



**PROGRAM  
CEZHRANIČNEJ  
SPOLUPRÁČE**  
SLOVENSKÁ REPUBLIKA  
ČESKÁ REPUBLIKA



**EURÓPSKA ÚNIA  
EURÓPSKY FOND  
REGIONÁLNEHO ROZVOJA**  
SPOLOČNE BEZ HRANÍC



*Združenie obcí kopaničiarskeho regiónu*

*Veľká Javorina – Bradlo*



# **KONCEPCIA ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU V REGIÓNE POD VEĽKOU JAVORINOU A BRADLOM**

**Název projektu:**

**Spoločné dokumenty na podporu rozvoja cestovného ruchu regiónu pod  
Veľkou Javorinou**

**2014**

**ZADAVATEL:**

**Místní akční skupina Hornácko a Ostrožsko, spolek**

Zámecká 24

Uherský Ostroh

687 24

IČO: 27016005

e-mail: mikroregion@ostrozske.cz www.leader.ostrozske.cz

tel.: 518 323 765, 724 503 950

Statutární zástupce: Mgr. Vlastimil Vaněk, předseda

Manažer MAS: Jana Bujáková, hlavní manažer

**ZPRACOVATEL:**

**GaREP, spol. s r.o.**

Nám. 28. října č. 3, 602 00 Brno, Česká republika

***Řešitelský tým:***

Mgr. Jan Holeček

RNDr. Kateřina Synková

Bc. Ing. Roman Chmelař

Ing. Jan Binek, Ph.D.

RNDr. Hana Svobodová, Ph.D.

PhDr. Iva Galvasová

Ing. Zdeněk Šilhan

**SUBDODAVATEL:**

**Region Partner, n.o.**

Hodžova 261/1, 907 01 Myjava, Slovenská republika

***Řešitelský tým:***

doc. Ing. Anna Michálková, Ph.D.

doc. Ing. Viera Kubičková, Ph.D.

Ing. Terézia Fúrová

## OBSAH

<b>ČESKÁ ČÁST ÚZEMÍ</b> .....	<b>4</b>
<b>Úvod</b> .....	<b>5</b>
<b>1. Základní východiska Koncepce CR</b> .....	<b>6</b>
1.1 Popis systému řízení CR v daném území .....	7
1.2 Konceptní dokumenty daného území a vyšších celků .....	8
1.3 Základní zhodnocení podpory rozvoje CR v daném území .....	10
<b>2. Analytická část</b> .....	<b>13</b>
2.1 Analýza nabídky.....	13
2.2 Analýza poptávky.....	26
2.3 Analýza konkurence.....	30
2.4 PESTEL analýza .....	32
2.5 SWOT analýza .....	34
<b>3. Návrhová část</b> .....	<b>36</b>
3.1 Vize a strategické cíle rozvoje .....	36
3.2 Priority a opatření.....	37
<b>SLOVENSKÁ ČASŤ ÚZEMIA</b> .....	<b>45</b>
<b>Úvod</b> .....	<b>46</b>
<b>1. Základné východiska Koncepcie CR</b> .....	<b>48</b>
1.1 Popis systému riadenia CR v danom území .....	48
1.2 Konceptné dokumenty daného územia a vyšších celkov .....	49
1.3 Základné zhodnotenie podpory rozvoja CR v danom území .....	53
<b>2. Analytická časť</b> .....	<b>56</b>
2.1 Analýza ponuky .....	56
2.2 Analýza dopytu .....	71
2.3 Analýza konkurencie.....	74
2.4 PESTEL analýza .....	76
2.5 SWOT analýza .....	79
<b>3. Návrhová časť</b> .....	<b>83</b>
3.1 Vizia a cieľ rozvoja .....	84
3.2 Financovanie aktivít rozvoja cestovného ruchu .....	108
<b>KOPANIČIARSKY REGIÓN POD VEĽKOU JAVORINOU A BRADLOM</b> .....	<b>112</b>
<b>Návrhová časť</b> .....	<b>113</b>
Priorita 1: Dobudování turistické infrastruktury a rozšíření nabídky služeb .....	114
Priorita 2: Posilování turistické nabídky a rozvoj marketingu .....	115
Priorita 3: Zkvalitnění organizace cestovního ruchu a rozvoj spolupráce .....	117
<b>Implementace a monitoring</b> .....	<b>119</b>
1. Hodnocení realizace Koncepce CR.....	119
2. Struktura informativní zprávy o plnění Koncepce CR .....	119
3. Aktualizace Koncepce CR .....	121
<b>SEZNAM ZKRATEK</b> .....	<b>122</b>

## ČESKÁ ČÁST ÚZEMÍ

## ÚVOD

Cestovní ruch patří v České republice stále mezi hospodářská odvětví, která nejsou dostatečně oceňována, a to zejména kvůli jeho synergickému propojení na další sektory hospodářství (doprava, potravinářství, služby apod.). Cestovní ruch je přitom významné ekonomické odvětví s nemalými multiplikačními efekty, u kterého je často oceňován fakt, že jako hospodářské odvětví významně napomáhá hospodářsky slabým nebo periferním regionům. Podobně tomu může být i ve zdejším přeshraničním regionu, neboť cestovní ruch zde má významný potenciál a může v budoucnu představovat důležité ekonomické odvětví.

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu v regióne pod Veľkou Javorinou a Bradlom (dále jen Koncepcie CR, resp. Koncepcia CR) je koncepční dokument, který formuluje pro delší časový horizont přístup zdejšího přeshraničního regionu a jeho aktérů k podpoře rozvoje zdejšího cestovního ruchu. Stanovuje strategickou vizi a cíle rozvoje regionu jako celku a jeho funkčních částí (slovenská a česká část) a specifikuje důležité priority a opatření, která mohou vést k naplnění vytyčených cílů. Tento záměr vyplynul z dlouhodobé snahy o koordinovaný rozvoj území s důrazem na cestovní ruch, a to na obou stranách hranice – na české i slovenské straně – na úrovni zdejších mikroregionů a místních akčních skupin.

Zadavatelem Koncepcie CR je slovenské Združenie obcí kopaničiarskeho regiónu Veľká Javorina – Bradlo. Jeho hlavní přeshraniční partner z české strany je Místní akční skupina Hornácko a Ostrožsko. Tvorba Koncepcie CR byla podpořena z Programu cezhraničnej spolupráce Slovenská republika – Česká republika 2007–2013 na základě smlouvy č. Z 2241052004001.

Koncepcie CR je strategickým dokumentem celého přeshraničního regionu, je koncipována s individuálním zaměřením na jeho jednotlivé územní části (samostatné kapitoly pro českou část a pro slovenskou část), přičemž je v dokumentu v konečné fázi kladen důraz na společné záměry (projekty) celého přeshraničního regionu.

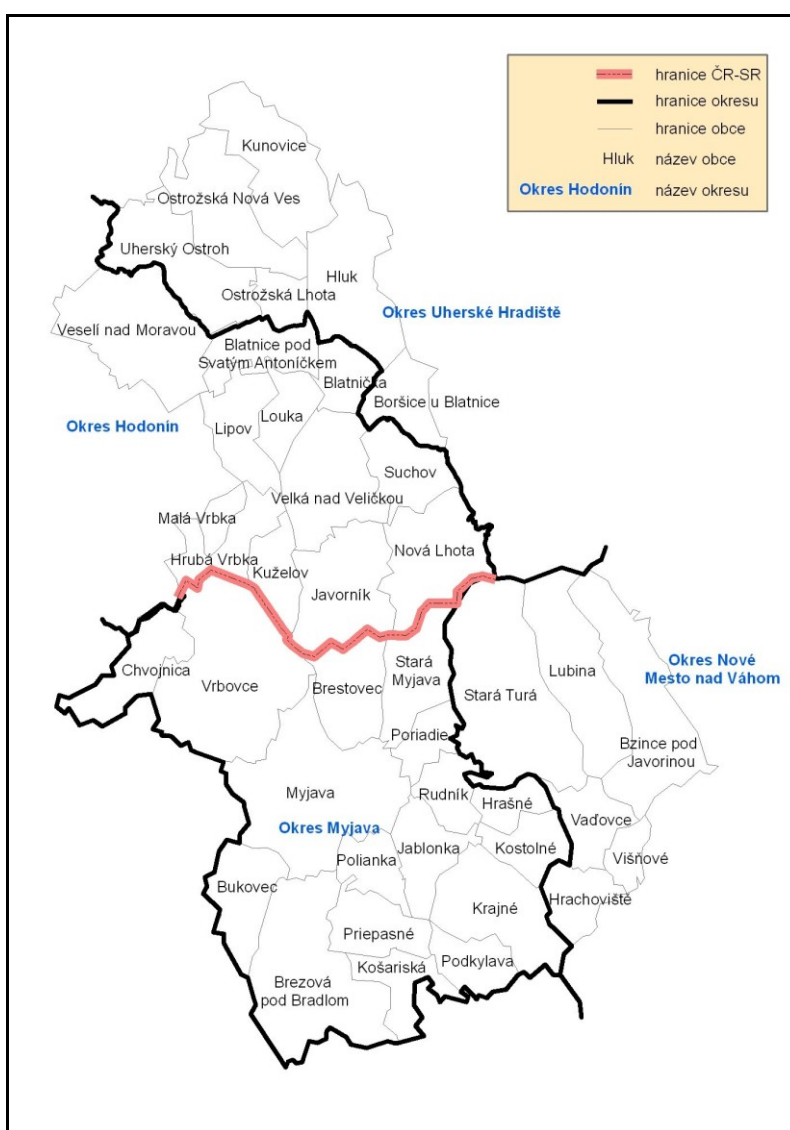
Rozhodující faktor úspěchu této Koncepcie CR tedy bude spočívat především ve spolupráci všech dotčených subjektů na obou stranách hranice – zástupců MAS, veřejné správy, správy CHKO, podnikatelů, hospodářské a agrární komory, Klubu českých turistů, nestátních neziskových organizací, odborné veřejnosti a mnohých dalších. Zásadní bude jejich součinnost a společný postup při realizaci návrhů uvedených v Koncepci CR.

# 1. ZÁKLADNÍ VÝCHODISKA KONCEPCE CR

*Na našem území MAS Hornácko a Ostrožsko najdete mnoho pokladů – studánky, čiré potoky, lesnaté bělokarpatské stráně, nedotčené zákoutí lužní krajiny, dýcháte čistý až omamný javořínský vzduch, který umocňuje drsnost a průzračnost přírody. Je toho tolik, co můžete obdivovat. A proto je těžké zvolit, z kterého konce začít...*

*Mgr. Vlastimil Vaněk  
předseda MAS Hornácko a Ostrožsko  
úryvek z úvodu výroční zprávy MAS za rok 2011*

Koncepce CR je strategický dokument, zpracovaný pro přeshraniční region české a slovenské části území, které spolu sousedí. Česká část území je tvořena 18 obcemi, které jsou sdruženy v organizaci s názvem „Místní akční skupina Hornácko a Ostrožsko“. Slovenská část území je reprezentována 23 obcemi, jejich sdružení se nazývá „Združenie obcí kopaničiarskeho regiónu Veľká Javorina – Bradlo“.



**Obr. 1: Mapa území MAS Hornácko a Ostrožsko a Združenie obcí kopaničiarskeho regiónu Veľká Javorina – Bradlo**

Pramen: Vlastní zpracování, GaREP, 2014

## 1.1 POPIS SYSTÉMU ŘÍZENÍ CR V DANÉM ÚZEMÍ

Základní úkoly v oblasti koordinace a řízení cestovního ruchu na státní úrovni má v České republice **Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, potažmo Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism**. MMR koordinuje činnost všech dotčených správních úřadů při přípravě a uskutečňování strategie regionálního rozvoje a státních programů regionálního rozvoje včetně Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice, vypracovává analýzy hodnotící rozvoj jednotlivých krajů a návrhy na vymezení regionů. Hlavním cílem **České centrály cestovního ruchu – CzechTourism (ČCCR)** je propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu především v zahraničí a následně i při rozvoji domácího cestovního ruchu.

V prostředí ČR jsou regiony (tj. kraje) hlavními subjekty pro realizaci regionální politiky. **Úkolem krajů (ve zdejším regionu to je Jihomoravský a Zlínský kraj)** v oblasti cestovního ruchu je především vytvoření podmínek pro rozvoj cestovního ruchu na daném území. Kraj plní v oblasti cestovního ruchu především funkci koordinátora. V této souvislosti rovněž zabezpečuje přenos informací z kraje zástupcům organizací cestovního ruchu, turistických informačních center (TIC), případně dalším subjektům a naopak. Dále kraj vymezuje povinnosti a odpovědnosti jednotlivých aktérů cestovního ruchu v souladu s přijatými koncepcemi a strategickými dokumenty a zabezpečuje procesní řízení.

Kraje také mají možnost zakládat své krajské centrály cestovního ruchu, na které následně převedou mnoho svých úkolů a kompetencí zejména v oblasti marketingu, díky čemuž se stanou tyto organizace hlavní výkonnou institucí pro rozvoj cestovního ruchu na úrovni kraje. **Na úrovni Jihomoravského kraje to je Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava a na úrovni Zlínského kraje to je Centrála cestovního ruchu Východní Moravy.**

Na nejnižší administrativní úrovni je nejdůležitějším aktérem při řízení a koordinaci cestovního ruchu samotná **obec**. Pro zajištění efektivního nastavení rozvojových směrů obce vytvářejí své programy rozvoje a územně-plánovací dokumentaci. V návaznosti na zpracované dokumenty má obec možnost na svém území realizovat – či podpořit realizaci – vybudování turistické infrastruktury, zavedení nebo rozšíření služeb cestovního ruchu či podporovat investice, ať už vlastní, nebo dalších subjektů, které řeší konkrétní problémy cestovního ruchu. Na této úrovni je již také velmi důležitá spolupráce obcí s podnikateli.

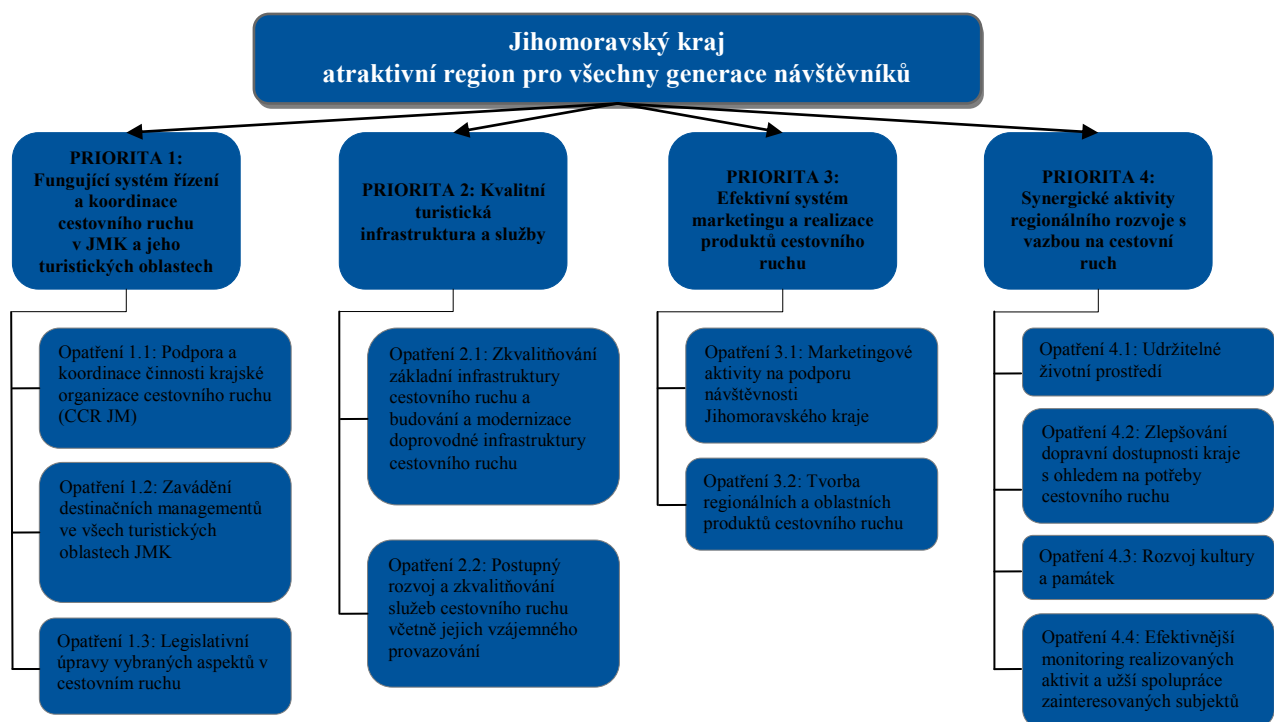
Obce mohou realizovat spolupráci (nejen) v oblasti cestovního ruchu různými způsoby – zapojí se např. do svazku obcí, do místních akčních skupin či vytvářejí svá vlastní partnerství s jinými obcemi. V rámci jednotlivých obcí či skupin více také vznikají **organizace cestovního ruchu**, které soustřeďují subjekty cestovního ruchu v dané oblasti či lokalitě a rozvíjí lokální partnerství. Tato sdružení jsou v současnosti základem pro účinný a efektivní rozvoj cestovního ruchu v daném území. V zdejším regionu je dlouhodobě nejaktivnější organizace tohoto typu s názvem „**Region Slovácko, z. s. p. o.**“, které bylo založeno na začátku roku 2008 městy Hodonín, Kyjov, Veselí nad Moravou a Společenstvem podnikatelů v cestovním ruchu za účelem rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Slovácko.

## 1.2 KONCEPČNÍ DOKUMENTY DANÉHO ÚZEMÍ A VYŠŠÍCH CELKŮ

Hlavní koncepční dokument pro oblast cestovního ruchu se v České republice nazývá „Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014–2020“. Jeho pořizovatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a daný dokument byl schválen vládou České republiky dne 27. 3. 2013. V dokumentu jsou vymezeny 4 základní priority:

1. Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu – obsahuje 4 opatření zaměřená na zvýšení nabídky cestovního ruchu (primární potenciál, infrastruktura a služby).
2. Management cestovního ruchu – obsahuje 3 opatření zaměřená na koordinaci a řízení rozvoje cestovního ruchu v regionech (destinační společnosti, inovace řízení).
3. Destinační marketing – obsahuje 3 opatření zaměřená na marketingové aktivity a tvorbu produktů cestovního ruchu.
4. Politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj – obsahuje 3 opatření zaměřená na aktivity příslušející národní úrovni (hospodářská politika, statistika, bezpečnost).

Základními krajskými koncepčními dokumenty, které se týkají zájmového území, jsou Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje na období 2014–2020 a Program rozvoje cestovního ruchu ve Zlínském kraji na období 2007–2013. Jelikož Zlínský dokument již není relevantní, tak je zde představena alespoň základní struktura dokumentu Jihomoravského kraje do úrovně rozvojových opatření:



Další koncepční dokumenty, které jsou již prioritně zaměřeny na marketingové strategie cestovního ruchu, jsou vytvářeny na platformách krajských centrál cestovního ruchu (Marketingová strategie a marketingová značka Východní Moravy na roky 2009–2015 s aktualizací na roky 2012–2015 a Plán marketingové činnosti Centrály cestovního ruchu – Jižní Morava 2011–2013), čemuž odpovídá i jejich celokrajský rozsah.



V průběhu posledních let vznikly i některé programové dokumenty dalších institucí, které se na cestovní ruch prioritně nezaměřují, ale cestovního ruchu se také dotýkají (např. Strategie MAS Hornácko a Ostrožsko na období 2007–2013 nebo Program udržitelného rozvoje Euroregionu Bílé – Biele Karpaty). Problematika cestovního ruchu je zde řešena povětšinou jako jedna z mnoha rozvojových oblastí, uváděna heslovitě a bez podrobnějších analytických rozborů. Obecně jsou tyto dokumenty zaměřeny komplexně jako rozvojové strategie s tím, že oblast cestovního ruchu je také jejich součástí (vedle mnoha dalších tematických oblastí).

### **1.3 ZÁKLADNÍ ZHODNOCENÍ PODPORY ROZVOJE CR V DANÉM ÚZEMÍ**

Významnost rozvoje cestovního ruchu v kraji souvisí s velikostí finančních výdajů, které na jeho podporu plynou. Potenciálních finančních zdrojů existuje velké množství – od evropských přes národní, krajské, obecní až po zdroje ze soukromé sféry. Do oblasti cestovního ruchu šlo v minulých letech poměrně velké množství financí, které se již nyní v takovém rozsahu financí i tematických aktivit (zejména pro podnikatelský sektor) nemusí opakovat.

#### **Projekty podpořené v rámci činnosti MAS Hornácko a Ostrožsko**

V letech 2007–2013 bylo v rámci činnosti MAS Hornácko a Ostrožsko podpořeno mnoho projektů, které byly zaměřeny na oblast cestovního ruchu a souvisejících odvětví. Tyto projekty byly podpořeny z Programu rozvoje venkova v rámci realizace Strategie MAS Hornácko a Ostrožsko. Ve strategii byly vymezeny příslušné fiche, které se primárně či sekundárně dotýkaly cestovního ruchu, a v rámci kterých byly vyhlašovány příslušné výzvy k předkládání rozvojových projektů pro vybrané cílové žadatele:

- Primární dopad na cestovní ruch: Fiche 1 (Podpora cestovního ruchu – ubytování a sport)
- Sekundární dopad na cestovní ruch: Fiche 4 (Ochrana a rozvoj kulturního dědictví venkova) a Fiche 5 (Podpora drobných výrobců místních produktů)

#### **Projekty MAS Hornácko a Ostrožsko**

Samotná instituce MAS Hornácko a Ostrožsko vedle podpory jiných subjektů také přímo realizovala rozvojové projekty nebo byla v nich partnerem, z nichž se některé dotýkaly rozvoje cestovního ruchu v území. Vybrané projekty jsou představeny níže:

##### **1. MORAVSKÉ A SLEZSKÉ OVOCNÉ STEZKY**

Projekt dotovaný z Programu rozvoje venkova (osa IV.2.1. Realizace projektů Spolupráce), do kterého bylo zapojeno 7 místních akčních skupin (MAS Nízký Jeseník – koordinátor, partneři – MAS Partnerství Moštěnka, MAS Regionu Poodří, MAS Bojkovska, MAS Hornácko a Ostrožsko, MAS Rýmařovsko, MAS Rozvojové partnerství Regionu Hranicko).

