska s množstvom národných parkov a chránených krajinných oblastí ako aj nenáročné vybavenie a pomerne ľahko osvojiteľná pohybová činnosť – turistická chôdza (Žiškay, 1981 v Matlovičová a kol., 2015). Na podklade historického vývoja a rozmanitej prírodnej ponuky Slovenska sledujeme kontinuálny vývoj spolkovej činnosti zameranej na peší turizmus, ktorý vyvrcholil vznikom najväčšieho turistického spolku Klub československých turistov (1918). Jeho odkaz dodnes zostal v činnosti Klubu slovenských turistov (KST), ktorý pokračuje v turistickej a značkárskej činnosti. Práve značkárska činnosť je jednou z najdôležitejších činností klubu. V súčasnosti KST vykonáva pravidelnú obnovu a údržbu peších turistických značených trás. Na území Bratislavského kraja táto činnosť bola do roku 2020 priamo v gescii samosprávneho kraja.¹⁸ Na území kraja je do roku 2021 evidovaných 619,3 km peších TZT – Turisticky značených trás, doplnených 35 km lyžiarskych TZT. Významný podiel návštevnosti z hľadiska pešej turistiky zaujíma na území kraja najmä pohorie Malých Karpát a jeho špecifické body (rozhľadne, hrady a zámky, chaty, lúky a iné záujmové body).

Tabuľka 13 Prehľad náučných chodníkov na území Bratislavského kraja

Názov:	Obsah:	Oblasť:
Dendrologický náučný chodník (Partizánska lúka)	lesnícky, prírodovedný	BRATISLAVA
Dúbravský náučný chodník	historický, ochranársky, prírodovedný	
Edukačný chodník Horský park	historický, kultúrny, ochranársky, prírodovedný	
Malokarpatský vlastivedný náučný chodník, I. úsek Lamač – Kačín	geovedný, historický, prírodovedný	
Náučný chodník Červený most – Železná studienka – Kamzík	historický, lesnícky, ochranársky, prírodovedný, technický	
Náučný chodník Karpatská včela	prírodovedný, včelársky	
Náučný chodník Lesopark Vrakúňa	prírodovedný	
Náučný chodník Národná prírodná rezervácia Devínska Kobyla	geovedný, historický, prírodovedný	
Náučný chodník Sitina	historický, lesnícky, prírodovedný	
Náučný chodník Zuckermandel / Skalný nos	geovedný, historický, prírodovedný	
Náučný turistický chodník Rusovce – Rusovský kanál	historický, ochranársky, prírodovedný	
Banský náučný chodník Pezinok	banícky / ťažobný, geovedný, historický	MALOKARPATSKÝ KRAJ

¹⁸ Údržba peších turistických značených trás je od roku 2021 priamo v gescii KOCR BRT.

Doliansky historický chodník	historický, kultúrny	
Historický náučný chodník Okolohradná potulka	banický / ťažobný, geovedný, historický, kultúrny, náboženský	
Jablonecký náučno-poznávací chodník	historický, prírodovedný	
Modranský banský náučný chodník	banický / ťažobný, geovedný	
Náučný chodník grófa Pálffyho Štefanovou	historický, kultúrny, prírodovedný	
Náučný chodník Pezinok	banický / ťažobný, historický, lesnícky	
Náučný chodník pod hradom Červený Kameň	geovedný, historický, technický	
Náučný chodník Prírodné klenoty Šúru	ochranársky, prírodovedný	
Náučný chodník Prírodným dedičstvom obce Senkvice	historický	
Náučný chodník v obci Častá	historický, kultúrny	
Svätojurský náučný chodník	archeologický, historický, kultúrny, prírodovedný, vinohradnícky	
Včelársky náučný chodník (Vinosady)	prírodovedný, včelársky	
Vínarský a vinohradnícky náučný chodník (Vinosady)	historický, kultúrny, ovocinársky, poľnohospodársky, vinohradnícky	
Vinohradnícky náučný chodník (Pezinok)	historický, poľnohospodársky, vinohradnícky	

Dunajský náučný chodník	prírodovedný	PODUNAJSKO
Historický náučný chodník Bernolákovo	archeologický, historický, kultúrny, prírodovedný	
Náučný chodník Dobré jablká	ochranársky, ovocinársky, prírodovedný	
Náučný chodník Na dobrej stope	ochranársky, prírodovedný	
Náučný historicko-prírodný chodník Dunajská Lužná	historický, kultúrny	
Náučný poznávací chodník v obci Malinovo	historický	
Náučný prírodopisný chodník Čierna voda	prírodovedný	
Včelársky náučný chodník (Včelárska paseka Kráľová pri Senci)	historický, poľnohospodársky, včelársky	
Vinohradnícko-ovocinársky náučný chodník Šalaperská hora	historický, ovocinársky, vinohradnícky	

Kuchynský náučný chodník Bobria hrádza	prírodovedný	ZÁHORIE
Náučný chodník Malé Leváre	geovedný, historický, ochranársky, prírodovedný	
Náučný chodník Plavecký kras	archeologický, geovedný, historický, prírodovedný	
Náučný chodník Stupava – Biofarma Príroda	historický, ovocinársky, poľnohospodársky, prírodovedný	
Náučný chodník v obci Veľké Leváre	historický, kultúrny, technický	
Náučný chodník Záhorská Ves	historický, kultúrny, prírodovedný, technický	
Cyklistický náučný chodník Nivou Moravy	geovedný, historický, kultúrny, lesnícky, ochranársky, poľnohospodársky, prírodovedný, technický	Záhorie/ Bratislava

Cykloturistika je forma aktívneho turizmu, ktorá v sebe spája jednoduchosť pešej turistiky s výhodami mototuristiky, využíva teda ich prednosti a nahrádza ich nedostatky. Jazda na bicykli má výrazne pozitívny vplyv na zdravie človeka a nenarušuje životné prostredie. Zároveň umožňuje pomerne intenzívne vnímanie okolia. Presun na bicykli predpokladá

zvládnutie techniky jazdy, znalosť dopravných predpisov, nebezpečenstva na ceste, prvej pomoci a základných opráv (Korvas, 2007 v Matlovičová a kol., 2015).

Bratislavský kraj disponuje značným počtom cykloturistických trás, ktoré poskytujú možnosť využívania udržateľnej dopravy formou zachovania a ochrany životného prostredia. Žiaľ, v dôsledku chýbajúcej infraštruktúry sú stále niektoré úseky značených cyklotrás vedené po frekventovaných cestách.

Tabuľka 14 Sieť trás cyklistickej dopravy v zmysle záväznej časti ÚPN R BSK

Dunajská cyklotrasa (EV 6)	hraničný priechod Petržalka/Berg - most Lafranconi - most SNP - Prístavný most - zimný prístav - Hamuliakovo; Prístavný most - Rusovce - Čunovo - hr. SK/HU (Medzinárodná cyklotrasa EuroVelo 6, cyklotrasa má dve vetvy, staré označenie 001, 001a)
Cesta Železnej opony (EV 13)	Malé Leváre - Gajary - Suchohrad - Záhorská Ves, Vysoká pri Morave - Devínska Nová Ves - most Lafranconi - Petržalka - hraničný priechod Jarovce/Kittsee (Medzinárodná cyklotrasa EuroVelo 13, staré označenie 004)
Malokarpatská cyklotrasa	Vysoká pri Morave - Zohor - Lozorno - Pernek - Rohožník - Plavecký Mikuláš, hranica s TTSK (Národná cyklotrasa)
Záhorská cyklotrasa	Devín - Devínske Jazero - Zohor - Láb - Malacky - Gajary - Veľké Leváre - Závod - hranica s TTSK (Národná cyklotrasa)
Vinohradnícka cyklotrasa	Bratislava - Svätý Jur - Pezinok - Modra - Častá - Doľany (Národná cyklotrasa),
JURAVA	Svätý Jur - Vajnory - Ivanka pri Dunaji - Most pri Bratislave - Rovinka - Hamuliakovo (časť regionálnej cyklotrasy)
Malodunajská cyklotrasa	Vrakuňa - letisko M. R. Štefánika - Most pri Bratislave
Vištucká cyklotrasa	Tri Kopce - Fugelka - Dubová - Vištuk - hranica s TTSK (Báhoň)
Rohožnícka cyklotrasa	Rohožník - Malacky
Dúbravská cyklotrasa	Lamač - Dúbravka - Bory - Devínska Nová Ves (regionálna cyklotrasa)
Hraničná tematická cyklotrasa	most Lafranconi - hraničný priechod Petržalka/Berg - Kopčianska ul. (tematická oblastná cyklotrasa).

(Zdroj: Koncepcia územného rozvoja cyklotrás Bratislavského samosprávneho kraja vo vzťahu k Integrovanému dopravnému systému a významným bodom cestovného ruchu, 2021)

Rozvoj cykloturistiky v Bratislavskom kraji sa stáva z roka na rok aktuálnejšou témou z dôvodu jednak narastajúceho počtu turistov a splnenia ich požiadaviek pre únosnosť kapacít na oficiálnych trasách, ale aj pre udržateľnosť turistickej mobility. Významný nárast počtu cykloturistov je badateľný na podklade dát z cyklosčítačov. Na základe údajov badáme stabilný kontinuálny vývoj návštevnosti na vybraných úsekoch, ktorý odráža sezónnosť (najviac turistov Apríl – Október).¹⁹ I počas pandemického obdobia bol zaznamenaný nárast v rámci hlavnej sezóny, ktorý odrážal tak obmedzenia, ako aj uvoľnenie opatrení.

¹⁹ Pre viac informácií: <https://Bratislavaregion.travel/clanok/12504/cykloscitacie-zariadenia-statisticke-udaje>.

Tabuľka 15 Monitoring počtu prejazdov prostredníctvom cyklosčítačov BRT a BTB

Názov cyklosčítaču	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Cyklo most Slobody	44 222	88 194	103 854	101 523	112 685	50 140	-
Devínska Nová Ves	-	-	-	-	-	-	128 994
Vysoká Morava pri	-	-	-	-	-	-	69 721
Berg	-	143 555	158 625	161 675	183 081	181 705	154 338
Nábřežie	-	-	-	-	-	-	42 807
Viedenská cesta	-	249 805	319 855	330 658	395 482	376 462	426 837
Starý most	-	-	-	-	-	-	21 321

(Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z cyklosčítačov KOCR BRT a OOCR BTB)

Špecifickými druhmi projektov cykloturizmu sú i projekty pumptrackových dráh, ktoré slúžia na podporu a rozvoj cyklistických zručností pre všetky vekové kategórie. V súčasnosti na území kraja evidujeme min. 5 dráh, z ktorých jedna je v prevádzke Bratislavského samosprávneho kraja – Pumptrack Modra-Piesok. Obdobné projekty sú na území kraja ďalej rozvíjané aj formou podpory prostredníctvom BRDS. Cykloturizmus v Bratislavskom kraji bol a je súčasťou mnohých projektov ako napríklad *SacraVelo*, *Danube Bike & Boat*, *Vinohradnícka cyklotrasa*, *Bike park Modra*, *letný vlak Záhoráčik (s kombinovaným cyklovoznom)*, *cyklolávka Vysomarch* a iné.

Vodný turizmus je ďalšou významnou formou aktívneho turizmu. Predstavuje všetky cesty, ktorých hlavným cieľom je plavba na plavidle. Najčastejšie majú charakter individuálne organizovaných ciest v malých skupinách (v závislosti od variantu aj inak). Na presun sa využívajú rôzne druhy plavidiel, ako napr. plachetnice, kanoe, kajaky, pramice, rafty, plte, vodné skútre a pod. (Matlovičová a kol., 2015). Bratislava a jej okolie má obrovský potenciál v oblasti vodnej turistiky a možnosti jej využitia. V posledných rokoch je evidovaný prudký nárast záujmu obyvateľov Bratislavy o **vodáctvo** (t.j. kajakovanie, jazda na kanoe, rafte, turistickej veslici, či paddleboarde).

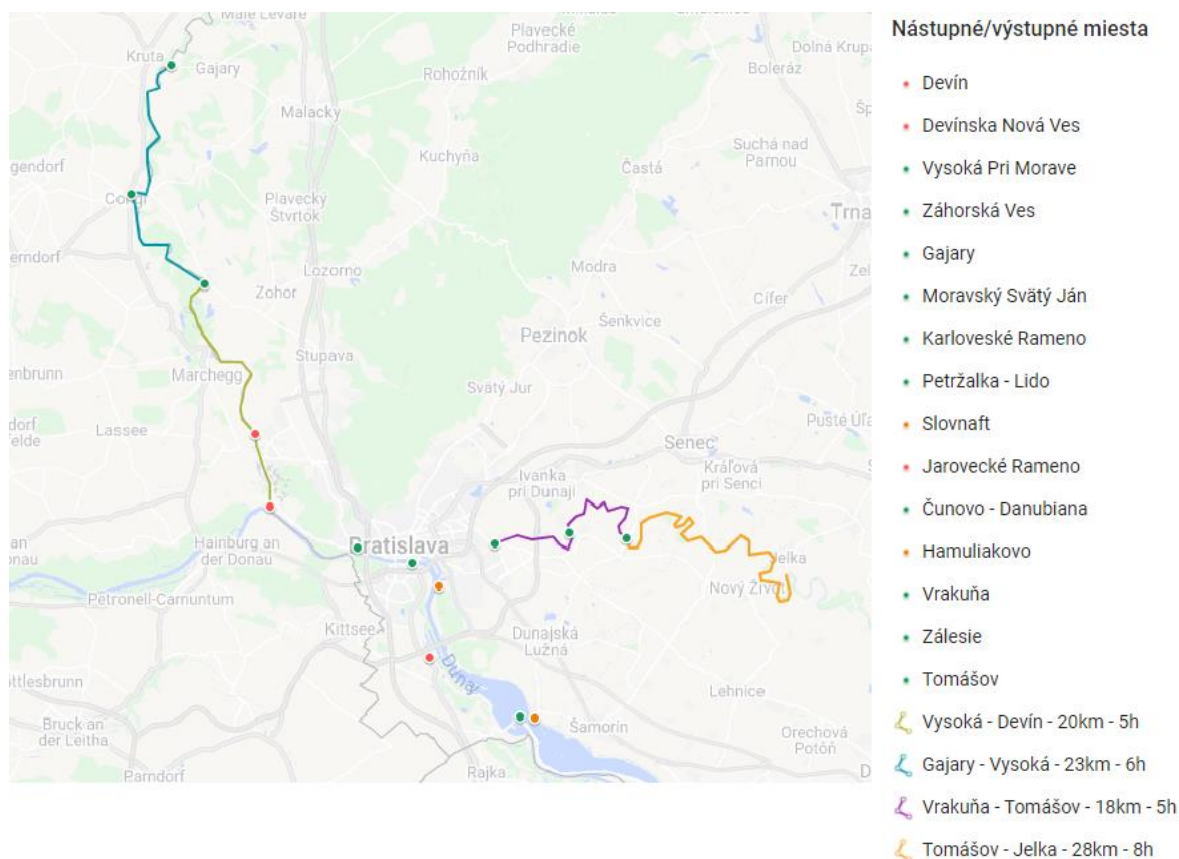
Väčšina týchto záujemcov však narazí na nasledujúce problémy:

- nedostatočné kapacity vo vodáckych kluboch a na uskladnenie športových plavidiel v blízkosti vody s potenciálom rozvoja vzhľadom na rastúci dopyt;
- nedostatočné a nevyhovujúce nástupné a výstupné miesta;
- neucelené informácie o vodáckych trasách a vodáckom značení;
- chýbajúce informácie v bodoch nástupu a výstupu z plavidiel;
- nedostačujúca dopravná obsluha hromadnou dopravou.

Vodný turizmus na tokoch Moravy, Dunaja a Malého Dunaja je vhodný len pre skúsených vodákov, resp. pod dohľadom a v sprievode inštruktorov vodnej turistiky. V Bratislavskom kraji a v jeho tesnej blízkosti je 12 najviac využívaných nástupných (resp. výstupných) miest. Tieto miesta sú rozdelené do troch skupín:

- červené - k nástupnému miestu vedie komunikácia so zákazom vjazdu bez výnimky pre vodákov (napr. Devín, Devínska Nová Ves, Jarovské rameno)
- oranžové - nástupné miesta prístupné cez prekážku (napr. Slovnaft - vynáška po schodoch, Hamuliakovo - nutnosť preniesť niekoľko desiatok metrov cez hrádzu)
- zelené - nástupné miesta bez obmedzení

Obrázok 9 : Prehľad nástupných a výstupných miest vodného turizmu na území BSK



(Zdroj: Asociácia Bratislavských vodáckych klubov, 2021)

Vodácka sezóna je typicky v teplejších mesiacoch, t.j. od apríla do októbra, avšak s vhodnou výbavou je možné robiť tento šport celoročne.

Tabuľka 16 Prehľad počtu turistov vodného turizmu v sezóne (apríl- október)

Morava	1800 – 2500 turistov v sezóne
Dunaj	2100 – 2800 turistov v sezóne
Malý Dunaj	700 – 900 turistov v sezóne*

(Zdroj: Asociácia Bratislavských vodáckych klubov, 2021)

*Sledovaný bol iba úsek vodného toku Bratislava – Zálesie, ktorý je menej navštevovaný ako zvyšok toku

Tendencia využívania vodných tokov na tento druh rekreácie je prudko stúpajúca. Rastúci trend vytvára tlak na infraštruktúru vodného (v tomto prípade vodáckeho) turizmu. Námety a upozornenia na rozvojové oblasti podpory zo strany Asociácie Bratislavských vodáckych klubov (2021) sú:

- zlepšenie kvality nástupných miest – drobná infraštruktúra
- riešenie bezpečného a pohodlného prenášania malých plavidiel na Malom Dunaji
- rizikové pontóny na Dunaji
- nejasná legislatíva ochrany prírody
- vzdelávanie inštruktorov a učiteľov
- cyklomost ako miesto s požičovňou
- rozvoj značenia vodného turizmu.²⁰

²⁰ Zdroj: Asociácia Bratislavských vodáckych klubov, oz.

Bratislavský kraj takisto disponuje množstvom vodných plôch využiteľných na rôzne voľnočasové a rekreačné aktivity. Potenciál množstva vodných plôch, prírodných a umelých, pre rekreačný turizmus je veľký a s klimatickými zmenami sa očakáva nárast dopytu. Vodné plochy si však vyžadujú revitalizáciu a pravidelnú údržbu.

Tabuľka 17 Prehľad vodných plôch vhodných na kúpanie v sezóne 2021

Názov	Typ rekreácie	Typ kúpaliska	Obec	Okres	Kvalita vody na kúpanie
Zlaté piesky	Organizovaná	Štatút vyhlásený	Bratislava - Ružinov	Bratislava II	vyhovujúca kvalita vody
Slnčné jazerá		Štatút vyhlásený	Senec	Senec	
Vajnorské jazero		Štatút vyhlásený	Bratislava - Vajnory	Bratislava III	
Ivanka pri Dunaji	Neorganizovaná	Štatút vyhlásený	Ivanka pri Dunaji	Senec	
Kuchajda		Štatút nevyhlásený	Bratislava - Nové Mesto	Bratislava III	
Rusovce-Candell		Štatút nevyhlásený	Bratislava - Rusovce	Bratislava V	
Čunovo		Štatút nevyhlásený	Bratislava - Čunovo	Bratislava V	
Veľký Draždiak		Štatút nevyhlásený	Bratislava - Petržalka	Bratislava V	
Nové Košariská		Štatút nevyhlásený	Senec	Senec	
Hlboké jazero		Štatút nevyhlásený	Senec	Senec	
Malé Leváre		Štatút nevyhlásený	Malacky	Malacky	
Plavecký Štvrtok		Štatút nevyhlásený	Malacky	Malacky	

(Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Úradu verejného zdravotníctva Slovenskej republiky)

Tabuľka 18 Prehľad vodných nádrží, jazier, rybníkov na území Bratislavského kraja

Bratislava	Kalné jazero, Malý Draždiak, Ružinovské jazero (Rohlík), Štrkovecké jazero, Zdrž Hrušov, Vajnorský rybník;
Záhorie	Lábske jazero, Moravka, Nová Kakvica, Orvandl, Stará Kakvica, Stará Malina, Kuchyňa, Lipníky, Lozorno, Vývrat, Baďurovské rybníky, Druhý rybník, Jakubovské rybníky, Kozánek, Marhecký rybník, Prvý rybník, Rohožnícke rybníky, Stupavské rybníky, Štvrtý rybník, Tančibok, Tretí rybník;
Malokarpatsko	Biela skala, Blatné, Budmerice, Doľany, Harmónia, Kučisdorf, Limbach, Modra, Rozálka, Šenkvice, Viničné, Vištuk, Zadný Šúr, Fúgelka, Hájiček, Kotlíky, Šúrske rybníky, Zabité;
Podunajsko	Rovinka, Zelené jazero, Blatné, Martinský rybník;

(Zdroj: Úrad geodézie, kartografie a katastra Slovenskej republiky)

Vychádzajúc z regionálneho strategického dokumentu PHRSR 2021-2027 s výhľadom do roku 2030, kde je zadefinovaný strategický cieľ udržateľnosť turizmu sa Bratislavský kraj zaväzuje podporovať rozvoj segmentu vodného turizmu, ako jedného z kľúčových oblastí a foriem turizmu. Vodný turizmus sa preto pre obdobie nasledujúcej dekády stáva prioritou na území Bratislavského kraja.

Na území Bratislavského kraja sú zastúpené aj **iné športy**, ktoré patria pod formu aktívneho turizmu. Bratislavský kraj disponuje infraštruktúrou a priestormi, ktoré vytvárajú vhodné prostredie na vykonávanie rôznorodých športom.

V Bratislavskom kraji sa nachádza mnoho športovísk, ktoré sú významné a výnimočné pre rozvoj cestovného ruchu na Slovensku a predovšetkým v Bratislavskom kraji. V prvom rade je potrebné poznamenať, že Bratislavský kraj je centrom športového diania na Slovensku s vysokou koncentráciou športových podujatí národného aj medzinárodného charakteru, ako napríklad bežecké podujatia (Marathon ČSOB, Národný beh Devín-Bratislava) alebo vodné súťaže (Divoká voda – Čunovo). Priamo v Bratislave sídli najväčší futbalový (Národný futbalový štadión) ako aj hokejový štadión (Zimný štadión Ondreja Nepelu). V Bratislavskom kraji sa taktiež nachádza najväčšie golfové ihrisko na Slovenku (Black and White Golf Resort Bratislava). Zároveň prírodné charakteristiky Bratislavského kraja predisponujú územie na rozvoj niektorých druhov športov, akými sú horolezectvo, trailový beh alebo MTB cyklistika. Okrem rekreačného využitia na vodný turizmus, poskytujú vodné toky na území BSK priestor aj na športové vodné aktivity, ako napríklad vodný slalom, veslovanie, kajakovanie alebo rafting.

Práve rôznorodosť športov, ich dostupnosť a kvalitné zabezpečenie má potenciál prilákať domácich ale aj zahraničných návštevníkov, ktorí vyhľadávajú športové vyžitie, či už v podobe hromadného športového podujatia, súťaže alebo individuálneho športového zážitku.

ZHRNUTIE- AKTÍVNY TURIZMUS

- **pešia turistika zohráva významné miesto na poli aktívneho a rekreačného turizmu v kraji** – Malé Karpaty s bohatou ponukou turistických značených trás a náučných chodníkov
- **významný nárast záujmu o cykloturizmus na území kraja** – dobré cykloturistické pokrytie oblasti Malých Karpát
- podpora cykloturizmu prostredníctvom projektov - *SacraVelo, Danube Bike & Boat, Vinohradnícka cyklotrasa, Bike park Modra, letný vlak Záhoráčik (s kombinovaným cyklovozňom), či cyklolávka Vysomarch*
- **špecifická ponuka pumptrackových dráh na území kraja** – BSK ako prevádzkovateľ dráhy v Modre-Piesok
- **strategické rieky Dunaj, Malý Dunaj a Morava pre rozvoj vodného turizmu**
- **rastúci záujem o vodácky turizmus vytvára tlak na infraštruktúru** – nedostatočne rozvinutá s potenciálom ďalšieho rozvoja
- **vodný turizmus ako strategická línia programového obdobia 2021-2027 v BK** v súlade s novovzniknutou rozvojovou destináciou – **Dunajské ostrovy**
- **rozvoj udržateľnej mobility prostredníctvom budovania infraštruktúry vodného turizmu, cykloturizmu a pešej turistiky**
- priestor pre rozvoja **iných športov a športových podujatí** s potenciálom zvýšiť návštevnosť kraja

MICE TURIZMUS pomenováva mobilitu obyvateľstva s cieľom účasti na stretnutiach, ktoré majú oficiálny charakter ako kongresy, konferencie, semináre, valné zhromaždenia a pod. Bratislava ako metropolitné centrum svojou polohou ležiace v srdci Európy na medzinárodnom veľtoku Dunaj a na rozmedzí troch štátov Maďarsko, Rakúsko a Česká republika má predpoklady stať sa medzinárodným centrom záujmu a služieb. MICE (*Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions*) je medzinárodnou skratkou pre organizovanie podujatí, konferencií, firemných akcií a podujatí rôzneho druhu. Z dlhodobého hľadiska možno považovať mice turizmus za jeden z najziskovejších odvetví turizmu. Toto tvrdenie možno doložiť údajmi z roku 2020 z Prahy, kde každoročne pricestuje 700 tis. účastníkov na takmer 5

tis. podujatí kongresového a konferenčného typu. Účastník konferencie/delegát v priemere minie 3-násobne viac ako bežný turista, využíva viac služieb vyššieho štandardu a je ubytovaný prevažne v 4 – 5 * hoteloch. Počas dňa (v čase konferencie) sa zdržiava v konferenčných priestoroch a nezaťažuje tak chod a dopravu mesta. Ďalšími pridanými hodnotami sú časté uskutočňovanie konferencií mimo turistickej sezóny, vyššia priemerná dĺžka ubytovania a opakované návštevy, ako aj samotná výmena *know-how* medzi štátmi (Destinačný manažment Prahy, 2020).