Podstata projektu spočívala v aktivitách, které směřují k zachování a rehabilitaci ovocných stromů jakožto dárců plodů, jako součásti mnoha tradic a významných krajinných prvků. V rámci projektu vznikly i aktivity zaměřené přímo na podporu cestovního ruchu. Jednalo se zejména o nalezení a prezentace doplňkových turistických cílů spojených s ovocnými stromy, alejemi, sady atd. K tomu vznikly příslušné propagační materiály a mapy, portál ovocných stromů, zmapování starokrajových odrůd ve všech spolupracujících regionech.

Předpokládaný rozpočet projektu byl celkem 4 326 570 Kč. Celkové výdaje MAS Hornácko a Ostrožsko 602 053 Kč. Předpokládaný harmonogram projektu: 06/2010 – 05/2012.

##### **2. NA CO CHODIT PĚŠKY, KDYŽ MOHOU BÝT BĚŽKY**

Projekt příhraniční spolupráce (Operační program přeshraniční spolupráce ČR–SR 2007–2013, fond mikroprojektů) MAS Kopaničiarsky región (žadatel a hlavní realizátor projektu) a MAS Hornácko a Ostrožsko (příhraniční partner bez finančního příspěvku).

Cílem projektu bylo vytvoření podmínek na zvýšení konkurenceschopnosti pohraničních regionů (Kopaničiarsky región – Hornácko a Ostrožsko) prostřednictvím posílení a zatraktivnění sportovně-rekreačního potenciálu pohraniční oblasti. Byly vytrasovány běžecké tratě v příhraničním regionu Hornácka a Kopaničiarského regionu.

Celkové náklady projektu 22 092,50 EUR. Dotace za část projektu MAS Hornácko a Ostrožsko 2 830,00 EUR. Datum zahájení projektu a ukončení projektu: 1/2011 – 1/2012.

### 3. OŽIVUJEME VENKOVSKÁ STAVENÍ NA MORAVĚ A MYJAVĚ

Mezinárodní projekt dotovaný z Programu rozvoje venkova (osa IV.2.1. Realizace projektů Spolupráce) MAS Hornácko a Ostrožsko (koordinátor), MAS Strážnicko a Kopaničiarský region MAS (partneři).

Předkládaný projekt spolupráce byl zaměřen na vybudování památkového domku v Ostrožské Nové Vsi, obnovu hotařské budy ve Strážnici, dovybavení Gazdovského dvora v Turé Lúce, na podporu a oživení aktivit místních spolků, spojených s tradicemi regionů a vzájemnou spoluprací členů MAS, spoluprací obcí se spolky, zaměřuje se na aktivity v území využívající místního bohatství pro zlepšení identity regionů a oživení občanských aktivit.

Celkové výdaje projektu 5 607 905 Kč. Výdaje MAS Hornácko a Ostrožsko ve výši 4 887 905 Kč. Zahájení projektu 6/2010 a ukončení 1/2013.

### 4. CHODNÍČKY ZA POZNÁNÍM SLOVENSKO-MORAVSKÉHO POHRANIČÍ

Mezinárodní projekt dotovaný z Programu rozvoje venkova (osa IV.2.1. Realizace projektů Spolupráce) MAS Hornácko a Ostrožsko (koordinátor ČESKO), MAS Kopaničiarský region (koordinátor SLOVENSKO).

Projekt byl zaměřen na rozvoji partnerství dvou regionů MAS v československé příhraniční oblasti. Předmětem projektu bylo vytvoření 7 nových turistických naučných chodníků na území CHKO BÍLE KARPATY v Kopaničiarském regionu, obnovu poutní stezky na OSTROŽSKU ke studánce svatého Antonínka v katastru obce Ostrožská Lhota, na vytvoření nové venkovní expozice tzv. venkovského dvora v Boršicích u Blatnice u Domu lidových tradic, propojení vzájemné spolupráce klubu v příhraniční oblasti.

Celkové výdaje projektu MAS Hornácko a Ostrožsko 1 237 077 Kč. Zahájení projektu 6/2012 a ukončení 12/2014.

Vedle realizace a podpory projektů také **MAS Hornácko a Ostrožsko založila tzv. folklórní fond**. Cílem Folklórního fondu MAS je pomáhat všem organizacím, spolkům i jedincům, kteří mají omezené finanční možnosti realizovat akce přispívající k všestrannému pozitivnímu rozvoji osobnosti dětí a mládeže se zaměřením na oblast folklórních a kulturních aktivit, především na záchranu lidového tance verbuňk, který byl zapsán i na seznam nehmotného kulturního dědictví UNESCO.

## **Další projekty podpořené z Evropské unie**

**Projekty podpořené z Evropské unie měly významný vliv na další rozvoj cestovního ruchu v celém území.** Projekty byly nejčastěji podpořeny těmito dotačními programy Evropské unie:

- nejvýznamněji z Regionálního operačního programu NUTS II Jihovýchod nebo Regionálního operačního programu NUTS II Střední Morava,
- dále také z Integrovaného operačního programu, Programu rozvoje venkova nebo v rámci Přeshraniční spolupráce.

Nejvýznamnější nástroje, které pomohly k realizaci mnoha naplánovaných projektů a aktivit, jsou dotační tituly Regionální operační program regionu NUTS II Jihovýchod, kam spadá Jihomoravský kraj a Kraj Vysočina a Regionální operační program regionu NUTS II Střední Morava, kam spadá Zlínský kraj a Olomoucký kraj. V rámci těchto programů byla vždy vymezena prioritní osa, která se obecně zaměřovala na podporu projektů na realizace infrastruktury a služeb cestovního ruchu.

**Na území MAS Hornácko a Ostrožsko bylo z výše uvedených programů podpořeno celkem 10 projektů v celkové hodnotě 135 759 995 Kč** (5 projektů v Jihomoravském kraji v celkové hodnotě 80 638 365 Kč a 5 projektů ve Zlínském kraji v hodnotě 55 121 630 Kč). Finance nejčastěji šly na projekty zvyšující kvalitu ubytovacích zařízení či doprovodné turistické infrastruktury. Finančně největší projekt na jihomoravské straně byl zaměřen na vybudování turistického centra Veselska ve Veselí nad Moravou (66,2 mil. Kč) a na zlínské straně to byl projekt Modernizace areálu golfového hřiště JEZERA a rozšíření Indoor centra v Ostrožské Nové Vsi (28 mil. Kč). Žádný podpořený projekt ale nebyl zaměřen na marketingové aktivity. Podrobný soupis všech těchto projektů včetně identifikace příjemce a výše dotace je uveden v příloze.

**Celkově lze konstatovat, že v minulém období byla realizována řada projektů, které zvýšily atraktivitu území MAS Hornácko a Ostrožsko pro turisty, ať už zahraniční nebo domácí. Řada projektů přispěla ke zlepšení základní i doprovodné turistické infrastruktury. Realizováno však bylo velmi málo projektů, které by zlepšily kvalitu služeb v cestovním ruchu, a to s důrazem na udržitelný a ekologický charakter území, pomocí něhož by se měl celý region profilovat.**

## 2. ANALYTICKÁ ČÁST

*Romantická zákoutí lužního lesa s řadou slepých ramen ožívající řeky Moravy, srovnané linky řady vinogradů, obrovské plochy lesů, úchvatné luční stráně s vzácnou a jedinečnou faunou Bílých Karpat, řada potůčků a potoků oživujících krajinu.*

*Mgr. Vlastimil Vaněk  
předseda MAS Hornácko a Ostrožsko  
úryvek z úvodu výroční zprávy MAS za rok 2011*

### 2.1 ANALÝZA NABÍDKY

#### 2.1.1 Analýza cílů a atraktivit

Region MAS se nachází v atraktivní lokalitě Moravského Slovácka, proslulé historií, tradicí a pohostinností. Celý rozsáhlý prostor rozkládající se od Ostrožska po Hornácko je protkán jedinečnou lidovou kulturou a unikátním dědictvím předků (zpěv, tanec, kroje a umění).

Řešené území disponuje velmi zajímavým turistickým potenciálem, u kterého lze identifikovat rovnoměrné rozložení mezi přírodním a kulturním potenciálem. Pokud se ale na potenciál území podíváme detailněji dle úrovně jednotlivých obcí, tak lze konstatovat, že přírodní potenciál obcí se v území MAS zvyšuje směrem ke státní hranici se Slovenskem, a to díky zejména CHKO Bílé Karpaty a kulturní potenciál naopak – od hranic až k Blatnici pod Svatým Antonínkem, Ostrožské Nové Vsi nebo městu Hluk. Jižní část území (u státní hranice) je svým charakterem spíše vhodná pro rozvoj udržitelného až dokonce ekologického cestovního ruchu. Naopak severní část, díky vyššímu kulturnímu potenciálu a lokalizace větších měst, je spíše vhodná pro kulturně poznávací turistiku s dominancí měst.

#### Přírodní potenciál

Za nejvýznamnější a přírodně nejcennější oblast území MAS Hornácko a Ostrožsko lze jmenovat **CHKO Bílé Karpaty**. Význam Bílých Karpat lze označit za nadregionální, neboť se jedná o neobyčejně cennou přírodní lokalitu, která u nás nemá obdoby. Pohoří Bílé Karpaty, na hranicích České a Slovenské republiky, jsou vyhlášeny za chráněnou krajinnou oblast již od roku 1980. **V roce 1996 došlo také k zapsání této unikátní oblasti na seznam biosférických rezervací UNESCO**, kterých je na území České republiky v současné době pouze 6. Důvodem, pro zařazení Bílých Karpat do celosvětové sítě biosférických rezervací, jsou drahocenné komplexy lesů a především rozsáhlé luční plochy.

Ojedinělost zdejší fauny a flóry potvrzuje také častý výskyt národních přírodních rezervací (NPR). Z hlediska atraktivity tvoří doplňkovou kategorii k samotné CHKO Bílých Karpat. Jednou z mnoha je i **NPR Javorina** (již leží těsně mimo území MAS). Ta se nachází na severním svahu nejvyšší hory Bílých Karpat, a to Velké Javořiny (970 m n. m.). Ochrana se zde váže na zachovalý bukový prales, kde jsou dominujícími dřevinami kromě buku také jasan či javor. Přes NPR Javorina vede i naučná stezka, po které je možné dostat se na vrchol Velká Javořina. Jako další NPR lze jmenovat například **Zahrady nad Hájem nebo Jazevčí**, které mají za úkol chránit zejména soustavu luk a luhových stepí.

Za pozornost stojí také území **Vojšických luk**, které patří do soustavy Natura 2000. Tato evropsky významná lokalita tvoří ochranné pásmo NPR Čertoryje, přičemž samotná **NPR Čertoryje** (na hranicích MAS) patří mezi vůbec nejpřísněji chráněné oblasti v České republice. Důvodem je lokalita s jedněmi z nejcennějších luk u nás, resp. ve střední Evropě, kde se vyskytuje více než 20 druhů teplomilných orchidejí. Rezervace je také charakteristická výskytem roztroušených hájků či samostatně stojících dubů.

Unikátním přírodním prvkem v regionu jsou i cca před 100 lety nalezené **sirnaté minerální prameny** u Ostrožské Nové Vsi. Tento přírodní léčivý zdroj je klasifikován jako přírodní, prostá, sirná minerální voda hydrogenuhličitano-vápenatosodno-hořečnatého typu, studená, hypotonická. Koupele ve zdejší minerální vodě s vysokým obsahem síry přináší široké spektrum příznivých účinků a významnou měrou napomáhají ke zlepšení zdravotního stavu při léčbě ortopedických, revmatologických, neurologických a kožních onemocnění.

### **Kulturní potenciál**

Místní lidová kultura na území MAS má v rámci České republiky zcela specifické postavení. Jsou zde dlouhodobě dodržovány tradice a zvyklosti z oblasti folkloru. Jedná se zejména o svébytné hudební a taneční projevy (tanec verbuňk) doplněné o tradiční folklórní kroje atd. Za pozornost jistě stojí tzv. **Hornácké slavnosti**, které se zde již od roku 1957 pravidelně konají. Tento folklórní festival lze navštívit každoročně v červenci ve Velké nad Veličkou. V této obci můžete však navštívit i tradiční **jarmark**, kde se návštěvníci mohou seznámit s výtvary místních řemeslníků. Mezi další velkou a tradiční akcí folklóru lze jistě také zařadit **kunovickou jízdu králů**, která se koná každé dva roky, přičemž první se uskutečnila již v roce 1897 nebo **jízda králů v Hluku**. Právě tyto a mnohé další folklórní, historické či i vinařské události ve spojení s jedinečnou lidovou tvořivostí, architekturou, kroji a zvyky, dělají z MAS Hornácko a Ostrožsko unikátní region.

Vybrané obce z území MAS jsou známé také díky **vinařství**, které se zde rozvinulo již v 16. století. Vybrané obce spadají do jedné ze čtyř moravských vinařských oblastí, a to konkrétně do slovácké oblasti. Za významné vinařské obce lze tak jmenovat například obec Blatničku nebo obec Blatnici pod sv. Antonínkem, jejíž část (vinné budy Pod Starou horou) je vyhlášena dokonce jako vesnická památková rezervace.

Za zmínku stojí také snaha o zachování starých **ovocných stromů**, které zde mají stejnou tradici jako vinná réva a jejich plody jsou využívány zejména k výrobě ovocných destilátů a dalších ovocných produktů.

Na území MAS se také nachází poměrně velký počet kulturně technických památek, z nichž některé mají nadregionální význam.

Za nejvýznamnější technickou atraktivitu lze bezesporu považovat **Baťův kanál**. Tento uměle vybudovaný průplav spojující Otrokovice (Zlínský kraj) s obcí Rohatec (Jihomoravský kraj) je v provozu již od roku 1938 (tehdy pouze část kanálu). Mezi města z území MAS Hornácko a Ostrožsko, která jsou na tento plavební kanál napojena, patří Veselí nad Moravou či Uherský Ostroh. Plavba je zde vedena střídavě po řece Moravě a místy vede uměle vybudovanými kanály. V současné době je celých cca 50 km délky tohoto vodního koridoru využíváno rekreačně. Právě turistický význam Baťova kanálu je možné označit za nadregionální, a to nejen v případě vodní cesty, ale i cyklistické stezky, která ji lemují a dosahuje délky přibližně 80 km. Baťův kanál i s přilehlým zázemím, kterým se rozumí zmíněné cyklotrasy, láká stále více návštěvníků. V roce 2012 se na zdejších lodích vystřídalalo přibližně 80 tis. návštěvníků.

Další nadregionální technickou atraktivitu představuje **Letecké muzeum v Kunovicích**. To je již několik desetiletí spojeno s tradiční výrobou letadel v Kunovicích.

Atraktivitou, kterou lze zařadit z hlediska důležitosti spíše do kategorie místního významu, je větrný mlýn v Kuželově. **Kuželovský mlýn („větrák“)**, jak bývá označován, je památkově chráněn jako vůbec jediný větrný mlýn holandského typu na území Moravy. Mlýn patří pod správu Technického muzea v Brně, které jej provozuje jako muzejní exponát. Jeho součástí je i expozice zachycující způsob zdejšího bydlení a hospodaření na přelomu 19. a 20. století. Kuželovský mlýn je také jednou ze zastávek na trase Šumárnické naučné stezky, jenž vede z obce Strážnice až do Velké nad Veličkou.

Na závěr lze zmínit i tzv. **Vápenky** v nejvýše položené obci Hornácka Nová Lhota. Jedná se o obec, kde se v minulosti těžil vápenec pro potřeby sklárny v obci Květná a díky řadě malebných domků je nyní chráněná jako vesnická památková zóna. Navíc se mezi Novou Lhotou a Javorníkem v údolí Veličky nachází významná soustava vodních mlýnů.

### 2.1.2 Analýza turistické infrastruktury a služeb

Oblast turistické infrastruktury je velmi rozsáhlá, a proto je zde rozdělena zvláště turistická infrastruktura základní a doprovodná. V první zmíněné kategorii jsou analyzovány ubytovací a stravovací zařízení. Doprovodná infrastruktura zase podává přehled doplňujících informací z oblasti kulturního, resp. sportovního vyžití.

#### Základní turistická infrastruktura

Při analýze ubytovacích zařízení na území MAS Hornácka a Ostrožska bylo zjištěno, že celková kapacita lůžek regionu dosahuje hodnoty 2 166. **Na úrovni obcí jsou ale ubytovací kapacity rozloženy dosti nerovnoměrně, neboť 90 % kapacit se nachází na území 7 z 18 obcí.** Nejvyšších hodnot dosahují obce Hluk (353 lůžek), Ostrožská Nová Ves (350 lůžek), Veselí n./M. (326 lůžek) nebo Kunovice (300 lůžek). Na druhé straně však stojí obce, kde není lokalizován žádný typ ubytovacího zařízení a počet lůžek je tak zcela nulový. Takovéto obce jsou na celém území MAS však pouze 2, a to Kuželov a Ostrožská Lhota.

Kompletní rozpis všech zařízení dle jednotlivých obcí v území MAS je uveden v příloze dokumentu. Součástí daného přehledu o ubytovacích zařízeních je také informace, zda dané zařízení nabízí svým hostům také restauraci, resp. stravovací zařízení. V případě většiny ubytovacích zařízení je pro ubytované návštěvníky plnohodnotné (tzn. možnost plné penze) stravovací zařízení k dispozici.

Celkový počet ubytovacích zařízení je 73, z nichž nejvyššího zastoupení (cca 37 %) dosahují penziony (27) a se značným odstupem následují chaty/chalupy (13), resp. ubytovny (12). Nejvyšší koncentraci ubytovacích zařízení vykazují obce Ostrožská Nová Ves (12) a Veselí n./M. (10). Právě Veselí n./M. nabízí jako jediné také ubytování na hausbótech, což je ubytování na lodi. Detailnější informace o struktuře ubytovacích kapacit poskytuje uvedená tabulka.

**Tab. 1: Ubytovací zařízení a jejich kapacity dle jednotlivých kategorií v obcích na území MAS Hornácko a Ostrožsko za rok 2014**

Název obce	Hotel	Penzion	Chata/chalupa	Turistická ubytovna	Ubytování v soukromí	Ostatní	Počet a kapacity ubytování (zařízení, lůžka)
Blatnice pod Svatým Antonínkem	0	4	1	1	0		<b>6 (150)</b>
Blatnička	0	3	0	0	0		<b>3 (86)</b>
Boršice u Blatnice	0	0	0	0	0		<b>0 (0)</b>
Hluk	0	1	1	1	1	2 (sportovní hala a kemp)	<b>6 (353)</b>
Hrubá Vrbka	0	1	1	2	0		<b>4 (62)</b>
Javorník	1	0	3	2	0		<b>7 (223)</b>
Kunovice	1	3	0	3	2		<b>9 (300)</b>
Kuželov	0	0	0	0	0		<b>0 (0)</b>
Lipov	0	1	0	1	0		<b>2 (35)</b>
Louka	0	1	0	0	0		<b>1 (15)</b>
Malá Vrbka	0	0	1	1	0		<b>2 (22)</b>
Nová Lhota	1	1	0	1	0	1 (rekreační středisko)	<b>4 (178)</b>
Ostrožská Lhota	0	0	0	0	0		<b>0 (0)</b>
Ostrožská Nová Ves	2	3	2	0	0	5 (lázně, budy, autokemp, bungalov a kemp)	<b>12 (350)</b>
Suchov	0	1	2	0	0		<b>3 (20)</b>
Uherský Ostroh	0	1	0	0	0		<b>1 (9)</b>
Velká nad Veličkou	0	1	2	0	0		<b>3 (37)</b>
Veselí nad Moravou	2	6	0	0	0	2 (hausbót a mini kemp)	<b>10 (326)</b>
<b>Celkem za MAS Hornácko a Ostrožsko</b>	<b>7</b>	<b>27</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>73 (2 166)</b>

Pramen: Data poskytnutá MAS Ostrožsko a Hornácko, webové stránky jednotlivých obcí, portály: [www.slovacko.cz](http://www.slovacko.cz) a [www.ostrozscko.cz](http://www.ostrozscko.cz); katalog „Putování po Ostrožsku a Hornácku“, vlastní úprava GaREP, 2014

## Doprovodná turistická infrastruktura

### *Letní sportovně-rekreační infrastruktura*

Na tomto území je dominantní letní turistická sezóna, čemuž odpovídá i rozsáhlé spektrum adekvátní turistické doprovodné infrastruktury a služeb.

Turisticky nejvyhledávanějším typem rekreačního areálu v létě bývají zpravidla koupaliště. Na území MAS Hornácka a Ostrožska se nachází celkem 4 venkovních koupaliště



(Veselí n./M., Lipov, Kunovice, Hluk). Nachází se zde i možnost velmi atraktivního přírodního koupání, a to ve štěrkopískových Ostrožských jezerech, která se nacházejí u Ostrožské Nové Vsi. Nabídku koupališť doplňuje i v posledních letech stále oblíbenější nabídka služeb v podobě aquaparku, a to v Uherském Hradišti. Přestože se již nejedná o město náležící k území MAS Hornácko a Ostrožsko, tak se nachází v jeho bezprostřední blízkosti, svojí vybaveností doplňuje i celkovou turistickou nabídku širšího regionu a návštěvníci zdejšího území této možnosti často využívají.

Při pěší turistice nebo cykloturistice je možné navštívit řadu kulturních i přírodních památek. Přírodně nejcenějším cílem, který mohou turisté během své návštěvy území MAS navštívit, je oblast Bílých Karpat. Kromě CHKO a biosférické rezervace Bílé Karpaty, se zde nachází i řada národních přírodních rezervací (NPR Javorina, Zahrady nad Hájem, Čertoryje atd.). Celé oblasti potom dominuje nejvyšší vrchol Bílých Karpat, kterým je Velká Javořina (970 m n. m.) nacházející se na pomezí naší a Slovenské republiky. Jelikož je hřeben vrcholu do značné míry odlesněn, nabízí se turistům neopakovatelný rozhled na okolní krajinu.

Na území a jeho těsném sousedství se také nachází například dřevěná rozhledna Drahy u Javorníku, která nabízí pohled na údolí řeky Veličky. Mezi relativně blízké rozhledny, které ale již nenáleží k území MAS, lze ještě zařadit například rozhlednu Travičná poblíž obce Tvarožná Lhota, rozhlednu pod Velkým Lopeníkem nebo několik rozhleden na přilehlé slovenské straně hranice. Nabídku rozhleden, jež jsou návštěvníky v posledních letech velmi vyhledávaným turistickým cílem, na území MAS by měla v blízké době doplnit i rozhledna Radošov, která má být postavena u Veselí n./M a jenž by měla svým tvarem připomínat číši na víno.

**Zdejší region má významnou náboženskou historii i současnost**, ke které se váží i různé lokality a zařízení, která tak mohou sloužit pro rozvoj zdejšího turismu (pomocí tzv. církevní turistiky). Mezi takové jistě patří známé poutní místo s římskokatolickou kaplí sv. Antonína Paduánského z roku 1668, která se nachází na Antonínském kopci (Blatnická hora) mezi obcemi Blatnice pod Svatým Antonínkem a Ostrožská Lhota. S tímto místem je také spojen vznik (v roce 2013) zcela nové poutní stezky Ostrožská Lhota – kaple Sv. Antonína Paduánského. V regionu také lze navštívit i židovské hřbitovy (Veselí n./M, Uherský Ostroh a Velká n./V.) či významné kostely (např. kostel sv. Petra a Pavla v Kunovicích). Určitou zajímavostí by mohl být také pro návštěvníky z východu i Pravoslavný monastýr sv. mučedníka biskupa Gorazda, který se nachází v obci Hrubá Vrbka.

*Nejvýznamnějším duchovním centrem regionu východní Moravy je však obec Velehrad. Obec sice již není součástí MAS, avšak je situována v těsné blízkosti a svým významem láká i turisty z podstatně vzdálenějších lokalit. K vidění je zde barokní bazilika Nanebevzetí Panny Marie a sv. Cyrila a Metoděje, která je součástí zdejšího kláštera a je považována za vůbec nejvýznamnější poutní kostel u nás. Ve Velehradě je také možnost navštívit zdejší lapidárium, tj. místo, kde jsou vystaveny kamenné plastiky (předměty) či kamenné části staveb (sochy, pomníky, pilíře atd.).*

Z hlediska historické průchodnosti území a jeho možnému současnému využití pro rozvoj cestovního ruchu je velmi důležité zmínit existenci tzv. Jantarové stezky. Jantarová stezka spojovala od dávných dob na jantar bohatý sever Evropy s Itálií, Řeckem a Egyptem. Po tajemných cestách a pod ochranou nedobytných tvrzí a hradů putoval tento vzácný poklad napříč Evropou a svojí nesmazatelnou stopu zanechal i na území Slezska, Moravy a západního Slovenska. Za účelem využití tohoto historického odkazu byl i vytvořen společný

moravsko-slovenský turistický produkt „Jantarová stezka“. Více o něm v kapitole marketing území.

**Pro pěší turistiku je území MAS dobře vybaveno**, neboť se zde nachází celá řada turistických tras. Mezi turistickými trasami vždy dominují tzv. hřebenové trasy, které jsou v tomto případě součástí hřebenu Bílých Karpat a jsou značeny červenou barvou, která je Klubem českých turistů používána pro dálkové trasy (magistrály). Na území MAS zasahují dvě takovéto trasy:

- První trasa se nazývá Cesta M. Kudeřikové (vede ze Strážnice do Vrbovce), která přesahuje na slovenskou část území, kde se již nazývá Záhorácká magistrála.
- Druhá trasa se nazývá Cesta hrdinů SNP (stejně označení nese na české i slovenské straně hranice) a vede částečně po státní hranici a přes nejvyšší vrchol Bílých Karpat Velkou Javořinu (970 m n. m.).

Vedle turistických tras se v regionu nachází i různé tematické trasy nazývané jako **naučné stezky**. Například Šumárnická naučná stezka provede turisty od Strážnice až do Velké n./V., a to přes obce Kuželov a Malou, resp. Hrubou Vrbku. Turisté při této trase mohou navštívit Hornáckou farmu či Kuželovský mlýn. Na Šumárnickou stezku navazuje ve Velké n./V. Javořinská naučná stezka, která vede přes Javorník, Filipovské údolí či Novou Lhotu. Tato naučná stezka zavede turisty až na nejvyšší vrchol Bílých Karpat – Velkou Javořinu. Na Javořinské stezce lze najít nejen pozoruhodné Suchovské mlýny, ale hlavně NPR Javořina, která má za úkol chránit zdejší zachovalý bukový prales. Další naučná stezka nese označení U Svodnice, neboť vede kolem potoka Svodnice u města Veselí n./M. Včelařská naučná stezka zase vede z Ostrožské Nové Vsi až do Uherského Ostrohu a prostřednictvím 12-ti stanovišť podává turistům informace o včelách a včelařství.

- **Poutní stezka z Ostrožské Lhoty ke sv. Antonínku** - tato poutní stezka je dlouhá 4 km a začíná u víceúčelové nádrže Veselské Padělky, dále vede přes návrší Hájek k údolí zvanému Krasotice, kde je studánka. Místní obyvatelé oblast znají pod názvem „Fialkové údolí“ nebo „Cvrčková lúka“ a vede až ke kapli sv. Antonína Paduánského.
- **Naučná stezka „Turisticky zajímavé cíle v okolí města Veselí nad Moravou“**, určená jak pro pěší, tak pro cyklisty, vede po nejzajímavějších místech v okolí města a na 19 informačních tabulích připomíná historické, kulturní i přírodní zajímavosti spojené s celým regionem. Celková délka turistické trasy pro pěší s názvem „**Po zapomenutých stezkách**“ je dlouhá bezmála 10 km. Vede od veselského zámku kolem Bařova kanálu, přes veselské louky k „hatěcké cestě“ a k hranici s katastrem Moravského Písku. Dále pak podél odlehčovacího kanálu k „zarazickému výkazu“ a mostu a podél řeky Moravy se stezka vrací do Veselí a končí opět v zámeckém parku.
- **Naučná stezka Hrnčířské louky** v blízkosti města Veselí nad Moravou. Trasa této naučné stezky je dlouhá necelý 1 km a je na ní 5 zastávek. Lokalita Hrnčířské louky se nachází na jihozápadním okraji města Veselí nad Moravou uvnitř odstaveného slepého ramene řeky Moravy, vzniklého při regulaci a napřimění jejího toku. Donedávna zanedbaná lokalita, sloužící mimo jiné jako černá skládka, byla v letech 2006–2007 zrevitalizována Povodím Moravy v soustavu vodních ploch a mokřadů.
- **Trasa určená hlavně pro cyklisty s názvem „K Radošovu s rozhlednou“ je dlouhá téměř 20 km**. Začátek tohoto okruhu je stejný, tedy u veselského zámku, ale směr opačný, tedy zámeckým parkem do Zarazic na místo zvané „Kostelíky“. Odtud kolem

známých staveb lidové architektury – zvonice, kaple a zarazického „krajního domu“ se stezka vydává směrem k vinohradům a ke kozojídkému rybníku. Pak směřuje k nejvyššímu místu v okolí na vrch Radošov 242 m.n.m.), kde je nově vystavěna rozhledna ve tvaru číše na víno s panoramatickým výhledem do okolí.

Nejvýznamnější místní potenciál se zde ale generuje pro rozvoj cykloturistiky, pro kterou zde panují ideální podmínky. Kromě krajiny s mírně zvlněným terénem, kde nedochází k prudkému stoupání, je zde také mnoho kvalitních cyklotras.

Přes území regionu prochází dvě dálkové cyklotrasy druhé třídy. Cyklotrasa s číslem 46 (označovaná jako Beskydsko-karpatská magistrála a její část také jako Strážnická vinařská stezka) spojuje Vizovice s Českým Těšínem, protíná obce Malá Vrbka, Hrubá Vrbka a Velkou n. /V. Druhá cyklotrasa č. 47 (označovaná jako Moravská dálková stezka) spojuje



Hodonín s Olomoucí přes obce Veselí n./M., Uherský Ostroh, Ostrožská Nová Ves a Kunovice. Právě **cyklotrasa č. 47 patří i mezi evropskou síť cyklotras EuroVelo, a to konkrétně EV4.** Na tyto úseky navazují a cyklistickou síť doplňují cyklotrasy čtvrté třídy (č. 5046 – Javorník a Nová Lhota, č. 5047 – Hrubá Vrbka a Kuželov, 5048 – Uherský Ostroh, Ostrožská Lhota a Hluk).

Území MAS je také začleněno do systému Moravských vinařských stezek, přičemž na území jsou vyznačeny dvě z nich (Strážnická – modrá a Uherskohradištská – fialová).

V letní sezóně je také možné využít poněkud netradiční formu rekreační turistiky, a to **hipoturistiky**. Jedná se o jezdeckou turistiku na koních. Taková možnost je nabízena v obci Veselí n./M., kde se při Baťově kanále (a zároveň při cyklostezce č. 47) nachází tzv. Ranch Mississippi River. Zde se kromě projížďky na ponících konají také hudební vystoupení zaměřená na country či folk. Další taková nabídka je poskytována například i v obci Hrubá Vrbka. Tato obec leží jihozápadně od obce Velká nad Veličkou a nachází se zde tzv. Hornácká farma. Tato ekofarma působí v oblasti agroturistiky a kromě jízdy na koni či oslíkovi si zde mohou návštěvníci zakoupit také biopotraviny ze zdejšího ekologického zemědělství nebo se ubytovat. Jako doprovodná turistická služba je zde nabízena i možnost absolvovat projížďku v terénním autě po zdejších bělokarpatkých pastvinách, označovanou jako „hornácké safari“.

**Pěší turistiku či cykloturistiku je také možné vyměnit za plavbu na lodi.** Takovou variantu rekreační turistiky nabízí zdejší Baťův kanál, tj. uměle vybudovaný plavební koridor při řece Moravě. V současné době je Baťův kanál považován za mezinárodní vodní cestu, a to díky nedávnému otevření přístavu ve slovenské Skalici. Délka kanálu činí cca 52 km a spojuje tak Otrokovice s městem Skalica na Slovensku. Vodní koridor prochází, na území MAS, obcemi Uherský Ostroh, kde je k dispozici jeden přístav, a také Veselím n./M., kde jsou vybudovány přístavy tři. Pouze jeden z přístavů ve Veselí n./M. je však umístěn přímo na řece Moravě. Tím je přístav u Ranče Mississippi River, nacházející se na severním okraji obce. Zbylé dva přístavy, které jsou umístěny u hvězdárny (planetária) a při informačním a rezervačním centru Baťova kanálu, se nacházejí na uměle vybudovaném koridoru. Plavební

kanál je tedy přes Veselí n./M. veden tímto uměle vybudovaným koridorem a zpátky na řeku Moravu se napojuje až ve Vnorovech.

**Bařův kanál představuje značný potenciál rozvoje.** V současnosti se plánuje jeho další rozšiřování a s tím spojené otevírání nových přístavišť. Intenzita lodní dopravy na této historické vodní cestě se velmi rychle rozvíjí a využívána je v současné době výhradně k rekreačním účelům. To dokazují i statistiky návštěvnosti, které uvádějí, že se v roce 2012 na Bařův kanál vydalo přibližně 80 tis. návštěvníků. Spolu s nárůstem počtu návštěvníků samotného Bařova kanálu roste také počet cykloturistů. Ti mohou využít cca 80 km cyklotras, které lemují tento vodní koridor.

U obce Ostrožská Nová Ves si mohou návštěvníci vyzkoušet také golf. Kolem zdejších atraktivních štěrkopískových jezer se totiž nachází moderní 9jamkové golfové hřiště JEZERA, včetně komplexního zázemí a s potenciálem dalšího rozvoje. Méně nároční turisté ocení i alternativu v podobě minigolfu v Boršicích u Blatnice.

Příznivci adrenalinových sportů si přijdou na své při tandemovém seskoku v Kunovicích. Další možností této zážitkové turistiky se může stát i let horkovzdušným balonem, vyhlídkové lety (oboje v Kunovicích), návštěva lezecké stěny nebo Sportovně rekreačního centra Bařův kanál, jehož součástí je i lanové centrum (Veselí n./M.). Lze také navštívit veřejnou střelnici v Uherském Ostrohu. Ta je určena pro sportovní či výcvikové účely a využít se dá jak v létě, tak i přes zimu, neboť disponuje vnitřními i venkovními prostory.

Region také skýtá velké množství i další sportovní infrastruktury: tenisové kurty (celkem 7), sportovní haly (celkem 6) či fotbalová (celkem 5), resp. volejbalová hřiště (1 + 3 na plážový volejbal). Tato zařízení jsou využívána jak místními obyvateli, tak i návštěvníky regionu.

#### *Zimní sportovně-rekreační infrastruktura*

V návštěvnicky slabší zimní sezóně se nejčastěji turisté mohou věnovat běžkařskému či sjezdovému lyžování. **Na území MAS Horňácko a Ostrožsko se nacházejí dvě střediska pro sjezdové lyžování.** Obě tato zařízení jsou lokalizována v oblasti Bílých Karpat:

1. První z nich, Ski areál Filipov, se nachází u obce Javorníky. Areál nabízí lyžování na dvou sjezdovkách (celková délka cca 930 m), které jsou určeny jak pro začátečníky, tak i pro pokročilé lyžaře s možností využití tří vleků. Mezi další vybavení patří zasněžovací systém, půjčovna lyží a snowboardů a díky osvětlení se zde provozuje také večerní lyžování. Přilehlá rekreační oblast Filipovské údolí nabízí také běžkařské trasy.
2. Druhý Ski areál se nachází nad obcí Nová Lhota a návštěvníci zde mohou využít jednu sjezdovku, jejíž délka činí 550 m. Ostatní vybavení střediska je podobné s tím, co nabízí i Ski areál Filipov.

V těsném sousedství území MAS se nachází také lyžařské středisko Velká Javorina či Stará Myjava. První uvedené středisko nabízí lyžování na třech sjezdovkách s možností využití téhož počtu vleků. Ski areál Velká Javorina, nacházející se na stejnojmenném vrcholu Bílých Karpat, je vhodný pro pokročilejší i méně pokročilé lyžaře. Stejný počet sjezdovek i vleků nabízí také druhý zmíněný ski areál, a to Ski Land Stará Myjava. Mezi doprovodné služby

tohoto lyžařského zařízení patří možnost ubytování, občerstvení a také komplexní ski servis. Kromě klasického lyžování si zde mohou návštěvníci vyzkoušet i běžkařské trasy.

**Žádná střediska sjezdového lyžování (ani na české ani na slovenské straně) mezi sebou nespolupracují např. formou společného ski pasu.**

Pro odpočinek a relaxaci mohou návštěvníkům regionu sloužit **sirnaté lázně v Ostrožské Nové Vsi**, jenž nabízí služby celoročně. Tyto lázně se stoletou tradicí nabízejí kromě rehabilitace také lázeňskou léčbu, a to především při problémech v rámci pohybového aparátu či kožních onemocnění. Kromě lázní mohou turisté v regionu využít také moderní wellness centrum, které je součástí hotelu Filipov v obci Javorník. Kromě masáží a jiných relaxačních procedur jsou zde k dispozici různé typy krytých bazénů (vířivý, protiproud) či parní, resp. finská sauna.

### Infrastruktura pro služby a kulturu

Návštěvníci regionu mohou navštívit některé z muzeí, která se zde nacházejí. Zcela netradiční je například Letecké muzeum v Kunovicích. V Kunovicích je dále také muzeum zaměřené na místní typické řemeslo handrláků (sběratelů starých hadrů). Další muzea se nacházejí ve Veselí n./M., v Hluku, Ostrožské Lhotě, Blatničce a Blatnici pod sv. Antonínkem. Ve Veselí n./M. se mohou turisté kromě výše zmíněného muzea zastavit také v místní Galerii Joži Uprky, což byl významný malíř místního folklóru, pocházející z nedaleké obce Kněždub. K vidění zde však není pouze sbírka uměleckých děl tohoto autora, ale i jiných výtvarníků z oblasti Slovácka. Na daném území se nevyskytuje žádné divadlo. V sedmi obcích se nacházejí prvky tradiční architektury – lidové domy.

MAS Hornácko a Ostrožsko však nabízí mnohem více forem kulturního vyžití. Ve Veselí n./M. lze navštívit park místního renesančního zámku, dále pak vodní elektrárnu nebo hvězdárnu. Pestrou nabídku kulturního vyžití nabízejí i ostatní obce MAS. Za vidění stojí například Kuželovský mlýn z roku 1842 poblíž obce Kuželov. V obci Hluk se nachází zachovalá tvrz, v Kunovicích je možné navštívit pro změnu pozoruhodný kostel svatého Petra a Pavla. Nedaleko za hranicemi MAS Hornácko a Ostrožsko se ve městě Hodonín také nachází zoologická zahrada, což je typ turistického cíle, který bývá návštěvníky velmi navštěvován (cca 150 tis. návštěvníků ročně).

**Tab. 2: Zastoupení vybraných kulturních zařízení a památek v jednotlivých obcích MAS Hornácka a Ostrožska v roce 2014**

Název obce	Muzeum	Galerie	Zámek	Ostatní
<b>Blatnice pod Svatým Antonínkem</b>	X (šicí stroje a knoflíky)			
<b>Blatnička</b>	X (lidové kroje)			
<b>Boršice u Blatnice</b>				Památkový domek
<b>Hluk</b>	X (archeologie a historie města)			Vodní tvrz, památkové domky Rajčovna
<b>Hrubá Vrbka</b>				Hornácká farma
<b>Javorník</b>				

Název obce	Muzeum	Galerie	Zámek	Ostatní
<b>Kunovice</b>	X (letecké)			Panský dvůr, slovácký sklep, památkový domek
<b>Kuželov</b>	X (historické)			Kuželovský mlýn
<b>Lipov</b>				
<b>Louka</b>				Sýpky
<b>Malá Vrbka</b>				
<b>Nová Lhota</b>				
<b>Ostrožská Lhota</b>	X (archeologie a historie města)			Památkový domek
<b>Ostrožská Nová Ves</b>				Sírnaté lázně, památkový domek
<b>Suchov</b>				Suchovské mlýny
<b>Uherský Ostroh</b>		X (zámecká galerie)	X	Židovský hřbitov
<b>Velká nad Veličkou</b>				
<b>Veselí nad Moravou</b>	X (městské)	X (Joži Uprky, Městská galerie-Panský dvůr)	X (není přístupný veřejnosti, pouze zám. park)	Vodní elektrárna, hvězdárna, Ranch Mississippi River, Panský dvůr

Pramen: katalog „Putování po Ostrožsku a Hornácku“, webové stránky jednotlivých obcí, portál [www.mapy.cz](http://www.mapy.cz).

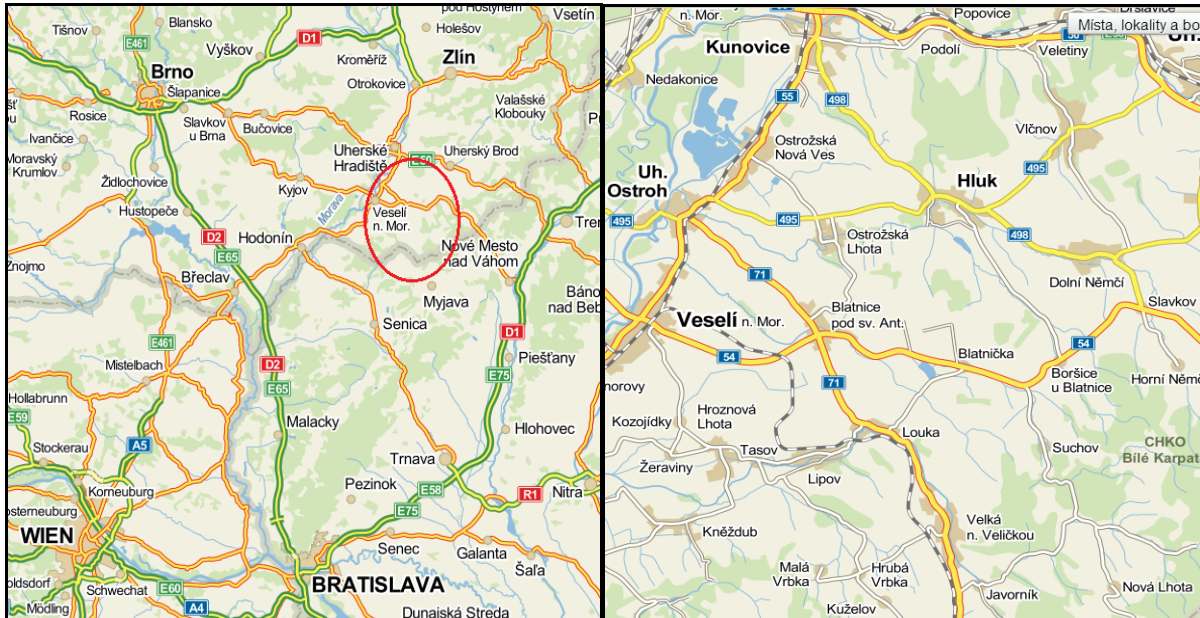
Pro potřeby firemních akcí či společenských událostí jsou v regionu k dispozici i **kongresová místa**, která jsou ale spíše lokálního charakteru. Mezi obce na území MAS, kde lze kongresová místa najít, patří Kunovice a Hluk. V Kunovicích se jedná o Podnikatelský inkubátor v areálu Panského dvora, který nabízí kromě pronájmu kancelářských prostor také přednáškový sál a prezentační prostory. Druhé zařízení tohoto typu se nachází v obci Hluk a jedná se o zdejší Společenské centrum v areálu sportovně-kulturního komplexu Sport Hluk. Pro potřeby nejruznějších seminářů, školení či jiných společenských událostí, je zde k dispozici přednáškový sál s kapacitou 120 míst nebo menší zasedací místnost s kapacitou pro 20 osob. Prostory pro pořádání akcí také často disponují různá hotelová zařízení (např. hotel Háj v obci Nová Lhota disponuje dvěma sály o celkové kapacitě cca 100 míst nebo v hotelu Filipov v obci Javorník).

Kromě uvedených zařízení je však možné využít i celou řadu dalších kongresových míst, které se nacházejí v těsném sousedství MAS. Větší počty těchto zařízení jsou lokalizovány ve městech nebo významných turistických střediscích například v Uherském Hradišti, Mikulově, Otrokovicích nebo také třeba na Velehradě.

### 2.1.3 Analýza dopravních možností

Na vybraném území nevedou žádné dálniční průtahy a jako hlavní tahy slouží **silnice I. tříd** (viz obr. 2). Z hlediska dopravní polohy dominují celé oblasti tři silnice I. třídy. Jedná se o komunikaci I/54, která protíná území od západu na východ. V širším měřítku je spojnicí mezi Slavkovem u Brna a slovenským městem Nové Mesto nad Váhom. V rámci regionu prochází přes Veselí nad Moravou, Blatnici pod sv. Antonínkem až po Boršice u Blatnice. U obce Blatnice pod sv. Antonínkem se tato komunikace kříží s další silnicí I. třídy, a to konkrétně

s I/71. Tento dopravní tah spojuje obce Uherský Ostroh a Velká nad Veličkou a poté pokračuje na hraniční přechod Vrbovce. Poslední silnice I. třídy procházející regionem nese označení I/55 a vede z Kunovic přes Ostrožskou Novou Ves a Uherský Ostroh (kde se kříží s I/71) a následně do města Veselí nad Moravou (kde se kříží s I/54). Tyto tři dopravní tahy tvoří páteří silniční sítě a jejich význam by se dal označit za nadregionální.