Na základe údajov UNWTO v roku 2019²¹ boli medzi lídrami na úrovni MICE destinácií krajiny ako Brusel, Barcelona, Paríž či Lisabon. V top desiatke MICE krajín sa umiestnila i Viedeň, čo môže v budovaní brandu Bratislavy a Bratislavského kraja v tejto oblasti zohrávať dôležitú úlohu. Hlavnými trendami pre MICE turizmus sú:

- personalizácia
- výnimočný zážitok
- wellness
- populárne inovácie
- technológia

V prípade **kongresového turizmu**, ktorý sa ako časť MICE turizmu zameriava na veľkokapacitné podujatia, ako bolo už vyššie uvedené, na Slovensku absentuje veľkokapacitné kultúrne a kongresové centrum, pre organizovanie veľkých konferencií, kongresov a podujatí. Prevládajúcimi ukazovateľmi kongresového turizmu na Slovensku v roku 2019 je nadpolovičné zastúpenie kongresov trvajúcich len 1 deň. Takmer 92% podujatí kongresového turizmu bolo v rozmedzí od 50 – 250 účastníkov a takmer 35% zo všetkých uskutočnených podujatí sa odohralo v Bratislavskom kraji (MDV SR, 2020).

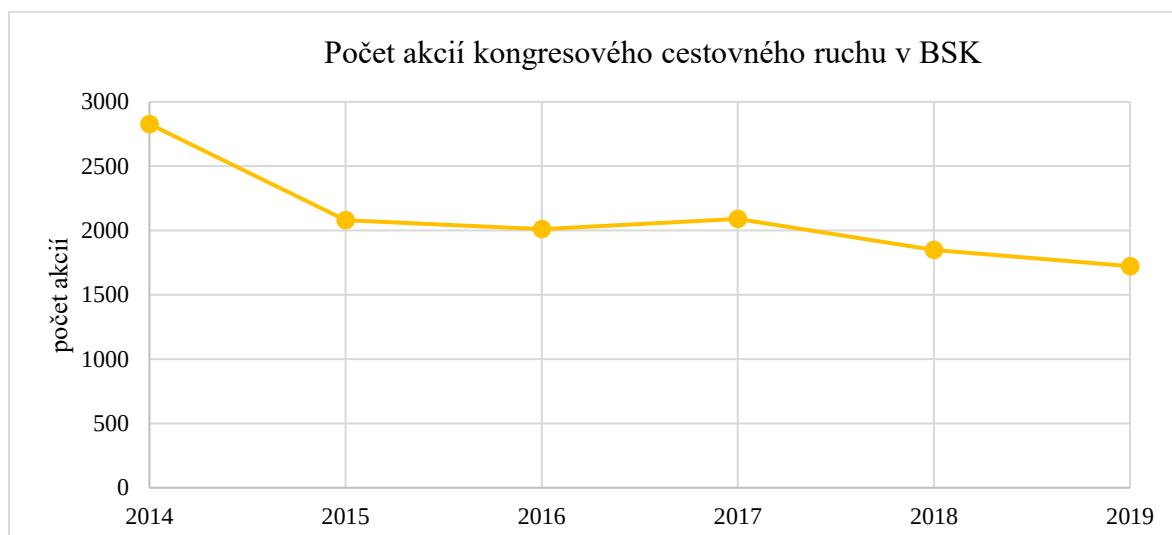
Graf 15 Vývoj počtu návštevníkov akcií kongresového cestovného ruchu na území BSK



(Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky)

²¹ Zdroj: <https://www.europeincoming.com/top-european-mice-destinations-and-2019-trends/>

Graf 16 Vývoj počtu akcií kongresového cestovného ruchu v BSK



(Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky)

Destinačnou marketingovou organizáciou, ktorá sa venuje propagácii Slovenska na konferenčnom a kongresovom trhu je *Slovak Convention Bureau*. Na miestnej úrovni je to *Bratislava Convention Bureau* ako súčasť *Bratislava Tourist Board*, ktorá túto úlohu plní v mene hlavného mesta. Cieľom konferenčných organizácií je prezentácia Slovenska a Bratislavy ako miesta s históriou a tradíciou na jednej strane a bezpečnosťou a otvorenou voči inováciám na strane druhej. Vybudovanie mena destinácie hodnej organizácie veľkých podujatí je v rámci blízkosti konkurenčných veľkomiest ako Viedeň, Budapešť a Praha dlhodobou výzvou. Jedným z prvých krokov je práve snaha o vybudovanie veľkokapacitného centra v Bratislave, ktoré by malo prispieť k rozvoju MICE turizmu na Slovensku.²²

Iné podujatia, ktoré majú potenciál prilákať zahraničných ako aj domácich návštevníkov, sú napríklad kultúrne predstavenia, festivaly, tradičné a folklórne podujatia, EXPO výstavy, vernisáže, a podobne.

Územie Bratislavského kraja ponúka bohaté kultúrne zázemie tak pre obyvateľov ako aj turistov. Špecifickou témou na poli kultúrneho turizmu je **festivalový turizmus**. Ako možno predpokladať, ide o formu turizmu, kde hlavným motívom návštevy je podujatie kultúrneho charakteru (filmový, divadelný, hudobný, pouličný festival a pod.) (Matlovičová a kol., 2015).

Tabuľka 19 Prehľad festivalov na území BSK

Typ festivalu	názov	zameranie	obdobie	organizátor
hudobný	BeeFree	elektronická hudba	VII	Beefree
	Bratislava v pohybe	hudobno-dramatické a tanečné	X	Asociácia Bratislava v pohyb
	Kultúrne leto a Hradné slávnosti Bratislava	multižánrové	VI - IX	BKIS
	Bratislavské hudobné slávnosti	vážna hudba	IX - X	Slovenská filharmónia
	Bratislavské Jazzové Dni	jazz	X	Rock Pop Bratislava
	Jarné Bratislavské Jazzové Dni	jazz	IV	Rock, Pop Bratislava s.r.o.
	Next	vážna hudba	XI – XII	Atrakt Art)
	Konvergenzie	vážna hudba	jeseň	Konvergenzie
	Uprising Reggae Festival	reggae	VII	Uprising reggae festival)
	Divergenzie	Vážna hudba	VI	Slovenská filharmónia

²² Pre viac informácií pozri: <https://www.kulturnecentrum.sk/#page-top>, <http://www.slovakconvention.sk/index.html>, <https://www.visitBratislava.com/convention/>.

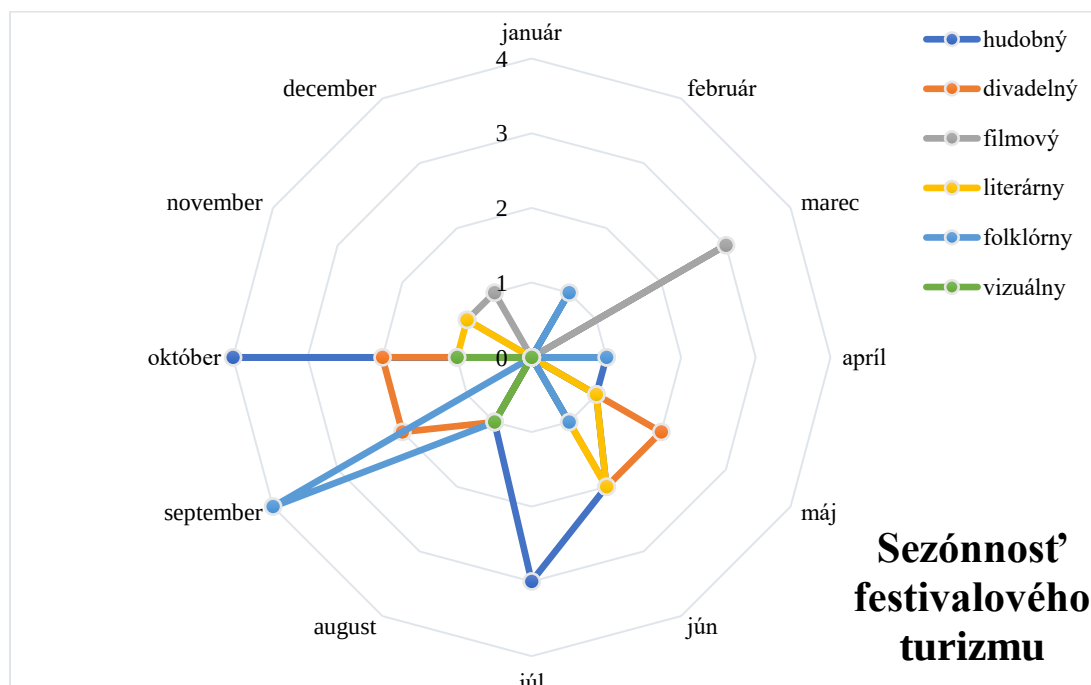
	PET JAZZ (	jazz,	V	Kultúrne zariadenia Petržalky
	Viva Musica! festival	vážna hudba	VI - VIII	VivaMusica! agency s.r.o.)
divadelný	Ochotníci,	ochotnícka tvorba,	IX	organizátor Divadlo SkRat/A4,
	Eurokontext, V4	činohra,	VI	organizátor SND,
	Nová dráma/New Drama,	súčasná dramatická tvorba	V	organizátor Divadelný ústav,
	Letné shakespearovské slávnosti	divadlo	VII - VIII	Agentúra JAY production s.r.o.
	Cirkul'art,	súčasná divadlo,	V	Festival nového cirkusu Cirkul'art,
	Pro-téza,	autorské monodrámy	X	A4
	Istropolitana Projekt	medzinárodný, vysoké divadelné školy	VI	VŠMU
	Festival českého divadla	české predstavenia,	XI	Štúdio L+S,
filmový	Drama Queer	LGBTI problematika,	X	NOMANTINELS
	Medzinárodný filmový festival FEBIOFEST	medzinárodný	III	Asociácia slovenských filmových klubov
	Jeden svet	dokumentárne filmy	XI	Človek v ohrození, n.o.
	Be2Can	prehliadka festivalového filmu	V - XII	Film Europe
	Visegrad film forum	diskusie, workshopy, prednášky	III	Boiler
	Hory a mesto	medzinárodný festival horského filmu	V	Hory a mesto, o.z.
	Ekotopfilm	Medzinárodný, o trvalo udržateľnom rozvoji	jar	MFF Eko, s.r.o.
literárny	Feliber poetry	poézia	V	Homo liber
	Ars poetica	Svetová poézia	XI	Ars poetica o.z.
	BRaK	knížny festival, kreatívci	VI	BRaK s. r. o.
	Novotvar	medzinárodný festival, súčasná literatúra	X	Novotvar. vlna
Folklor a tradičná kultúra	Litera fest	Ocenenie, próza	VI	Literárne informačné centrum
	Festival na 4 sudoch Sološnica 2020	Divadlo, koncerty, diskusie, program pre rodiny	IX	Obec Sološnica
	Rímske hry - Limes Day 2020 Rusovce - 23. ročník	Historický festival zameraný na staroveký Rím	IX	Múzeum mesta Bratislavy
	Korunovačné slávnosti Bratislava	Kultúrna akcia s historickou tematikou	VIII	
	Záhorácky festival ľudovej piesne	Koncerty folklórnej hudby	II	Miestny odbor Matice slovenskej a Mestská časť Bratislava Záhorská Bystrica
	Dni majstrov ÚEUV	Ľudová kultúra a remeslá	IX	Ústredie ľudovej umeleckej výroby
	Folklórne hodové slávnosti v Rohožníku	folklórna hudba, remeselné dielne	IX	Obec Rohožník
	Letné sympóziu majoliky	Tvorba významných slovenských výtvarníkov a umelcov	IX	Slovenská ľudová majolika
	Keramické trhy	prezentácia výrobcov keramiky	VI	MKPK, Cech slovenských keramikov, Mesto Pezinok, Slovenská ľudová majolika
Vizuálny	Frolová notečka - folklórna prehliadka	Záhorácky folklór a tradície	IV	Záhorácky folklór
	Biela noc Bratislava 2019 - 5. ročník	Vizuálne svetelné umenie		Biela noc
	DOM – nová senzibilita	Súčasná umenie	VIII	Pnutie LUXUS, o.z.

(zdroj: OK BSK, 2021)

Festivalový turizmus v kontexte kultúrneho turizmu značne determinuje vek cieľovej skupiny a taktiež sezónnosť. Graf č. 17 zobrazuje sezónnosť festivalových podujatí v jednotlivých mesiacoch roka. Z grafu vyplýva, že obdobie od mája do októbra je pre organizáciu festivalov najaktívnejšie, pričom je nutné uviesť, že ide prevažne o outdoorové podujatia. Rozšírenie

ponuky festivalov aj na iné mesiace má potenciál pritiahnúť návštevníkov na územie BSK mimo hlavnej sezóny. Naopak vysoká koncentrácia festivalov v období s vysokým počtom návštevníkov môže mať negatívny dopad na návštevnosť regiónu z pohľadu vysokej ponuky festivalov ale už nasýteného dopytu. Výsledkom môže byť vzájomné preberanie návštevníkov medzi jednotlivými festivalmi.

Graf 17 Sezónnosť festivalového turizmu



(Zdroj: OK BSK, 2021)

ZHRNUTIE - MICE TURIZMUS

- **výhodná poloha mesta Bratislava** v strede Európy na rozmedzí troch štátov pre rozvoj MICE turizmu
- **nenaplnený potenciál Bratislavy ako MICE destinácie** – absencia veľkokapacitného kongresového centra
- **absentujúci brand destinácie Bratislava región** pre kongresový turizmus
- ponuka Bratislavského kraja posilňujúca rozvoj MICE turizmu zahŕňa **kultúrne predstavenia, festivaly, tradičné a folklórne podujatia, EXPO výstavy, vernisáže**

Medzi ďalšie formy turizmu, ktoré majú potenciál pre rozvoj v Bratislavskom kraji patrí filmový a zdravotný turizmus. Tieto formy sú významné najmä v rámci zvyšovania počtu zahraničných turistov ako aj zviditeľnenia a špecializácie Bratislavského kraja na zahraničnom trhu v oblastiach, akými sú zdravotníctvo a filmová produkcia.

FILMOVÝ TURIZMUS ako subvariant kultúrneho turizmu možno klasifikovať, ako turizmus, kde hlavným motívom je návšteva miest, ktoré sú spojené s úspešnými filmovými príbehmi – film sa tu odohrával alebo film naň odkazuje (Matlovičová a kol., 2015).

Investície do kultúry a kreativity sú čoraz viac využívané na zvyšovanie konkurencieschopnosti a revitalizáciu miestnych ekonomík. Množstvo regiónov a miest prostredníctvom podpory kultúry zlepšuje svoj imidž, priťahuje návštevníkov a investície, stimuluje mestský a regionálny rozvoj (UNESCO 2012; Šimončíčová a Šimončíčová 2013). Od roku 2014 môžu zahraničné produkcie získať dotáciu na 33 % oprávnených výdavkov na film alebo televíznu produkciu na Slovensku.

Región BSK má všetky predpoklady na prevádzkovanie filmového turizmu. Jeho územia a dispozície sú atraktívne pre filmovanie. Chýba však regionálne zastúpenie záujmov filmového turizmu. Regionálne filmové kancelárie v sebe nesú vysoký potenciál rozvoja na jednej strane filmovej tvorby a filmového turizmu, na strane druhej akumulovaním investícií a v neposlednom rade aj tvorbou pracovných miest, čím priamo podporujú regionálny rozvoj kraja. Lokálny audiovizuálny priemysel je schopný implicitne na seba nadväzovať služby, ubytovacie zariadenia, reštauračné zariadenia, dopravu a mnohé iné a explicitne tak propagovať región a robiť mu atraktívne renomé. Filmové kancelárie podporujú filmový turizmus z inštitucionálneho hľadiska, pričom ich dosah je viacúrovňový. Na nadnárodnej úrovni je to European film promotion, na národnej úrovni pôsobí Slovenská filmová kancelária (Slovak Film Commision) a z hľadiska regionálneho rozmeru sa javí ako opodstatnené zriadenie obdobnej entity aj v bratislavskom kraji, kde absentuje.

Návštevnosť filmových festivalov a prehliadok dokazuje, že podujatia sú prítiažlivé nielen pre domáce publikum, ale získavajú si fanúšikov aj zo zahraničia.

Tabuľka 20 *Prehľad filmových festivalov, súťaží a prehliadok na území Bratislavského kraja*

Filmové festivaly, súťaže a prehliadky	Visegrad film forum, Medzinárodný festival filmových klubov Febiofest, Týždeň slovenského filmu, Bienále animácie Bratislava, Jeden svet, Be2Can, Scandi, PAFF – Pezinský alternatívny filmový festival, Medzinárodný filmový festival Bratislava, Festival slobody, Festival Áčko
---	--

(Zdroj: OK BSK)

V Bratislavskom kraji sa taktiež koná krajské kola celoštátnej postupovej súťaže amatérskej filmovej tvorby CINEAMA, ktoré vyhlasuje Národné osvetové centrum v Bratislave a jej organizátorom je župné Malokarpatské osvetové stredisko v Modre. Prezentuje krátkometrážne filmy nových autorov rôznych vekových kategórií.

Filmové lokácie ako špecifické miesta a územia vyhľadávané filmármi pre nakrúcanie filmov, sú ďalšou atraktivitou kultúrneho segmentu pre rozvoj cestovného ruchu. Cieľovú skupinu v tomto prípade tvoria návštevníci, ktorých cieľ cesty určuje práve použitie danej lokácie vo filme, prípadne TV programoch. Medzi najvýznamnejšie filmové lokácie na území bratislavského kraja patria:

- Kameňolom a hrad Devín, Červený kameň – filmy Dračie srdce, Kull dobyvatel';
- Bratislava - historické centrum, Petržalka – filmy Červená volavka, Hostel, Za nepriateľskou líniou, Povstanie, Peacemaker, Move on, Frankenstein,

Koprodukčné filmy, koprodukčné rozprávky aj filmy slovenských režisérov často používajú miestne kulisy a aj dejovo sú prepájané s krajom/mestom/budovou/prvkami ako

most/rieka/významné miesta. Čoraz väčšej popularite sa tešia historické filmy ako Mária Terézia.

Letné kiná sú prostriedkom vďaka ktorému domáca aj zahraničná filmová tvorba je prezentovaná prístupnejším spôsobom širokej vrstve obyvateľstva. Využívané sú k tomu prírodné amfiteátre (bratislavské mestské časti Rača a Ružinov, mestá Pezinok a Senec), parky (Karlova Ves), ale aj areály jazier, kúpalísk (Kuchajda, Senecké jazerá, Mičurín) či rieky Dunaj, nádvorja a záhrady (Modra – radnica; Stupava, Devínska Nová Ves - knižnica) či dokonca v špeciálne upravených priestoroch električky T3 (BA – Nové Mesto).

ZDRAVOTNÝ TURIZMUS pomenováva formy turizmu, ktorých primárnou motiváciou je zlepšenie zdravotného stavu účastníka, či už mentálneho, fyzického alebo duševného pomocou medicínskych a wellness aktivít. Podľa UNWTO sa zdravotnícky turizmus v posledných rokoch stal jedným z najrýchlejšie, komplexne a dynamicky sa rozvíjajúcim segmentom cestovného ruchu (UNWTO, 2018). Súčasťou zdravotného turizmu sú aj **wellness** a **medicínsky turizmus**. Konkrétne medicínsky turizmus vzniká z globálneho trendu preťaženého zdravotného systému, ktorý vytvára potrebu cestovať za zdravotnými službami. Zdravotný turizmus taktiež predstavuje možnosť v prípade záujmu vycestovať za kvalitnejšími zdravotnými službami alebo službami, ktoré v niektorých regiónoch, prípadne krajinách, nie sú dostupné. Wellness turizmus v Bratislavskom kraji má iba slabé zastúpenie.

Zdravotný turizmus v Bratislavskom kraji doposiaľ nemal silné zastúpenie. V minulosti bolo významným historickým rekreačným priestorom na území kraja klimatické letovisko v časti Modra-Harmónia, avšak aktuálna absencia významných liečebných kúpeľov a ozdravovní v Bratislavskom kraji uberať z atraktivity územia ako destinácie pre liečbu a prevenciu chorôb. Na druhej strane wellness turizmus v Bratislavskom kraji má dnes silné zastúpenie v službách hotelov a iných ubytovacích zariadení. Napriek tomu, že ide o menej významné a menšie wellness areály, kvalitou sú na vysokej úrovni.

Bratislava ako hlavné mesto Slovenskej republiky takisto poskytuje rôzne druhy špecializovanej zdravotnej starostlivosti, čo dáva kraju potenciál stať sa významným aktérom na poli zdravotného turizmu. Napriek predsudkom voči kvalite zdravotnej starostlivosti, ktorým Slovensko čelí, kvôli komunistickej minulosti krajiny, sú služby v niektorých špecializovaných zariadeniach výnimočné svojou kvalitou. Kvalitou sa v Bratislavskom kraji vyznačujú najmä očné kliniky, ortopedické kliniky, stomatologické kliniky, zariadenia na intervenčnú rádiologickú liečbu (neurologické, neurochirurgické, angiologické, kardiologické a iné diagnózy) a endovaskulárnu liečbu. Podľa indexu Euro Health Consumer Index (2018) sú zdravotné služby na vyššej úrovni ako v mnohých iných Európskych krajinách, ako napríklad v Španielsku, Poľsku alebo Maďarsku. Porovnanie cien voči susedným regiónom a kvalita služieb zdravotnej starostlivosti sa preto stávajú lákadlom pre návštevníkov s motívom absolvovať špecializované lekárske zákroky. Tieto zákroky sú v mnohých prípadoch nasledované dobou rekonvalescencie, čo znamená ďalší strávený čas v destinácii, najmä pre rodinu a príbuzných prichádzajúcich s pacientom. Ponuka a služby pre týchto návštevníkov ako aj dobrá dostupnosť zdravotných zariadení sú preto taktiež dôležité pre vytvorenie kvalitnej destinácie zdravotného turizmu. Zdravotná a medicínska starostlivosť bola v roku 2019 motívom účasti na cestovnom ruchu 17% všetkých domácich dlhodobých a krátkodobých ciest.²³

²³ Zdroj: Základné ukazovatele za dovolenkové a služobné cesty za rok 2019. ŠÚ SR, 2020.

ZHRNUTIE- INÉ FORMY TURIZMU

- Bratislavský kraj ako **atraktívne územie pre produkciu filmov**
- **chýbajúca regionálna filmová kancelária** určená na zviditeľnenie kraja v rámci filmového turizmu
- **absencia kúpeľnej ponuky pre rozvoj liečebného turizmu** – orientácia na zdravotný turizmus a ponuku zdravotných služieb pre zahraničný turizmus
- **filmový a zdravotný turizmus ako potenciálne nástroje na zvýšenie počtu zahraničných návštevníkov**

TEMATICKÉ CESTY sú špecifickým nástrojom rozvoja turizmu a možno ich charakterizovať ako cesty spájajúce dostupné prírodné alebo historické atrakcie prostredníctvom určitej témy. Vzhľadom na udržateľnosť, tematické cesty ponúkajú rekreáciu, ale aj vzdelávanie a poznávanie zároveň. Hlavnými cieľmi tematických ciest sú zvyšovanie záujmu, vzdelávanie, rozvoj spolupráce, nové trhy, ochrana, komplexnosť (*packaging*), pokles nákladov, rozvoj, odraz trendov a iné (Nagy, 2012). Z geografického hľadiska možno tematické cesty hierarchicky deliť na medzinárodné – národné – regionálne – lokálne.

Tematické cesty vznikajú na základe spoločnej témy. Táto téma vychádza z historického, geografického, prírodného a kultúrneho základu. Zjednotenie prvkov pre spoločnú tému vytvára ucelený obraz produktu cesty, ktorá je reprezentovaná prostredníctvom jednotlivých záujmových bodov, atraktivít, alebo POI (Points of interest). Samotná cesta je tak produktom už existujúcich atraktivít, nejde o tvorbu atraktívnych prvkov, ale o tvorbu uceleného obrazu – cesty, ktorá tieto objekty/záujmy prezentuje.