**Obr. 2: Poloha regionu Hornácko a Ostrožsko v dopravní síti – znázornění lokality v menším měřítku (vlevo) a detailní pohled na region (vpravo)**

Pramen: [www.mapy.cz](http://www.mapy.cz)

Komunikace I/55, u které se v dlouhodobém horizontu počítá s rozšířením až na úroveň rychlostní komunikace, z Kunovic směrem na Uherské Hradiště je velmi silně dopravně zatížená, intenzita dopravy zde přesahuje 15 000 aut během jednoho dne. Dalšími výrazně vytiženými úseky jsou část komunikace I/50 (opět v blízkosti Kunovic při křížení s I/55) a I/54 (jedná se o část této komunikace vedoucí z Veselí nad Moravou směrem na Blatnici pod sv. Antonínkem), kde intenzita dopravy přesahuje hranici 10 000 vozidel za den. V jižní části území jsou silniční tahy méně frekventované a silniční doprava zde již není tak hustá.

V případě **železniční dopravy** je území regionu Hornácko a Ostrožsko obsluhováno prostřednictvím dvou (tří) tratí. První z nich je trať číslo 340, která začíná v Brně a pokračuje až za hranice na Slovensko. Na území regionu prochází Veselím nad Moravou (tento úsek je vícekolejný) a odtud pokračuje přes Uherský Ostroh, Ostrožskou Novou Ves až do Kunovic (tento úsek je již jen jednokolejný). Druhá trať s číslem 343 spojuje Veselí nad Moravou s Vrbovcem, resp. se slovenským městem Nové Mesto nad Váhom. Trať prochází také obcí Velká nad Veličkou a je v celém úseku pouze jednokolejná. Velmi okrajově do regionu zasahuje také železniční trať s číslem 341, která prochází Kunovicemi a vede do nedalekého Uherského Brodu a dále. Především trať č. 343 má spíše lokální význam, a to se patrně odráží i na špatném technickém stavu a zastarání vlakových souprav.

Nejbližší **mezinárodní letiště**, přes které se mohou návštěvníci nebo i jeho obyvatelé pravidelnými linkami do regionu dostat, se nachází na české straně v Brně-Tuřanech (cca 70 km). V případě širšího rozpětí je možné zmínit i letiště v Bratislavě (cca 120 km) nebo v rakouské Vídni (cca 140 km). Přímou v Kunovicích se nachází neveřejné mezinárodní letiště.

Celý region je protkán poměrně hustou sítí **cyklostezek a cyklotras**. Ty jsou většinou se zpevněným povrchem a jsou tak vhodné nejen pro cyklisty, ale i pro bruslaře na in-line



bruslích. Významná cyklostezka vede podél Bařova kanálu. Tento uměle vybudovaný kanál spojuje město Otrokovice s obcí Rohatec. Prochází rovněž přes Ostrožskou Novou Ves, Uherský Ostroh a Veselí nad Moravou. V délce přibližně 50 km je tedy možné využít i vodní dopravu. Samotná cyklostezka, která vede podél Bařova kanálu, je dlouhá přibližně 80 km a v okolí na ni navazují i další trasy. Mimořádný důraz je zde kladen na bezpečnost celé trasy. Nebezpečné křižovatky se silnicemi či železnicemi jsou vyřešeny za použití mimoúrovňového křižení. Další cyklotrasy se plánují a měly by tak navázat na již vzniklé, jak v sousedních regionech u nás, tak i na Slovensku. Tím by se měla dále posílit přeshraniční spolupráce. Ukázkou započaté snahy obcí v této problematice je možné pozorovat u realizace projektu cyklostezky mezi obcemi Louka a Velká nad Veličkou. Zde je situace o to nezbytnější, že mezi obcemi vede poměrně frekventovaný úsek hlavní silnice I/71, která může být pro cyklisty a pěší velmi nebezpečná.

#### 2.1.4 Analýza marketingových aktivit

Za účelem propagace cestovního ruchu byly v České republice vytvořeny turistické regiony a oblasti. Území MAS Hornácko a Ostrožsko spadá dokonce do dvou turistických regionů – Jižní Morava a Východní Morava. Oba jsou téměř totožné s administrativním územím Jihomoravského a Zlínského kraje, což není z hlediska marketingu příliš vhodná situace.

Celé území navíc spadá do turistické oblasti Slovácko. V rámci této oblasti by se měla propagace jednotlivých aktérů vzájemně koordinovat a aktéři spolupracovat. Mezi významné subjekty, které na úrovni této turistické oblasti v marketingu působí, lze jednoznačně zařadit obě krajské centrály cestovního ruchu, samotné kraje, Region Slovácko, z. s. p. o., dílčí mikroregiony a místní akční skupiny nebo jednotlivá TIC.

I na území MAS se také vyskytuje několik významných institucí, které aktivně realizují marketingové aktivity. Ty bývají nejčastěji spojeny s nejdůležitějšími atraktivitami regionu – Bílé Karpaty, Bařův kanál, kulturní památky a akce, folklór, víno apod. Mezi nejvýznamnější subjekty přímo v území MAS lze tedy jistě zařadit oba mikroregiony (Hornácko, Ostrožsko - Veselsko), MAS, TIC, Bařův kanál o.p.s., jednotlivé obce či 6 místních TIC.

**Území MAS je tvořeno dvěma mikroregiony, které se ale významně liší v jejich přístupu k rozvoji cestovního ruchu, přičemž mikroregion Ostrožsko - Veselsko je významně aktivnější a tvořící mnohé rozvojové projekty za účelem rozvoje cestovního ruchu než mikroregion Hornácko.**

##### *Ostrožsko - Veselsko*

Mikroregion je v oblasti rozvoje cestovního ruchu velmi aktivní, což se projevuje mnoha činnostmi a projekty, které realizují. Přehled všeho je uveden na jejich novém moderním portálu [www.ostrozske.cz](http://www.ostrozske.cz), který je primárně zaměřen na podporu rozvoje cestovního ruchu





v regionu a jeho obcích. V rámci webu je možno nalézt mnoho různých průvodců regionem včetně aktuálních pozvánek na různé akce (často i včetně Hornácka), různé typy na turistické aktivity či možnosti ubytování a využití dalších služeb, a to v létě i v zimě.

### *Hornácko*

V současné době nemá mikroregion Hornácko vypracovanou žádnou marketingovou koncepci. Obce a podnikatelské subjekty neprojednávají společnou prezentaci regionu a nepodnikají žádné kroky ve společné propagaci mikroregionu. Mikroregion Hornácko nemá žádný vlastní oficiální portál. Existuje pouze internetový portál [www.hornacko.net](http://www.hornacko.net). Jde o neoficiální portál mikroregionu, který provozuje občanské sdružení Futra založené v roce 2010. Občanské sdružení Futra se snaží o oživení společenského a kulturního života v regionu a ochranu regionálních tradic.

**Poměrně velkou bariérou z pohledu rozvoje cestovního ruchu na území celé MAS je právě ta skutečnost, že existují dvě různé webové prezentace, které si spíše tak konkurují, než aby vytvářely společnou značku.** Pro takovýto záběr marketingových aktivit by i časem bylo vhodné vytvořit společnou marketingovou strategii, o jejíž nástroje realizace by se měl starat jeden určený koordinátor.

Dalším zdrojem informací a propagace území MAS jsou internetové portály [www.vychodni-morava.cz](http://www.vychodni-morava.cz), [www.jizni-morava.cz](http://www.jizni-morava.cz). Portály jsou provozovány příslušnými krajskými centrály. Krajské portály se dělí vždy na příslušné turistické oblasti, kde vždy figuruje i oblast Slovácko, ve které území MAS leží. Po otevření odkazu na oblast Slovácka zde najdeme informace jako na portálu [www.slovacko.cz](http://www.slovacko.cz). Na obou portálech se pak region Slovácko dělí dále na jednotlivé turistické zóny (Hornácko, Ostrožsko - Veselsko).

Samotná místní akční skupina také vytváří mnoho dalších aktivit, které souvisí s marketingem, resp. s propagací území. Jedná se o každoroční pravidelné účasti na různých veletrzích (např. největší veletrh cestovního ruchu v ČR – RegionTour Brno), vydávání velmi zajímavého časopisu „Krajem Svatého Antonínka“, který je z pohledu cestovního ruchu zejména důležitý pro místní obyvatelstvo a mnoho dalšího.

### *Poskytování informací o území*

Pro informovanost turistů je zde k dispozici celkem 6 turistických informačních center (TIC). Jejich přehledný rozpis je umístěn v přílohách. Nejvyšší informovanost poskytne návštěvníkům obec Veselí n./M., a to prostřednictvím tří TIC. Dalšími obcemi na území MAS Hornácko a Ostrožsko, které zřizují TIC, jsou obce Hluk, Kunovice a Uherský Ostroh. Všechny tyto informační stánky nabízejí informace o dané obci, resp. regionu, zároveň poskytují rady a tipy ohledně ubytování, stravování a turisticky zajímavých míst. V některých TIC je možné připojit se zadarmo na internet a za poplatek si zde mohou návštěvníci také vytisknout či naskenovat potřebné dokumenty. Cyklisty také velmi podporuje TIC Veselska, které zde nabízí tzv. cyklopoint (úschova kol a zavazadel). Rovněž zde byl zřízen i tzv. Family point, který je zaměřen na podporu rodin s malými dětmi. Pouze ale dvě TIC (Turistické centrum Veselska a Informační centrum Uherský Ostroh) v regionu jsou zařazeny do Jednotné klasifikace turistických informačních center České republiky, což je jistě záležitost, která by se měla směřem ke zvyšování kvality poskytovaných služeb do budoucna změnit.

## 2.2 ANALÝZA POPTÁVKY

Poptávka v cestovním ruchu je v České republice dlouhodobě statisticky sledována v rámci Satelitního účtu cestovního ruchu (TSA), jehož sestavení je podmíněno informacemi z výběrových šetření v českých domácnostech (Výběrové šetření domácího a výjezdového cestovního ruchu rezidentů ČR), informacemi z hraničních přechodů do České republiky (Šetření příjezdového cestovního ruchu organizované společností STEM/MARK) a prostřednictvím statistických šetření návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních. Z uvedených zdrojů lze dokumentovat střednědobý vývoj poptávky cestovního ruchu pouze na úrovni státu, a tedy nikoliv na nižších úrovních, tzn. i za Jihomoravský kraj, proto zde nejsou za tento typ uváděny žádné další statistické údaje. Obecně ale lze ze státních dat z TSA konstatovat tyto skutečnosti (dle Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014–2020):

- Objem domácí poptávky v posledních sedmi letech stagnuje, ovšem s určitými výkyvy (např. vlivy počasí, ekonomické stagnace, aj.).
- Zahraniční poptávka je oproti domácí asi čtvrtinová, má však daleko větší význam:
  - Zahraniční návštěvníci utrací v ČR asi o ¼ více prostředků nežli domácí návštěvníci.
  - Zahraniční turisté se na celkové vnitřní spotřebě cestovního ruchu podílejí 36,6 %.
  - Dle financí jsou ekvivalentem jednoho zahraničního příjezdu čtyři domácí příjezdy.
- Vývoj domácí poptávky lze charakterizovat spíše jako stagnaci, nicméně daleko odolnější vůči exogenním šokům.
- Opakem je zahraniční poptávka, má potenciál silného růstu (otázka hranice saturace), nicméně s vysokou mírou kolísavosti.
- Výkony spojené s jednodenní návštěvností také nejsou zanedbatelné. Tvoří 20 % výkonů příjezdového cestovního ruchu a cca 28 % výkonu domácího cestovního ruchu.

Detailní analýzy návštěvnosti jsou sledovány zejména za jednotlivé kraje České republiky, což je sice na jedné straně nevhodné pro sledování návštěvnosti na území MAS Hornácko a Ostrožsko, ale na druhé straně jediné možné (pokud se nedělá individuální terénní šetření). Analýzy za jednotlivé obce významně narážejí na problém individuálních dat. I z toho důvodu budou zde statistiky návštěvnosti uváděny za jednotlivé kraje.

Dlouhodobý vývoj návštěvnosti Jihomoravského a Zlínského kraje lze statisticky sledovat jednak v absolutních srovnáních počtu zahraničních a domácích turistů a počtu jejich přenocování, podrobněji pak v jejich geografické struktuře a konečně v regionálním rozložení návštěvnosti v ČR.

Počet zahraničních turistů odráží jednak stabilní oblíbenost destinace České republiky a jednak celkovou ekonomickou situaci v Evropě i ve světě. Celkový počet turistů v Jihomoravském i Zlínském kraji v posledních 10–15 letech zůstával stabilizovaný bez větších výkyvů vyjma prvních let po příchodu ekonomické recese. Ekonomická krize se v obou krajích promítla zejména v letech 2009 a 2010, a to především poklesem cestování, ať již zahraničních či domácích turistů. Od roku 2011 lze zaznamenat přiblížení se předkrizovým číslem, ale pouze v počtech návštěvníků a již ne adekvátním růstem jejich přenocování (projevil se nový trend kratších a tím i levnějších rekreací).

Domácí cestovní ruch pokračuje ve stagnaci, i když poslední dva roky sledujeme náznak oživení. Hlavně čísla o domácím cestovním ruchu však musíme brát s rezervou. Právě tento

segment má tendenci vykazovat nižší výkony, než je tomu v realitě. Důvodem je vysoký podíl šedé ekonomiky a kvalita vykazování výkonů ubytovacích zařízení.

Významným ukazatelem, který naznačuje výši ekonomických přínosů cestovního ruchu do území, představuje ukazatel průměrné délky pobytu (počtu přenocování) návštěvníků. V této kategorii patří Jihomoravskému kraji dlouhodobě poslední místo mezi ostatními kraji v ČR (2 noci)! Zlínský kraj je v tomto ohledu na tom výrazně lépe (3,2 noci). Tento ukazatel je ovlivňován potenciálem daného kraje (v JMK chybí obvyklé delší zimní a lázeňské pobyty) a také dlouhodobým trendem, kdy se v případě domácích tak i zahraničních návštěvníků obecně zkracuje délka pobytu.

Stav regionálního rozložení domácí návštěvnosti v roce 2012 v krajích ČR dokumentuje následující tabulka. Dlouhodobě nejnavštěvovanějšími kraji dle preferencí domácích turistů jsou **Jihomoravský**, Jihočeský kraj a Královéhradecký kraj, nejnižší návštěvnost pak vykazují kraje Ústecký, Plzeňský, Pardubický kraj.

**Tab. 3: Regionální distribuce návštěvnosti v HUZ v krajích ČR (k 31. 12. 2012)**

	Počet hostů		Počet přenocování		Průměrný počet přenocování
	celkem	z toho zahraniční	celkem	z toho zahraniční	
ČR celkem	13 646 913	7 164 576	39 567 512	20 521 815	2,9
Hlavní město Praha	5 394 283	4 680 746	13 601 964	12 282 810	2,5
Středočeský kraj	717 367	179 757	1 787 812	429 024	2,5
Jihočeský kraj	1 006 299	316 968	2 891 982	679 755	2,9
Plzeňský kraj	539 432	190 792	1 373 295	401 522	2,5
Karlovarský kraj	770 180	499 037	4 658 504	3 405 987	6,0
Ústecký kraj	359 571	129 971	1 015 631	356 036	2,8
Liberecký kraj	674 958	157 360	2 299 697	563 943	3,4
Královéhradecký kraj	887 470	212 922	3 137 732	748 160	3,5
Pardubický kraj	330 959	48 125	936 428	121 006	2,8
Vysočina	370 515	54 680	983 675	140 263	2,7
<b>Jihomoravský kraj</b>	<b>1 099 351</b>	<b>401 049</b>	<b>2 150 333</b>	<b>694 328</b>	<b>2,0</b>
<b>Okres Hodonín</b>	<b>100 389</b> <b>(9,1 %)</b>	<b>36 471</b> <b>(9,1 %)</b>	<b>262 682</b> <b>(12,2 %)</b>	<b>56 924</b> <b>(8,2 %)</b>	<b>2,6</b>
Olomoucký kraj	405 334	91 723	1 403 751	186 945	3,5
<b>Zlínský kraj</b>	<b>483 929</b>	<b>69 587</b>	<b>1 532 347</b>	<b>188 019</b>	<b>3,2</b>
<b>Okres Uherské Hradiště</b>	<b>47 558</b> <b>(9,8 %)</b>	<b>9 944</b> <b>(14,3 %)</b>	<b>137 482</b> <b>(9,0 %)</b>	<b>22 368</b> <b>(11,9 %)</b>	<b>2,9</b>
Moravskoslezský kraj	607 265	131 859	1 794 361	324 017	3,0

Pramen: Veřejná databáze ČSÚ, vlastní úprava GaREP, 2014

Návštěvnost jednotlivých obcí v MAS Hornácko a Ostrožsko je velmi problematické zjišťovat, neboť obecně statistiky návštěvnosti za úroveň obcí naráží na velký výskyt individuálních dat (i. d.), a to právě u menších či méně navštěvovaných obcí. Z tohoto důvodu nelze vytvořit objektivní analýzu návštěvnosti jednotlivých obcí v území, neboť dostupná statistická data jsou pouze za tři obce (Blatnice pod Sv. Antonínkem, Veselí nad Moravou a Ostrožská Nová Ves), u kterých ani není navíc možné časové srovnání vývoje návštěvnosti, neboť je zde opět problém s individuálními daty (viz tabulka níže).

**Tab. 4: Návštěvnost obcí MAS z dostupných statistik v letech 2002 a 2012**

Obec	2002		2012	
	Počet hostů (hosté z ČR)	Počet přenocování (hosté z ČR)	Počet hostů (hosté z ČR)	Počet přenocování (hosté z ČR)
<b>Blatnice pod Sv. Antonínkem</b>	i. d.	i. d.	528 (520)	740 (732)
<b>Veselí nad Moravou</b>	6 079 (5 344)	9 736 (8 059)	i. d.	i. d.
<b>Ostrožská Nová Ves</b>	5 007 (4 374)	18 814 (17 590)	5 011 (4 594)	37 528 (35 578)

Pramen: Veřejná databáze ČSÚ, vlastní úprava GaREP, 2014

Pro posledních 20 let je charakteristická změna v preferencích účastníků cestovního ruchu. V zásadě jde o **přesun k vyšší kvalitě služeb**, kterou můžeme ilustrovat na změnách v návštěvnosti jednotlivých typů ubytování. Z následující tabulky je patrný jednoznačný posun poptávky k ubytovacím zařízením s vyšším standardem služeb. K výraznějšímu růstu počtu přenocování docházelo v Jihomoravském i Zlínském kraji zejména u ubytovacích zařízení hotelového typu. Za tímto trendem nestojí zejména zahraniční poptávka (jako tomu bylo v minulosti), ale poněkud překvapivě i domácí návštěvníci. Je to na jedné straně částečně dáno vyššími požadavky na kvalitu ze strany domácího návštěvníka a na straně druhé obecně výrazným poklesem cen v segmentu luxusnějšího ubytování hotelového typu po roce 2009. V případě luxusních hotelů je vývoj poptávky reflektován i růstem nabídky.

K celkovému růstu kvality druhové struktury ubytovacích kapacit v obou krajích a dle výsledků podpořených projektů i na území MAS Hornácko a Ostrožsko (viz přílohy) postupně přispívají nové aktivity/projekty výstavby a modernizace ubytovacích zařízení podpořené v rámci Regionálních operačních programů NUTS II Jihovýchod a Střední Morava.

Do určité míry slabým místem domácího cestovního ruchu nejen obecně v České republice, ale zejména právě v Jihomoravském kraji a potažmo i pro území MAS Hornácko a Ostrožsko je i **vysoká sezónnost**. Domácí návštěvnost je zde významně ovlivněna časováním hlavní dovolené do letních měsíců a s nimi souvisejícími typy cestovního ruchu (letní rekreace u vody, poznávací a aktivní turistika, venkovský cestovní ruch).

Aby se mohly vhodně nastavit marketingové nástroje, které jsou potřebné pro přilákání budoucích návštěvníků do regionu, je nutné zejména znát názory současných návštěvníků na stav turistické nabídky daného území a jejich spokojenost s infrastrukturou a službami. K tomu slouží tzv. **monitoring návštěvnosti**.

Problém zdejšího území při využívání výsledků šetření návštěvnosti (poptávky) je ale jeho rozložení na území dvou turistických regionů (Jižní Morava, Východní Morava), za která jsou dělávány pravidelné monitoringy návštěvnosti (léto / zima). Z tohoto důvodu jsou v příloze Konceptce využity zejména výsledky z monitoringu návštěvnosti Jižní Moravy, v rámci níž byla sbírána data i z území MAS Hornácko a Ostrožsko (konkrétně Veselí nad Moravou a oblast Bílých Karpat). V regionu Východní Morava nebyly využity pro sběr dat žádné lokality z území MAS Hornácko a Ostrožsko, proto ani zde nejsou využity výsledky z daného šetření. Tyto výsledky z vlastního šetření zpracovatelů u jednotlivých TIC z území MAS jsou zde přímo představeny. Vzor předkládaného dotazníku je umístěn v příloze stejně jako podrobné výsledky za turistický region Jižní Morava.

*Budoucím řešením tohoto problému by mohlo být provádění monitoringu turistické návštěvnosti přímo na úrovni celého území MAS a jeho vyhodnocování představiteli tohoto území nebo ve spolupráci s nimi. Tak bude zajištěno věrné zachycení obrazu návštěvníka, který bude moci být následně využit zejména pro vytváření produktů a programů cestovního ruchu a pro přesné a efektivní zaměření marketingových aktivit. Více o tom v návrhové části Konceptce CR.*

V rámci analytických prací na Konceptci CR **bylo uskutečněno terénní šetření mezi všemi šesti turistickými informačními centry na území MAS**, které bylo zaměřeno na analýzu návštěvníku přímo v daném území. Výsledky tohoto šetření jsou níže shrnuty:

- Hlavním důvodem návštěvy regionu je dovolená (rekreace) či výlet do okolí bydliště.
- Cca 90 % návštěvníků pochází z ČR, zbytek jsou cizinci, kteří nejčastěji pochází ze Slovenska nebo Německa.
- Nejčastější návštěvníci jsou ti jednodenní či víkendoví, kteří do regionu přijedou autem, méně již vlakem či autobusem, občas ale také i na kole.
- Nejběžnější typ ubytování návštěvníků je penzion či kemp. Specifickým typem ubytování je i díky možnostem Baťova kanálu tzv. hausbót.
- Lidé do regionu nejčastěji přijíždí jako rodiny s dětmi, či jako partneři bez dětí a často i ve větší partě známých.
- Informace o regionu turisté získávají hlavně z internetu či na doporučení známých. Poměrně málo je čerpáno z tištěných propagačních materiálů a prospektů. Ty jsou zajímavé pro návštěvníky hlavně v místě návštěvy.
- Jednoznačně pozitivní informace je, že se lidé do regionu opakovaně vrací.
- Návštěvníci jsou většinou spokojeni s nabídkou trávení volného času, ze které si nejčastěji vybírají aktivity spojené s cykloturistikou (30 %), návštěvou kulturních památek a akcí (20 %), s plavbou po Baťově kanálu (20 %) nebo pěší turistikou v Bílých Karpatech (10 %).
- Návštěvníci nejvíce v regionu postrádají kvalitní gastronomii s důrazem na místní produkty, dále postrádají lepší propojení a značení cyklotras a cyklostezek v území nebo určité typy ubytování.
- Mezi nejčastěji navštěvované turistické cíle patří logicky ty, které jsou svojí atraktivitou i nejvýznamnější v regionu. Jedná se o Baťův kanál, pohoří Bílých Karpat, letecké muzeum Kunovice, vinařské akce apod.

## 2.3 ANALÝZA KONKURENCE

Analýza konkurence je nezbytnou součástí strategií a koncepcí rozvoje turistických destinací a regionů, resp. je důležité vymezit a znát konkurenční prostředí a své konkurenty. Analýza konkurence slouží k identifikaci nejvýznamnějších silných a slabých stránek a umožňuje stanovit pozici, na které se region z hlediska stavu a rozvoje cestovního ruchu nachází. Konkurenci je možné rozdělit na vnější a vnitřní. Vnější konkurence je chápána jako soupeření s ostatními regiony nebo turistickými produkty, zatímco vnitřní konkurence hodnotí podmínky pro koordinaci aktivit a spolupráci při rozvoji cestovního ruchu v daném regionu.

### Analýza vnější konkurence

Analýza vnější konkurence se zabývá identifikací hlavních konkurenčních regionů, hodnocením jejich předpokladů a potenciálu pro rozvoj cestovního ruchu.

Pro území Místní akční skupiny Hornácko a Ostrožsko bude identifikována konkurence zejména z hlediska sezónnosti, neboť to je to hledisko, které ve zdejším regionu předurčuje hlavní charakter rozvoje cestovního ruchu, kdy dominantní letní sezónu doplňují tři tzv. mezisezóny nebo spíše vedlejší sezóny (podzim, zima, jaro). Poté je logicky konkurence větší pro letní sezónu než pro ostatní sezóny.

**V letním období** lze na základě obdobných předpokladů (charakter přírodních a kulturně-historických podmínek, převládající aktivity – turistika, cykloturistika, nenáročná poznávací turistika, vinařství, vodní turistika, lázeňství apod.) za hlavní konkurenční turistické oblasti označit:

- české malé horské a podhorské oblasti:
  - sousední části Bílých Karpat – bez převládající spádovosti potenciálních návštěvníků,
  - Javorníky, Beskydy a Jeseníky – spádovost ostravské aglomerace,
  - Chřiby (+ Ždánický les), Českomoravská vrchovina – spádovost brněnské aglomerace
  - Hostýnsko-vsetínská hornatina – bez převládající spádovosti potenciálních návštěvníků,
- specificky přírodně atraktivní oblasti jako je např. Moravský kras nebo NP Podyjí,
- letní destinace jižní Moravy jako je např. Lednicko-Valtický areál, oblast Pálavy a Mušovských jezer nebo oblast Znojemska,
- geograficky blízká či rozsahem menší lázně: Luhačovice, Hodonín, Lednice, Kostelec u Zlína
- vinařské oblasti: ostatní území oblasti Slovácka
- území Slovenska (zejména druhá strana Bílých Karpat a Beskyd),
- všeobecně významná konkurence na národní či evropské úrovni:
  - významná blízká středoevropská města: Praha, Bratislava, Vídeň či Budapešť
  - evropské přímořské destinace: Chorvatsko, Řecko, Itálie apod.

**Ve vedlejších podzimních, zimních a jarních sezónách** jsou vzhledem k charakteru přírodních a kulturně-historických podmínek a vzhledem k převládajícímu funkčnímu využití Hornácka a Ostrožska (pěší turistika, cykloturistika, běžecké lyžování, okrajově sjezdové lyžování a ostatní sportovní aktivity) hlavními vnějšími konkurenty zejména následující regiony:

- české horské oblasti

- sousední části Bílých Karpat,
- Javorníky,
- Chříby (+ Ždánický les),
- Českomoravská vrchovina
- Hostýnsko – vsetínská hornatina
- oblast slovenských Bílých Karpat a Beskyd,
- rakouské a slovenské horské a podhorské oblasti (Alpy, Tatry),
- méně již další horské oblasti v ostatních evropských státech (Francie, Itálie, Švýcarsko, Německo, Slovinsko apod.).

V celkovém shrnutí lze konstatovat, že k hlavním **konkurenčním výhodám** území MAS Hornácka a Ostrožska v průběhu období posledních 25 let patří atraktivní krajinná a přírodní nabídka Bílých Karpat zejména v letní, ale částečně i v zimní sezóně, která je doplněna téměř celoroční nabídkou kulturních zařízení a organizovaných akcí (spojení s vínem, folklórem, historií apod.). Ve srovnání s českými a hlavně evropskými horskými oblastmi se také stále objevuje jako významná konkurenční výhoda i nižší cenová úroveň.

Do budoucna však bude potřeba stále budovat kvalitnější turistickou infrastrukturu a organizační zázemí turistické nabídky (turistické organizační struktury, společný turistický informační a rezervační systém, turistické programy/produkty a jejich prodej apod.), a to vše ideálně v souladu s příslušným potenciálem území.

### **Hodnocení vnitřní konkurence**

Vnitřní konkurence se na území MAS Hornácko a Ostrožsko vzhledem k jeho malé velikosti a nižší atraktivnosti příliš nevyskytuje. V současnosti se projevuje zejména v tom, že na jedné straně si konkurují **jednotlivé turistické cíle či zařízení sobě navzájem a podobně i jednotlivé objekty a aktivity podnikatelské sféry** na straně druhé. Obavy z konkurence však také vyplývají především z roztříštěnosti turistické nabídky, z přetrvávající neexistence koordinátora rozvoje cestovního ruchu (lokální destinační management).

Příprava specializovaných turistických programů a jejich realizace by mohla být významnou příčinou k nastartování efektivní spolupráce mezi veřejnou a soukromou sférou. Problémem je také **neexistence jednotného turistického informačního a posléze i rezervačního systému**.

## 2.4 PESTEL ANALÝZA

Pro co nejvhodnější nastavení budoucí strategie je nutné znát i vnější prostředí minimálně na národní úrovni, které více či méně působí na dotčené území MAS Hornácko a Ostrožsko. K tomu slouží analýza vnějšího prostředí zvaná PESTEL analýza v rámci které je vytvořen rozbor působení **Politických, Ekonomických, Sociálních, Technologických, Legislativních a Environmentálních** vnějších vlivů na území. Mezi tyto faktory lze zahrnout například následující charakteristiky:

⇒ *politické* – existující a potenciální působení politických vlivů,

**Bezpečnostní situace** – v současnosti není důležitějšího faktoru, který by měl takový vliv na návštěvnost destinace, než je bezpečnost území a nemusí se jednat pouze o válku (v současnosti je nejbližší hrozba nestabilní situace na Ukrajině), ale také o častý výskyt jevů typu terorismu, únosů, nemocí či kriminality. Bezpečnost je základním předpokladem pro vznik, realizaci i udržitelnost rozvoje cestovního ruchu a je jedním z významných kritérií při výběru destinace.

Česká republika je obecně z pohledu bezpečnostní situace zcela bezproblémová turistická destinace. Česká republika se za dobu své existence nestala dějištěm žádné významné akce, která by svým charakterem vybočovala standardům vyspělých evropských zemí, kterou lze zařadit mezi výše uvedené. Zároveň neexistují žádné příznaky toho, že by se mohla tato situace dramaticky změnit.

⇒ *ekonomické* – působení a vliv místní, národní a světové ekonomiky,

**Ekonomická krize a její dopady** – významný ekonomický dopad na cestovní ruch přinesla nedávná celosvětová ekonomická recese, potažmo pokles celé ekonomiky v České republice po roce 2008. Sektor cestovního ruchu se stal jedním z nejdříve a nejintenzivněji krizí postižených úseků ekonomik ve světě i v tuzemsku. Krizí vyvolaná nezbytná regulace ekonomických procesů a úsporné chování institucí, domácností a samotných občanů vedlo od prvopočátku k omezení v této oblasti spotřeby a vynakládaných prostředků na cestování, zahraniční pobyty, ale i k omezení v domácí spotřebě cestovního ruchu.

I na zdejším území se dopady krize začaly promítat. Nejčastěji se jednalo o poklesy návštěvnosti zejména zahraničních návštěvníků v hromadných ubytovacích zařízeních či zkracování jejich pobytů. Dále se postupně na jedné straně snižovala průměrná útrata návštěvníků a na druhé straně se zintenzivňuje tlak na kvalitu turistických služeb.

⇒ *sociální* – průmět sociálních změn a kulturních vlivů na úrovni lokální, regionální, národní, světové,

**Trendy v chování návštěvníků** – v posledních letech se stále více začínají projevovat trendy z oblasti ochrany životního prostředí i při rozvoji cestovního ruchu. Největší vliv na to má postupná změna chování návštěvníků, kdy dochází k odklonu od čisté konzumace daného prostředí na úkor respektování místních specifik a snahy jejich pozitivního ovlivňování. Dochází k růstu zájmu o nepoškozené oblasti, o ekologické a místní výrobky či produkty spjaté s přírodou, což souvisí se stále větším zájmem lidí o vlastní zdraví a častější potřebu relaxace.

Území MAS Hornácka a Ostrožsko má pro tyto trendy udržitelného rozvoje cestovního ruchu vynikající předpoklady a příležitosti v podobě neporušené přírody a tradiční místní kultury doplněné organizováním různých typů akcí s tím spojených.

⇒ *technologické* – dopady stávajících, nových a vyspělých technologií,



**Rozvoj informačních technologií** – na přelomu tisíciletí došlo k doposud nejintenzivnější technologické revoluci v historii lidstva, která se projevuje v masivním rozšíření moderních technologií do všech oblastí každodenního života včetně cestovního ruchu (internetové prezentace, rezervační systémy, mobilní průvodci apod.).

U běžných návštěvníků se technologický pokrok začíná nejvíce projevovat v tzv. SMART technologiích, které se postupně dostávají do běžných mobilních telefonů či tabletů. V rámci těchto zařízení lze velmi účinně nastavovat marketingové nástroje, propagaci území nebo prodej služeb. V neposlední řadě lze i díky např. zbytkovým datům mobilních operátorů zjišťovat nejčastější výskyt návštěvníků v území, což například používá agentura CzechTourism.

⇒ *legislativní* – vlivy národní, evropské a mezinárodní legislativy,

**Zákon o podpoře rozvoje cestovního ruchu v ČR** – je zákonem, který v České republice (na rozdíl třeba od Slovenska či Rakouska) doposud chybí. Již ale několik let se na jeho podobě pracuje na úrovni Ministerstva pro místní rozvoj ČR a jeho partnerů. Zamýšlený zákon bude primárně zaměřen na oblast marketingu a rozdělení kompetencí a úkolů mezi jednotlivé územní úrovně v členění stát – kraj/region – oblast (*pracovní verze zákona z listopadu 2013*).

Zákon může významně ovlivnit území MAS, neboť s ním budou spojené každoroční národní finanční prostředky na marketing, a to dle v zákoně vymezených územních úrovní. Jelikož území MAS se nachází v současnosti na území dvou turistických regionů (krajů) a zároveň nespĺňuje v zákoně vymezené velikostní podmínky pro vytvoření turistické oblasti, tak to může negativně ovlivnit přísun financí do území.

⇒ *ekologické (environmentální)* – místní, národní a světová problematika životního prostředí a otázky jejího řešení,

**Ochrana území** – ovlivňuje dotčené území z mnoha hledisek. Na jedné straně vytváří vynikající přírodní či kulturní potenciál pro rozvoj cestovního ruchu v území, ale na druhé straně reguluje či omezuje různé hospodářské aktivity v daném území (zejména u ochrany životního prostředí).

Do velké části území MAS zasahuje území Chráněné krajinné oblasti Bílé Karpaty, které se rozprostírá po státní hranici. Toto území je velmi přírodně cenné, díky čemuž je zde nastavena poměrně velká ochrana území, což má vliv na jeho využití pro infrastrukturu cestovního ruchu a následnou návštěvnost území. Správa CHKO svým přístupem může velmi ovlivnit využití daného území.

## 2.5 SWOT ANALÝZA

SWOT analýza představuje souhrnný popis hlavních vnitřních a vnějších faktorů, které mají vliv na rozvoj celého území MAS. Vnitřními faktory jsou silné stránky, tj. pozitivní (nadprůměrné) skutečnosti, a slabé stránky, tj. problémy, negativní skutečnosti, které způsobují v území problémy. Vnější faktory, většinou nelze příliš vlastními silami ovlivnit, jsou pojmenovány jako příležitosti a hrozby.

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizace aktivit i projektů ze strany MAS na podporu rozvoje CR</li> <li>• Aktivní krajské centrály cestovního ruchu v obou krajích v oblasti marketingu území</li> <li>• Existence organizace cestovního ruchu pro turistickou oblast Slovácko („Region Slovácko, z. s. p. o.“)</li> <li>• Rovnoměrné rozložení potenciálu území MAS mezi přírodní (jižní část) a kulturní (severní část) vybavenost</li> <li>• Přírodně velmi cenné území CHKO Bílé Karpaty, které je zároveň biosférickou rezervací UNESCO (rozkládá se na obou stranách státní hranice)</li> <li>• Významné tradice a projevy folklóru s pořádáním mnoha akcí s tím spojených</li> <li>• Zajímavý turistický potenciál v oblasti církevní turistiky a ekologicky zaměřené turistiky</li> <li>• Nabídka specifických typů ubytování (např. bůdy či hausbóty)</li> <li>• Komplexní a poměrně bohatá nabídka turistických liniových tras (pěší, cyklo, vodní)</li> <li>• Moderní turistický portál za mikroregion Ostrožsko-Veselsko</li> <li>• Pravidelná a aktivní účast MAS na vybraných českých veletrzích cestovního ruchu</li> <li>• Návštěvníci se do regionu opakovaně vrací</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Žádný projekt podpořený z regionálních operačních programů nebyl realizován na podporu marketingových aktivit v regionu</li> <li>• Podpořené projekty z regionálních operačních programů nebyly zaměřeny na podporu doprovodné infrastruktury s důrazem na udržitelný cestovní ruch (agroturistika, ekoturistika, venkovská turistika...), přestože zdejší region má pro to ideální potenciál</li> <li>• Vzhledem ke koordinaci činností ve vazbě na krajský úřad rozložení území na dvou krajích (Jihomoravský a Zlínský)</li> <li>• Absence TOP turistického cíle na území MAS, který by ročně generoval stovky tisíc turistů</li> <li>• Pouze jedna hlavní turistická sezóna (léto)</li> <li>• Nevyrovnané rozložení ubytovacích kapacit v území MAS s převažujícím důrazem na méně kvalitní a komfortní ubytování</li> <li>• Sjezdové areály v území MAS či blízkém okolí jsou pouze lokálního významu a navzájem mezi sebou nespolupracují</li> <li>• Periferní poloha v rámci ČR a tím i zhoršená dopravní dostupnost</li> <li>• Absence jednotného turistického informačního portálu o území MAS (existence dvou konkurenčních portálů: Ostrožsko-Veselsko a Hornácko)</li> <li>• Zahraniční návštěvnost se pohybuje pouze okolo 10 %</li> <li>• Návštěvníci nejvíce v regionu postrádají kvalitní gastronomii s důrazem na místní produkty, dále postrádají lepší propojení a značení cyklotras a cyklostezek v území</li> <li>• Slabá spolupráce veřejného a soukromého sektoru v oblasti rozvoje cestovního ruchu</li> </ul>
PŘÍLEŽITOSTI	OHROŽENÍ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Česká republika je obecně z pohledu bezpečnostní situace zcela bezproblémová turistická destinace, což je v současné turbulentní době výhodou</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projevy další celosvětové ekonomické krize a jejich důsledků (např. změna „hodnotové orientace“ potenciálních návštěvníků)</li> <li>• Nevhodné nastavení „zákonu o cestovním</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stanovení jednotných podmínek koordinace a řízení rozvoje cestovního ruchu na jednotlivých územních úrovních v rámci celé České republiky</li> <li>• Spolupráce na příhraničních i nadregionálních projektech se slovenskými partnery</li> <li>• Prohloubení spolupráce se sousedními regiony a organizacemi v ČR</li> <li>• Posílení evropských financí na rozvoj venkova prostřednictvím MAS, případně i DSO</li> <li>• Využití nových celosvětových trendů v rozvoji cestovního ruchu (např. ekoturistika, SMART technologie apod.)</li> <li>• Propojení středisek sjezdového lyžování společným ski pasem</li> <li>• Prodloužení rekreační plavby po řece Moravě s využitím Baťova kanálu</li> <li>• Vytvoření jedné společné marketingové značky pro vymezený přeshraniční region včetně vytvoření společné marketingové strategie</li> <li>• Zapojení ostatních TIC z území do národní jednotné klasifikace TIC v ČR</li> <li>• Jednotný turistický a rezervační informační portál s více jazykovými mutacemi s důrazem na nabídku pro zahraniční návštěvníky</li> <li>• Spolupráce s CHKO Bílé Karpaty při rozvoji cestovního ruchu na úrovni pohoří jako celku (nutný společný postup všech obcí)</li> </ul>	<p>ruchu“, případně jeho další časový odklad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Omezení finanční podpory pro regiony NUTS II Jihovýchod a Střední Morava v rámci strukturální politiky EU</li> <li>• Nedostatek finančních prostředků v rozpočtu centrálních orgánů (MMR ČR, ČCCR) na rozvoj CR v regionech</li> <li>• Utlumení rozvojových aktivit Regionu Slovácko</li> <li>• Zhoršující se dopravní dostupnost – zvyšující se perifernost regionu</li> <li>• Zvyšující se frekvence výskytu negativních jevů počasí (bleskové povodně, sucho...)</li> </ul>
---	--

### 3. NÁVRHOVÁ ČÁST

*"Chráním to, co mám rád. Mám rád to, co znám."*

*Citát z úvodní webové prezentace Ekocentra Karpaty  
Obec Nové Lhota*

#### 3.1 VIZE A STRATEGICKÉ CÍLE ROZVOJE

Strategická vize představuje dlouhodobý obraz o budoucnosti regionu, o tom, jak se bude celý přeshraniční region v oblasti cestovního ruchu měnit a zlepšovat. Vize představuje určitou „směrovku“ rozvoje. Naplnění vize by mělo být dosaženo realizací celého dokumentu. Strategická vize je definována zejména na základě výsledků a závěrů analytické části dokumentu, aby odpovídala skutečným potřebám území a zároveň byla zajištěna její budoucí reálnost a splnitelnost.

##### ***Vize rozvoje regionu:***

Region Velká Javorina – Bradlo je územím, kde se vzájemně snoubí vysoce ekologicky hodnotné přírodní prostředí s bohatou kulturou, jež se tu vyvíjí a zachovává po staletí.

Tento přeshraniční region je propojen mnoha různými turistickými stezkami a produkty, které napomáhají mezi lidmi, regiony i státy odstraňovat vzájemné bariéry, a to vždy s důrazem na udržitelnost zdejšího cestovního ruchu.

Šetrný a odpovědný přístup k rozvoji tohoto území je základem jeho budoucího rozvoje a ideálním předpokladem pro zdejší pokračování dalších generací.

Rozvoj cestovního ruchu probíhá na bázi partnerství a spolupráce dotčených aktérů a vždy ve vzájemné koordinaci aktivit. Spolupráce se stala hlavním základem při zvyšování atraktivity území a kvality turistických služeb tak, aby se stalo území přitažlivé pro domácí i zahraniční návštěvníky během celého roku.

Na základě vize jsou navrhovány následující strategické (dlouhodobé) cíle, a to podobně jako u vize společně pro českou i slovenskou část regionu. Konkretizace dlouhodobých cílů a jejich naplňování formou priorit a opatření bude rozpracováno v dalších kapitolách.

##### ***Strategické cíle rozvoje:***

- Využít ekologické bohatství regionu pro rozvoj udržitelného cestovního ruchu
- Zúročit specifika typická pro region (ekoturistika, agroturistika, gastroturistika, folklórní turistika, vodní turistika atd.)
- Rozvinout mimosezónní aktivity
- Prodloužit dobu pobytu návštěvníků
- Vytvářet a realizovat přeshraniční turistické produkty

### 3.2 PRIORITY A OPATŘENÍ

Na základě výsledků analytické části dokumentu a definovaných východisek (vize a cílů) byla navržena soustava **priorit a opatření**, jejichž realizací by měl být podpořen rozvoj cestovního ruchu v české a ve slovenské části regionu. Vybrané priority jsou příhraničního charakteru a týkají se celého území.

#### *Rozvojové priority:*

- Přírodní a kulturní atraktivity
- Turistická infrastruktura a služby
- Nabídka aktivit
- Marketingové aktivity
- Spolupráce aktérů

V rámci každé priority byla specifikována opatření, která ji naplňují. Opatření s možným přeshraničním dosahem jsou *uvedena kurzívou a označena hvězdičkou (\*)*.

## **Priorita 1: Přírodní a kulturní atraktivita**

### ***Východiska:***

Velmi výraznou devizou regionu je jeho duchovní, přírodní a kulturní bohatství, reprezentované na jedné straně krajinným rázem a výskytem ojedinělých druhů fauny a flóry (zejména na území CHKO Bílé Karpaty), na straně druhé živými kulturními tradicemi a přítomností kulturních památek (výrazněji v severní části regionu). Region má významný historický a duchovní potenciál. Na Ostrožsku je dominantní místo tzv. kopec sv. Antonínek s poutní barokní kaplí zasvěcenou sv. Antonínu Paduánskému. Několikrát do roka k ní směřují kroky tisíce věřících. Území disponuje velkým množstvím drobných sakrálních památek.