Kultúrne tematické cesty, ako už z názvu vyplýva sú súborom tematicky prepojených kultúrnych prvkov spravidla historickej hodnoty. V prípade spojenia viacerých krajín spoločnou historickou témou môže vzniknúť certifikovaná Európska kultúrna cesta Rady Európy.²⁴ Cez územie Slovenskej republiky v súčasnosti prechádzajú 4 certifikovaných kultúrnych tematických ciest²⁵:

- Cesta Sv. Martina z Tours
- Transromanica
- Cesta Železnej opony
- Cesta Sv. Cyrila a Metoda

Na území Bratislavského kraja evidujeme z pohľadu turistického rozvoja územia 5 kľúčových tematických ciest, ktoré sa stávajú zároveň jednou z prioritných línií ďalšieho rozvoja turizmu na území BSK:

- Cesta Železnej opony (certifikovaná ako Európska kultúrna cesty Rady Európy)
- Cesta Sv. Cyrila a Metoda (certifikovaná ako Európska kultúrna cesty Rady Európy)
- Cesta šľachtických rodov (Pálffy, Esterházi)
- Cesta židovskej kultúry
- Vinárska cesta Malých Karpát
- Dunajské ostrovy

²⁴ Pre viac informácií: <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/slovak-republic>.

²⁵ Pre viac informácií: <https://www.kulturnecesty.sk/>.

Kritéria hodnotenia tematických ciest nachádzame na úrovni certifikovaných kultúrnych ciest rady Európy. Základné hodnotiace kritériá je možné aplikovať i na lokálnej úrovni (Manda, Klaric, 2013). Sú to napríklad kultúrna a tematická jedinečnosť a unikátnosť, európsky kontext, inovatívnosť. Zároveň musí cesta mať funkčný technický manažment a marketing.

Tematická cesta ako turistický nástroj prostredníctvom zachovania unikátnosti, budovania integrity a synergie, ako aj marketingového rozvoja sa stáva významným atribútom rozvoja regionálneho turizmu.

Cesta Železnej opony

Je jedna z certifikovaných kultúrnych ciest Rady Európy a predstavuje historickú politickú hranicu rozdeľujúcu vyše polstoročie Európu na východ a západ. Túto hranicu v súčasnosti reprezentuje cykloturistická trasa, ktorá spája 20 krajín Európy v dĺžke takmer 10 tis. kilometrov. Na území Slovenska má trasa necelých 90 km, drvivá väčšina je na území Bratislavského kraja. Súčasťou trasy je cykloturistická magistrála EuroVelo13, historické bunkre a opevnenia, ako aj historické pamiatky hranice.

Ohniskové body rozvoja v Bratislavskom kraji: Bratislava (*petržalské bunkre*), Devín (*Brána slobody, hrad*), Devínska Nová Ves (*pamätník obetiam Železnej opony, bunkre, hrad, Cyklomost Slobody*), Vysoká pri Morave (*nový cezhraničný cyklomost*), Malé Leváre (*rekreačná oblasť*).

Obrázok 10 Cesta Železnej opony



(Zdroj: <https://Bratislavaregion.travel/poi/7118/cesta-zeleznej-opony-eurovelo-13>, 2021)

Cesta šľachtických rodov

Vychádzajúca z historického odkazu šľachtických rodov Pálfi a Esterházi je táto cesta zadefinovaná *Koncepciou rozvoja tematických ciest na území BSK a TTSK vrátane akčného plánu (2017)*. Odkaz v podobe siete historických budov a objektov spojených s významnou

činnosťou týchto dvoch rodov na území kraja je rozvíjaný formou tematickej cesty ako nástroja pre obnovu historických pamiatok, vzdelávania, zážitku ako aj udržateľného turizmu. Na jednej strane je to prítomnosť v podobe historických pamiatok, bývalých fabrik a manufaktúr, baníckych štôlní a rybníkov, spracovanie vína a produktov v obciach a mestách a na strane druhej sú to stopy v prírode. Toto prepojenie jasne odkazuje na možnosti rozvíjania synergie mesta a prírody, ktorá je charakteristická pre Bratislavský kraj. Obe cesty prechádzajú aj cez TTSK, čo vytvára možnosti pre medziregionálnu spoluprácu.

V rámci TTSK sú navrhovanými oblasťami pre rozvoj tematických ciest *Trnava, Sered', Galanta, Tomášikovo, Jahodná, Šaštín, Skalica, Buková, Chtelnica, Dobrá voda, Dechtice, Smolenice, Dolné Orešany, Horné Orešany, Nový Život, Čenkovce, Lúč na Ostrove*.

Tabuľka 21 Návrh kultúrnej tematickej cesty rodu Pálfi na území BSK

Rod Pálfi	Bratislava	▫ <i>Palác na Panskej (dnes Galéria mesta Bratislavy)</i> ▫ <i>Palác na Ventúrskej ulici</i> ▫ <i>Palác na Zámockej ulici</i> ▫ <i>Palác na Hviezdoslavovom námestí</i> ▫ <i>Bratislavský hrad</i> ▫ <i>Dóm Sv. Martina</i>
	Devín	▫ <i>Hrad Devín</i>
	Stupava	▫ <i>Kaštieľ s parkom</i>
	Pajštún	▫ <i>Ruiny hradu</i>
	Suchohrad	▫ <i>Majer Karolov dvor</i>
	Malacky	▫ <i>Kaštieľ s anglickým parkom</i> ▫ <i>Františkánsky kláštor a Kostol Nepoškvrneného počatia Panny Márie</i> ▫ <i>Rybníky (tretí a štvrtý) – Rakáreň</i> ▫ <i>Budova bývalej píly</i> ▫ <i>Pálfiiovský náhrobok psa v lokalite Tri duby</i> ▫ <i>„Pálfiho“ - historická lipa</i>
	Rohožník	▫ <i>Štrečka - bývalá úzkokoľajná železnica</i>
	Plavecké Podhradie	▫ <i>Plavecký hrad</i> ▫ <i>Kaštieľ</i> ▫ <i>Hrobka Pálfiiovcov</i>
	Plavecký Mikuláš	▫ <i>Základy loveckého zámku Mon Repos</i>
	Častá	▫ <i>Hrad Červený Kameň</i>
	Budmerice	▫ <i>Kaštieľ</i> ▫ <i>Socha Panny Márie Lurdskej</i> ▫ <i>Rybníky v Budmericiach založené Pálfiim</i>
	Pezinok	▫ <i>Zámok s parkom</i> ▫ <i>Pálfiiovská papieraň - Sušiareň papiera / Fabiánov mlyn</i> ▫ <i>Schaubmarov mlyn</i>
	Svätý Jur	▫ <i>Kaštieľ</i> ▫ <i>Hrad Biely Kameň</i>
	Chorvátsky Grob, časť Čierna voda	▫ <i>Kaštieľ</i>

	Kráľová pri Senci	▫ <i>Kostol Svätého Jána Krstiteľa</i>
--	--------------------------	--

(Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Koncepcie rozvoja tematických ciest na území BSK a TTSK vrátane akčného plánu, 2017)

Tabuľka 22 Návrh kultúrnej tematickej cesty rodu Esterházi na území BSK

Rod Esterházi	Senec	▫ <i>Veľký Štít</i> ▫ <i>Turecký dom</i> ▫ <i>Pamätná tabuľa venovaná grófovi Františkovi Esterházi</i>
	Veľký Biel	▫ <i>Barokový kaštieľ</i> ▫ <i>Kostol Povýšenia Svätého kríža</i>
	Bernolákovo	▫ <i>Kaplnka sv. Anny</i> ▫ <i>Pohrebná kaplnka Esterházyovcov na miestnom cintoríne</i> ▫ <i>Kostol Sv. Štefana</i>
	Bratislava	▫ <i>Palác na Štúrovom námestí</i> ▫ <i>Esterháziho palác na Panskej ulici</i> ▫ <i>Dóm Svätého Martina</i> ▫ <i>Letný Arcibiskupský palác</i> ▫ <i>Grassalkovičov palác</i> ▫ <i>Medická záhrada</i> ▫ <i>Kutscherfeldov palác (dnes sídlo francúzskeho veľvyslanectva)</i> ▫ <i>Jeszenákov palác</i> ▫ <i>časť paláca De Pauli (dnes Univerzitná knižnica)</i> ▫ <i>Rekonštrukcia Kapucínskeho kostola</i> ▫ <i>Kostol a kláštor sv. Alžbety v Bratislave</i> ▫ <i>Loretánska kaplnka pri Františkánskom kostole</i>
	Marianka	▫ <i>pavlínsky kláštor</i> ▫ <i>pútnické miesto v Marianke</i>

(Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Koncepcie rozvoja tematických ciest na území BSK a TTSK vrátane akčného plánu, 2017)

Cesta Sv. Cyrila a Metoda

Je novo certifikovaná európska kultúrna cesta Rady Európy (2021), ktorá opisuje trasu tzv. Apoštolov Slovanov cez 10 európskych krajín. V súčasnosti sa cesta rozvíja najmä na cezhraničnom území západného Slovenska, južnej Moravy a Bulharska, Chorvátska a Grécka. Okrem poznávania kultúrno-historických pamiatok či prírodných jedinečností cesta ponúka regionálnu gastronómiu, tradície, oblasť zvyklostí, lokálne produkty (kulturnecesty.sk, 2021).

Tabuľka 23 Prehľad ohniskových bodov rozvoja tematickej cesty v Bratislavskom kraji

Cesta sv. Cyrila a Metoda	Devín	▫ <i>hrad, kostol</i> ▫ <i>Devínsky ríbezľák</i>
	Bratislava	▫ <i>Dóm sv. Martina</i> ▫ <i>Bratislavský hrad</i>
	Svätý Jur	▫ <i>hradisko Neštich</i>
	Modra	▫ <i>keramika,</i> ▫ <i>hradisko Zámčisko</i> ▫ <i>Múzeum E.Štúra</i>
	Marianka	▫ <i>pútnické miesto Marianka</i>
	Častá	▫ <i>Hrad Červený kameň</i>
	Doľany	▫ <i>odkaz J. Palkoviča a J. Fándlyho</i>

(Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z webovej stránky kulturnecesty.sk, 2021)

Cesta židovskej kultúry

Je významným nástrojom rozvoja tak kultúry židovskej obce na Slovensku, ako aj rozvoja turistickej ponuky venovanej tejto etnickej skupine. Počiatky židovskej kultúry na Slovensku

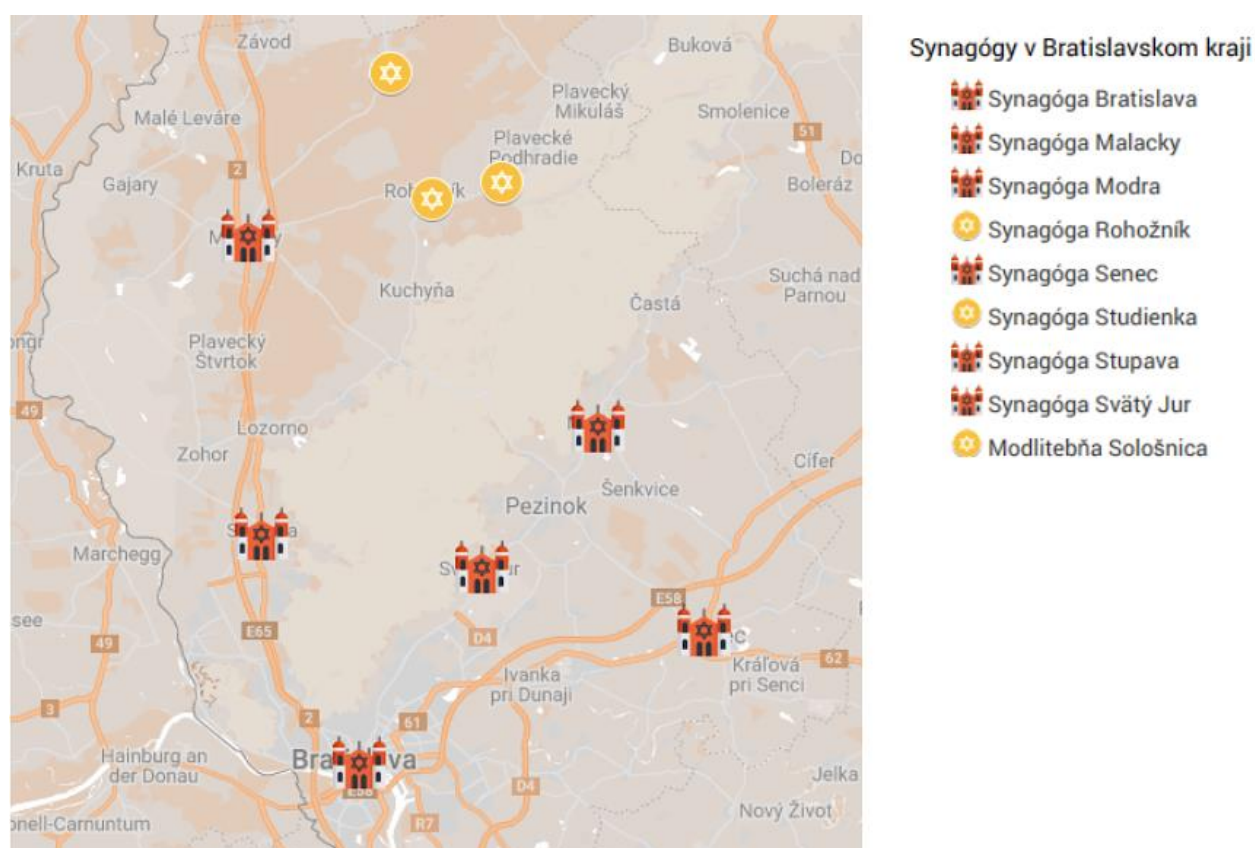
spadajú už do 11. storočia. Dodnes nachádzame na území Bratislavského kraja mnohé hmatateľné i nehmatateľné prvky odkazu židovskej komunity. V zmysle multikultúrneho zázemia územia kraja je preto potrebné oživiť pamiatky a odkaz tejto významnej komunity.

Tabuľka 24 Ohniskové body rozvoja tematickej cesty židovskej kultúry v Bratislavskom kraji

Cesta židovskej kultúry	▫ <i>Múzeum židovskej kultúry</i> ▫ <i>Pamätník Chatama Sofera v Bratislave</i> ▫ <i>Synagógy: Bratislava, Stupava, Malacky, Senec, Sv. Jur.</i>
--------------------------------	--

(Zdroj: <https://synagogyslovenska.sk/mapy/mapy-synagog.html>)

Obrázok 11 Mapa synagóg na území BSK



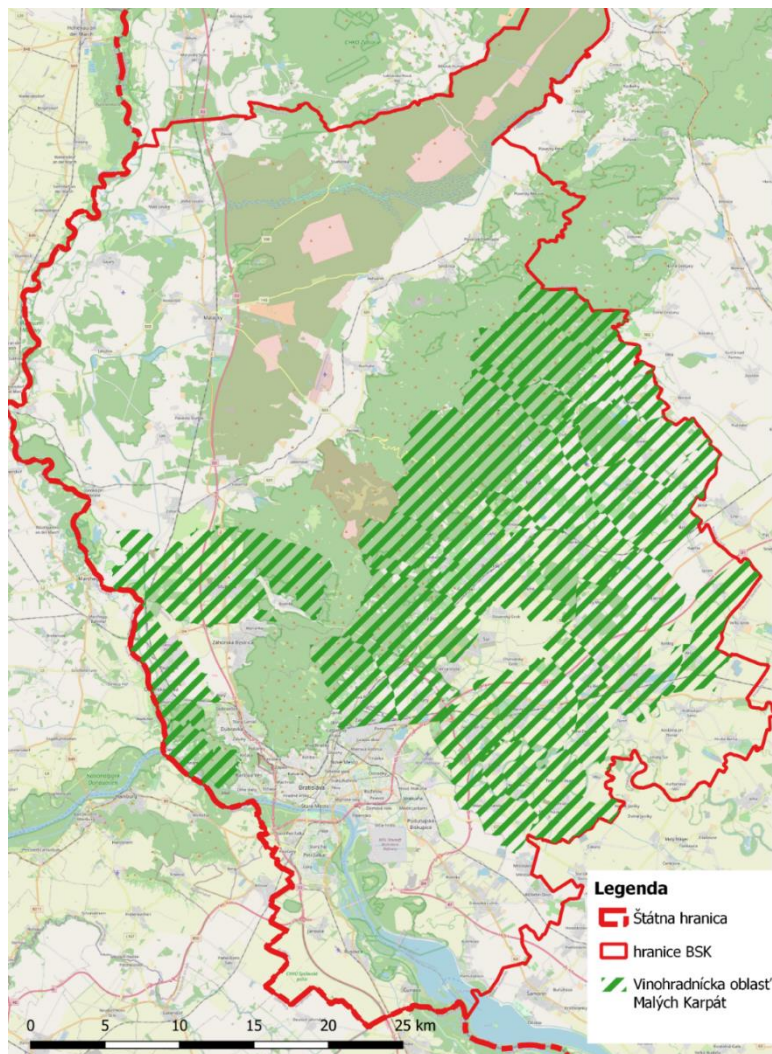
(Zdroj: <https://synagogyslovenska.sk/mapy/mapy-synagog.html>, 2021)

Vinárska cesta Malých Karpát

Kultúrna tematická cesta, vychádzajúca z bohatého kultúrno-historického pozadia vývoja vinohradníctva a vinárstva na území Bratislavského kraja je jednou z dominantných turistických oblastí Malých Karpát. Tematická kultúrna vinohradnícka cesta Malých Karpát na rozdiel od produktu Malokarpatskej vínnej cesty (MVC) je strešným kultúrnym turistickým nástrojom, ktorý v sebe zahŕňa nie len produkty, ale vytvára širší rámec spoznávania vinárskeho regiónu (kam ísť, čo vidieť, čo ochutnať, čo spoznávať).

Ohniskové body rozvoja v Bratislavskom kraji: *vinárske centrá Modra, Pezinok, Sv. Jur, pivnice a rozhl'adne, vinohrady a vinice, nemecký odkaz.*

Obrázok 12 Malokarpatská vinohradnícka oblasť na území BSK



(Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Vinohradníckych oblastí SR, 2021)

ZHRNUTIE - TEMATICKÉ CESTY

- **tematická cesta predstavuje špecifický nástroj rozvoja turizmu a podpory regionálneho rozvoja**
- **kľúčové kultúrne tematické cesty Bratislavského kraja do roku 2030 sú:**
 - **Cesta Železnej opony**
 - **Cesta šľachtických rodov**
 - **Cesta sv. Cyrila a Metoda**
 - **Cesta židovskej kultúry**
 - **Vinárska cesta Malých Karpát**
- **Cesta Železnej opony a Cesta sv. Cyrila a Metoda patria medzi certifikované kultúrne cesty Rady Európy**

3.2.4 Produktové línie Bratislavského kraja

V Stratégii rozvoja turizmu Bratislavského kraja na roky 2016-2020 boli definované nasledovné hlavné produktové línie:

- Príbeh korunovačného mesta s bohatou históriou a žitou kultúrou
- Aktívne dňom i nocou v mladom meste na Dunaji
- Zážitok z vína svetovej kvality a vzrušujúcich tradícií
- Oddych pri vode v ktoromkoľvek ročnom období
- Peši alebo na bicykli krajinou mnohých tvárí a chutí
- Atraktívna ponuka pre kongresové a incentívne podujatia

Zadefinované produktové línie odrážajú pomerne výraznú rôznorodosť štyroch mikroregiónov na území BSK, ale nie sú na ne výhradne viazané. Keďže je ponuka každej z nich prítomná a ponúkaná aj v širšom, resp. celom území kraja, predstavujú základné produktové a brandingové východiská pre región ako taký.

V praxi by to malo znamenať, že v ich kontexte sa budú plánovať a realizovať koordinované aktivity všetkých relevantných aktérov, aby sa daná produktová línia rozvíjala dynamicky a čo najkomplexnejšie. Od budovania základnej i doplnkovej infraštruktúry, dostupnosti, cez zlepšovania a inovácie samotných produktov a služieb až ku zdokonaľovaniu marketingových nástrojov (najmä online) a zvyšovaniu poznateľnosti u cieľových skupín.

O dva roky neskôr (2018) sa v *Marketingovej stratégii pre destináciu Bratislavský región pre roky 2018-2022* konštatuje, že "smerovanie ponuky cestovného ruchu bolo nastavené reálne, čo dokumentuje aj konkrétna realizácia v praxi. Je veľmi dôležité, že nastavené línie sa premietli do života a stávajú sa súčasťou reálnej ponuky v praxi cestovného ruchu v Bratislavskom regióne v širokom rozsahu." Zároveň ich pre využitie v marketingu prioritizuje pre segment B2C nasledovne:

Tabuľka 25 Produktové línie Bratislavského kraja

Priorita 1	Priorita 2	Priorita 3
Kultúrne podujatia medzinárodného významu alebo s významnou zahraničnou účasťou	Ekoturizmus	Významné osobnosti, legendy, miesta spojené s tvorbou známych filmov
Hmotné a nehmotné kultúrne dedičstvo, história, výstavy	Náboženstvo	Krátkodobé pobyty s výjazdom do prihraničných regiónov
City break	Gastro zážitky	Dobrovoľníctvo
Športové podujatia medzinárodného i regionálneho významu	Vidiecky cestovný ruch a agroturizmus	Vzdelávanie, tréningy
Akčné aktivity, zážitky		Sociálny CR
Dunaj a voda		

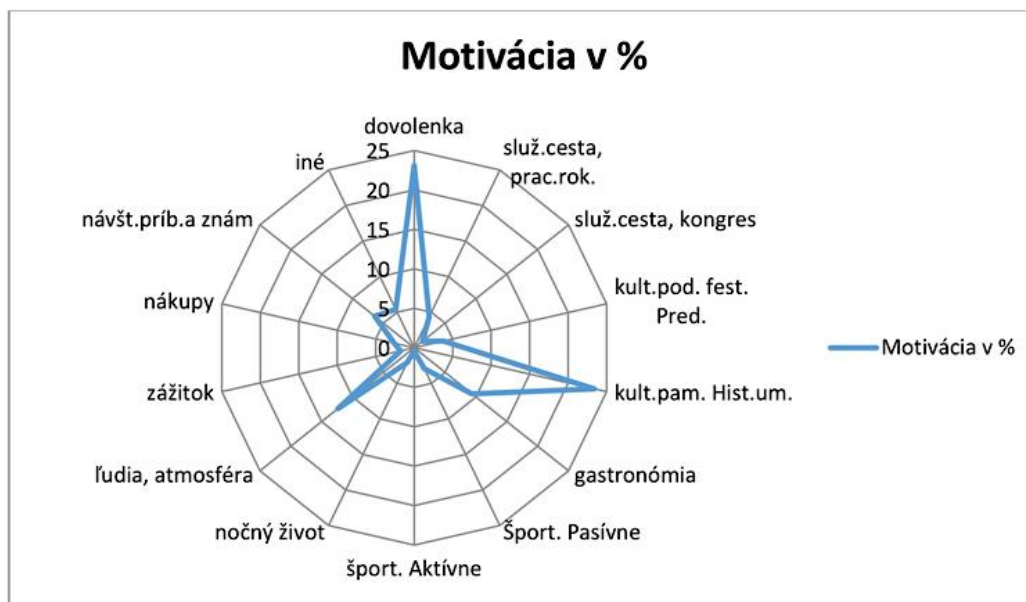
(Zdroj: KOCR-BRT, 2021)

Pretrvávajúca pandémia môže zo strednodobého hľadiska priority zmeniť v prospech vidieckeho či prírodného turizmu na úkor masových podujatí kultúrneho a športového charakteru.

Uvedená marketingová stratégia konfrontuje toto tvrdenie aj s poznatkami z prieskumu z roku 2016 pri skúmaní motivácie (primárneho záujmu) návštevníkov prichádzajúcich do Bratislavy a hodnotí, že "Ponuka produktov cestovného ruchu v Bratislave je špecifikovaná, ale respondenti ju takto nevnímali v dostatočnom rozsahu. Je zrejmé, že motivácia je podmienená

osobnými preferenciami. Tieto však nie sú dostatočne usmernené zo strany Bratislavy a nie je úspešne komunikovaná možnosť kombinácie resp. balíčkovania produktov tak, aby motiváciu usmernila, alebo ovplyvnila."