Bílé Karpaty jsou atraktivitou nadregionálního významu; díky komplexům lesů a rozsáhlým lučným plochám byly zařazeny na seznam biosférických rezervací UNESCO. Kromě toho se v regionu nachází řada národních přírodních rezervací s velmi cennými biotopy (louky, bučiny, orchideje atd.). Svým charakterem jsou vhodné především pro rozvoj udržitelného až ekologického cestovního ruchu; důležité však je využívat přírodní bohatství pouze takovým způsobem, aby nedošlo k jeho narušení. Specifickou atraktivitou jsou sirnaté minerální prameny, využívané pro lázeňství. I v oblasti kulturních aktivit má území četná specifika, která svým významem přesahují jeho hranice – jde především o folklór (jízdy králů, tanec verbuňk atd.) kulturně technické památky. Velký význam má vinařství a ovocnářství (to především v souvislosti s ovocnými destiláty a jinými produkty). Folklór a tradice jsou v regionu stále velmi živé, a proto se koná řada jarmarků slavností a podobných akcí, na kterých se prezentují místní kroje, řemesla, architektura a další specifika.

Přestože kulturní a přírodní potenciál regionu je značný, není dosud příliš využit. Příčinou je jednak malá informovanost potenciálních návštěvníků o všech turistických devizách území, jednak malá zpřístupněnost některých (zejména přírodních) atraktivit.

### ***Cíl:***

- Pečovat o přírodní i kulturní atraktivita regionu
- Najít kompromis mezi ochranou přírody a jejím využíváním pro cestovní ruch (chránit přírodní atraktivita, ale zároveň umožnit pohyb turistů)

### ***Opatření:***

- *Budovat naučné stezky s informačními cedulemi, které více zviditelní unikátnost přírodních krás regionu (trasované přes významné přírodní atraktivita, ale mimo nejcennější chráněná území) \**
- Revitalizovat a pečovat o přírodně hodnotné jevy a pozoruhodnosti
- Podporovat rekonstrukce, zpřístupňování a využívání památek a tradiční architektury
- Podporovat pořádání kulturních akcí spojených s tradicemi a folklórem
- *Více propagovat hmotné i nehmotné kulturní dědictví regionu \**
- *Propojovat přírodní a kulturní zajímavosti (naučné stezky, společná propagace, turistické produkty atd.) \**

## **Priorita 2: Turistická infrastruktura a služby**

### ***Východiska:***

Základní turistickou infrastrukturou (ubytovacími a stravovacími zařízeními) je region celkově vybaven poměrně dobře, ale nerovnoměrně. Z typů ubytovacích zařízení jsou nejčetnější penziony, a dále chaty a chalupy a ubytovny; kapacita ubytování vyšší kvality je však nedostatečná. Specifické ubytovací možnosti regionu (např. hausbóty nebo budy) nejsou dosud příliš využívány.

Turistická infrastruktura se týká především letní sezóny (koupaliště, pěší a cyklistické trasy, naučné stezky, hipoturistika). Síť cyklistických tras je hustá, ale nejsou příliš propojeny. Specifickou atraktivitou je Baťův kanál nabízející možnosti lodní plavby. V regionu je k dispozici i řada dalších možností sportovního vyžití včetně středisek sjezdového lyžování. Velký rozvojový potenciál mají – vzhledem k charakteru území – ekofarmy, hipoturistika, agroturistika a podobné aktivity. Nachází se zde také řada kulturně-historických a technických památek, a také četná muzea a galerie (zaměřené především na lokální specifika). Sírnaté lázně v Ostrožské Nové Vsi nabízejí kromě lázeňské léčby také wellness pobyty.

Doprovodná turistická infrastruktura a služby je však v regionu rozložena poněkud nerovnoměrně a i její kvalita se liší.

### ***Cíl:***

- Dobudovat či zkvalitnit základní turistickou infrastrukturu
- Využít specifickou ubytovací infrastrukturu (hausbóty, budy, ekologické ubytování atd.)
- Budovat, rozšiřovat a vzájemně propojovat doprovodnou turistickou infrastrukturu (zejména tu liniovou) a spojené turistické služby

### ***Opatření:***

- Budovat ubytovací kapacity vyšší kvality (\*\* a \*\*\*)
- Využít k ubytování specifické typy objektů (budy, hausbóty, farmy atd.)
- Budovat doprovodnou turistickou infrastrukturu zaměřenou na udržitelný cestovní ruch (agroturistika, církevní turistika, ekoturistika, venkovská turistika – např. služby, aktivity, ubytování na farmách apod.)
- Budovat ekocentra a rozšiřovat nabídku jejich aktivit
- Budovat nebo rekonstruovat zařízení sportovní a rekreační infrastruktury využitelné i pro obyvatele i návštěvníky
- *Dobudovat a udržovat turistickou dopravní infrastrukturu (pěší, cyklo, vodní) – údržba stavu cest, značení stávajících i nových tras \**
- *Budovat doprovodnou infrastrukturu u cyklistických tras a naučných stezek (mobiliář, informační cedule, odpočinková a výhledová místa atd.) \**
- *Zlepšit propojení a značení cyklotras a cyklostezek \**
- *Vyznačit tematicky zaměřené cyklotrasy spojující významné atraktivity určitého typu \**

- *Budovat specifickou cykloturistickou infrastrukturu ve vhodných lokalitách (bikeparky, singltreky, downhillové tratě) \**
- *Zvyšovat délku strojově upravených běžkařských tratí \**
- Modernizovat a zkvalitnit stávající lyžařské areály (investice do lanovek, vleků, sněžných děl a jiných zařízení pro sjezdové lyžování)
- Zlepšit infrastrukturu a služby související s koupáním v Ostrožských jezerech



### **Priorita 3: Nabídka aktivit**

#### ***Východiska:***

Území MAS nabízí řadu zajímavých atraktivit cestovního ruchu. Pro přilákání návštěvníků a pro zajištění jejich pobytu v regionu po delší dobu je nezbytné, aby kromě kvalitní turistické infrastruktury základní i doprovodné měli k dispozici také širokou nabídku různých typů aktivit či zážitků (atraktivních pro různé cílové skupiny).

Region má velmi dobré předpoklady pro aktivní trávení volného času, které vycházejí z lokálních specifik. Zejména jde o využívání přírodních podmínek pro ekoturistiku a agroturistiku, dále o vinařství, folklór, kulturní dědictví, ale i o různé typy sportovních aktivit. Nabídka doprovodných aktivit je však stále relativně nízká. Problém je především s nabídkou a otevírací dobou aktivit využitelných i mimo hlavní sezónu (výstavy, muzea, sportovní zařízení atd.). Aktivity jsou navíc často propagovány osamoceně, ve formě produktů či balíčků se objevují jen relativně málo.

#### ***Cíl:***

- Rozšířit nabídku aktivit pro návštěvníky s důrazem na specifika místního regionu (folklór – verbuňk, jízdy králů, slavnosti; gastroturistika – jídlo, víno, destiláty; čistá a neporušená příroda; atd.)

#### ***Opatření:***

- Rozvinout specifickou turistickou nabídku typickou pro region (včetně potřebné infrastruktury a služeb), zejména v těchto oblastech:
  - ekologicky zaměřená turistika, agroturistika – rozvíjet aktivity na farmách, zážitkové dovolené (např. péče o zvířata, polní práce, zpracování domácích produktů atd.), pořádat workshopy a osvětové aktivity,
  - folklór – zviditelnit pořádané akce a slavnosti, realizovat výstavy a další osvětové aktivity zaměřené na lokální tradice (kroje, řemesla, zvyky, recepty apod.)
  - gastroturistika – propagovat místní speciality (potraviny i nápoje), více je zviditelňovat v rámci konaných folklórních i jiných akcí
  - vodní turistika (Bařův kanál) – vytvářet a zkvalitňovat atraktivitu a možnosti aktivit podél kanálu
  - církevní turistika – zaměřit se na významné svátky, termíny poutí atd.
- *Vytvářet provázané tematické turistické produkty (ekologická turistika, kultura, folklór, církevní slavnosti, víno, příroda, sjezdové lyžování atd.) \**
- *Vytvářet aktivity a produkty pro mimosezónní období a pro případ špatného počasí (založené především na „indoor“ kulturních a sportovních aktivitách) \**
- *Vytvářet balíčky vícedenních programů, které podpoří prodloužení pobytu návštěvníků \**

## **Priorita 4: Marketingové aktivity**

### ***Východiska:***

V regionu se nachází řada atraktivit cestovního ruchu, ale dosud nejsou v potřebné míře propagovány. Propagace se většinou týká přímo jednotlivých atraktivit (památek, zařízení atd.), zatímco komplexní marketing regionu nebo jeho dílčích částí (Hornácko, mikroregion Ostrožsko-Veselsko) je realizován relativně méně. Přitom právě efektivní marketing, využívající různé nástroje pro zaměření na jednotlivé cílové skupiny, je klíčovým předpokladem úspěšné prezentace regionu, a tím i příchodu většího počtu návštěvníků.

### ***Cíl:***

- Realizovat efektivní a koordinované marketingové aktivity – zapojit se do vyšších struktur, vystupovat společně jako region, budovat a důsledně prosazovat jednotnou značku (Velká Javořina-Bradlo)

### ***Opatření:***

- Prosadit masivnější propagaci regionu Hornácko-Ostrožsko v rámci činnosti destinačních společností vyšších úrovní (Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava, Slovácko)
- Provázat informace z turistických portálů Ostrožska-Veselska a Hornácka – zavést jednotný turistický a rezervační informační portál s více jazykovými mutacemi s důrazem na nabídku pro zahraniční návštěvníky
- Intenzivně propojovat a společně propagovat jednotlivé turistické atraktivity
- Propagovat specifické formy cestovního ruchu, propagaci zaměřit na konkrétní zjištěné cílové skupiny

## **Priorita 5: Spolupráce aktérů**

### ***Východiska:***

Důležitým předpokladem úspěšného rozvoje cestovního ruchu je spolupráce aktérů z regionu – jak při budování infrastruktury (zejména liniových tras), tak při marketingu a tvorbě turistických produktů. Jedná se o řízení rozvoje cestovního ruchu, koordinaci aktivit i o spolupráci při realizaci aktivit a projektů.

Důležitou roli v koordinaci aktivit mohou zastávat subjekty přímo z území (např. MAS Hornácko-Ostrožsko, mikroregion Ostrožsko-Veselko, turistická informační centra /TIC/). Vzhledem k poloze regionu je velmi potřebná i spolupráce s partnery na slovenské straně hranice, především se Združením obcí kopaničiarskeho regiónu Veľká Javorina – Bradlo. Významnými externími subjekty, které mohou podpořit rozvoj cestovního ruchu, jsou regionální destinační společnosti: Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava, Slovácko.

Realizace konkrétních projektů je již v kompetenci konkrétních aktérů. Podle typu projektu se může jednat o subjekty veřejné správy (obce, svazky obcí, MAS, CHKO apod.), destinační společnosti, majitele či provozovatele zařízení nebo služeb (podnikatele či neziskové organizace).

### ***Cíl:***

- Rozvinout spolupráci aktérů s důrazem na propojování a koordinaci aktivit veřejného a soukromého sektoru

### ***Opatření:***

- *Založit a posilovat spolupráci na propagaci území jak v rámci regionu (MAS, svazek obcí, subjekty působící v cestovním ruchu), tak i v širším území (přeshraniční spolupráce /Združenie obcí kopaničiarskeho regiónu Veľká Javorina – Bradlo/; spolupráce se sousedními regiony v ČR a s destinačními společnostmi) \**
- *Rozvíjet spolupráci aktérů z veřejné, podnikatelské i neziskové sféry na vytváření a zkvalitňování atraktivit a možností aktivit pro různé specifické typy turistiky (s důrazem na spolupráci podél Baťova kanálu) \**
- Navázat spolupráci s v rámci organizací s nadregionální působností – ECEAT, Greenways, Stezek dědictví
- Rozvinout spolupráci s CHKO Bílé Karpaty, realizovat aktivity pro rozvoj cestovního ruchu na úrovni pohoří jako celku
- *Formulovat společné postoje subjektů působících v cestovním ruchu za širší území (např. za oblast Bílých Karpat) a prosazovat je u nadregionálních aktérů (MŽP, MMR, JMK, ZLK, CCR JM, CCRVM, Slovácko) – investiční projekty nejen přeshraničního charakteru, začlenění do marketingových projektů apod. \**
- Usilovat o začlenění priorit regionu do koncepcí vyšších úrovní (krajské, oblastní)
- *Podporovat destinační management, tj. fungování organizace, která bude koordinovat aktivity v cestovním ruchu, provozovat turistický portál, prezentovat region na veletrzích atd. \**
- Podporovat činnost TIC, koordinovat a provázovat aktivity jednotlivých TIC

- Zapojit zbylé TIC<sup>1</sup> do oficiální certifikace CzechTourism
- *Realizovat vlastní monitoring návštěvnosti za území MAS (letní sezóna, zimní sezóna)*  
\*
- *Vzdělávat pracovníky v cestovním ruchu \**
- *Podporovat výměnu zkušeností a dobré praxe (stáže, workshopy, praxe, konference atd.) s regiony v rámci ČR i v zahraničí \**

---

<sup>1</sup> Vzdělávací a informační středisko Bílé Karpaty, Informační centrum Baťova kanálu, Turistické informační centrum Hluk, Městské informační centrum Kunovice

## **SLOVENSKÁ ČASŤ ÚZEMIA**

## ÚVOD

Cestovný ruch zahŕňa viaceré ekonomické činnosti, ktoré priamo uspokojujú potreby účastníkov cestovného ruchu (turistov), ide o charakteristické činnosti cestovného ruchu, pre ktoré sa zaužívalo označenie priemysel cestovného ruchu. Okrem toho, keďže cestovný ruch je prierezovým odvetvím, súvisia tieto aktivity s mnohými ďalšími odvetviami, v ktorých sa prejavujú efekty rozvoja cestovného ruchu, napr. maloobchod, stavebníctvo, poľnohospodárstvo, doprava, atď. Cestovný ruch nemá len ekonomické, ale aj sociálne a ekologické efekty, označuje sa preto ako spoločenský a ekonomický fenomén.

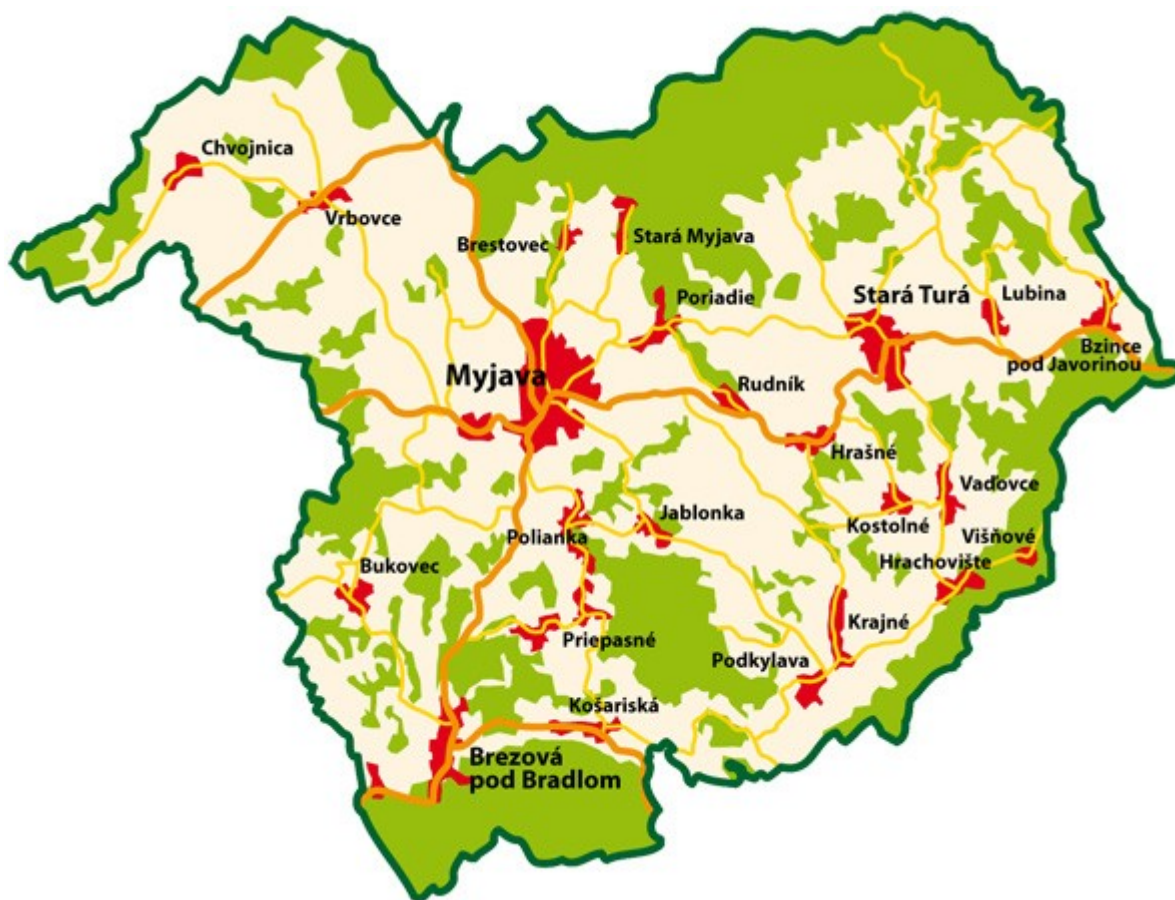
Celosvetovo podľa údajov Svetovej organizácie cestovného ruchu (UNWTO) cestovný ruch predstavuje príspevok k HDP 3 – 5 %, zamestnanosti 7 – 8 % a exportu 30 %. Európsky cestovný ruch zamestnáva 5,2 % celkovej pracovnej sily (s významným podielom mladých ľudí), vytvára v EÚ viac ako 5 % HDP. Cestovný ruch tak predstavuje tretiu najrozsiahlejšiu sociálno-ekonomickú aktivitu v EÚ. S ohľadom na nadväznú a zabezpečujúcu odvetvia je prínos cestovného ruchu k HDP ešte vyšší, vďaka nemu vzniká viac ako 10 % HDP Európskej únie a približne 12 % pracovných miest.

Na Slovensku bol v roku 2013 dosiahnutý podiel aktívneho zahraničného cestovného ruchu na HDP 2,7 %. V indexe konkurencieschopnosti krajín sveta Slovensko dosiahlo 54. miesto (The Travel & Tourism Competitiveness Index 2013, ČR 31.miesto, Maďarsko 39.miesto, Poľsko 42. miesto).

Riešené územie – Región pod Veľkou Javorinou a Bradlom je vymedzený 23 obcami, z toho 3 mestami – Myjava, Brezová pod Bradlom, Stará Turá a obcami – Brestovec, Bukovec, Stará Myjava, Chvojnica, Vrbovce, Prieipasné, Polianka, Košariská, Podkylava, Jablonka, Krajné, Rudník, Poriadie, Hrašné, Kostolné, Lubina, Bzince pod Javorinou, Vaďovce, Višňové, Hrachovište. Ide o územie s 39 483 obyvateľmi (ŠÚ SR, ku 31. 12. 2013), s rozlohou 462 km<sup>2</sup> spadajúce z územno-správneho hľadiska pod okres Myjava a čiastočne okres Nové Mesto nad Váhom. Celé územie je súčasťou západnej časti Trenčianskeho samosprávneho kraja, rozkladá sa z veľkej časti v Myjavskej pahorkatine, na severe v Bielych Karpatoch, na juhovýchode v Malých Karpatoch, na východe sa nachádza Považské Podolie. Napriek tomu, že kopaničiarsky región je z hľadiska cestovného ruchu homogénnym územím, bolo v rámci Regionalizácie cestovného ruchu v Slovenskej republike (MH SR, 2005) rozdelené do dvoch regiónov cestovného ruchu, a to časť do Strednopovažského regiónu a časť do Záhorského regiónu. Ide o hraničné územie s Českou republikou v západnej časti Slovenska.

Spracovaná analytická časť koncepcie vychádza z dostupných štatistických zdrojov a sekundárnych zdrojov týkajúcich sa regiónu, dopytovania v turistických informačných kanceláriách v Myjave a Starej Turej (marec 2014), opiera sa o informácie a hodnotenia v rámci štandardizovaného dopytovania členov pracovnej skupiny apríl 2014), konkrétne v zložení – Peter Barták, Lívia Boorová, Zuzana Boháčová, Kristína Černáková, Peter Czere, Igor Chlebík, Tatiana Lazarová, Eva Ušiaková, Ján Valihora, Magdaléna Vičíková, Eva Vydarená, ďalej o vlastné primárne zisťovania v spolupráci s OZ Kopaničiarsky región – MAS (ITF Slovakiaitour 2014), dopytovanie u podnikateľov v cestovnom ruchu a vlastný terénny prieskum v regióne v apríli 2014. Analytická aj návrhová časť prebehla pripomienkovaním členmi pracovnej skupiny (máj a jún 2014).

**Mapa 1**      **Riešené územie – Región pod Veľkou Javorinou a Bradlom**



Zdroj: <http://www.kopaniciarskyregion.sk/>

# 1. ZÁKLADNÉ VÝCHODISKA KONCEPCIE CR

## 1.1 POPIS SYSTÉMU RIADENIA CR V DANOM ÚZEMÍ

Cestovný ruch na národnej úrovni v SR riadi Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR. Propagáciu Slovenska ako destinácie a marketingové aktivity na národnej úrovni zabezpečuje Slovenská agentúra cestovného ruchu.

Na úrovni krajov pôsobia okrem regionálnej samosprávy (VÚC) krajské organizácie cestovného ruchu a na destinačnej úrovni oblastné organizácie cestovného ruchu, legislatívne kompetencie v cestovnom ruchu na miestnej úrovni majú obce.

Trenčiansky samosprávny kraj má zriadené na „zabezpečovanie a koordináciu oblasti cestovného ruchu“ Oddelenie komunikácie a medzinárodných vzťahov (cestovným ruchom sa vzhľadom na jeho prierezovosť zaoberajú aj iné odbory a oddelenia, napr. aj Odbor regionálneho rozvoja) a pracuje tu Komisia regionálneho rozvoja a cestovného ruchu.

V rámci miestnej samosprávy regiónu riešia problematiku cestovného ruchu na mestských úradoch miest Myjava, Brezová pod Bradlom a Stará Turá prierezovo viaceré oddelenia (samostatné oddelenie cestovného ruchu nemá ani jedno mesto). Okrem toho sa zaoberajú cestovným ruchom prierezovo viaceré komisie mestských zastupiteľstiev (Brezová pod Bradlom má zriadenú osobitne Komisiu pre cestovný ruch, kultúru a miestne tradície).

V regióne pôsobí aktívne množstvo regionálnych a miestnych organizácií (organizačne samostatné alebo spadajúce pod samosprávu) zaoberajúcich sa v rôznej miere rozvojom cestovného ruchu a zasahujúcich do manažovania cestovného ruchu v území<sup>2</sup> (usporiadané abecedne):

- Centrum informačnej služby Bradlo, Brezová pod Bradlom
- Centrum tradičnej kultúry, Myjava
- Občianske združenie Kopaničiarsky región – miestna akčná skupina, Myjava
- Region Partner, n.o., Myjava
- Rozvoj cestovného ruchu Myjavských kopaníc, n. o., Myjava
- OZ Penzióny pod Bradlom, Brezová pod Bradlom
- Regionálna rozvojová agentúra Kopanice, Myjava
- Stredisko cezhraničnej spolupráce, Informačná kancelária, Stará Turá
- Turistické informačné centrum v Myjave
- Turistická informačná kancelária, Košariská
- VID-TUR, Myjava
- Združenie miest a obcí myjavského regiónu, Myjava
- Združenie Myjava, Myjava
- Združenie obcí kopaničiarskeho regiónu Veľká Javorina – Bradlo, Myjava
- Združenie obcí subregión Pod Bradlom, Brezová pod Bradlom
- Združenie obcí ČACHTICE – KOPANICE, Vaňovce
- OZ Kopanice v pohybe, Brestovec

Ďalšie organizácie:

- Rozvojová agentúra TSK, n.o., Trenčín
- Trenčianska regionálna komora SOPK, Trenčín
- Euroregión Bílé - Biele Karpaty (Región Biele Karpaty), Trenčín
- Regionálne pracovisko pri TSK - Národná sieť rozvoja vidieka, Trenčín

V susedných regiónoch pôsobia ako organizácie destinačného manažmentu OO CR Záhorie, OO CR Trnava Tourism a REZORT Piešťany.

---

<sup>2</sup> Pozn.: občianske združenia aktivizujúce sa v cestovnom ruchu sú uvedené aj v časti 2.1.2



## 1.2 KONCEPČNÉ DOKUMENTY DANÉHO ÚZEMIA A VYŠŠÍCH CELKOV<sup>3</sup>

Začlenenie územia a zhodnotenie jeho potenciálu v cestovnom ruchu rieši **Regionalizácia cestovného ruchu** v Slovenskej republike (MH SR, 2005).

Strednopovažský región CR je hodnotený ako región s národným významom, Záhorský región s regionálnym významom, resp. v dlhodobom horizonte s nadregionálnym významom.

Dokument uvádza v rámci Strednopovažského regiónu CR v dlhodobom horizonte význam subregiónu – kopaničiarske osídlenie pod Javorinou, Myjavu uvádza ako významnú lokalitu mestského typu a ako významnú lokalitu označuje aj útvar CR Javorina - Dubník. Brezová pod Bradlom (zaradená spolu s Bukovcom, Košariskami a Priepasným v dokumente pod Záhorský región) sa uvádza ako významná lokalita mestského typu a Bradlo ako významné miesto s kultúrnymi pamiatkami. Celkovo je pri Strednopovažskom regióne cestovného ruchu hodnotený vysoko potenciál len v rámci pobytu/rekreácie v kúpeľoch. Dobrý potenciál je identifikovaný v rámci pobytu v lesnom/horskom prostredí, pešej turistike, cykloturistike, poznávaní kultúrno-historických pamiatok, návšteve múzeí a galérií, návšteve podujatí, v obchodnom cestovnom ruchu. Pri Záhorskom regióne cestovného ruchu zdôrazňuje väzba na Slovácko a Českú republiku, vysoký potenciál je v oblasti vodnej turistiky/vodáctva, cykloturistiky, zvýšený potenciál je uvádzaný pri poznávaní miestnych tradícií, identifikovaný je potenciál v paraglidingu. V ostatných sledovaných aktivitách je potenciál v oboch regiónoch hodnotený ako priemerný alebo základný. Uvádzané hodnotenie potenciálu regiónov CR prebrala aj Nová stratégia CR SR do roku 2013 a nadobudlo praktické využitie aj pri nastavení investovania verejných zdrojov do cestovného ruchu.

Z regionálnych dokumentov týkajúcich sa rozvoja cestovného ruchu územia možno uviesť nasledujúce:

### **Integrovaná stratégia rozvoja územia „Kopaničiarsky región – miestna akčná skupina“, 2008**

Významnou súčasťou tohto rozsiahleho dokumentu riešeného územia je cestovný ruch, ktorý je súčasťou aj stanovenej vízie do roku 2025. Strategickým cieľom je „Zvýšiť progresivitu a atraktivitu územia „Kopaničiarsky región – miestna akčná skupina“ do roku 2015 dobudovaním infraštruktúry a rozvojom vidieckeho cestovného ruchu prezentujúceho špecifiká Kopaničiarskeho regiónu.“ Ako strategická priorita 2 je uvádzaný Vidiecky cestovný ruch so svojimi špecifickými cieľmi Zlepšiť podmienky pre rozvoj potenciálu vidieckeho cestovného ruchu a spolupráce s prioritami Infraštruktúra cestovného ruchu (rozvoj cezhraničného turizmu, výstavba, rekonštrukcia a modernizácia cyklotrás, investičné aktivity podpory infraštruktúry CR), Rozvoj a diverzifikácia ekonomických aktivít v cestovnom ruchu (diverzifikácia smerom k nepoľnohospodárskym činnostiam, podpora činností v oblasti vidieckeho CR – využitie rodinných domov a nevyužitých objektov na nízkapacitné ubytovacie zariadenia a doplnkové služby, podpora podnikateľských aktivít v CR, marketing služieb vidieckeho CR, podpora infraštruktúry CR – neinvestičné aktivity), Partnerstvo a spolupráca (vzdelávacie aktivity, sieťovanie, projekty spolupráce).

**Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja Trenčianskeho samosprávneho kraja, 2003** (aktuálnejší dokument sa bude spracovávať v tomto roku, jeho súčasťou by mala byť aj Koncepcia rozvoja CR v kraji<sup>4</sup>)

---

<sup>3</sup> Dokumenty, ktoré sa týkajú rozvoja cestovného ruchu na národnej, resp. medzinárodnej úrovni sú uvedené v prílohe 1.

Ako druhá strategická oblasť dokumentu je uvádzaná samostatne časť Cestovný ruch s viacerými čiastkovými cieľmi, ako sú podpora budovania turistickej infraštruktúry, skvalitňovanie služieb CR, podpora údržby a obnovy kultúrnych pamiatok a historických objektov, podpora propagácie a prezentácie regiónu a jeho subjektov CR, marketing, vzdelávanie a príprava pracovníkov v CR a obyvateľstva, podpora vytvárania špecifických produktov CR a komplexných balíkov služieb CR, rozvoj cezhraničnej spolupráce. Ako opatrenia na dosiahnutie cieľov sú identifikované - spracovanie štúdií potenciálneho využitia územia TSK pre cestovný ruch, budovanie spoločného informačného a rezervačného systému, prepájanie siete informačných turistických centier, modernizácie tradičných centier CR v kraji, zvyšovanie kvality služieb CR a pod., vzdelávacie projekty pre obyvateľstvo - zapájanie miestneho obyvateľstva do rozvoja vidieckeho turizmu a vzdelávacie aktivity pre pracovníkov CR, poradenské aktivity, ďalšie formy cestovného ruchu: vybudovanie „slivovicovej cesty“, vybudovanie projektu Matúšovho kráľovstva, budovanie agroturistických aktivít (salaše, múzeá v prírode, tradičné remeslá, ubytovanie v súkromí).

### **Koncepcia regionálneho rozvoja a cestovného ruchu Trenčianskeho samosprávneho kraja na roky 2007-2013**

Analytická časť dokumentu neobsahuje žiadne relevantné výsledky vzťahujúce sa osobitne na riešené územie. V rámci SWOT analýzy je deklarovaný veľký potenciál rozvoja cestovného ruchu a kúpeľníctva v rámci kraja, v príležitostiach tvorcovia uvádzajú využitie významnej geografickej polohy územia a významných dopravných koridorov pre rozvoj cestovného ruchu a kúpeľníctva. V strategickej časti dokument prezentuje zámer zabezpečiť komplexnú systémovú podporu rozvoja cestovného ruchu, kúpeľníctva a vidieka najmä prostredníctvom zvyšovania kvality služieb v cestovnom ruchu a cielenou propagáciou regiónu doma a v zahraničí a aj rozvoj cezhraničnej a medzinárodnej regionálnej spolupráce.

### **Ciele rozvoja cestovného ruchu Trenčianskeho samosprávneho kraja** (<http://www.tsk.sk/cestovny-ruch>, marec 2014)

Hlavným cieľom TSK je trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu, pričom sú stanovené nasledovné čiastkové ciele:

- I. Prírodné a kultúrne dedičstvo Trenčianskeho kraja chrániť, zhodnocovať a propagovať.
- II. Zvyšovaním úrovne CR prispievať k zvyšovaniu kvality života a všeobecne kultúry obyvateľov kraja a k spokojnosti jeho návštevníkov.
- III. Budovať a ochraňovať imidž TSK ako cieľovej destinácie cestovného ruchu.

TSK si stanovuje v tejto súvislosti viacero úloh. K riešenému územiu sa vyjadruje osobitne v úlohe Reštaurovanie, oprava a využívanie historických pamiatok, kde uvádza okrem iného Mohyly M.R. Štefánika na Bradle, Múzeum Milana Rastislava Štefánika v Košari-skách, Expozíciu Ľudmily Podjavorinskej v Bzinciach pod Javorinou a mohyly obetiam 2. svetovej vojny v Brezovej pod Bradlom. V rámci úlohy Organizovať a podporovať podujatia uvádza medzi prioritnými podujatiami Myjavský medzinárodný folklórny festival a súčinnosť v podpore imidžu regiónu organizátorom. V rámci úlohy Podpora ekoturizmu, agroturizmu a vínneho turizmu okrem iných uvádza chránené krajinné oblasti a územia európskeho významu Biele Karpaty, Malé Karpaty, ďalej v tejto časti spomína Agropenzión Adam v Podkylave. V rámci Spolupráce s partnerskými regiónmi spomína Zlínsky kraj (ČR).

---

<sup>4</sup> Emailová Informácia od PhDr. Márie Izraelovej, TSK, Oddelenie komunikácie a medzinárodných vzťahov, zo dňa 21. marca 2014.

V rámci podpory imidžu kraja navrhuje systematicky používať pre TSK označenie KRAJ HRADOV, ZÁMKOV, VODY A POHODY a KRAJ POHODY.

### **Programy hospodárskeho a sociálneho rozvoja jednotlivých miest v regióne Veľká Javorina a Bradlo**

V doterajších programoch hospodárskeho a sociálneho rozvoja miest sa cestovný ruch v rôznych súvislostiach uvádza ako priorita, resp. jedna z priorit rozvoja. Predpokladáme, že línia rozvoja načrtnutá v doterajších PHSR bude pokračovať aj v nasledujúcom období 2014 – 2020.

**Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta Brezová pod Bradlom 2006 - 2013** uvádza ako prioritnú oblasť Cestovný ruch, cezhraničnú spoluprácu a partnerstvá. Brezová pod Bradlom má ambíciu byť „mestom cestovného ruchu, tradícií a odkazu M. R. Štefánika“. Aktivity cestovného ruchu, cezhraničnej a partnerskej spolupráce majú byť integrálnou súčasťou miestnej ekonomiky. Ich rozvoj bude založený na tradíciách a odkaze M. R. Štefánika, na aktívnej ponuke kopaničiarskeho prírodného a kultúrno-historického potenciálu mesta, rozširovaní a skvalitňovaní služieb. Dokument uvádza množstvo konkrétnych zámerov a opatrení v oblasti cestovného ruchu.

**Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta Myjava 2007 - 2013** priamo k cestovnému ruchu stanovuje strategickú prioritu 1 Podpora rozvoja podnikateľskej výroby a služieb cestovného ruchu a v rámci nej Opatrenie 1.4 Obnova a rozvoj miestnej identity mesta v nadväznosti na služby cestovného ruchu (ale aj Opatrenie 3.2 Rozvoj kultúrno-spoločenských aktivít). Cieľom opatrenia je rozvoj cestovného ruchu investíciami do tých oblastí a projektov, ktoré napomôžu a prispejú k zvýšeniu atraktívnosti pre obyvateľov a návštevníkov mesta a myjavskeho regiónu. Medzi nosné aktivity je zaradené vypracovanie koncepcie rozvoja cestovného ruchu, podpora výstavby, obnovy a značenia cyklotrás, turistických chodníkov, náučných chodníkov a pod., podpora vidieckeho turizmu a ubytovania v súkromí s cieľom zachovať a oživiť tradičné kopaničiarske usadlosti, podpora rozvoja atrakcií, podpora poznávacích zájazdov, fakultatívnych výletov do regiónu, tvorba produktov CR (Kopaničiarska ovocno-destilátová cesta, Po stopách Hurbana, ...), obnova kultúrnych pamiatok, podpora rozvoja partnerskej spolupráce, skvalitnenie informačných a prezentačných služieb – výroba a inštalácia informačných tabúl, propagačných materiálov, máp a pod., rozvoj informačných služieb cestovného ruchu.

**Mesto Stará Turá vo svojom Programe hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta 2007 - 2013** v rámci špecifického cieľa Ekonomický rozvoj mesta stanovuje prioritu 2 Využitie miestneho potenciálu na rozvoj cestovného ruchu s opatrením Podpora a obnova infraštruktúry cestovného ruchu, v rámci ktorého ide o nasledujúce aktivity - spracovanie koncepcie rozvoja cestovného ruchu, podpora propagácie cestovného ruchu a rozvoja turistického informačného systému, podpora vytvárania nových turistických produktov, podpora agroturistiky, cykloturistiky, turistiky vodných športov, poznávacieho a kultúrneho cestovného ruchu, podpora využívania prírodných zdrojov - vytvorenie lesoparku v lokalite Dubník I, tvorba a distribúcia propagačných materiálov, vydávanie informačnej literatúry o primárnej a sekundárnej ponuke cestovného ruchu v tlačenej i elektronickej podobe, rozvoj cezhraničnej regionálnej spolupráce v oblasti cestovného ruchu - výstavba cezhraničnej turistickej infraštruktúry (napr. cyklotrasy).

### **Koncepcia rozvoja cestovného ruchu v Myjave, 2007**

Ako východiskový cieľ je uvádzané v tomto dokumente vybudovanie nového imidžu cieľového miesta cestovného ruchu mesta Myjava, založeného na širokej ponuke atrakcií, vychádzajúc z existujúceho potenciálu cestovného ruchu a vypracovanie komplexného atraktívneho produktu cestovného ruchu pre Myjavu a kopaničiarsky región. Koncepcia navrhuje marketingový slogan „Myjava – mesto s folklórnym srdcom“ a v oblasti marketingu pôsobiť na budovanie „...destinácie mestského cestovného ruchu s orientáciou na kopaničiarsku históriu s odkazom na tradície a ľudovú tvorbu. Mesto, kde sa návštevník stretne s príjemnou atmosférou, môže si posediť v prostredí zelene, zažiť panoramatické výhľady na prekrásny kopaničiarsky kraj, občerstviť sa, zajať si. Popri tom môže zažiť rôzne kultúrne podujatia a atraktivity zamerané na cestovný ruch.“ Koncepcia udáva potenciál pre tvorbu produktov v rámci mestského a rekreačného cestovného ruchu.

### **Akčný plán regionálneho rozvoja (časť A, časť B), Brezová pod Bradlom, 2012, 2013**

Akčný plán sa týka projektov Krajinnno-architektonického riešenia areálu NKP - Mohyly M.R. Štefánika a projektu Krajinnno – architektonická úprava okolia Chaty pod Bradlom, Revitalizácie chaty na Bradle, ďalej projektu Objekt Národného domu Štefánikovho. Návrh na využitie objektu národného domu vychádza z aktuálnej projektovej dokumentácie a uvažuje s využitím priestorov divadelnej sály a prislúchajúcich priestorov, ďalej priestorov na 1. nadzemnom podlaží pre Turistickú informačnú kanceláriu, na 2. NP pre Mestskú knižnicu, na 3. NP pre regionálne múzeum. Dokument sa týka aj ďalších projektov – zriadenie TIK, projekt Mestské múzeum – všetko projekty mesta, ale aj ďalších zamýšľaných projektov ako súčasť uvádzaných projektov alebo samostatných čiastkových projektov - výletný vláčik z Bradla na Košariská, Hvezdáreň na Bradle, Bylinková záhrada.

### **Spoločný programový dokument Euroregiónu Biele - Biele Karpaty o cezhraničnej spolupráci na roky 2007 – 2013**

Dokument obsahuje tri priority cezhraničnej spolupráce, pričom prioritou 3 je Rozvoj infraštruktúry cestovného ruchu s opatreniami Tvorba programov CR, Informačný systém ER BBK, Dobudovanie drobnej infraštruktúry cyklotrás, Vytváranie lokálnych sietí rozvoja miestneho cestovného ruchu, Zriadenie turistických a sezónnych priechodov v rámci ER BBK.

### **Rozvojový plán NUTS II Západné Slovensko**

Ide o dokument poskytujúci východiská ako postupovať pri čerpaní finančných prostriedkov z fondov EÚ, v rámci programovacieho obdobia 2007 – 2013.

### **Konkurencieschopné regióny 21 (PAS, 2010)**

Ide o analytický dokument meria index regionálneho podnikateľského prostredia (IRPP) podľa vybraných kritérií podľa jednotlivých okresov. V okrese Myjava podľa neho tento index má hodnotu 3,33 bodu (rozmedzie od 1-6, priemer za SR 3,43) a získal 40. miesto (zo 79 okresov). Okres Nové Mesto nad Váhom má index hodnotu 3,72 bodu (rozmedzie od 1-6, priemer za SR 3,43) a získal 15. miesto (zo 79 okresov).

### 1.3 ZÁKLADNÉ ZHODNOTENIE PODPORY ROZVOJA CR V DANOM ÚZEMÍ

#### Realizované projekty rôznych subjektov z riešeného územia regiónu Pod Veľkou Javorinou a Bradlom relevantné pre rozvoj cestovného ruchu za roky 2007 - 2013

Relevantné projekty podľa Informatívna správa o schválených projektoch z fondov EÚ v Trenčianskom kraji<sup>5</sup>

Prioritná os 4 Regenerácia sídiel ROP - Revitalizácia centrálnej časti obce Rudník, Zóna - Centrum mesta Myjava – Námestie M. R. Štefánika, Revitalizácia centrálnej mestskej zóny Stará Turá, Revitalizácia centra mesta Brezová pod Bradlom, Úprava centra obce Bzince pod Javorinou.

V rámci Program rozvoja vidieka 2007-2013 TSK eviduje projekt Rekonštrukcia kultúrneho domu v obci Hrachovište, Modernizácia budovy obecného úradu Brestovec, Rekonštrukcia obecných stavieb v obci Vaďovce, Rekonštrukcia miestnych komunikácií Podlipovec I (Priepasné), Úprava časti obecných komunikácií (Podkylava), Výstavba chodníkov, rekonštrukcia lávok a studní a zaobstaranie dopravného značenia v obci Hrachovište, Rekonštrukcia kanalizácie v obci Stará Myjava, Rekonštrukcia miestnych komunikácií Podlipovec II (Polianka), Cyklistická cestička v úseku Dolné Košariská - námestie Košariská, Oprava miestnych komunikácií Chvojnice, Os 4 – Multifunkčné ihrisko ul. Dibrovova (Stará Turá), Revitalizácia viacúčelového ihriska a ihriska (Jablonka), Výstavba viacúčelového a detského ihriska v obci (Stará Myjava), Viacúčelové športové ihrisko (Priepasné), Výstavba viacúčelového ihriska s detskými prvkami v obci Bzince pod Javorinou, Modernizácia verejného priestranstva - areál Padelky (Myjava), Prestavba námestia Košariská, Revitalizácia centrálnej zóny obce Poriadie, Vrbovce - Revitalizácia centrálnej časti obce, Rekonštrukcia verejného priestranstva v obci Podkylava, Modernizácia parku Kostolné, Modernizácia parku v obci Hrašné.

Program cezhraničnej spolupráce - Píhrianiční sportovně - kulturní areály (Obec Nová Lhota, mesto Brezová pod Bradlom), Podelme sa o naše dedičstvo (Rozvoj cestovného ruchu Myjavských kopaní, n. o., Obec Dolní Němčí), v rámci Rozvoja cezhraničného turizmu - Pozrime sa cez hranice z výšky (Myjava, Brestovec, Javorník), Tradice lidových pálení na moravsko-slovenském pomezí (Slovácké muzeum v Uh. Hradišti, p. o., Centrum tradičnej kultúry v Myjave), Zriadenie spoločnej informačnej kancelárie pre kopaničiarsky a hornácky región - 1. česko-slovenská informačná (Združenie miest a obcí myjavského regiónu, Dobrovolný svazek obcí Mikroregion Hornácko), Zlepšenie služieb cestovného ruchu Slovensko-moravského pomedzia (Stará Turá, Kunovice), Podpora a propagácia atraktivít cestovného ruchu slovensko-moravského pomedzia (Kopaničiarsky región - miestna akčná skupina, MAS Východní Slovácko), Rozvoj turistickej infraštruktúry v prihraničnom regióne (Stará Myjava, Nová Lhota, Javorník), Spoločné dokumenty na podporu rozvoja cestovného ruchu regiónu pod Veľkou Javorinou (Združenie obcí kopaničiarskeho regiónu Veľká Javorina – Bradlo, Místní akční skupina Hornácko a Ostrožsko), Přírodní výuková zahrada u ekocentra (Nová Lhota, Brezová pod Bradlom), Priblížme si tradície našich predkov (Združenie miest a obcí myjavského regiónu, MAS Hornácko a Ostrožsko, Obec Ostrata a Mesto Morkovice Slížany), Letorosty spod Bradla (Košariská, Veľká n. Veličkou).

<sup>5</sup> 30. jún 2013, zdroj:

[http://www.tsk.sk/buxus/docs/regional/fondmikroprojektov/IS\\_projekty\\_30062013.pdf](http://www.tsk.sk/buxus/docs/regional/fondmikroprojektov/IS_projekty_30062013.pdf)

Projekty z ďalších informačných zdrojov<sup>6</sup>:

Osobnosti našej histórie (PRV, KR-MAS s MAS Vršatec), Spoznávame krásy našich regiónov (PRV, KR-MAS s MAS Svornosť), Regionálne produkty z regiónu Kopaníc a Záhoria (PRV, KR-MAS, MAS Podhoran, Horné Záhorie O.Z..)