Graf 18 Motivácia návštevníkov prísť do Bratislavského kraja



(Zdroj: BTB, 2016)

V tabuľke a grafe uvedené zistenia z prieskumu ukazujú, že s výrazným odstupom označili návštevníci ako najčastejší dôvod príchodu do Bratislavy kultúrne pamiatky/históriu a dovolenku, obidva v rovnakej miere 23%. Nejde o špecifické motivácie jednotlivých skupín, ale o všeobecné, zamerané na oddych a poznávanie. Takýto návštevníci sú otvorení rôznym zážitkom a širokému spektru produktov, pokiaľ sa o nich dozvedia. Ideálne už pred príchodom do destinácie s možnosťou naplánovania, zaradenia do svojho itinerára a ideálne aj rezervácie či zakúpenia v online priestore. V minulosti boli hlavnými poskytovateľmi informácií ubytovacie zariadenia alebo TIK. Dnes čoraz väčšiu rolu zohrávajú online platformy s čoraz sofistikovanejšími algoritmami, v čom má destinačný marketing značné rezervy. Pri všetkých formách je však potrebné cielennejšie adresovať návštevníkom konkrétnu ponuku, poukázať na dostupnosť a možnosť kombinovať s rôznymi typmi zážitkov v komplexných balíčkoch. Ďalšie dve oblasti, ktoré návštevníci v prieskume označili ako dôležité pri výbere destinácie, sú ľudia/atmosféra a gastronómia.

Pre rok 2020 bolo preto hlavným cieľom destinačnej organizácie Turizmus regiónu Bratislava (Bratislava Region Tourism/BRT) využitie rekordného počtu návštevníkov hlavného mesta na adresovanie ponuky stráviť časť pobytu v okolí regiónu. K tomu mali viesť dve cesty:

1. Komunikácia dostupnosti zážitku v okolí Bratislavy podporená propagáciou blízkosti a dopravnej dostupnosti vrátane bezplatnej regionálnej dopravy pre držiteľov turistickej karty Bratislava City & Region Card.
2. Tvorba nových balíčkov a produktov udržateľnej mobility na zvýšenie dostupnosti vybraných turistických cieľov. Plánované aktivity však do veľkej miery zabrzdila pandémia.

Pozitívnym príkladom úspešného uvedenia nového produktu zo strany BRT aj počas pandémie je Račanská lokálka. V spolupráci s miestnymi vinármi využili letné uvoľnenie obmedzení už v roku 2020, ako aj o rok neskôr, kedy sa dokonca počet predaných miest zvýšil o 65%. Rozhodujúcimi faktormi bolo poskytnutie zážitkovej dopravy pokrývajúcej potreby záujemcov

o vinársku akciu a vytvorenie online nástroja vo forme jednoduchého e-shopu umožňujúceho doručenie rýchlej informácie o produkte s priamou možnosťou jeho zakúpenia.

Situácia po pandémii

Plánované aktivity či začaté procesy v rámci produktových línií boli výrazne ovplyvnené obmedzeniami, úplne novými podmienkami a náhle sa meniacimi možnosťami cestovania a trávenia voľného času, s dôsledkom radikálne sa meniaceho dopytu a len ťažko sa prispôsobujúcej ponuke. Výsledkom sú, zatiaľ len krátkodobo hodnotiteľné, ale o to výraznejšie rozdiely vo vývoji jednotlivých produktových línií. Niektoré sa z trhu pri minimálnom dopyte takmer vytratil (napríklad MICE a mestský turizmus), kým iné sa tešili z explozívneho nárastu (napríklad pobyt v prírode, cyklo a vodná turistika). Podrobnejšie zhodnotenie vývoja počas pandémie a štatistické údaje sú uvedené nižšie v kapitole 3.5.2. Destinačný marketing.

Nepredvídateľnosť, ako jedna z najsignifikantnejších charakteristík tohto obdobia, sa žiaľ nekončí a premieta sa aj do postpandemického plánovania. Ťažko predpovedať, ako sa dočasne zmenená situácia premietne do dlhodobejšej zmeny návykov a preferencií cieľových skupín, respektíve či a ako rýchlo sa na strane dopytu vráti situácia do predkrízovej podoby. Druhou alternatívou je "nový normál", ktorému sa budú musieť destinácie, ako aj návštevníci v strednodobom horizonte prispôbiť.

Sú dve možnosti, ktorým smerom sa uberie domáci cestovný ruch, ktorý bol zintenzívnený počas pandémie. Buď sa udrží na rovnakej úrovni, alebo bude absencia možností cestovania viesť k výraznejšej preferencii oddychu a dovolenky v zahraničí a záujem o domáce destinácie opäť poklesne. Z tohto pohľadu je destinácia bratislavského regiónu v znevýhodnenej situácii v rámci slovenských destinácií, nakoľko nikdy nebola typickou dovolenkovou ani výletnou destináciou Slovákov. Jedným z dôvodov je aj distribúcia kúpnej sily, ktorá je nadpriemerná práve v regiónoch západného Slovenska. Preto väčšina obyvateľov vyhľadáva na domacom trhu iné prostredie, ako napríklad ešte nepoznané miesta vo vzdialenejších destináciách od miesta bydliska, najmä v horskom prostredí alebo v kúpeľných mestách, kde si môže aj ekonomicky dovoliť kvalitné nadštandardné služby. Relatívne nižšia kúpna sila v iných častiach Slovenska je istým obmedzením, avšak motiváciu návštevy je možné zvýšiť novým pozicionovaním Bratislavy ako hlavného mesta s atraktívnou ponukou, vrátane okolitého (i cezhraničného) regiónu. Je potrebné ďalej stavať na pandemiou "vynútených" aktivitách zameraných na domáceho návštevníka.

Najrýchlejší návrat do predkrízových výkonov je možné po pandémii predpokladať pri najviac postihnutých produktových líniách v oblasti mestského turizmu, či už kultúrno-historického alebo zábavno-oddychového, najmä z dôvodu očakávaného návratu zahraničných návštevníkov.

Súčasná pandemická situácia vyvoláva zmeny aj na strane ponuky. Kým zo začiatku rôzne obmedzenia viedli k dočasným modifikáciám a k postupným inováciám produktovej ponuky na strane poskytovateľov služieb, dlhodobý výpadok turistov a neistota z obnovenia dopytu do predpandemického stavu vedie mnohé destinácie k prehodnocovaniu budúceho smerovania či profilovania sa. Do popredia sa dostáva téma udržateľného rozvoja destinácie, kvalita pred kvantitou, či snaha orientovať sa na bonitnejšiu klientelu. Bude potrebné nájsť odpoveď aj na otázku, či počet turistov a počet prenocovaní majú byť tým najhlavnejším kritériom úspešnosti destinácie.

Vývoj v segmente MICE turizmus je tiež výrazne poznačený. Dopady reštriktívnych protiepidemických opatrení ovplyvnili rôzne sektory ekonomiky v rozličnej intenzite. Spamätávanie sa vo výrobnej sfére a na pracovnom trhu po prvých dvoch pandemických vlnách s perspektívou zaočkovania prebiehalo rýchlejšie, ako sa očakávalo. Žiaľ, nejasný ďalší vývoj pandémie, globálne sekundárne následky z výpadkov niektorých komodít, ochromenie medzinárodnej prepravy tovarov, nedostatok kvalifikovanej pracovnej sily a nástup

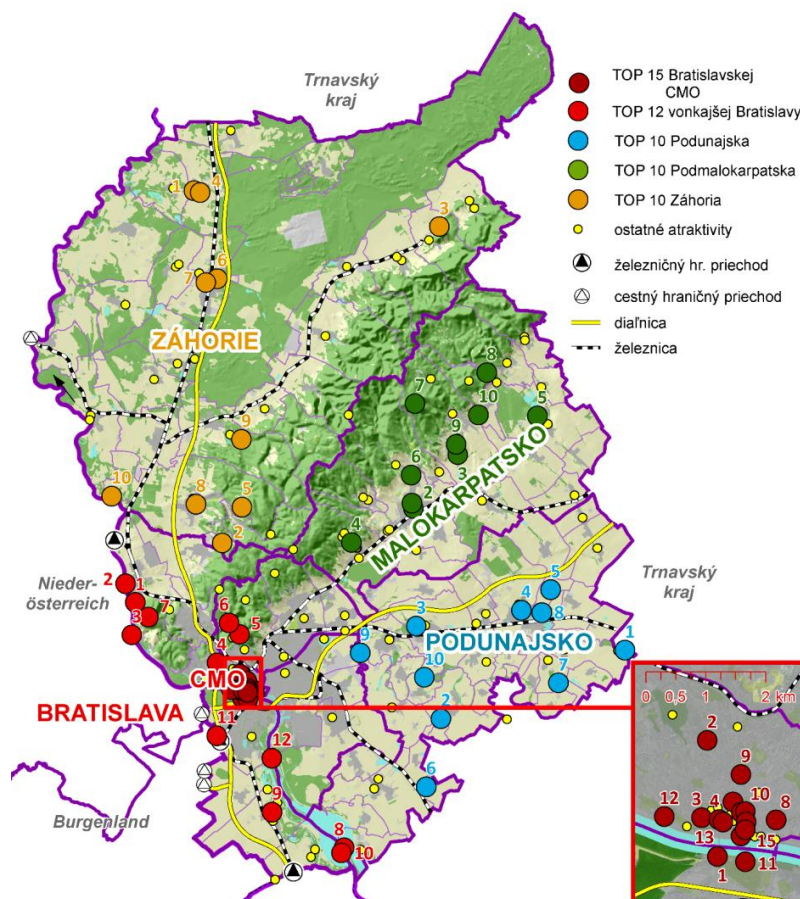
energetickej krízy predpovedajú v mnohých sektoroch vážne výrobné a ekonomické problémy, ktoré budú viesť k optimalizácii nákladov a znižovaniu výdavkov aj na konferenčné či incentivné aktivity mnohých podnikov. Navyše, počas pandémie sa silne etablovala forma online komunikácie aj v pracovnej oblasti, čo predznamenáva, že malé a stredne veľké stretnutia ako aj konferenčné podujatia sa môžu natrvalo "presunúť" do virtuálneho priestoru. Bratislava nie je typická kongresová destinácia s veľkými podujatiami, preto znížená intenzita menších podujatí môže výrazne zredukovať počet domácich i zahraničných návštevníkov. Takýto vývoj by mal dopad nie len na zníženie výkonov v HORECA segmente, ale aj pri iných sprievodných službách a incentivných produktoch v celom regióne s dopadom na lokálnu ekonomiku. Z pohľadu rozvoja produktových línií by to pri zníženom dopyte mohlo viesť k nárastu investičného aj inovačného dlhu a tým k znižovaniu konkurencieschopnosti.

Vo všeobecnosti môžu dopady pandémie predstavovať pre jednotlivé produktové línie nasledovné viac alebo menej vážne ohrozenia:

- stagnácia rozvoja kvality služieb z dôvodu nedostatku kvalifikovanej pracovnej sily, pričom ohrozenie sa bude znižovať zvyšovaním predvídateľnosti vývoja pandémie a ekonomiky;
- zníženie ponuky (počtu) prevádzok a stagnácia inovácie produktov z dôvodu ekonomickej vyčerpanosti subjektov;
- spomalenie obnovy a realizácie nových investícií do infraštruktúry zo strany verejnej správy z dôvodu zníženia disponibilných verejných zdrojov (možná substitúcia z dostupných zdrojov z programov Európskej únie, za predpokladu dobrej pripravenosti projektov a schopnosti pokrývať potrebnú mieru spolufinancovania);
- zníženie kúpyschopnosti obyvateľstva doma i v zahraničí v dôsledku globálnej ekonomickej situácie (rekordné ceny palív a energie, inflácia, výpadky vo vybraných segmentoch priemyslu s dopadom na rast cien ako aj trh práce,...); zároveň môže ale zvýšený záujem o kratšie/častejšie pobyty a o bližšie destinácie znamenať pre Bratislavský kraj zvýšenie potenciálu na domácom trhu a v okolitých krajinách.

Kvôli týmto výzvam, bude v najbližšom období potrebné prispôbovať marketingové aktivity aktuálnemu vývoju a zameriavať sa selektívne na tie produktové línie alebo oblasti, ktoré budú mať z objektívnych príčin najmenej obmedzení resp. potenciál vrátiť sa na predkrízovú úroveň, či splňať podmienky novej normality.

Obrázok 13 Atraktivity a kultúrno historické ciele turizmu na území Bratislavského kraja



(Zdroj: PHRSR BSK,2021, KOČR Turizmus regiónu Bratislava In: Plán udržateľného regionálneho turizmu a mobility (2018))

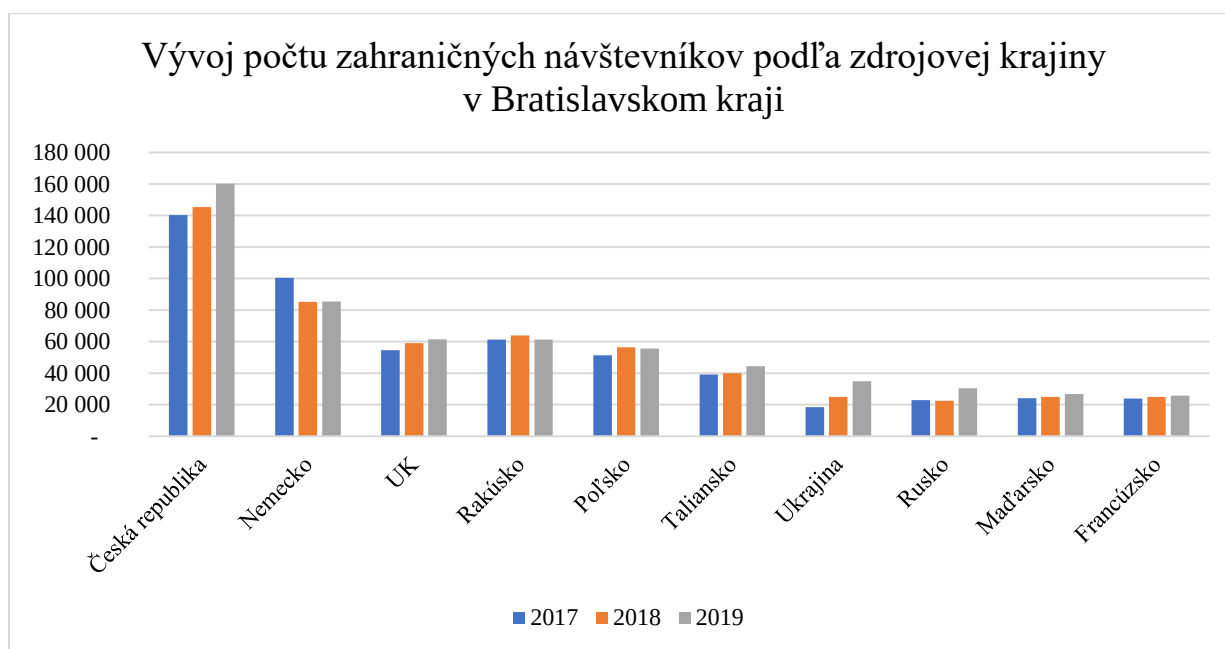
3.3 Hodnotenie turistického dopytu

3.3.1 Trhové skupiny

Na podklade vývoja návštevnosti na úrovni Slovenska možno konštatovať kontinuálne rastúcu tendenciu prílevu tak zahraničných, ako aj domácich návštevníkov. Je to práve zastúpenie domácich návštevníkov, ktoré sa prejavuje vo vyšších absolútnych číslach voči zastúpeniu zahraničných návštevníkov. Na úrovni Bratislavského kraja je vývoj odlišný. Z už uvedených dôvodov (poloha a trendy kraja) v podiele návštevnosti v kraji prevažujú turisti zahraniční.

Na základe kontinuálneho vývoja návštevnosti v Bratislavskom kraji a vo vzťahu k zdrojovej krajine návštevníkov badáme rastúcu tendenciu na všetkých úrovniach. Najvyššie zastúpenie je z trhu európskeho, nasleduje Ázia s takmer 1/10 podielom, Amerika, Austrália a Oceánia a nakoniec Afrika. Európske zastúpenie zahraničného turizmu odráža blízkosť a prepojenosť krajín s regiónom Bratislavy. Ako možno predpokladať, najväčšie zastúpenie na podiele zahraničného turizmu v roku 2019 má Česká republika, ktorá sa podieľa 20% na celkovej zahraničnej návštevnosti a 10% tvoria návštevníci Nemecka. Do prvej desiatky čo sa zahraničnej návštevnosti kraja v roku 2019 týka, možno zaradiť ďalej krajiny ako Spojené kráľovstvo Veľkej Británie a Sev. Írska (UK), Rakúsko, Poľsko, Taliansko, Ukrajina, Rusko, Maďarsko a Francúzsko. V sledovanom období zaznamenávame zvýšenie podielu návštevníkov UK na úkor návštevníkov Rakúska. Prvá desiatka najviac zastúpených krajín na území Bratislavského kraja sa však v priereze rokov 2017 – 2020 výrazne nemenila, čo môže byť signálom pre strategické plánovanie a to so zameraním sa na posilnenie produktov, ktoré budú „ušité na mieru“ pre návštevníkov vybraných krajín.

Graf 19 Vývoj počtu zahraničných návštevníkov podľa zdrojovej krajiny v BSK



(Zdroj: ŠÚ SR, vlastné spracovanie, 2021)

Pre charakterizovanie trhových skupín a ich segmentáciu je potrebné objasniť demografickú situáciu, ktorá priamo či nepriamo odráža globálne trendy ekonomické, hospodárske, sociálne či kultúrne. Ako už bolo v dokumente naznačené, globálny vývoj indikuje niekoľko demografických ukazovateľov a to sú pokles produktívneho veku obyvateľstva a nárast predproduktívneho a poproduktívneho veku obyvateľstva.

Tento nepriaznivý demografický vývoj na globálnej a národnej úrovni predznamenáva pre oblasť turizmu zvýšený podiel trhovej skupiny 60+ a významné zastúpenie skupín Mileniálov a generácie Z. Ako štatistiky naznačujú je to práve odvetvie turizmu, ktoré ako jeden z dynamických sektorov môže tieto nepriaznivé vplyvy využiť a to v zmysle zamerania sa na spomínané trhové skupiny, ale i v zamestnanosti mladých ľudí, či významného zastúpenia žien v sektore. Aké sú cieľové trhy pre nasledujúcu dekádu do roku 2030?

Generácia Y alebo *Mileniáli* je generácia spravidla narodená v rokoch 1977 – 1994, ďalej možno nazývaná aj *i-Generácia*, ktorá je výrazne ovplyvnená technologickým pokrokom. Špecifikom generácie je systém práce s informáciami, ktorá sa odlišuje od generácie predošlej. Pracuje s nimi počas celého dňa a nečaká na určitú hodinu, aby si pozrela správy v televízii. Dokážu sa detailne zaoberať témami, ktoré ich zaujímajú a dokážu o nich dlho diskutovať. Zistilo sa, že generácia Y oveľa radšej investuje do cestovania a zážitkov, ako do kúpy nového auta alebo hypotéky na dom. Mladí ľudia radšej žijú v prenajatých bytoch. Odôvodňujú to aj tým, že prácu a ubytovanie menia približne každé tri roky (eduworld.sk, 2021).

Generácia Z alebo *Zoomers* či *GenZers* je generácia spravidla narodená v rokoch 1995 – 2012. Ide vo všeobecnosti o generáciu, ktorá nasleduje po Mileniáloch, je mladá, technicky zdatná a sociálne zameraná skupina. Gen Zers vyrástli a mali všetky svetové informácie na dosah ruky. Vedú ich nielen k neustálemu učeniu, ale k premieňaniu toho, čo sa naučili na zmysluplnú akciu. Prijímajú svoju individualitu a komplexnosť, pričom sa podieľajú na širšom spektre voľnočasových aktivít od zmyslových cez fyzické až po hravé. Čo sa turizmu týka, GenZers sú ovplyvnení sociálnymi médiami a odporúčaniami rovesníkov (*peers*). Sú odhodlaní pre dosiahnutie unikátneho zážitku dokonca riskovať, no zároveň vyhľadávajú i destinácie na relaxáciu (OECD, 2018).

Strieborná generácia²⁶ je označenie generácie, ktorá je prevažne zastúpená generáciou tzv. *baby boomerov* (generácia povojnovej pôrodnosti medzi rokmi 1946 – 1964). Ide o dôchodcov, o ktorých môžeme povedať, že sa tešia omnoho lepšiemu zdraviu než ich predchodcovia a práve

²⁶ Strieborná generácia je pracovné označenie vytvorené pre tento dokument, vychádzajúce z definícií striebornej ekonomiky.

títo dôchodcovia menia zaužívané predstavy neaktívneho trávenia svojho dôchodku. Čoraz častejšie sa stretávame s dôchodcami, ktorí svoj dôchodok chcú prežiť aktívnejšie, a to spoznávaním nových miest, často aj exotických, cestovaním, módou, ako aj využívaním súčasných technických vymožeností. Adaptáciu ekonomiky na budúce potreby rastúceho počtu ľudí starších ako 50 rokov odborná verejnosť definuje ako striebornú ekonomiku, ktorá môže byť aj definovaná ako produkcia, ktorá ovplyvňuje a uspokojuje dopyt staršej generácie (Slovenská štatistika a demografia, 2015).

Vychádzajúc z charakteristík kľúčových skupín pre nasledujúce dekády možno charakterizovať potrebu a dopyt v oblasti turizmu. Dve skupiny na opačných koncoch spektra, na jednej strane generácie Y a Z a na strane druhej strieborná generácia, predstavujú dve nie až tak odlišné skupiny z hľadiska dopytu.

Tabuľka 26 Menovateľ výberu destinácie v závislosti od cieľovej skupiny

Určujúci menovateľ výberu destinácie	Generácia Y	Generácia Z	Strieborná generácia / 60+
Zážitok	X	X	X
Unikátnosť/jedinečnosť	X	X	X
Bezpečnosť		X	X
Zdravie/wellness			X
Relax		X	X
Balíková ponuka			X
Individuálnosť/sebarealizácia	X	X	
Riziko	X	X	

(Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov zo Slovenskej štatistiky a demografie, 2015)

Dlhodobým trendom turizmu vychádzajúcim práve z demografického vývoja je hľadanie zážitku, unikátnosti a autenticity. Zažiť si destináciu na vlastnej koži prostredníctvom individuálnych ciest a zúčastňovanie sa na lokálnych podujatiach bude hlavným trendom mladších generácií. Digitálna gramotnosť pri výbere cesty ako aj technologicko-digitálny štandard môže byť pre tieto generácie taktiež významným menovateľom pri určení cesty, či v samotnej destinácii. Strieborná generácia je z pohľadu turizmu atraktívna najmä dopytom po balíkoch produktových služieb, zážitku, bezpečnosti relaxu, ale i zdravia. Táto kohorta je jedným z určujúcich trhov pre zdravotný turizmus, či vidiecky turizmus a jeho ponuky v tom ktorom regióne.

Sledovaním účasti na cestovnom ruchu v rámci Slovenska v období rokov 2016 – 2019 je zjavná stúpajúca tendencia. Najvyššie zastúpenie rezidentov Slovenskej republiky v účasti na cestovnom ruchu v roku 2019 je kohorta v rozmedzí 35-44 rokov. Taktiež sledujeme kontinuálny nárast účasti na cestovnom ruchu v prípade kohorty 65+, ktorej podiel v sledovanom období narástol na 14,4% (2016 – 10% podiel). Rast záujmu o cestovanie s účasťou na cestovnom ruchu je pre danú skupinu význačný vo svetle globálnych trendov. Kontinuálny nárast je zaznamenaný i pri zastúpení mužov a žien (v roku 2019 – 49,7% M – 50,3% Ž).

ZHRNUTIE - TRHOVÉ SKUPINY

- **v roku 2019 tvorili takmer 2/3 návštevnosti Bratislavského kraja návštevníci zahraniční** – z toho takmer 20% tvorili obyvatelia Českej republiky, nasledovali Nemci a obyvatelia Veľkej Británie
- **nepriaznivý globálny trend poklesu produktívneho obyvateľstva** a nárastu predproduktívneho a poproduktívneho obyvateľstva
- **budúce kľúčové zdrojové trhy:**
 - **generácia Y / Mileniáli**
 - **generácia Z / GenZers**
 - **generácia 60+**
- **narastajúci dopyt po unikátnosti, jedinečnosti, zážitku, bezpečnosti a digitálnej dostupnosti v oblasti turizmu**

3.3.2 Vnútoraná a vonkajšia konkurencia

Geografická poloha Bratislavského kraja ako jeden z predpokladov určujúcich turistický dopyt, a teda aj primárnu ponuku turizmu, je faktorom pri cezhraničnom a medziregionálnom porovnaní a spolupráci. Bratislavský kraj ako administratívny celok zdieľa spoločnú hranicu s Trnavským krajom, Rábsko-mošonsko-šopronskou župou, Burgenlandom a Dolným Rakúskom. Tento fakt určuje predpoklad pre možnú cezhraničnú spoluprácu v zmysle rozvoja spoločných záujmov či prenosu *know-how*, ale i možnosť budovania konkurencieschopnosti jednotlivých území. Pridanou hodnotou Bratislavy je jej centrálna poloha v tomto cezhraničnom území a geografická jedinečnosť využiteľná pre pozicionovanie a destinačný marketing - je jediné hlavné mesto na hranici troch krajín a mohla by mať ambíciu byť východiskovým miestom (vhodným na prenocovanie) na spoznávanie širšieho cezhraničného multikultúrneho regiónu. Autenticita územia vyplýva aj z jeho historického postavenia a významu.

Trnavský kraj, ktorý tvorí kompaktnú východnú hranicu presahujúcu sever a juh Bratislavského kraja je charakterizovaný z turistického hľadiska potenciálom prírodného bohatstva ako aj kultúrneho a historického dedičstva. Geomorfológia a prírodné špecifiká územia vytvárajú predpoklad využitia kúpeľného/liečebného a wellness turizmu na základe výskytu geotermálnych a liečivých prameňov v Piešťanoch a Smrdákoch. Ďalším významným prvkom regiónu je vinohradníctvo a pestovanie viniča. Prítomnosť Malokarpatskej, Juhoslovenskej a Nitrianskej vinárskej oblasti je základom etablovania vinárskeho turizmu, ktorý je jednou z rozvojových turistických línií v kraji. Najnavštevovanejšími okresmi kraja sú Piešťany, Trnava a Dunajská Streda, ktoré zaznamenávajú najvyššie tržby v segmente turizmu. Vychádzajúc z predchádzajúceho programového obdobia 2007-2014 možno vízie a ciele

Trnavského kraja v oblasti turizmu definovať ako podporu tematicky orientovaných produktov a zvýšenia kvality, budovanie cyklotrás, turistických trás, či propagáciu turizmu a jeho produktov a podporu koordinovaného rozvoja turizmu v regióne (PHRSR TSK, 2015).

Južnú hranicu Bratislavského kraja s Maďarskom tvorí **Rábsko-mošonsko-šopronská župa**. Okrem prírodno-geografických špecifik, akými sú rieky Dunaj a Rába, Zadunajské stredohorie či Predhorie Álp, je župa charakteristická kultúrno-historickým potenciálom, ktorého odraz možno vidieť na pamätníkoch, v historických mestských centrách, barokových kostoloch či kaštieloch. Je kolískou pamätihodností ako kaštieľ Esterháziovcov, kaštieľ Széchenyiovcov, Pannonhalmské arciepiscopstvo, Národný park Fertő-Hanság, hrad Mosonmagyaróvár a Bazilika v Rábe. Územie ponúka návštevníkovi aj množstvo kultúrnych a voľnočasových aktivít, športových či hudobných podujatí. Veľmi zaujímavá ponuka je vedecký park Futura²⁷ či termálne kúpele v Mosonmagyaróváre. Kým súčasťou väčších miest sú atrakcie a rozmanité programy, menšie obce vítajú turistov svojou tradičnou maďarskou, vidieckou pohostinnosťou. Kraj je známy svojou gastronómiou a vinárstvom založeným na dávnych tradíciách.²⁸

Juhozápadná a západná hranica Bratislavského kraja je tvorená rakúskymi spolkovými krajinami Burgenland a Dolné Rakúsko.²⁹ **Burgenland** predstavuje najvýchodnejšiu a najmladšiu spolkovú krajinu Rakúska. Táto spolková krajina je známa svojou bohatou kultúrno-historickou ponukou, ktorá je prezentovaná prostredníctvom historických pamiatok a hradov (zámok Esterházi, hrad Forchtenstein, hrad Bernstein a iné), ale i jedinečnou faunou a flórou v Národnom parku Neusiedler See. Ponuka pre relax a wellness je zasadená v kúpeľnej ponuke kúpeľov Bad Tatzmannsdorf alebo v Stegersbachu. Nemožno opomenúť ani tradíciu vinohradníctva a vinárstva, ktoré sú prezentované na Burgenlandskej vínnej ceste. Aktívny cestovný ruch tu dopĺňajú vodné športy a golf.

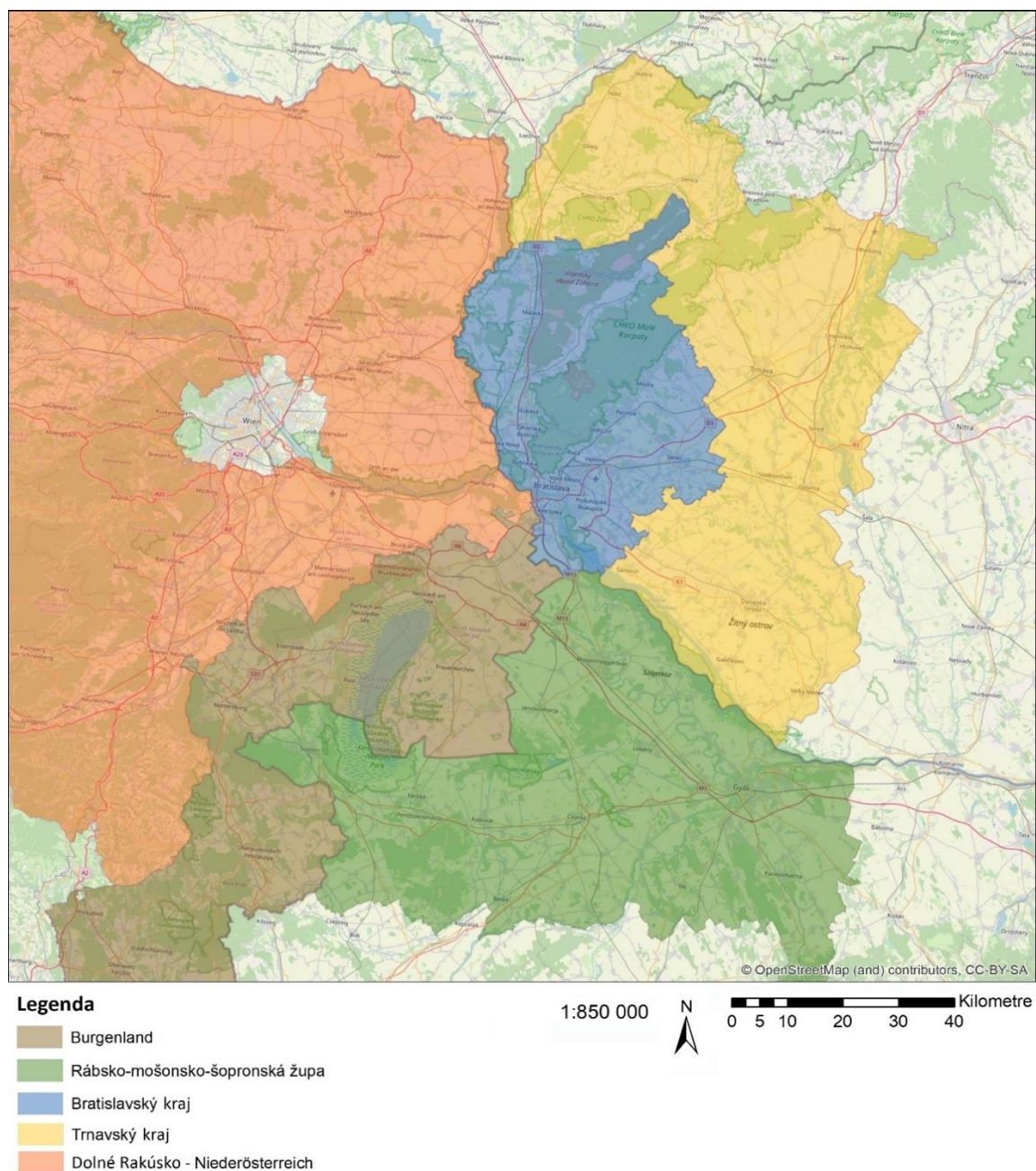
Západnú administratívnu hranicu Bratislavského kraja tvorí spolková krajina **Dolné Rakúsko**, ktorá je rozlohou najväčšia na území Rakúska. Tradičné štvrte (*Viertel*) poskytujú priestor pre turistické vyžitie tak kultúrne, ako aj prírodné. Prítomnosť rieky Dunaj, hlavného mesta Viedeň, ako aj presah Álp do územia, či vrchovina Waldviertel s vinohradmi poskytujú priestor pre aktívny turizmus na dvoch kolesách či peši. Kontrasty miest a dedín, vrchovín a nížin, ale aj bohatá gastronomická ponuka v spojení s historickými pamiatkami ako opátstvo Melk, zámok Schloss Hof, kláštor Klosterneuburg či rímske mesto Carnuntum vytvárajú bohatú ponuku zážitkov.

²⁷ Zdroj: <https://www.futuramoson.hu/slovensky/>, 2021.

²⁸ Zdroj: <https://rdvegtc.eu/organy-ezus-rdv/zakladatelia/rabsko-mosonsko-sopronska-zupa/?lang=sk>, 2021.

²⁹ Zdroj: www.austria.info, 2021.

Obrázok 14 Rozdelenie územia podľa regiónov



(Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021)

Jednotlivé administratívne celky poskytujú jednak priestor pre spoluprácu, no na strane druhej i priestor konkurenčný. Ako možno z vyššie uvedených špecifik dedukovať, vybrané stredoeurópske územie charakterizované piatimi územnými celkami spája podnebné, prírodné, geografické a kultúrno historické zázemie. Práve toto zázemie je podkladom pre spoluprácu na medziregionálnej, ako aj cezhraničnej spolupráce. Cieľom spolupráce je budovanie vzťahov a prepojení na jednotlivých vertikálnych úrovniach a oblastiach, kde sa záujmy prekrývajú. Jedným z nástrojov cezhraničnej a medzinárodnej spolupráce európskych krajín a regiónov je Európska územná spolupráca³⁰, ktorej súčasťou sú programy spolupráce Interreg. **Interreg** je kľúčovým nástrojom Európskej únie na podporu spolupráce medzi partnermi z rôznych krajín. Cieľom je spoločne riešiť problémy a hľadať spoločné riešenia, či už v oblasti zdravotníctva, výskumu a vzdelávania, dopravy alebo udržateľnej energie. Programy sú financované z

³⁰ Typy európskej územnej spolupráce: cezhraničná (cross-border), nadnárodná (transnational) a medziregionálna (interregional).

Európskeho fondu regionálneho rozvoja na podporu harmonického rozvoja územia Európskej únie na rôznych úrovniach. Z danosti Bratislavského kraja vychádza aktívna spolupráca v programe s Rakúskom (SK-AT) a Maďarskom (SK-HU). Menej rozvinutá je cezhraničná spolupráca s českými partnermi (SK-CZ)³¹, kde však nachádzame možnosti pre budúcu spoluprácu v oblastiach turizmu a kultúry.

Príkladom dobrej praxe cezhraničnej spolupráce prostredníctvom programu Interreg v oblasti vzdelávania a turizmu je projekt **Ekocentrum Čunovo**. Projekt rekonštrukcie národnej kultúrnej pamiatky za účelom vzniku centra pre ekovzdelávanie a ekoturizmus je výsledkom slovensko-rakúskej³² a slovensko-maďarskej³³ spolupráce. Cieľom aktivít slovensko-rakúskej spolupráce na území BSK je revitalizácia NKP Kaštieľa v Čunove na ekocentrum, vybavenie centra edukačnými exponátmi a koncepcia rozvoja inštitucionálnej spolupráce v oblasti ochrany prírody a biodiverzity a enviro-tematických programov na slovenskej strane (v spolupráci so *Štátnou ochranou prírody SR* a *DAPHNE Inštitútom aplikovanej ekológie*). Na strane rakúskych partnerov (NP *Donau Auen* a región *Marchfeld*) sú to aktivity spojené s vytvorením enviro-tematických programov pre deti ako aj vypracovanie Akčného plánu s návrhom opatrení na rozvoj cezhraničného chráneného územia a jeho koordináciu. Cieľom slovensko-maďarskej spolupráce je na území BSK revitalizácia záhrady v areáli novovzniknutého Ekocentra, dve expozície a zrealizovanie enviro-vzdelávacích programov. Aktivitami maďarských partnerov (*Pisztráng Kör*, *Szigetköz Nature Park*, obec Kimle) sú výstavba Ekoncetra Dunasziget, rozvoj vodáckej a ekoturistickej infraštruktúry, rozvoj voľnočasových aktivít a ubytovacích kapacít vodnej turistiky.

Ine projekty cezhraničnej spolupráce, kde jedným z nositeľov je Bratislavský kraj sú napríklad:

- SK-AT: Ecoregion SKAT, Kultúrno kreatívne oživenie tradícií - Heritage SKAT, Vysomarch
- SK-HU: Ecoregion SKHU, Danube Bike & Boat, SacraVelo

Možnosti spolupráce na medzinárodnej úrovni presahujúce hranice susediacich krajín alebo bilaterálnych vzťahov sú možné v programoch spolupráce **Centrálna Európa** alebo **Dunajský nadnárodný program**. Tie môžu byť zdrojom ďalšej spolupráce v zmysle rozvoja regiónu, a teda i turizmu. Príkladom participácie Bratislavského kraja v Dunajskom nadnárodnom programe sú projekty *Transdanube* a *Transdanube.Pearls*, ktorých cieľom bolo vytvorenie siete turistických destinácií vedúce k udržateľnej mobilite pozdĺž Dunaja. Súčasťou projektov bolo i posilnenie spolupráce medzi subjektmi v oblasti dopravy a turizmu.

³¹ Nízka úroveň spolupráce je priamo zapríčinená obmedzeniami vychádzajúcimi z absencie priamej hranice medzi Bratislavským krajom a Českou republikou.

³² Ecoregion SKAT – Posilnenie spolupráce v oblasti ekoturizmu v cezhraničnom regióne Slovenska a Rakúska: <https://Bratislavskykraj.sk/urad-bsk/eurofondy-a-regionalny-rozvoj/projekty-bsk-ktore-su-financovane-z-externych-zdrojov/ecoregion-skat-posilnenie-spoluprace-v-oblasti-ekoturizmu-v-cezhranicnom-regione-slovenska-a-rakuska/>, 2021.

³³ Ecoregion SKHU – Posilnenie podpory a ochrany biodiverzity na zachovanie prírodného dedičstva v slovensko-maďarskom prihraničnom regióne: <https://Bratislavskykraj.sk/urad-bsk/eurofondy-a-regionalny-rozvoj/projekty-bsk-ktore-su-financovane-z-externych-zdrojov/ecoregion-skhu-posilnenie-podpory-a-ochrany-biodiverzity-na-zachovanie-prirodneho-dedicstva-v-slovensko-madarskom-prihranicnom-regione/>, 2021.

Bratislavský kraj ako jeden z najdynamickejšie sa rozvíjajúcich krajov Slovenskej republiky so silným zastúpením zahraničnej návštevnosti a prevažne jednodňovým alebo krátkodobým turizmom má potenciál i po prekonaní pandemickej situácie zostať na poprednom mieste v oblasti turistickej ponuky. Na úrovni medziregionálneho porovnania s okolitými krajmi je význačný metropolitným charakterom, ktorý prepája mestský a vidiecky turizmus. Vyššie naznačené špecifikácie jednotlivých regiónov indikujú spoločné oblasti rozvoja turistickej ponuky. Práve preto je potrebné jasne sa vymedziť ako turistický región, ktorý je ľahko rozpoznateľný svojou jedinečnou značkou kvality.

ZHRNUTIE - KONKURENCIA & SPOLUPRÁCA

- **Bratislavský kraj je obklopený konkurenčným prostredím, no zároveň prostredím pre spoluprácu:**
 - Trnavský kraj (SK)
 - Rábsko-mošonsko-šopronska župa (HU)
 - Burgenland a Dolné Rakúsko (AT)
- **Interreg ako nástroj Európskej únie na podporu spolupráce medzi partnermi z rôznych krajín**
- **možnosti zdrojov spolupráce SK-AT, SK-HU a nožnej budúcej spolupráce SK-CZ**
- **príkladom dobrej praxe v oblasti cezhraničnej spolupráce je projekt Ekocentrum Čunovo**
- **možnosti ďalšej medzinárodnej spolupráce cez programy Centrálna Európa a Dunajský nadnárodný program**

3.4 Kultúrny a sociálny význam turizmu pre rozvoj regiónu

3.4.1 Kultúrny význam turizmu

Kultúra a turizmus predstavujú dva neoddeliteľné do seba prepojené koncepty. Nie je možné si predstaviť turizmus bez kultúry. Častokrát je to práve kultúra, ktorá je určujúcim faktorom turistickej ponuky alebo destinácie. Tento kultúrny efekt tak nemožno nevnímať. Čo sa opačného vzťahu týka, mnohokrát má turizmus negatívny efekt na kultúru, kedy turizmus stál za zánikom autenticity a vznikom gýčových kultúrnych prejavov v turistickej destinácii. Tu je však potrebné poukázať na fakt, že cestovný ruch „v správnych rukách a v správnej miere“ predstavuje práve zdroj pozitívnych účinkov pre kultúrny systém. Rozvojom cestovného ruchu pri dodržiavaní zásad trvalo-udržateľného rozvoja dochádza k stimulácii kultúrneho prostredia (Gučík, 2007 v Motus in verba, 2013). Vzájomnú prepojenosť týchto dvoch sektorov možno vyjadriť ich významom na oboch úrovniach:

Význam turizmu v kultúre:

- nárast ekonomickej hodnoty kultúry a súvisiaci rast kultúrnej identity;
- turizmus ako zamestnanie;
- turizmus ako faktor akulturácie (kultúrna výmena);
- kultúra v kontexte spotrebného správania;
- atraktívnosť kultúrnych inštitúcií ako podnikov turizmu;
- rozvoj regiónu.

Význam kultúry v turizme:

- kultúra ako atraktivita – primárna, sekundárna, terciárna;
- kultúra ako ekonomická komodita;
- kultúra ako nevyčerpatel'ný zdroj;
- kultúra a kultúrny odkaz ako pridaná hodnota v regióne
- kultúra ako nástroj trvalo udržateľného rozvoja;
- kultúrna mobilita (Motus in verba, 2013)

Tradičná ľudová kultúra (duchovná a materiálna) ako kultúrno-historický odkaz spôsobu života predkov je významným prvkom turistickej ponuky. Dopyt po zážitku, unikátnosti či autenticite poskytuje priestor pre rozvoj prvkov tradičnej kultúry na lokálnej a regionálnej úrovni. Tradičné prvky a produkty prezentované a spájajúce destináciu vytvárajú *pull-efekt* tak pre návštevníkov, ako aj pre lokálne obyvateľstvo, ktoré sa identifikuje cez tradičné prvky formou participácie.

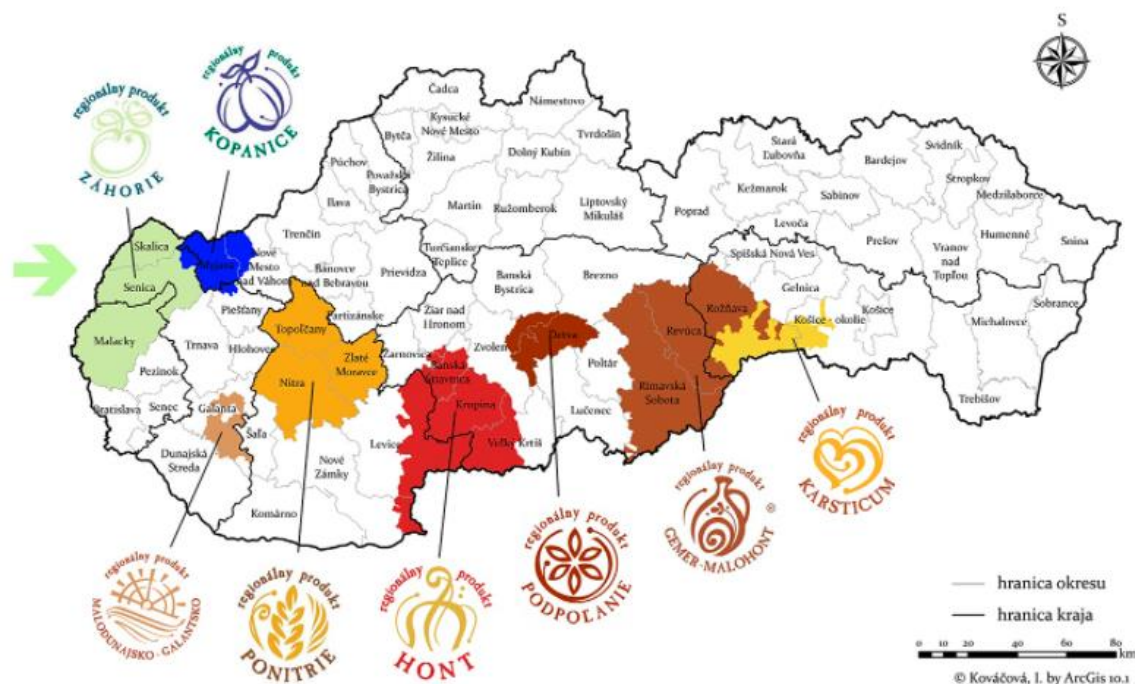
Ako príklad prepojenia regionálnej identity a turizmu môže slúžiť koncept regionálnej značky produktu. Značka územia je vo všeobecnosti vnímaná ako nástroj konkurencieschopnosti, ktorý zjednocuje lokálne prvky, a tým aj kvalitu územia a stáva sa nástrojom jeho rozvoja. Regionálna značka predstavuje označenie produktov subjektov podnikajúcich na území určitého regiónu, ktoré prešli komisionálnym hodnotením, za účelom získania asociácií spojených s využitím potenciálu daného regiónu (Pavezová, 2013 v Nemčíková a kol., 2016). Región sa ako celok stáva produktom alebo značkou produkovanou lokálnymi producentmi. Značka regionálneho produktu zaručuje pôvod výrobku v danom regióne a jeho jedinečnosť vo vzťahu k regiónu, je to súbor tradícií, miestnych surovín, výnimočnej kvality, ručnej práce, ale i ďalších špecifických atribútov (Hasprová, 2007 v Nemčíková a kol., 2016).

Regionálne značky spája:

- jednotný dizajn značenia;
- štyri zásady – tradícia, miestna surovina, ručná práca a jedinečnosť;
- identifikácia a ochrana špecifik regiónu;
- podpora zamestnanosti, turizmu a zlepšenie imidžu regiónov.

Na území Slovenska máme dodnes viac či menej aktívnych 8 regionálnych značiek kvality. Avšak do Bratislavského kraja z nich presahuje iba jedna - Regionálny produkt Záhorie. V rámci projektu GreenBelt bola v roku 2008 vytvorená aj značka regionálny produkt Malé Karpaty, avšak po ukončení projektu zanikla. Aktuálne sú hlavnými koordinátormi značiek Miestne akčné skupiny (MAS), ktoré združujú lokálne subjekty. Na základe mapy nižšie možno vidieť priestorové rozloženie pôsobenia jednotlivých MAS, ktoré certifikujú lokálne produkty značkou regionálnej kvality. Bratislavský kraj svojím destinačným a produktovým potenciálom môže v budúcnosti v téme regionálnej kvality zohrávať významnú úlohu. Vymedzenie lokálnych produktov na základe subregiónov ako sú definované, ich podpora a rozvoj prostredníctvom zapojenia miestnych akčných skupín, môže byť jedným zo stimulov podpory jednak komplexnej značky regiónu ako aj podpory lokálnych producentov.

Obrázok 15 Územná pôsobnosť regionálnych značiek SR



(Zdroj: <http://www.zahorie.regionalneprodukty.sk/>, 2021)

3.4.2 Turizmus ako nástroj na podporu návratnosti investícií do kultúry

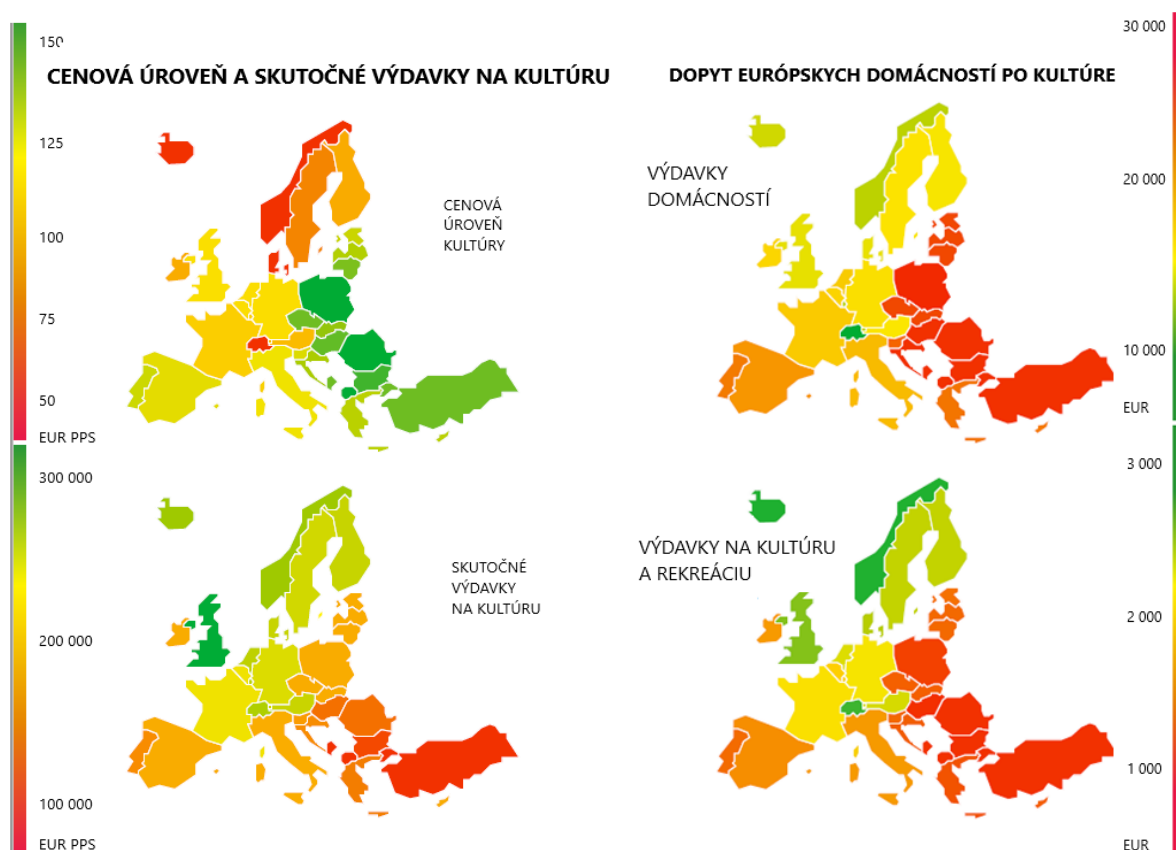
Kultúrny cestovný ruch sa vyznačuje zameraním na zážitky s ohľadom na potreby miestnej komunity, zamestnávaním miestnych obyvateľov, využívaním miestnych zdrojov, širokou variabilitou rekreačných, kultúrnych a vzdelávacích možností, realizáciou aktivít rešpektujúcich charakter miesta/regiónu, podporu záujmu o komunitu a jej prostredie a integráciou s miestnym, regionálnym či národným plánom rozvoja (Ľ. Novacká, 2020).

Kultúrny turizmus má byť výhodný pre miestnu komunitu a prinášať finančné prostriedky, ktoré ju budú motivovať, aby udržiavala a rozvíjala kultúrne dedičstvo a kultúrne tradície. Výskumy v zahraničí ukazujú, že najväčší záujem v oblasti kultúrneho turizmu je v súčasnosti o návštevy múzeí a galérií, pamiatok, architektúry, účasť na performing arts aktivitách, festivaloch či remeselných dielnach.

Príjem miestneho obyvateľstva z produktov kultúrneho turizmu sa prejavuje v jeho spotrebe, ktorá môže priaznivo pôsobiť na regionálny rozvoj a teda pozitívne pôsobiť na sociálnu, ekonomickú a v neposlednom rade environmentálnu udržateľnosť.

Najdôležitejšou charakteristikou odvetví kultúrneho a kreatívneho priemyslu je, že práca v nich nie je organizovaná vo veľkých pracovných jednotkách, ale uskutočňuje sa na flexibilnej projektovej báze. Pri realizácii veľkých projektov tvoria tieto mikropodniky dočasnú pracovnú jednotku, ktorá zamestnáva (alebo kontrahuje) stovky alebo tisíce ľudí a stovky malých firiem. Obrat v kultúrnych a kreatívnych odvetviach predstavoval približne 310 miliárd eur, t.j. 5,2% obratu celkových služieb, čo je pod európskym priemerom (Správa o slovenskom hudobnom priemysle, 2018).

Obrázok 16 Porovnanie výdavkov a dopytu v oblasti kultúry



(Zdroj: Správa o stave hudobného priemyslu 2018, upravené OK BSK 2021)

Vplyv turizmu na kultúru a jeho ekonomické dôsledky sú výrazne hlbšie rozpracované v susednej Českej republike, kde Ing. MgA. Tereza Raabová, Ph. D. adaptovala metodiku a vytvorila kalkulačku na meranie ekonomických dopadov kultúrnych podujatí. Metodika je založená na medziodvetvovej (input-output) analýze, ktorá disponuje nástrojmi na kvantifikáciu vzájomných väzieb medzi subjektami v ekonomike na základe oficiálnych dát štatistického úradu.³⁴ Nakoľko výpočty sú značne komplikované, pre užívateľov bola vyvinutá online aplikácia, ktorá počíta ekonomické dopady po zadaní vstupných dát automaticky. Je prístupná bezplatne na <http://www.kulka.cz/>.

Práci s dátami v oblasti kultúry na Slovensku sa venuje Inštitút pre kultúrnu politiku, avšak momentálne nedisponuje takými dátami, ktoré by pomohli relevantne riešiť návratnosť investícií do kultúry, prípadne ekonomické dopady kultúrnych aktivít, dokonca ani na úrovni najväčších podujatí. Podľa satelitného účtu cestovného ruchu pre rok 2016, priama pridaná hodnota cestovného ruchu dosiahla v roku 2016 hodnotu 1,85 mld. EUR a na celkovej pridanej hodnote (PH) ekonomiky sa podieľala 2,56%. Na priamej pridanej hodnote cestovného ruchu sa podieľali charakteristické odvetvia cestovného ruchu – konkrétne služby kultúry v objeme 6,8%. Veľmi strohá je aj dostupná štatistika zamestnanosti v odvetviach cestovného ruchu, kde zo 148 000 pracovných miest vytvorených v cestovnom ruchu, len 7,1% pracovných miest pre zamestnancov (v prepočte približne 10 500 pracovných miest) a 3,4% pracovných miest pre podnikateľov (približne 5 000 pracovných miest) dosiahli služby kultúry (ŠÚ SR, 2016).

³⁴ Metodika výpočtu ekonomických dopadů kulturní organizace: https://economicimpact.eu/wp-content/uploads/2018/03/Metodika_ek_dopadu_komplet.pdf

ZHRNUTIE - KULTÚRNY VÝZNAM

- **kultúra a turizmus** ako dva neoddeliteľné a v sebe zahrnuté koncepty
- **význam turizmu v kultúre – význam kultúry v turizme**
- **tradičné prvky a produkty** prezentované a spájajúce destináciu **vytvárajú pull-efekt** tak pre návštevníkov, ako aj pre lokálne obyvateľstvo, ktoré sa identifikuje cez tradičné prvky formou participácie.
- **posilnenie regionálnej identity** prostredníctvom konceptu regionálnej značky produktu
- potenciál regiónu pre **rozvoj lokálnych produktov a podpory lokálnych remeselníkov – posilnenie brandu regiónu**
- turizmus ako **nástroj ekonomického rozvoja kultúry**

3.4.3 Sociálny význam turizmu

Turizmus ako katalyzátor ekonomického, kultúrneho a sociálneho rozvoja ovplyvňuje najširšie oblasti ľudského života. Pre účel tohto dokumentu budeme pod sociálnym významom turizmu rozumieť najmä stav vzdelávania, vzdelávacích štruktúr a uplatnenia na trhu práce. Školstvo a vzdelávanie v Bratislavskom kraji sa v súčasnosti stretáva s narastajúcimi problémami a výzvami ako nedostatok kapacít MŠ a ZŠ, vysoký modernizačný dlh, slabé prepojenie systému vzdelávania s potrebami trhu práce, nízka atraktivita učiteľského povolania, nedostatok zdrojov na vedu, výskum a inovácie, ako aj odliv vysokokvalifikovaného ľudského kapitálu či nízka inovačná aktivita. Toto pozadie ovplyvňuje aj špecifický segment vzdelávania v oblasti turizmu. Kľúčovými oblasťami rozvoja pre odstránenie negatívnych trendov sú rozširovanie a modernizácia škôl s prvkami „SMART³⁵“ školy, budovanie a rozvoj centier odborného vzdelávania, optimalizácia štruktúry študijných odborov, posilnenie rastu a konkurencieschopnosti malých a stredných podnikov, ale aj dobudovanie a modernizácia výskumných centier.

Pre účel porovnania indikátorov SŠ zameraných priamo či nepriamo na oblasť cestovného ruchu s údajmi globálneho vývoja a stavu turizmu sme vyseletovali údaje o absolvovaní, uplatnení a pomere študentov vybraných odborov:

- Cestovný ruch
- Služby v cestovnom ruchu
- Pracovník v hotelierstve a cestovnom ruchu
- Manažment regionálneho cestovného ruchu
- Informačné technológie a informačné služby v cestovnom ruchu
- Vinohradníctvo a ovocinárstvo – agroturistika/podnikanie/somelierstvo
- Hotelová akadémia
- Kuchár / čašník
- Animátor voľného času
- Agroturizmus – práca na rančoch
- Lokálne produkty - keramika

³⁵ SMART gastr – zelená, digitálna, inkluzívna, partnerská, aktívna a otvorená, podporujúca celoživotné vzdelávanie, globálna, podporujúca zdravý životný štýl a kritické myslenie, finančnú gramotnosť a podnikateľské myslenie, zabezpečuje efektívnu, bezpečnú a udržateľnú dopravu.

Vychádzajúc z údajov portálu uplatnenie.sk³⁶ možno reflektovať niekoľko indikátorov. Uplatnenie a zloženie absolventov vybraných odborov, ktorí absolvovali strednú školu v roku 2019 indikuje:

- 68% podiel absolventov vybraných odborov tvorili ženy (výnimku tvorí odbor kuchár a odbor somelier);
- nezamestnanosť po absolvovaní nepresiahla viac ako 15% v žiadnom z odborov (výnimkou je odbor Manažment regionálneho cestovného ruchu a naopak 0% nezamestnanosť v odbore Informačné technológie a informačné služby cestovného ruchu);
- takmer 80% absolventov je zamestnaných v Bratislavskom kraji;
- 35% podiel absolventov pokračuje v štúdiu (úplné stredné odborné vzdelanie);
- celkový počet absolventov v roku 2019 vo vybraných odboroch je 347.

Na území Bratislavského kraja evidujeme spolu 14 stredných škôl s odborom zameraným priamo či nepriamo na cestovný ruch, z toho 5 stredných škôl je klasifikovaných ako súkromné.

- **Súkromná SOŠ Gastroškola, Bieloruská, Bratislava*** – kuchár, čašník – servírka
- **Súkromná SOŠ HOST, Riazanská, Bratislava** – informačné technológie a informačné služby v cestovnom ruchu, manažment regionálneho cestovného ruchu, hotelová akadémia, hotelová akadémia
- **Súkromná SOŠ, Plavecký Štvrtok** – kuchár – dlhodobo bez žiakov ale výkony dostávajú
- **Súkromná hotelová akadémia Hagma, Biskupická, Bratislava** – hotelová akadémia, služby v cestovnom ruchu
- **Súkromná hotelová akadémia, Kremnická, Bratislava** – hotelová akadémia

V zriaďovateľskej pôsobnosti Bratislavského kraja evidujeme SŠ s odborom cestovného ruchu alebo naviazané na sekundárnu ponuku cestovného ruchu:

- **SOŠ Farského, Bratislava*** – hotelová akadémia, čašník, servírka, kuchár, pracovník v hotelierstve a cestovnom ruchu
- **SOŠ Na pántoch, Bratislava*** - hotelová akadémia, čašník, servírka, kuchár, pracovník v hotelierstve a cestovnom ruchu
- **HA Mikovíniho, Bratislava*** - hotelová akadémia, čašník, servírka, kuchár
- **SOŠ Strečnianska** – manažment regionálneho cestovného ruchu
- **SOŠ Myslenická, Pezinok*** – čašník, servírka, kuchár
- **OA Myslenická, Pezinok*** – manažment regionálneho cestovného ruchu
- **SOŠ Kostolná, Modra*** – vinohradníctvo a ovocinárstvo
- **SŠ Ivanka pri Dunaji*** – agropodnikanie, služby v cestovnom ruchu
- **SŠ Malinovo*** – záhradníctvo

* možnosť duálneho vzdelávania

Celkový počet žiakov SŠ v roku 2020 na odboroch zameraných na cestovný ruch bol 2025. Z toho sa duálneho vzdelávania účastnilo 66 žiakov. Počet absolventov týchto odborov dosiahol počet 402 žiakov, teda úspešnosť ukončenia odborov bola na úrovni takmer 20%.

V predchádzajúcich štatistických údajoch nie je zahrnutý odbor Animátor voľného času, ktorý sa prevažne vyučuje na pedagogických stredných školách. Na území BSK sa nachádzajú 3 stredné školy s možnosťou štúdia odboru Animátor voľného času. V roku 201 bolo v odbore dokopy 15 absolventov. Sú to:

- **Súkromná pedagogická a sociálna akadémia, Sklenárova, Bratislava**
- **SOŠ pedagogická, Bullova, Bratislava**
- **SOŠ pedagogická, Sokolská, Modra**

³⁶ Dáta dostupné na portáli uplatnenie.sk, z dňa 7.5.2021. Celkový počet absolventov v roku 2019 vo vybraných odboroch je 347. Neevidujeme absolventov v odbore cestovný ruch; vinohradníctvo a ovocinárstvo – agroturistika, podnikanie. Najvyššie zastúpenie má odbor hotelová akadémia s počtom absolventov 124.

Školy s duálnym vzdelávaním poskytujú možnosť praxe u subjektov z oblasti turizmu a služieb. Špecifickým ukazovateľom je nízky záujem o duálne vzdelávanie ako také, čo môže byť jednou z príčin úrovne kvality služieb turizmu v kraji.³⁷ Jedným z nástrojov eliminovania negatívneho trendu môže byť podpora budovania centier odborného vzdelávania a prípravy (COVP).³⁸ Možnosť ďalšieho vysokoškolského vzdelania v odbore cestovného ruchu na území kraja poskytujú školy **Paneurópska vysoká škola v Bratislave** v rámci fakulty ekonómie a podnikania a **Ekonomická univerzita v Bratislave** v rámci obchodnej fakulty.³⁹ V roku 2020 na Slovensku absolvovalo 359 študentov I. a II. stupeň vysokoškolského vzdelania v odboroch a programoch cestovného ruchu:

- cestovný ruch
- regionálny cestovný ruch
- manažment cestovného ruchu
- manažment regionálneho cestovného ruchu
- podnikanie v cestovnom ruchu a službách
- ekonomika a riadenie cestovného ruchu
- turizmus, hotelierstvo a kúpeľníctvo

Odvetvie turizmu je charakteristické významným zastúpením žien, takmer 10% zamestnanosťou a významným pomerom zastúpenia mladých ľudí, ako aj ľudí s nízkou kvalifikáciou. Bratislavský kraj disponuje pomerne širokou ponukou možností vzdelávania na úrovni SŠ v oblasti cestovného ruchu. Relatívne vysoké percento zamestnanosti a pokračujúcich absolventov v štúdiu môže byť indikátorom úspešnosti vzdelávacích kapacít, ako aj produkcie kvalifikovaných osôb pre sektor turizmu.

ZHRNUTIE- SOCIÁLNY VÝZNAM

- **výzvy Bratislavského kraja v oblasti školstva:** nedostatok kapacít MŠ a ZŠ, vysoký modernizačný dlh, slabé prepojenie systému vzdelávania s potrebami trhu práce, nízka atraktivita učiteľského povolania, nedostatok zdrojov na vedu, výskum a inovácie, ako aj odliv vysokokvalifikovaného ľudského kapitálu či nízka inovačná aktivita.
- **14 SŠ a 2 VŠ** s odborným zameraním cestovného ruchu na území kraja
- **nízky záujem o formu duálneho vzdelávania**
- **celkový počet žiakov SŠ v roku 2020 na odboroch zameraných na cestovný ruch bol 2025 - toho sa duálneho vzdelávania účastnilo 66 žiakov.**
- odvetvie turizmu je **charakteristické významným zastúpením žien, takmer 10% zamestnanosťou a významným pomerom zastúpenia mladých ľudí, ako aj ľudí s nízkou kvalifikáciou.**

³⁷ Z evidovaných 19 742 žiakov všetkých SŠ v zriaďovateľskej pôsobnosti Bratislavského kraja je len 377 v duálnom vzdelávaní.

³⁸ V rámci COVP škola participuje so zamestnávateľmi v oblasti odborného vzdelávania a odbornej prípravy, má odporúčané učebné priestory a vybavenie učebných priestorov a sú vzdelávacou inštitúciou ďalšieho vzdelávania pripravujúceho na povolanie.

³⁹ Na národnej úrovni je odbor cestovného ruchu ďalej súčasťou fakúlt ekonomická, filozofická, manažmentu, európskych štúdií a regionálneho rozvoja, stredoeurópskych štúdií či baníctva, ekológie, riadenia a geotechnológií.

3.5 Destinačný manažment a marketing

3.5.1 Destinačný manažment

Manažment územia ako turistickej destinácie je komplexný proces vzťahov a aktivít širokého spektra aktérov. Rámec systému destinačného manažmentu a jeho financovania vytvára Zákon o podpore cestovného ruchu 91/2010 Z.z. v znení neskorších predpisov. Stanovuje základné princípy a kompetenčné vzťahy medzi centrálnou, regionálnou a lokálnou úrovňou a definuje nástroje a podmienky finančnej podpory štátu. Samotné definovanie širšie alebo užšie postaveného rozsahu činností destinačnej organizácie a rozdelenie jednotlivých kompetencií a úloh už ale závisí od samotných aktérov, resp. po vzniku organizácie od jej členov. Na regionálnej úrovni sú východiskom dve legislatívne normy:

1. Zákon č. 302/2001 Z.z. o samospráve vyšších územných celkov v §4 ods. 1) zaraďuje medzi pôsobnosti samosprávneho kraja: m) utvára podmienky na rozvoj cestovného ruchu a koordinuje tento rozvoj.

2. Zákon č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu definuje v §5 Pôsobnosť vyšších územných celkov:

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

Samosprávny kraj ako rozhodujúci zriaďovateľ krajskej organizácie cestovného ruchu (KOCR) sa môže rozhodnúť, ktoré činnosti zo svojej pôsobnosti a v akom rozsahu deleguje organizácii destinačného manažmentu, a ktoré bude vykonávať priamo svojím úradom, prípadne inými organizáciami vo svojej zriaďovateľskej pôsobnosti. Takéto rozhodnutie má prirodzene opodstatnenie, pokiaľ sa s úlohami delegujú aj finančné prostriedky, potrebné na ich realizáciu, formou ročného členského príspevku.

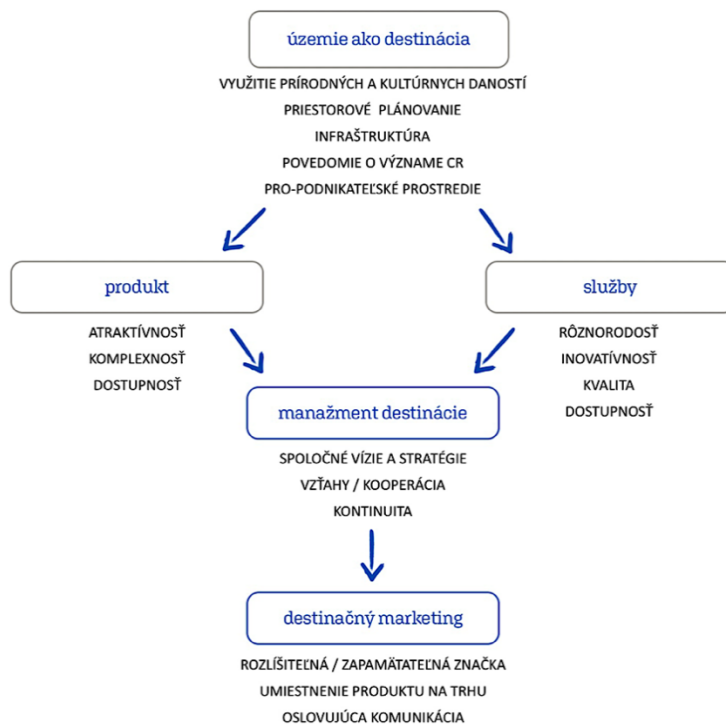
Z uvedeného je zrejmé, že legislatívny rámec umožňuje pomerne široké možnosti definovania vzťahov v rámci manažmentu územia ako destinácie. V najužšom zmysle slova sa považuje za destinačný manažment z úrovne KOCR zastrešenie aktivít aktérov cestovného ruchu združených v členských oblastných organizáciách cestovného ruchu (OOCR) v oblasti podpory tvorby produktu a koordinácie širokého spektra marketingových aktivít. Rozšírenie tejto základnej agendy je na rozhodnutí samosprávneho kraja. V širšom zmysle slova je možné za destinačný manažment územia kraja považovať systém predvídateľného a plánovaného rozvoja, postaveného na dohode o spoločných cieľoch, nástrojoch na ich dosiahnutie a na

rozdelení úloh medzi hlavnými aktérmi (samosprávny kraj, mestá a obce a kľúčové subjekty pôsobiace v cestovnom ruchu). Aj takáto forma si však vyžaduje primeranú mieru koordinácie a definovanie jasných procesov. Nakoľko na trhu pôsobia aj organizácie, ktoré sú financované z verejných zdrojov, ale nespádajú pod Zákon o podpore cestovného ruchu (napr. Miestne akčné skupiny) a aj mestá a obce sa združujú do iných záujmových združení a nie všetky sú členmi OOCR, je určujúcim subjektom a hlavným koordinátorom práve samosprávny kraj.



(Zdroj: vlastné spracovanie)

Rozhodnutie formovať územie ako turistickú destináciu vyžaduje nie len zosúladiť s týmto cieľom všetky čiastkové politiky, ale najmä spojiť záujmy všetkých aktérov do spoločného úsilia, zdieľanej spoluzodpovednosti a dobre premyslenej a naplánovanej kooperácie. Základným predpokladom úspechu je **vzájomná synergická spolupráca** verejného, súkromného a občianskeho sektora, ktorá prináša rýchlejší a viditeľnejší výsledok, ako len súčet ich individuálnych snažení.



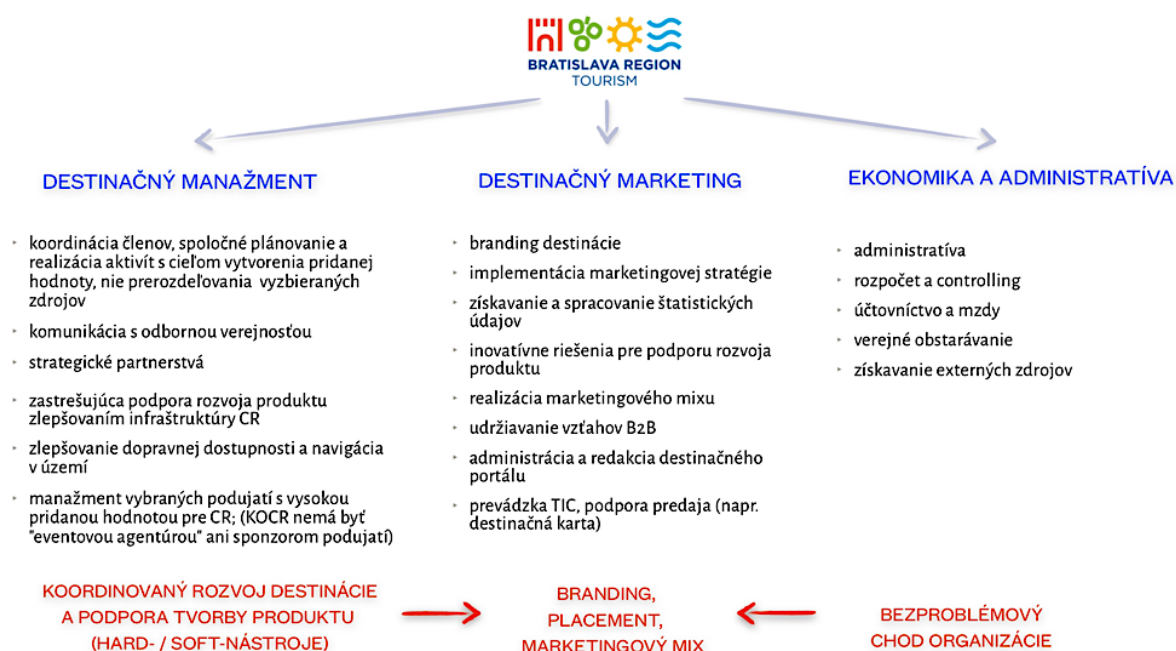
(Zdroj: vlastné spracovanie)

KOCR BRT od svojho založenia v roku 2012 až do roku 2019 fungovala v zmysle vyššie uvedeného ako destinačná organizácia v užšom význame slova, bez výraznejšej koordinácie

širších vzťahov medzi jej aktérmi a strategických procesov zo strany BSK. Hlavným zameraním bola propagácia destinácie a budovanie značky. Výraznejšie absentovala podpora tvorby produktu a práca s objektívnymi dátami a analýzami územia. Jediné oficiálne údaje zo Štatistického úradu SR boli k dispozícii s veľkým časovým odstupom a poskytovali informácie len o základných výkonoch na úrovni okresov (počet ubytovaných návštevníkov a prenocovaní, výška tržieb, počet lôžok). Nerealizovali sa vlastné prieskumy či zisťovania, ani sa neanalyzovali dostupné parametre z online prostredia.

Činnosť krajskej organizácie cestovného ruchu je do veľkej miery ovplyvnená aj aktivitami a záujmom o spoločnú koordináciu zo strany jej členov. Situácia sa zmenila v roku 2021 po prenesení kompetencií zrušeného Oddelenia cestovného ruchu na Odbor stratégie, územného rozvoja a riadenia projektov BSK. Širšia diskusia so zapojením ďalších aktérov pod koordináciou Inštitútu regionálnej politiky Bratislavského kraja priniesla nový pohľad na strategické manažovanie územia s dlhodobjším výhľadom, pomenovaním nástrojov na ich realizáciu a vedie aj k novému prerozdeleniu úloh. Pozitívny impulz pre posilnenie manažmentu destinácie priniesli aj personálne výmeny v oblastných organizáciách cestovného ruchu v rokoch 2020 a 2021 s následnou snahou o intenzívnejšiu komunikáciu a koordináciu aktivít.

Podľa koncepčných dokumentov poslanie KOČR spočíva v nasledujúcich oblastiach aktivít:



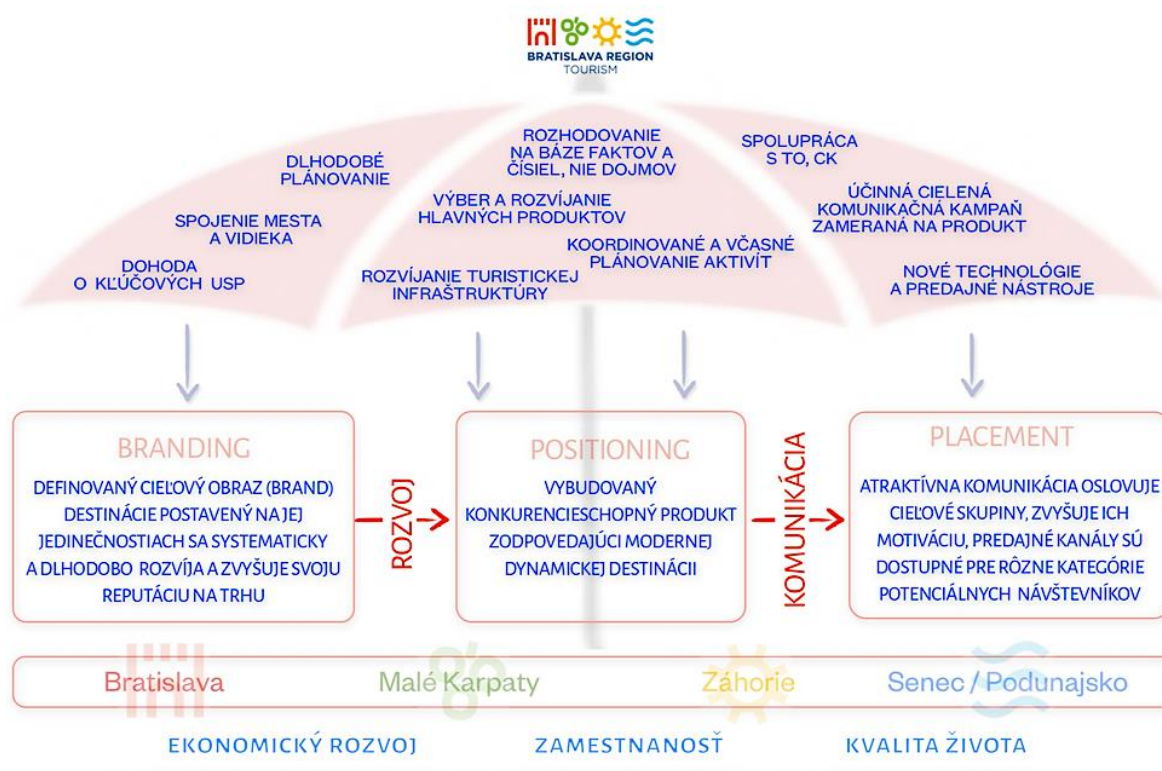
3.5.2 Destinačný marketing

Pokiaľ stratégia rozvoja turizmu širšieho územia, akým je samosprávny kraj, zohľadňuje rozvojové a strategické ciele celku i jednotlivých jeho častí, potom musí aj marketingová stratégia destinácie zastrešovať tieto potreby. V prípade nepostačujúcich možností, resp. nedostatočne zacielenej pomoci zo strany kraja je potrebná pomoc v nasledovných oblastiach :

- budovanie značky a reputácie destinácie;
- podpora rozvoja lokálneho produktu;
- podporu predaja;
- spoločne koordinovaná komunikačná politika.

Samotný princíp subsidiarity destinačného manažmentu a marketingu musí v prípade podmienok Bratislavského kraja zohľadňovať aj špecifickú situáciu vyplývajúcu z prirodzenej polarizácie veľkomesto - vidiek. Zo značnej rozdielnosti charakteru územia i produktu pramenia aj isté ohrozenia, pričom najväčšou výzvou pre BRT je schopnosť synergicky využiť túto polaritu v novom uhle pohľadu. Nestačí iba poskytovať komunikačnú nadstavbu aktivitám realizovaným oblastnými organizáciami a ich produktom, ktoré sú veľmi rozdielne. Je nevyhnutné vyhľadávať obsahovo synergický potenciál a vytvárať kombinácie programov a produktov v konkrétnej tematickej (záujmovej) oblasti na oboch úrovniach – mestskej a vidieckej tak, aby dotknuté cieľové skupiny rozpoznali možnosť, opodstatnenosť a atraktivnosť prežiť preferovaný typ zážitku v kombinácii mesto – vidiek. Tomuto cieľu by mali byť podriadené aj rôzne podporné nástroje (napr. schéma podpory Bratislavskej regionálnej dotačnej schémy) a rozvíjanie turistickej infraštruktúry vrátane zlepšovania dopravných prepojení. Ďalším špecifikom je skutočnosť, že časť destinácie je na území iného samosprávneho kraja.

Ťažisko činnosti BRT spočíva v zastrešení destinačného marketingu regiónu nasledovnými aktivitami:



(Zdroj: KOCR Turizmus regiónu Bratislava)

Úroveň spolupráce relevantných aktérov, najmä členov BRT, do veľkej miery určuje úspešnosť marketingových aktivít, odzrkadlených v rastúcej poznateľnosti regiónu ako destinácie, rastúcom počte návštevníkov a prenocovaní, či v náraste ekonomických ukazovateľov (výber dane z ubytovania, tržby poskytovateľov služieb a pod.). V akčnom pláne *Stratégie rozvoja turizmu v Bratislavskom kraji do roku 2020* bolo niekoľko úloh zameraných na zlepšenie komunikácie a koordinácie spoločných postupov stakeholderov, ktoré sa týkali tak manažmentu ako aj marketingu destinácie. Ich nie úplne optimálne naplnenie je možné pripísať nasledovným faktorom:

- nedostatočná koordinácia zo strany príslušného útvaru Úradu BSK;

- nedostatočné prepojenie komunikačných politík a aktivít jednotlivých útvarov Úradu BSK medzi sebou i s KOČR;
- nedostatočné využitie synergie z rozvojových a investičných projektov BSK na území konkrétnych obcí s marketingovými aktivitami OOCR a KOČR;
- neistota z kontinuity a garancie financovania potrebná pre dlhodobý charakter procesov pri budovaní produktu aj značky (nepredvídateľnosť výšky členského príspevku BSK v KOČR, ktorý závisí len od rozhodnutia orgánov BSK, kým pri členských príspevkoch OOCR stanovuje zákon aspoň minimálnu výšku);
- autonómne postavenie OOCR vo vzťahu ku KOČR, kde je možná spolupráca len na základe vzájomnej dohody, s ktorou musia súhlasiť obe strany.

Marketingová stratégia

BRT si nechal spracovať v roku 2017 kolektívom autorov pod vedením Prof., JUDr., Ľudmily Novackej, PhD. *Marketingovú stratégiu pre rozvoj destinácie Bratislavský región pre roky 2018-2022. Analytická časť* vychádzala zo štatistických údajov, strategických dokumentov príslušného Ministerstva dopravy a výstavby SR, Bratislavského samosprávneho kraja a ďalších relevantných inštitúcií. Pre potreby analýzy boli využité aj relevantné výskumy a vlastný prieskum on-line prezentácie a komunikácie BRT vo virtuálnom priestore. *Strategická časť* prezentuje víziu, základný a čiastkové ciele marketingovej stratégie. Stratégia zdôrazňuje filozofiu, ktorá je z dôvodu špecifik Bratislavského kraja odôvodnená. Ide o poňatie, že z nevýhody treba vytvoriť marketingovú výhodu. Funkčné hodnoty už nepostačujú. Emočné hodnoty sú neoddeliteľnou energiou produktu cestovného ruchu. Predstavujú ich zážitky a príbehy. Smart aplikácia inteligentných systémov sa stáva bežnou súčasťou produktu, distribúcie, komunikácie a všetkých marketingových procesov v praxi cestovného ruchu aj v Bratislavskom regióne. Stratégia stanovuje potrebu kreatívnych zážitkov v meste aj prírode v podmienkach nových trendov ponuky a dopytu v cestovnom ruchu. Umiestnenie kreatívnych zážitkov v Bratislavskom kraji vyžaduje tvorbu spoločenskej pridanej hodnoty pre návštevníka a ekonomický efekt pre podniky, región aj miestne obyvateľstvo. Implementačná časť je rozpracovaná v akčnom pláne na realizáciu cieľov. Finančné podmienky premietnuté v zdrojoch a ich alokácie sú konkretizované vo finančnom pláne vytvorenom v súlade s právnou úpravou zákona o podpore cestovného ruchu. Finančný plán aplikuje možné dotácie zo štátneho rozpočtu. Finančný plán však upozorňuje aj na potrebu rozvoja viaczdrojového financovania.

Niektoré závery stratégie sa následne rozpracovali v interných koncepcných dokumentoch, najmä v oblasti koordinácie aktivít medzi členmi KOČR a v oblasti rozvoja udržateľnej mobility. Ich realizáciu čiastočne pribrzdilo zníženie členského príspevku BSK v rokoch 2018-2019 a výrazný zásah do mnohých plánovaných aktivít priniesla pandémia Covid-19.

Za veľmi pozitívny krok z pohľadu budovania značky destinácie treba považovať zjednotenie vizuálnej identity Úradu BSK a KOČR BRT v roku 2020, ktoré prinieslo široké spektrum synergických efektov v komunikácii s verejnosťou.

Dopady pandémie COVID-19 na destinačný marketing

Prepuknutie celosvetovej pandémie COVID-19 začiatkom roku 2020 a následné výrazné obmedzenia pohybu, sociálnych kontaktov a uzatvorenie prevádzok poznamenal najvýraznejšie práve sektor turizmu a najviac mestské destinácie. Bratislava s veľkým podielom zahraničných a obchodných návštevníkov zaznamenáva najväčší medziročný pokles spomedzi slovenských destinácií už druhý rok za sebou.

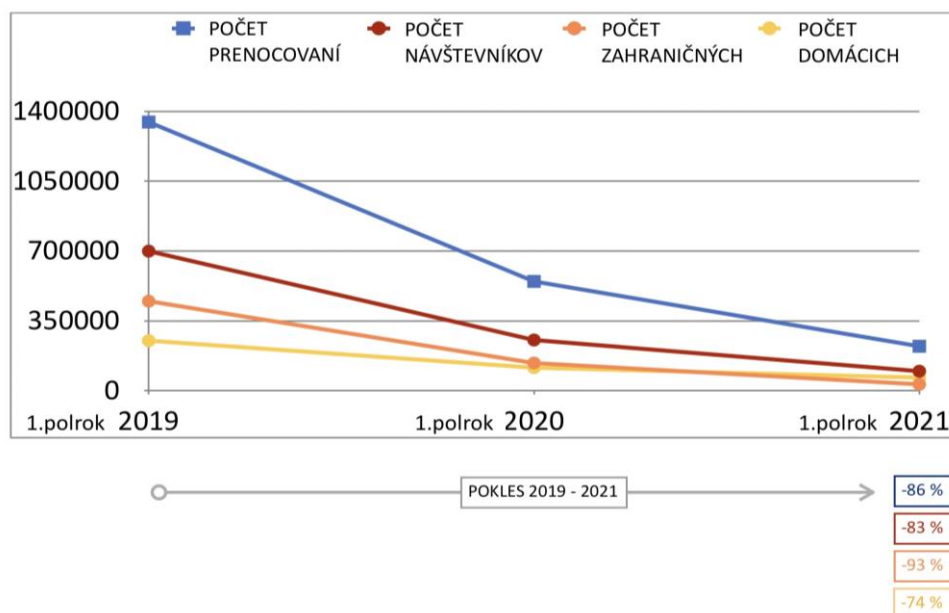
Pre marketing destinácie Bratislavský región znamenalo obdobie pandémie významný obrat. Pôvodne plánovaný hlavný cieľ pre rok 2020 – zlepšiť dostupnosť (informačnú a dopravnú) pre takmer 2 milióny návštevníkov Bratislavy a rozšíriť ich pobyt aj do okolitého regiónu sa zo dňa na deň rozplynul. Vytvorený reklamný claim *Just a few steps* a sprievodnú komunikáciu pripravenú najmä pre zahraničných návštevníkov nebolo komu adresovať. Toto viedlo k rýchlejšej a neplánovanej adaptácii na podmienky pandémie a jediného možného zdrojového trhu –

domáceho. Myšlienku *Je to len na skok* rozpracovala KOČR do „náhradného“ dovolenkového plánu. Obmedzenie cestovania na letnú dovolenku do zahraničia vytvorilo priestor prvýkrát prezentovať Bratislavský región na domácom trhu ako dovolenkovú destináciu s označením „All inclusive destinácia“, poukazujúc na veľmi pestrú ponuku zážitkov všetkého druhu na nevelkom území, kde je všetko len na skok. Nová komunikačná línia reagovala na nový typ dopytu v rámci zmenených podmienok, ale súčasne otvorila aj nové témy a obzory. Udržateľnosť sa dostala do popredia väčšiny aktivít KOČR a začala zohrávať kľúčovú rolu pri plánovaní ďalšieho smerovania aktivít po pandémii.

Z pohľadu merania úspešnosti marketingových aktivít je obdobie pandémie doteraz novou a jedinečnou skúsenosťou. Zaužívané hodnotenia medziročných výsledkov štandardných ukazovateľov prestali mať (dočasne) zmysel. Cieľom už asi nebude iba návrat kvantitatívnych ukazovateľov do stavu pred pandemiou, oveľa väčšiu hodnotu budú mať aj kvalitatívne ukazovatele. Tak ako mnohé destinácie, aj Bratislavský región stojí pred redefiníciou vízie udržateľného turizmu v kontexte trvalo udržateľného rozvoja územia.



Graf 20 Porovnanie výkonov CR počas pandémie za prvý polrok daného roku v Regióne Bratislava



(Zdroj: Štatistický úrad SR; spracovanie: BRT)

4. Naplnené ciele a priority turizmu v Bratislavskom kraji v období 2015 – 2020

Programové obdobie 2014 – 2020 v oblasti turizmu v Bratislavskom kraji malo za cieľ naplňať prioritné línie definované Stratégiou rozvoja turizmu v Bratislavskom kraji do roku 2020 a tým rozvíjať turizmus na regionálnej úrovni. Prioritnými osami sú:

a) Rozvoj územia a infraštruktúry

Dostupnosť regiónov a podpora mobility návštevníka je pre rozvoj turizmu v regióne kľúčová. S týmto zámerom BSK realizoval v priebehu roku 2017 až 2020 turistickú víkendovú dopravu **letným turistickým vlakom „Záhoráčik“** s prepravnou kapacitou na bicykle. V rokoch 2017 až 2019 premával vlak na úseku Záhorská Ves - Zohor - Plavecké Podhradie, v období od 27. apríla do 13. októbra 2019 (3 krát denne). Prevádzku turistického vlaku zabezpečil národný dopravca Železničná spoločnosť Slovensko a.s.. Na projekte sa so Železničnou spoločnosťou Slovensko a.s., podieľalo oddelenie CR v spolupráci s odborom dopravy BSK, Železnicami SR a Bratislavskou integrovanou dopravou. Na trati platili cestovné lístky Integrovaného dopravného systému v Bratislavskom kraji (IDS BK) ako aj zľavová turistická karta Bratislava CARD City & Region. Tranzitné prepojenie cyklotrás Záhoria na Malé Karpaty zlepšilo dostupnosť cyklotrás v Malých Karpatoch zo záhorskej strany ako aj dostupnosť Záhoria pre cykloturistov na trase Eurovelo 13 a turistov z Rakúska, prezentujú sa atraktivity daného subregiónu. Projekt „Záhoráčik“ pokračoval aj v roku 2020 v mesiacoch júl až september na trase Bratislava hl. stanica – Plavecké Podhradie, financovaný z rozpočtu ZSSK.

Tabuľka 27 Počet prepravených osôb a bicyklov v období 2017-2020

	2017 apríl - október	2018 apríl - október	2019 apríl - október	2020 júl - september
trasa	Záhorská Ves - Zohor - Plavecké Podhradie	Záhorská Ves - Zohor - Plavecké Podhradie	Záhorská Ves - Zohor - Plavecké Podhradie	Bratislava hl. stanica – Plavecké Podhradie
cestujúci	8094	8252	8255	5760
bicykle	1094	926	975	1150

(Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z KOCR BRT)

Podpora Malokarpatskej vínnej cesty ako dostupného moderného celoročného produktu pokračovala projektom cyklobusu **Malokarpatského expresu**, kyvadlovou dopravou do regiónu v rokoch 2017- 2019. Projekt bol pripravený oddelením cestovného ruchu v spolupráci s autobusovým dopravcom Slovak Lines a.s. a Oblastnou organizáciou cestovného ruchu Malé Karpaty. Cyklobus umožnil prepravu aj pre cykloturistov. Pre zahraničných aj domácich turistov bol k dispozícii aj sprievodca s jazykmi anglický, nemecky, maďarský a ruský. Okrem pravidelnej dopravy (počas víkendov a v štátny sviatok), bola zabezpečená doprava na regionálne podujatia: Veľká noc v malokarpatskom regióne, Za vínom do Šenkvic, Deň vo vinohradoch a ďalšie. V roku 2018 bola pridanou hodnotou trasa s prepojením na cezhraničnú oblasť Neusiedl am See. Benefitom sezóny 2019 bola možnosť prepravy bicyklov priamo v autobuse. V roku 2019 bolo prepravených okolo 500 pasažierov, vyťaženosť cyklobusu predstavovala približne 65%. Malokarpatský expres premával od Júna do Septembra aj v sezóne 2021.

Tabuľka 28 Obdobie a trasa premávania Malokarpatského expresu 2020

	2017	2018	2019
obdobie	15.september - 17.december	16.jún -16.september	1.jún - 29.september
trasa	Bratislava – Modra –Červený Kameň – Budmerice	Podersdorf – Neusiedl am See – Bratislava – Modra – Červený Kameň	Bratislava – Modra – Červený Kameň – Budmerice

(Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z KOČR BRT)

Prepojenie Bratislavy a Malokarpatského regiónu bolo plánované aj „**Vinohradníckou cyklotrasou**“. Okrem vybudovania dvoch odpočívadiel v Sv. Juri a v Modre-Kalvária v roku 2016 sa však nepodarilo zrealizovať majetkovo-právne vysporiadanie. Tento kľúčový projekt prešiel v roku 2020 pod gesciu oddelenia Územného plánovania a GIS (UPaGIS), ktorý má v pláne pokračovať v napĺňaní projektovej podstaty.

Podpora turistickej infraštruktúry turistickej destinácie prebehla i prostredníctvom úspešných projektov SacraVelo a Danube Bike & Boat, ktoré spájajú tematickú podstatu destinácie s rozvojom územia. Cieľom **projektu SacraVelo** bolo vytvorenie tematickej sakrálnnej turistickej cesty a zvýšenie návštevnosti cezhraničného regiónu prostredníctvom využitia udržateľnej dopravy. Na území Bratislavského kraja je hlavná trasa SacraVelo vedená po existujúcich cyklotrasách Eurovelo 6 a 13, ktoré sa ďalej napájajú na sieť existujúcich alebo novobudovaných cyklotrás v regióne. Aktivity Bratislavského kraja boli realizácia úseku cyklotrás JURAVA II., ako aj vyznačenie a napojenie 60km cyklotrás v regióne do cezhraničnej cyklotrasy SacraVelo. Medzinárodný Bike event a *promo* materiály boli softovou podporou tohto projektu.

Za úspešný rozvojový projekt možno pokladať aj projekt **Objav Malý a Mošonský Dunaj na bicykli a čln/ Danube Bike & Boat**. Projekt bol zameraný na využitie bohatého prírodného a kultúrneho dedičstva cezhraničného územia medzi Malým Dunajom na slovenskej a Mošonským Dunajom na maďarskej strane a riekou Dunaj. Vytvorená unikátna atraktívna a konkurencieschopná turistická destinácia "*Dunajské ostrovy/Danube Islands*" prispieva k zvýšeniu atraktívnosti a návštevnosti cezhraničného regiónu podunajskej oblasti, ako aj k rozvoju ekoturistiky, cykloturistiky a vodáctva v regióne. Aktivity boli zamerané na budovanie tvrdej infraštruktúry, vybudovalo sa Korzo Zálesie - oddychová zóna vodného turizmu, ako aj 1,1 km cyklotrasy spolu s oddychovou zónou v mestskej časti Vrakuňa. Softové projekty boli rozdelené na marketing, výsledkom boli propagačné materiály, brožúry a realizácia podujatí určená pre širokú verejnosť. V rámci oblasti rozvoja vodného turizmu sa Bratislavský kraj stal garantom strategického dokumentu *Stratégia rozvoja a marketingová stratégia turistickej destinácie Malý Dunaj (2018)*. Dokument sa stal koncepčným materiálom pri sieťovaní, rozvíjaní a smerovaní rozvojových cieľov destinácie Dunajských ostrovov na cezhraničnom území.

Rozvoj vodného turizmu ako kľúčová rozvojová línia Bratislavského kraja sa stal jedným z cieľov medzinárodného projektu **Transdanube.Pearls** realizovaný v rámci programu *Danube Transnational Programme* v rámci ktorého bolo podporené vytvorenie ekologicky zameraných turistických okruhov v povodí riek Morava a Dunaj s dôrazom na využívanie udržateľnej dopravy prostredníctvom štúdie „*Plánu udržateľného regionálneho turizmu a mobility*“ a „*Podnikateľského plánu pre zriadenie Informačného centra mobility v Bratislave*“.

Od roku 2017 do roku 2020 Bratislavský kraj v spolupráci so Slovenským cykloklubom (SCK) zabezpečoval pravidelnú **Údržbu značenia cykloturistických trás na území Bratislavského kraja**. Ročne sa udržiavalo min. 130 km cykloturistických trás s dodatočnou nepravidelnou údržbou ako napríklad nové cyklosmerovníky, vymenené poškodené tabule. V spolupráci s

SCK bol v r. 2019 vytvorený cykloportál BSK, na ktorom sú dostupné cyklotrasy Bratislavského kraja (www.ba.cykloportal.sk/). **Obnova a údržba značenia peších turistických značených trás** prebiehala v spolupráci s Klubom slovenských turistov na ročnej báze.

Tabuľka 29 Prehľad počtu km údržby cykloturistických chodníkov na území BSK

2016	163 km
2017	175 km
2018	153,7 km
2019	118,5 km
2020	139 km

(Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Ú BSK)

Projekt **Značenia kultúrnych cieľov a atraktivít cestovného ruchu v Bratislavskom kraji / „Hnedé tabule“** realizovaný od roku 2013 podporuje jednotný systém navigácie a systém kompatibilný so značením kultúrnych pamiatok a cieľov cestovného ruchu v rámci Slovenska a EÚ. Zoznam cieľov bol dopĺňaný a upravovaný každé dva roky.

Od roku 2017 je BSK prevádzkovateľom **Bike parku – pumptrackovej dráhy** v časti Modra-Piesok, ktorá je otvorená širokej verejnosti a priestorom pre rozvoj zručností cyklistov, korčuliarov, skateboardistov a kolobežkárov. Každoročne sa organizujú podujatia za účasti Filipa Polca, svetového šampióna v mestských zjazdoch na bicykli.

b) Ľudský kapitál, miestna ekonomika a manažment destinácie

V rámci rozvoja destinácie prostredníctvom ľudského kapitálu a manažmentu destinácie Bratislavský kraj podnikol v rokoch 2015-2020 niekoľko úspešných projektov. **Regionálna konferencia k svetovému dňu cestovného ruchu** sa konala pravidelne už od roku 2016. Témy konferencií sa líšili v závislosti od aktuálnych trendov nastavených UNWTO. Bratislavský kraj ako spoluorganizátor⁴⁰ vytváral priestor na zdieľanie názorov, stratégií a predstáv o budúcnosti turizmu na regionálnej a národnej úrovni. Bratislavský kraj v spolupráci so Slovenským Domom Centrope vydal nový prezentačný materiál vo forme **Magazínu Bratislava región** tzv. ročenka destinačného magazínu, ktorá má za sebou 3. ročník a bola publikovaná s cieľom prezentovať turisticky atraktívne destinácie kraja a jeho produkty v troch jazykových mutáciách – slovenskej, anglickej, nemeckej. Náklady sa pohybujú na úrovni 5 000 ks v zahraničnej mutácii a 10 000 ks v slovenskej. Magazín bol na ročnej báze doplnený brožúrami a plagátmi, ktoré sprevádzali projekty Bratislavského kraja⁴¹. Jedným z ďalších projektov podporujúcich manažment destinácie je **Bratislava CARD City & Region**. Tento projekt vyšiel zo spolupráce Bratislavského kraja, OCR BTB a mestskou organizáciou BID s cieľom podpory predaja produktov v oblasti kultúry a cestovného ruchu. Poskytnutie 130 zliav 72 partnerov v roku 2017 v kombinácii s benefitom neobmedzenej dopravy v regióne – integrovanou dopravou rozšírilo ponuku o produkty mimo územia Bratislavy. Tento etablovaný projekt i v roku 2019 za spolupráce 67 partnerských subjektov - múzeami, galériami, gastro prevádzkami, kaviarňami, vinárňami, zariadeniami voľného času, požičovňami áut a bicyklov, obchodnými centrami – poskytol zľavy pre návštevníkov, ktorí disponovali uvedenou kartou.⁴² Špecifickým nástrojom budovania a rozvoja územia, a turizmu v regióne je **Bratislavská regionálna dotačná schéma (BRDS)**⁴³, ktorá cielene pomáha konkrétnym subjektom pri rozvoji turizmu. Výzva na podporu turizmu bola prvý krát vyhlásená v roku 2016 s objemom

⁴⁰ V spolupráci s BRT KOCR a Slovenským domom Centrope.

⁴¹ Publikácia Bratislava región, Mapa Bratislava Card City & Region, Brožúra a plagát Malokarpatský expres, Bratislava fashion map a iné propagačné materiály.

⁴² Obdobou je projekt tzv. Rodinných pasov – FamilyNet, ktorý vznikol na podporu rodín s deťmi Bratislavského samosprávneho kraja. V rámci tohoto cezhraničného projektu je rodinám vydávaná karta Rodinný pas, ktorá im ponúka zľavy a výhody nielen v Bratislavskom samosprávnom kraji, ale aj u partnerov projektu v Dolnom Rakúsku, Burgenlande a v Trnavskom samosprávnom kraji.

⁴³ Aktuálne výzvy a informácie k nim sú zverejňované na portáli: <https://Bratislavskykraj.sk/brds/>.

70 000€. Každý rok sa oblasť cielenej podpory menila. Oblasti boli prevažne zamerané na peší, cyklistický, vodný a kultúrny turizmus. BRDS sa stal etablovaným nástrojom podpory rozvoja turizmu v regióne, kedy hlavným zámerom je inšpirovanie subjektov o uchádzanie sa o dotácie. Úspešné projekty môžu byť spúšťačom ďalšieho záujmu subjektov o väčšie projekty, či spoluprácu a rozvoj regiónu ako takého. Súčasťou výziev v oblasti turizmu boli i projekty softvérové, či ciele priamo na rozvoj turistického produktu. V roku 2020 sa v dôsledku pandémie BRDS neuskutočnilo.

Tabuľka 30 Prehľad počtu projektov v rámci BRDS pre oblasť turizmu

BRDS pre oblasť turizmu			
rok	pridelená dotácia	počet projektov	oblasti podpory
2016	70 000 €	13	1. Podpora pešej a cyklistickej turistiky 2. Podpora vidieckeho turizmu a agroturizmu 3. Podpora historického a kultúrneho dedičstva
2017	251 600 €	36	1. Podpora pešej a cyklistickej turistiky 2. Podpora vodáckej turistiky a ekoturizmu 3. Podpora vidieckeho turizmu a agroturizmu 4. Podpora historického a kultúrneho dedičstva
2018	261 442 €	45	1. Podpora pešej a cyklistickej turistiky 2. Podpora vodáckeho turizmu, geoturizmu a prírodného dedičstva 3. Podpora vidieckeho turizmu a agroturizmu 4. Podpora historického a kultúrneho dedičstva
2019	177 866 €	35	1. Podpora vzniku a rozvoja regionálnych produktov a služieb generujúcich rozvoj cestovného ruchu 2. Podpora doplnkovej infraštruktúry pre skvalitnenie služieb cestovného ruchu 3. Podpora pre tematické podujatia s dôrazom na cestovný ruch a propagácia destinácie generujúca návštevnosť a rozvoj cestovného ruchu.
2020	-	-	-

(Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov zo Z BSK)

Budovanie odborných kapacít pracujúcich v oblasti cestovného ruchu a následne vypracovanie systému vzdelávania týchto odborníkov s cieľom zabezpečiť ich profesijný rozvoj sa uskutočnilo na základe výstupu prieskumu kvality a služieb cestovného ruchu (mimosezónne 2016 a sezónne 2017). Oddelenie cestovného ruchu sa v roku 2017 v spolupráci s Ústavom turizmu podieľalo na príprave **„Konceptie vzdelávania a preškolenia pracovníkov pôsobiacich v turizme“**. Nástrojmi zameranými na zvyšovanie kvality vzdelávania a kvality služieb bolo etablovanie centier odborného vzdelávania a prípravy (COVP) a odborov s možnosťou duálneho vzdelávania, prieskum zisťovania kvality služieb, ako aj monitorovanie návštevníkov prostredníctvom webovej aplikácie *Pygmalios Analytics*.

c) Podpora tvorby a udržateľnosti produktu

Podpora spoločného etablovania pilotných projektov ako produktov kultúrneho turizmu a nástroja budovania značky multikultúrneho regiónu bola realizovaná každoročne s účasťou BSK ako spoluorganizátora kultúrnych podujatí ako **Viva Musica! Festival a Viva Musica! Festival Grand Prix či Biela Noc**. BSK v spolupráci s KOCR BRT podporil v roku 2019 i **Račianske vinobranie**. Aktívna podpora kultúrnych aktivít a podujatí prispieva ku kvalitnému rozvoju kultúrneho turizmu v regióne, kedy vytvorením ucelenej ročnej ponuky kultúrnych podujatí sa prezentuje kultúrne dedičstvo, remeselné zručnosti, gastronomické

špeciality ako aj tradície nehmotného dedičstva. Aktívna podpora kultúrnych aktivít a podujatí prispieva ku kvalitnému rozvoju kultúrneho turizmu v regióne, kedy vytvorením ucelenej ročnej ponuky kultúrnych podujatí sa prezentuje kultúrne dedičstvo, remeselné zručnosti, gastronomické špeciality ako aj tradície nehmotného dedičstva.

Jednou z dlhodobých úloh sekcie cestovného ruchu pre vybrané obdobie do roku 2020 v oblasti tvorby a udržateľnosti produktu bola koncepčná, infraštruktúrna podpora tematických ciest. Oddelenie cestovného ruchu BSK sa podieľalo na aktivitách spojených s budovaním a etablovaním **kultúrnej cesty sv. Cyrila a Metoda** na území Bratislavského kraja. V spolupráci s nadregionálnym združením Slovenský dom Centrope, Trnavským a Nitrianskym krajom sa realizovali projekty zahrňujúce turistické značenie v teréne, interaktívny infostojan a informačný kiosk na Devíne, zapojenie stakeholderov na území Bratislavského kraja. Pre zrealizovanie tematickej cesty sa používal inovatívny nástroj vo forme virtuálnej reality, zobrazujúci príbeh z obdobia Veľkej Moravy na miestach Hradisko Neštich vo Sv. Jure a v Kopčanoch na starodávnom kostolíku sv. Margity Antiochijskej. Pre návštevníkov bola vytvorená webová stránka www.kulturnecesty.sk, pomocou ktorej si návštevník mohol do detailov naplánovať putovanie po vzácných pamiatkach a unikátnych miestach v zapojených krajoch. Ďalšou významnou tematickou cestou, ktorej sa oddelenie cestovného ruchu aktívne venovalo je **Cesta Železnej opony**, formou značenia a obnovy drobnej infraštruktúry. Pozornosť bola sústredená na trasu Vojenských bunkrov na ceste Železnej opony v blízkosti medzinárodnej cyklotrasy Eurovelo 6 na území Bratislavského kraja formou sprístupnenia – umožnením lepšej dopravnej dostupnosti (aj prostredníctvom poskytnutia dotácie z Bratislavskej regionálnej dotačnej schémy turizmu v rokoch 2018 a 2019). Jedná sa o prvú náučnú cyklotrasu v rámci Bratislavského regiónu, ktorá mapuje historické československé vojenské opevnenia. Tematická cesta SacraVelo, ktorá ako bolo už vyššie uvedené predstavuje prepojenie kultúrno-historických pamiatok (sakrálné pamiatky) cykloturizmu a vodného turizmu. Nástrojom rozvoja tematických ciest, ktorý bol realizovaný v roku 2017 je vypracovaná *Koncepcia rozvoja tematických ciest na území BSK a TTSK vrátane akčného plánu (2017)*, ktorá je metodikou pre uchopenie tematickej cesty, v tomto prípade konkrétne **tematickej Cesty šľachtických rodov**.

d) Budovanie značky a marketingová podpora

Marketingová podpora prebiehala v rámci sledovaných rokov za aktívnej spolupráce s KOČR BRT a Slovenským domom Centrope. Medzi vybrané podporované aktivity KOČR patrili napr. **Sloviakatour, Ferienmesse Viedeň, Holidayworld Praha, Utazás Budapest, ITB Berlin, TT Varšava, Dni Slovenska v Prahe** a ďalšie. V dátume 28.3.2019 došlo za spolupráce BSK a KOČR BRT k otvoreniu nového **Turistického informačného centra vo Viedni**, ktorého cieľom je priblíženie Bratislavského regiónu rakúskym občanom a turistom. Štatistické záznamy za prvý rok (9 mesiacov) činnosti TIC uvádzajú minimálne 13 tisíc osôb, ktorým sa poskytlo osobné poradenstvo. Okrem toho ďalšie tisíce návštevníkov uspokojili svoju potrebu pasívnym spôsobom bez osobného kontaktu - výberom propagačných materiálov, ktoré boli k dispozícii aj mimo pracovného času personálu. Na podporu podujatí a produktov ovplyvňujúcich tvorbu značky destinácií bol k dispozícii priebežne aktualizovaný **kalendár podujatí**⁴⁴ z územia kraja, ktorý prinášal aktuálne informácie o podujatiach z celého regiónu. Bratislavský kraj v rámci prepojenia produktu a jeho propagácie sa stal členom pracovnej skupiny **Geopark Malé Karpaty**. Spolu s Trnavským krajom, N.O. Barbora a ďalšími členmi participoval na budovaní značky Geoparku a jeho propagácie, či už formou značenia turistických trás alebo prostredníctvom dotácií z BRDS. Bratislavský kraj bol spoluorganizátorom konferencie „Geopark – nástroj podpory regionálneho turizmu“(2018). Cieľom projektu **DANurB (Danube Urban Brand)**, do ktorého bol zapojený aj Bratislavský samosprávny kraj bolo posilniť „dunajskú“ kultúrnu identitu a solidaritu, vytvorením spoločnej značky a podporovať nadnárodné kultúrne väzby medzi sídlami pozdĺž Dunaja. Cieľom bolo

⁴⁴ Aktuálny kalendár podujatí je vždy zverejnený na : <https://Bratislavaregion.travel/>.

tiež preskúmať nevyužitý alebo skrytý potenciál pre lepšiu ekonomickú a kultúrnu návratnosť. DANUrB pokračoval v roku 2020 projektom DANUrB+, ktorý počas 30 mesiacov svojho trvania mal za cieľ vytvoriť nové príležitosti pre zatraktívnenie vybraných sídel a upadajúcich oblastí.

5. SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
• Poloha metropolitného regiónu na pohraničnom území HU-AT-CR • Najvyššie zastúpenie zahraničných návštevníkov na Slovensku • Kultúrno-historické bohatstvo • Národné kultúrne inštitúcie • Chránené prírodné územia • Malokarpatská vinohradnícka oblasť s tradíciou vinárstva • Široká ponuka lokálnej gastronómie • Vodné toky s rozvojovým potenciálom • Široké zastúpenie vodných plôch za účelom rekreácie • Sieť cykloturistických trás vrátane medzinárodných cyklotrás • Sieť peších turistických trás • Geopark Malé Karpaty ako súčasť Sieť geoparkov Slovenska • Poloha medzinárodného letiska • Tematické cesty (aj s európskym významom) ako kľúčové rozvojové línie • Významné zastúpenie podujatí rôzneho druhu • Kvalitné zdravotnícke služby prispôbené pre zahraničných turistov • Špecifické produktové línie rozvoja na úrovni mikroregiónov • Dostatok ubytovacích kapacít a pomer cena/kvalita ubytovacích služieb • Rozvinutá sieť turistických informačných kancelárií • Silné zastúpenie organizácií rozvíjajúcich cestovný ruch • Aktívna forma cezhraničnej spolupráce SK-AT	• Výrazné rozdiely v atraktivnosti mikroregiónov • Prevažujúci jednodňový a krátkodobý turizmus • Nedostatočne rozvinutá dopravná infraštruktúra pre turizmus • Prevaha individuálnej dopravy nad verejnou • Slabo rozvinutá značka destinácie Bratislava región • Nejednotná propagácia destinácie • Nedostatočné kapacity pre MICE turizmus - absencia veľkokapacitného kongresového centra • Nedostatočná kvalita služieb a jazyková vybavenosť v službách turizmu • Nízky záujem o odbory cestovného ruchu a duálne vzdelávanie • Nejednotná evidencia a spracovanie dát turizmu na regionálnej úrovni • Neexistujúci systém distribúcie propagačných materiálov v území • Slabá komunikácia a spolupráca medzi organizáciami rozvíjajúcimi cestovný ruch • Nevyužitý potenciál cezhraničnej spolupráce - nedostatočné kapacity zo strany organizácií rozvíjajúcich destináciu • Satelitný účet pre cestovný ruch dostatočne nereflektuje vplyv cestovného ruchu na rozvoj regiónu • Nerovnomerná kvalita turistických informačných kancelárií • Nevyužívané regionálne značenie produktov • Chýbajúci regionálny systém hodnotenia kvality služieb v cestovnom ruchu • Chýbajúci výpožičný systém bicyklov na úrovni kraja
PRÍLEŽITOSTI	HROZBY

• Zvyšujúca sa priemerná dĺžka prenocovaní • Rastúci dopyt domácich návštevníkov • Rastúci záujem o aktívny turizmus v prírode – cykloturizmus a peší turizmus • Možnosti cezhraničnej spolupráce • Potenciál hl. mesta pre MICE turizmus • Rozvoj vodného turizmu - potenciál vodných tokov Dunaj, Malý Dunaj a Morava • Prepájanie cykloturizmu a vodného turizmu • Zvýšenie dostupnosti turistických destinácií (kyvadlová doprava, ...) • Potenciál Geoparku Malé Karpaty a oživenia tradície huncokárov • Potenciál rozvoja tematických ciest • Potenciál na rozvoj ekoturizmu - regionálne Ekocentrum Čunovo a iné chránené prírodné územia • Potenciál vidieckeho turizmu a agroturizmu prevažne mimo územia mesta Bratislava • Rozvoj lokálnej tradičnej tvorby • Rozvoj regionálnej značky kvality pre podporu turizmu a lokálnych výrobcov • Nárast dopytu cieľových skupín – GenZers, Mileniáli a generácia 60+ • TIK Viedeň ako brána na zahraničný trh • Potenciál rozvoja zdravotného turizmu • Potenciál rozvoja filmového turizmu	• Silné konkurenčné prostredie z okolitých krajín • Dlhodobá prevaha jednodňových návštevníkov • Nadmerné množstvo návštevníkov v hlavnom meste Bratislava • Nízka návštevnosť ostatných mikroregiónov (Malokarpatsko, Záhorie, Podunajsko) • Turistifikácia • Slabá rozpoznateľnosť Bratislavy a regiónu ako destinácie • Zanedbanie infraštruktúry vodného turizmu • Konflikt pešieho a cykloturizmu • Pandemické dopady (COVID_19) • Negatívny dopad turizmu na životné prostredie • Narastajúce nároky na kvalitu služieb a bezpečnosť • Úbytok viníc a vinohradníckych lokalít voči zastavenému územiu • Obmedzené možnosti externých zdrojov financovania segmentu • Slabá prioritizácia cestovného ruchu • Závislosť od zahraničného trhu • Znehodnotenie kultúrnych pamiatok • Slabá synergia cestovného ruchu vo vzťahu k životnému prostrediu, mobilite, a vzdelávaniu
--	--

Zdroje

- [1] Destinačný manažment Prahy. (2020) *Praha na prvom mieste*. Koncepcia príjazdového cestovného ruchu hlavného mesta Prahy. 2020.
- [2] Gregorová B., Neradný M., Klaučo M., Masný M., Balková N. (2015) *Cestovný ruch a regionálny rozvoj. Skriptá*. Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici. Banská Bystrica, 2015.
- [3] GÚČIK, Marian a kol.: *Cestovný ruch – hotelierstvo - pohostinstvo. Výkladový slovník*. SPN: Bratislava, 2006. ISBN 80-10-00360-3.
- [4] Issues Paper. *Analysing Megatrends to Better shape the future of Tourism*. 2-3 October 2017. OECD, Paris. 2017.
- [5] Kerekeš J. (2019): *Vidiecky turizmus a agroturizmus v regiónoch turizmu*. 1000knih.sk. Bratislava.
- [6] Kerekeš J. (2020) *Vidiecky turizmus ako efektívny nástroj rozvoja vidieka*. Bratislava, 2020. Dostupné na : <https://www.slovenskyvidiek.sk/vidiecky-turizmus-ako-efektivny-nastroj-rozvoja-vidieka/>.
- [7] *Koncepcia budovania tematických ciest na území Bratislavského samosprávneho kraja a Trnavského samosprávneho kraja vrátane akčného plánu*. Ústav turizmu, s.r.o., 2017.
- [8] *Koncepcia územného rozvoja cyklotrás Bratislavského samosprávneho kraja vo vzťahu k Integrovanému dopravnému systému a významným bodom cestovného ruchu – Aktualizácia 2017*. Bratislava, 2017.
- [9] Koníčková J. *Aká je generácia Y?* Dostupné na : <https://eduworld.sk/cd/jaroslava-konickova/2988/aka-je-generacia-y>. 2021.
- [10] Kuhn I., Tomášová P. (2011): *Úvod do destinačného manažmentu*. MDVRR SR. December 2011.
- [11] Manda H., Klaric V. (2013) *Managing Visitors on Thematic Cultural Routes. Handbook*. Zagreb, 2013.
- [12] Matlovičová K., Klamár R., Mika M. (2015): *Turistika a jej formy*, Prešovská univerzita, Grafotlač Prešov, 550s.
- [13] Matlovičová K., Matlovič R. (2017): *Destinačný marketing pre geografov*. Prešovská univerzita v Prešove. 275 s.
- [14] MDV SR. *Cestovný ruch na Slovensku*. Dostupné na: <https://www.mindop.sk/ministerstvo-1/cestovny-ruch-7/informacie/cestovny-ruch>.
- [15] MDV SR. *Stratégia rozvoja udržateľného cestovného ruchu do roku 2030*. Oznámenie o strategickom dokumente. 2020.
- [16] *Metodika – štandardy budovania tematických ciest*, 2017, Ústav turizmu, s.r.o., Bratislava. Dostupné: https://domcentrope.sk/wp-content/uploads/2019/11/Metodika_TC.pdf
- [17] MZVEZ SR. (2014). *Vyšehradská skupina*. Dostupné na: https://www.mzv.sk/zahranicna_politika/slovensko_a_v4-vysehradska_skupina.
- [18] MZVEZ SR.(2021) *Good Idea Slovakia*. Dostupné na : <https://www.mzv.sk/znacka-slovenska/strucny-prehľad-doterajsich-aktivit>.
- [19] Nagy K. (2012) *Heritage Tourism, Thematic Routes and Possibilities for Innovation*. Club of Economics in Miskolc' TMP Vol. 8., Nr. 1., pp. 46-53. 2012.
- [20] Nemčíková M., Krogmann A., Dubcová A. (2016) *Značka územia ako impulz regionálneho rozvoja na Slovensku*. Dostupné na: <https://www.econ.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/4884317/64434788/Dubcova.pdf>.
- [21] OECD Key Findings. *OECD Tourism trends and Policies 2020*. www.oecd.org/cfe/tourism
- [22] *OECD Megatrends shaping the future of tourism*, in *OECD Tourism Trends and Policies 2018*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/tour-2018-6-en>.

- [23] OECD *Policy Statement on Tourism Policies for Sustainable and Inclusive Growth* (OECD, 2018c).
- [24] *Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja Bratislavského samosprávneho kraja na roky 2021-2027*. Bratislavský samosprávny kraj. 2021.
- [25] *Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja Trnavského samosprávneho kraja 2016-2020*. Trnavský samosprávny kraj, December 2015.
- [26] *Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja Bratislavského samosprávneho kraja na roky 2014-2020*. Bratislavský samosprávny kraj. 2014.
- [27] *Správa o vytvorení stratégie EÚ pre udržateľný cestovný ruch (2020/2038(INI))*. Výbor pre dopravu a cestovný ruch.
- [28] *Satelitný účet cestovného ruchu v Slovenskej republike*. (2018). Štatistický úrad SR. December, 2018.
- [29] *Slovenská štatistika a demografia*. (2015) Vedecký časopis. 3/2015, ročník 25. ŠÚ SR.
- [30] Stankoci I. *Rekreačné využitie a splavenie rieky Morava*. Katedra vodného hospodárstva krajiny, Stavebná fakulta STU. Dostupné na: <http://www.zzv.sk/data/files/83.pdf>.
- [31] *Stratégia rozvoja a marketingová stratégia turistickej destinácie Malý Dunaj*. Ekonómia, o.z., Banská Bystrica, 2018.
- [32] *Stratégia rozvoja cestovného ruchu do roku 2020*. MDVaRR SR. Schválená uznesením vlády SR č. 379/2013 z 10. júla 2013. www.mindop.sk.
- [33] *Stratégia rozvoja kultúry 2015-2020*. Odbor cestovného ruchu a kultúry. Bratislavský samosprávny kraj. Bratislava. 2015.
- [34] *Stratégia rozvoja turizmu v Bratislavskom kraji do roku 2020*. Odbor cestovného ruchu a kultúry. Bratislava, 2015.
- [35] *Stratégia rozvoja vidieka Bratislavského samosprávneho kraja na roky 2016-2020*. VVMZ spol. s.r.o. 2016.
- [36] Šimončíčová A., Šimončíčová M. (2013) *Cestovný ruch verzus kultúra*. Publikované v Motus in verba. 1/2013. Katedra kulturológie FF UKF v Nitre.
- [37] Transforming Tourism. (2017) *Tourism in the 2030 Agenda*. Berlin, 2017.
- [38] UNWTO. (2021) *International Tourism Highlights. 2020 Edition*. Published by the World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain. 2021.
- [39] UNWTO. (2019) *International Tourism Highlights. 2019 Edition*. Published by the World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain. 2019.
- [40] UNWTO. (2021) *Tourism in the 2030 Agenda*. 2021. Tourism in the 2030 Agenda | UNWTO.
- [41] UNWTO.(2020) *Global Guidelines to Restart Tourism*. Madrid, Spain, 28 May 2020.
- [42] *Územný plán regiónu – Bratislavský samosprávny kraj, Zmeny a doplnky č.1*. Bratislava, 2017. Zhotoviteľ: AUREX, s.r.o.
- [43] Venere Ševčovičová Z. Genrácia Z – kto je Gen Z? Dostupné na: <https://www.ecake.sk/spoznajte-generaci-u-z-kto-je-gen-z/>. 2021.
- [44] *Vývoj cestovného ruchu v ubytovacích zariadeniach SR v roku 2020*. (2021) Štatistický úrad SR. 2021.
- [45] WTTC. (2019) *Travel & Tourism. Global Economic Impact & Trends 2019*. World Travel & Tourism Council: Travel & Tourism: Global Economic Impact & Trends 2019 - March 2019.
- [46] Zväz cestovného ruchu. (2017) *Udržateľný turizmus – nástroj pre rozvoj*. Bratislava, 27.9.2017.
- [47] UNWTO. (2018) *Exploring Health Tourism*. 2018 Edition. Published by the World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain. 2018.
- [48] Mišúnová E. (2010) *Narastajúci trh mestského turizmu Bratislavského samosprávneho kraja*. Publikované v GEOGRAPHIA CASSOVIENSIS IV. 2010. Katedra verejnej správy a regionálneho rozvoja, NHF EUBA
- [49] UNWTO. (2021) *International tourism and Covid-19*. Dostupné na: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>

[50]Health Consumer Powerhouse. (2018) *Euro Health Consumer Index*. 2019. Published by the Health Consumer Powerhouse, 2019.