Zlepšenie služieb CR slovensko – moravského pomedzia: Obnova a rekonštrukcia DK Javorina, Stará Turá, Cyklochodník "Sám s priateľmi, či rodinou na bicykloch pod Javorinou", Stará Turá, Objevme kulturní a prírodní krásy susedu (Obec Nová Lhota, Obec Čachtice, Aktivní Hornácko o.s., Mesto Skalica, Město Strážnice, Mesto Brezová pod Bradlom a Mesto Uherské Hradiště), Za poznáním přírody (Nová Lhota, Brezová pod Bradlom), Priateľstvo nepozná hranice (Rudník), Inštitucionalizácia a aktivácia česko-slovenského cech košírkárskeho (Rudník), Rozvoj vidieckeho cestovného ruchu v kopaničiarskom regióne (VID-TUR), Propagácia vidieckeho turizmu a remesiel myjavského a podjavorinského regiónu (VID-TUR), Živá řemesla a tradice putují přes hranice (Mikroregion Ostrožsko, svazek obcí pro celkový rozvoj zájmové oblasti, Združenie miest a obcí myjavského regiónu), Propagácia tradičného remesla košíkárstva (Rudník), Podpora a propagácia atraktivít cestovného ruchu slovensko-moravského pomedzia (cezhraničná spolupráca s MAS Východní Slovácko), Spoločná cezhraničná stratégia udržateľného rozvoja Hornácka a Kopaníc pre roky 2014-2020 (Krajská hospodárska komora Juhomoravského kraja v spolupráci s KR-MAS), Po stopách Dušana Samo Jurkoviče a historie lázeňství v Rožnově pod Radhoštěm (Rožnov pod Radhoštěm, Myjava), Spracovanie projektovej dokumentácie pre vybudovanie náučného chodníka „Pávičie“ (Program obnovy dediny, Združenie obcí Čachtice – Kopanice), Náučný chodník „Pávičie“ – vybudovanie informačného systému (Združenie obcí Čachtice – Kopanice), Recepty nášho priateľstva – cezhraničná spolupráca (Združenie obcí Čachtice – Kopanice, Východní Slovácko), 4CYKLOREGIO (Mesto Skalica, Združenie obcí subregión Pod Bradlom, Strážnicko MAS, ďalšie subjekty), S mobilem po Bílých Karpatech (Slovácký běžecký klub Kyjov o.s., KR – MAS), Cezhraničná maľovaná mapa Kopanice, Hornácko, Ostrožsko (KR – MAS, Místní akční skupina Hornácko a Ostrožsko), Na běžkách, na kole i pěšky III. etapa (Slovácký běžecký klub Kyjov o.s, KR –MAS), Kopaničiarsku ovocno-destilátovú cestu (KR – MAS), Ožívujeme vidiecke stavby na Morave a Myjave (KR – MAS, MAS Hornácko a Ostrožsko a Strážnicko MAS), Staromyjavská greenway (KR – MAS), Načo chodiť pešky – keď môžu byť bežky (KR – MAS), Poznej své přátele (MAS Boskovicko PLUS, o. s, KR – MAS), Chodníčky za poznáním slovensko-moravského pohraničia (KR – MAS, MAS Hornácko a Ostrožsko).

Riešené projekty v sledovanom období Združenia obcí kopaničiarskeho regiónu Veľká Javorina – Bradlo:

Spoločné dokumenty na podporu rozvoja cestovného ruchu pod Veľkou Javorinou (v spolupráci s MAS Hornácko a Ostrožsko) - predmetom projektu je tvorba strategických dokumentov ako štúdia budovania cyklochodníkov a cyklotrás, koncepcia rozvoja cestovného ruchu a vytrasovanie jazdeckých trás v oboch regiónoch.

Zvýšenie atraktivity prihraničného regiónu spojzdením historického vlaku (v spolupráci s HCP Společnost železniční, výtopna Veselí nad Moravou, o.s.) - predmetom projektu bolo oživenie sezónnej osobnej dopravy na železničnej trati Veselí n. Moravou – Myjava – Stará

---

<sup>6</sup> spracované na základe informácií z TIK Stará Turá, TIK Myjava, OZ KR – MAS a obcí, doplnené aj na základe podnetov členov pracovnej skupiny. Nejde o kompletný zoznam všetkých realizovaných projektov v danom období.

Turá počas letnej turistickej sezóny a počas významných kultúrnych a spoločenských podujatí, kedy po regióne premával historický parný vlak.

Infraštruktúra cykloturistických trás (v spolupráci so Slovenským cykloklubom a Mikroregion Luhačovské Zálesi) – predmetom projektu bolo doplniť chýbajúce prvky cykloinfraštruktúry jako sú turistické odpočívadlá, veľkoplošné mapy a panely označenia pamiatok v drevených a kovových stojanech.

## 2. ANALYTICKÁ ČASŤ

### 2.1 ANALÝZA PONUKY

#### 2.1.1 Analýza cieľov a atraktivít

Východiskom na to, aby návštevník prišiel do regiónu a využíval služby, ktoré sú ponúkané, sú dostatočne atraktívne ciele pre výletníkov a ubytovaných hostí (turistov). Tieto sú zvyčajne vytvorené na základe primárnej ponuky v regióne opierajúc sa najmä o tie prírodné danosti, kultúrno-historické pamiatky a tradičné podujatia, ktoré sú schopné motivovať pri rozhodovaní a pritiahnúť potenciálnu klientelu pre návštevu regiónu. Pritom môže ísť o primárnu ponuku alebo aj ponuku vytvorenú/resp. dotvorenú človekom.

Nasledujúca tabuľka vyhodnocuje atraktivity cestovného ruchu v regióne podľa hodnotenia respondentov - členov pracovnej skupiny. Zoznam je uvedený v poradí priority podľa odhadovaného potenciálu využitia v budúcnosti členmi pracovnej skupiny a druhorodo podľa významnosti v súčasnom cestovnom ruchu regiónu. Identifikácia bariér/problémov využitia týchto atraktivít pre cestovný ruch a podmienky/možnosti ich lepšieho využívania uvádza príloha 3.

**Tab. 1: Hodnotenie jednotlivých atraktivít cestovného ruchu v regióne Pod Veľkou Javorinou a Bradlom (mimo podujatí)**

Cieľ/atrakcia CR	Významnosť pre súčasný CR  2 – pre návštevníkov mimo regiónu, resp. zo zahraničia 1 – pre návštevníkov z regiónu 0 – len pre miestnych obyvateľov	Doterajšie využitie potenciálu pre CR  2 – dostatočné využitie potenciálu 1 – čiastočne dostatočné využitie potenciálu 0 – nedostatočne využitý potenciál	Hodnotenie súčasného stavu  2 – dobrý stav - bez problémov využiteľné v CR 1 – je nevyhnutná čiastočná úprava – rekonštrukcia – obnova 0 – zlý/nedostatočný stav	Potenciál využitia pre CR do r. 2020  2 – vysoký 1 – čiastočný/nízky 0 – žiaden/minimálny
Mohyla M. R. Štefánika na Bradle, resp. celý areál Bradla	1,85	1,25	1,5	2,0
Múzeum M.R. Štefánika, Košariská	1,85	1,14	1,33	2,0
Gazdovský dvor, Turá Lúka	1,83	1,33	2,0	2,0
turistické a náučné chodníky	1,80	0,8	1,25	2,0
Kop. ovocno-destilátová cesta	1,75	0,6	0,75	2,0
Biofarma Charolais	1,72	1,6	2,0	2,0
pálenice a sušiarne ovocia	1,7	1,33	1,16	2,0
cyklotrasy	1,7	1,2	1,4	2,0
hipoturistika, jazd. chodníky	1,66	0,75	1,16	2,0
Rekreačné stredisko Stará Myjava	1,5	1,25	1,0	2,0
LS Veľká Javorina	1,56	1,37	1,31	1,83
Múzeum SNR Myjava	1,75	1,0	1,75	1,8



<b>Ciel/atrakcia CR</b>	<b>Významnosť pre súčasný CR</b>  2 – pre návštevníkov mimo regiónu, resp. zo zahraničia 1 – pre návštevníkov z regiónu 0 – len pre miestnych obyvateľov	<b>Doterajšie využitie potenciálu pre CR</b>  2 – dostatočné využitie potenciálu 1 – čiastočne dostatočné využitie potenciálu 0 – nedostatočne využitý potenciál	<b>Hodnotenie súčasného stavu</b>  2 – dobrý stav - bez problémov využiteľné v CR 1 – je nevyhnutná čiastočná úprava – rekonštrukcia – obnova 0 – zlý/ nedostatočný stav	<b>Potenciál využitia pre CR do r. 2020</b>  2 – vysoký 1 – čiastočný/nízky 0 – žiaden/ minimálny
Pamätník bratstva Čechov a Slovákov na Veľkej Javorine	1,58	1,33	1,8	1,8
Rekreačné stredisko Dubník	1,5	1,07	1,07	1,7
bunkre z II. svetovej vojny	1,5	0,5	0,75	1,7
Rodný dom S. Štúra, Lubina	1,5	1,0	1,0	1,7
Mestské múzeum Stará Turá	1,17	1,2	1,25	1,6
Izby ľudových tradícií Vrbovce	1,5	1,5	1,0	1,6
Izba ľudových tradícií Krajné (v prípade opätovného otvorenia)	1,0	0,5	1,0	1,5

Zdroj: spracované na základe hodnotenia členov pracovnej skupiny

Atraktivity s nízkym potenciálom využitia pre cestovný ruch pod bodovú hodnotu 1,5 (podľa hodnotenia členov pracovnej skupiny) sú uvedené v prílohe 3 vrátane uvádzaných bariér/problémov využitia pre cestovný ruch a podmienky/možnosti ich lepšieho využívania.

Medzi najsilnejšie atrakcie schopné pôsobiť v súčasnosti ako motivácia/dôvod príchodu do regiónu zaradili respondenti (členovia pracovnej skupiny v rámci realizovaného prieskumu, otázka – „Ktoré atrakcie sú, podľa Vášho názoru, v súčasnosti tak silné, že pôsobia v súčasnosti ako motivácia/dôvod príchodu do regiónu“ – otvorená otázka s poradím odpovedí) jednoznačne na 1. miesto Mohyľu M. R. Štefánika (vrátane Múzea M. R. Štefánika na Košariskách). U ostatných atraktivít k podobnej zhode nedošlo. Ide o tieto pozície:

1. Mohyľu M. R. Štefánika (vrátane Múzea M. R. Štefánika na Košariskách)
2. Folklor a folklórne podujatia (MFF Myjava), Gazdovský dvor Turá Lúka, Veľká Javorina (spolu s Holubyho chatou, turistikou, cykloturistikou, a inými aktivitami)
3. Biofarma Charolais, sušiarne a pálenice ovocia, hipoturistika/cykloturistika/turistika, agrofarmy a gazdovstvá spojené s gastronómiou, poľovníctvo, Múzeum SNR Myjava

Pre rozvoj cestovného ruchu majú význam aj ďalšie atraktivity primárnej ponuky územia. Celkový zoznam nehnuteľných kultúrnych pamiatok v regióne spracovaný na základe databázy Pamiatkového úradu SR sa nachádza v prílohe 15. Zoznam osobitných chránených

častí prírody v území spracovaný na základe dostupných informácií Slovenskej agentúry životného prostredia sa nachádza v prílohe 16.

### 2.1.2 Analýza turistickej infraštruktúry a služieb

Nasledujúce tabuľky uvádzajú kapacity ubytovacích zariadení v regióne.

**Tab. 2: Kapacity ubytovacích zariadení v SR, Trenčianskom kraji a v regióne Pod Veľkou Javorinou a Bradlom v roku 2013**

	počet ubytovacích zariadení	počet izieb	počet lôžok
SR	3 485	62 578	159 857
TSK	246	4 781	11 377
Región Pod Veľkou Javorinou a Bradlom	21	233	602

Zdroj: spracované podľa ŠÚ SR, 2014

Počet ubytovacích zariadení a ich kapacita vyjadrená počtom izieb a počtom lôžok v regióne v rokoch 2007 a 2013 na základe evidencie ŠÚ SR je uvedený v nasledujúcej tabuľke. Tabuľka obsahuje aj porovnanie kapacít s krajom a celou Slovenskou republikou podľa evidencie ŠÚ SR.

**Tab. 3: Kapacita ubytovacích zariadení v regióne, porovnanie rokov 2007 a 2013**

	Počet ubytovacích zariadení		Počet izieb		Počet lôžok spolu		v tom stále lôžka		príležitostné lôžka		Počet miest na voľnej ploche	
	2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013	2007	2013
Myjava	4	7	47	70	112	160	112	160	0	0	0	0
Stará Turá	10	7	195	101	414	276	361	221	55	55	200	0
<b>SPOLU všetky obce regiónu</b>	20	21	380	233	965	602	870	524	95	78	200	0

Zdroj: spracované podľa ŠÚ SR, 2014

V uvedenej tabuľke sú uvedené kapacity a výkony ubytovacích zariadení za všetky obce regiónu, osobitne sú uvedené aj mestá Myjava a Stará Turá, ktorých údaje sú aj individuálne zo ŠÚ SR dostupné vzhľadom na evidované minimálne 3 ubytovacie zariadenia v nich. Z výsledkov štatistického zisťovania zdrojových informácií z rokov 2007 – 2013 vyplýva, že v roku 2013 došlo k poklesu ubytovacích kapacít oproti roku 2007. V obciach Brezová pod Bradlom, Bzince p. J., Košariská, Podkylava a Prieasné ŠÚ SR eviduje menej ako 3 ubytovacie zariadenia a teda ide o dôverné údaje, v ostatných obciach neeviduje žiadne ubytovacie zariadenie, resp. žiadne prenocovanie k 31. 12. 2013 za daný rok.

Štruktúra ubytovacích zariadení podľa jednotlivých kategórií za Trenčiansky kraj celkove je v prílohe 2.

Počet pohostinských odbytových stredísk v obciach regiónu v roku 2012 uvádza tabuľka v celkovom počte za obce regiónu 126. Od roku 2007 je na základe evidencie ŠÚ SR stav

počtu pohostinských odbytových stredísk zhruba rovnaký, resp. mierny nárastol (121 zariadení, rok 2007).

**Tab. 4: Počet pohostinských odbytových stredísk v obciach regiónu v roku 2012**

<b>Počet pohostinských odbytových stredísk spolu v regióne</b>	<b>126</b>
Okres Myjava spolu	83
Obce predmetného regiónu z okresu NMnV	43
Vybraté obce s väčším počtom zariadení	
Brezová pod Bradlom	20
Košariská	3
Krajné	3
Myjava	43
Bzince pod Javorinou	3
Lubina	6
Stará Turá	26

Zdroj: spracované podľa ŠÚ SR, 2013

Nasledujúca tabuľka uvádza zoznam dôležitých ubytovacích a stravovacích zariadení podľa hodnotenia členov pracovnej skupiny z hľadiska významnosti týchto zariadení v súčasnom cestovnom ruchu regiónu.

**Tab. 5: Ubytovacie a stravovacie zariadenia v regióne**

<b>Významné ubytovacie zariadenia z hľadiska cestovného ruchu (bez poradia dôležitosti)</b>	
Hotel Štefánik, Myjava	Penzión Rosy, Myjava
Agropenzión Adam, Podkylava	Penzión na Mlyne, Stará Turá
Penzión Holotéch víška, Košariská	RZ Javorinka, Dubník, Stará Turá
Holubyho chata, Lubina	Hotel garni Hydrostav Dubník
Hotel Lipa, Stará Turá	Chatová oblasť Stará Myjava
Penzión Hájenka, Stará Turá	Hotel Spoločenský dom, Myjava (perspektívne)
<b>Významné stravovacie zariadenia z hľadiska cestovného ruchu (bez poradia dôležitosti)</b>	
Reštaurácia u Juhása, Košariská*	Reštaurácia Trnovce, Myjava
Gazdovský dvor U Apka, Brezová pod Bradlom	Pizzeria Gurmán, Košariská
Reštaurácia Kross House, Myjava	Reštaurácia u Tvarožkov, Brezová pod Bradlom*
Reštaurácia Hotela Lipa, Stará Turá	Reštaurácia u sváka Ragana, Brezová pod Bradlom
Reštaurácia Penziónu na Mlyne	Country & Western Saloon Cetuna, Bzince. p. J.
Reštaurácia u Anny, Jablonka	Reštaurácia Salamander, Stará Turá
Albertina, reštaurácia Hotela Štefánik, Myjava	Krčma na konci sveta, Lubina
Vinotéka na Nátoni, Stará Myjava	Chata Bradlo (perspektívne)
Pub na konci sveta, Myjava	Cafe & Restaurant Family, Myjava
<b>Ubytovacie služby v typických kopaničiarskych domoch (bez poradia dôležitosti)</b>	
Holotéch víška, Košariská	Gazdovský dvor, Turá Lúka
Chalupa Jesienka, Vrbovce	Penzión u Dobrých gazdov, Turá Lúka
Penzión Končiny, Prieasné	Penzión Stará škola, Prieasné
Chalupa Kršlica, Vrbovce	Reštaurácia u Juhásza*, Košariská
Slukéch chalupa, Košariská	Chalupa Bianca, Stará Myjava

Pozn.: Spracované na základe písomného dopytovania členov pracovnej skupiny. Zoznam väčšiny zariadení obsahuje Katalóg stravovacích, ubytovacích a športových zariadení v Kopaničiarskom regióne, Združenie Myjava, 2013. Potenciál pre ubytovanie v letnej sezóne majú študentské domovy (internáty).

\*Stravovacie zariadenia s potenciálom poskytovania ubytovacích služieb.

V prieskume (pracovná skupina) boli hodnotené aj niektoré aspekty prevádzkovania ubytovacích a stravovacích zariadení. Celkovo bol rozsah poskytovaných služieb ubytovacími zariadeniami vyhodnotený ako priemerný (priemerná hodnota 1,56 v rámci škály 0–2), úroveň poskytovaných ubytovacích služieb ako priemerná (priemerné hodnotenie 1,45 v rámci škály 0–2). Prieskum bol zameraný aj na hodnotenie doterajšej spolupráce a zapojenia zariadení do spoločných aktivít. Spolupráca ubytovacích zariadení/zapojenosť do spoločných aktivít bola ohodnotená celkovo nízko 1,05 (v rámci hodnotiacej škály 0 – žiadna zapojenosť/žiadna spolupráca, 2 – vysoká zapojenosť/dobrá spolupráca).

Rovnako v stravovacích zariadeniach bol ohodnotený celkovo priemerný rozsah poskytovaných služieb stravovacími zariadeniami (priemerná hodnota 1,42 v rámci škály 0–2), priemerná úroveň poskytovaných stravovacích služieb (priemerné hodnotenie 1,45 v rámci škály 0–2). Spolupráca stravovacích zariadení/zapojenosť do spoločných aktivít bola takisto ohodnotená celkovo nízko 1,2 (v rámci hodnotiacej škály 0 – žiadna zapojenosť/žiadna spolupráca, 2 – vysoká zapojenosť/dobrá spolupráca).

Ako ciele v regióne v rámci cestovného ruchu slúžia podľa názoru pracovnej skupiny za ubytovacie zariadenia najmä (bez významnosti poradia): Hotel Štefánik/Myjava, Holubyho chata/Lubina, Agropenzión Adam/Podkylava, Penzión Holotých Víška/Košariská. Zaujímavé gastronomické špeciality ponúkajú najmä Hotel Štefánik/Myjava, Reštaurácia u Juhása/Košariská, Kross House/Myjava.

V rámci spracovania analytickej časti koncepcie bolo realizované dopytovanie podnikateľov v cestovnom ruchu. Celkovo bolo oslovených 84 ubytovacích zariadení, stravovacích zariadení, poskytovateľov doplnkových služieb (ako východisko slúžil Katalóg stravovacích, ubytovacích a športových zariadení doplnený o kontakty získané z webových stránok obcí, združení a zariadení regiónu). Cieľom tejto časti prieskumu bolo samohodnotenie zariadení, identifikovanie ich hlavných segmentov, získanie názorov podnikateľskej verejnosti týkajúcich sa marketingových aktivít regiónu a určenie najdôležitejších regionálnych organizácií v rozvojových aktivitách cestovného ruchu v regióne, ako aj identifikovanie dôležitých problémov rozvoja CR. V dôsledku nízkej návratnosti dotazníkov nemožno pokladať výsledky prieskumu za relevantné. Zo získaných odpovedí podnikateľov možno však konštatovať, že zariadenia majú konkrétne zámery v oblasti rozširovania a zvyšovania úrovne služieb, v oblasti tvorby, resp. zdokonaľovania ponuky nadštandardných a originálnych služieb aj v oblasti novej regionálnej spolupráce.

Nasledujúca tabuľka uvádza najdôležitejšie súčasti infraštruktúry CR, ktoré dopĺňajú už vyššie uvedené atrakcie cestovného ruchu. Súčasti infraštruktúry sú vybrané a zoradené podľa získaných bodov hodnotenia pracovnou skupinou). Tabuľka zachytáva aj niektoré problémy využitia infraštruktúry pre CR, resp. uvádza niektoré poznámky k danej infraštruktúre.

**Tab. 6: Najdôležitejšie súčasti infraštruktúry CR** (atraktivity cestovného ruchu – cieľové miesta sú uvedené v tab. 1)<sup>7</sup>

Infraštruktúra cestovného ruchu	Problémy využitia pre CR, poznámky k využívaniu infraštruktúry v CR
PKO Trnovec	areál je plne využitý len počas MFF Myjava, kde sú služby kvalitné a program prepracovaný, negatívum- závislosť od sezóny a počasia, areál by sa však mal využívať i počas roka oveľa viac, organizovať aspoň 1x do roka veľký koncert/kultúrnu akciu v kombinácii s ďalšími produktmi a službami s cieľom

<sup>7</sup> Pozn.: Jednotlivé súčasti infraštruktúry CR sú vybrané a zoradené podľa bodového ohodnotenia členmi pracovnej skupiny. Farebné spracovanie sprehľadňuje rozdielnosť dôležitosti infraštruktúry pre cestovný ruch (zoradené od najvyššej po najnižšiu podľa hodnotenia pracovnou skupinou).

Infraštruktúra cestovného ruchu	Problémy využitia pre CR, poznámky k využívaniu infraštruktúry v CR
	získať turistov na prenocovanie v regióne, zlý stav amfiteátra, nedokonalá technika na premietanie letného kina
Železničné múzeum Stará Turá	nízka podpora od štátu, keďže ide o súkromné múzeum, sídlo v prenajatých priestoroch železničnej stanice, malá propagácia, vhodné rozšírenie a rekonštrukcia, malé priestory, súčasne problém s rekonštrukciou železničných dráh pre múzeum
Minifarma Lubina	potreba väčšej propagácie
Sušiareň ovocia Harušťák, Lubina - Miškých Dedinka	dobrá manažment, výrobky by sa mali predávať v celom regióne, nedostatočný marketing
Pálenica Brestovec	potrebná rekonštrukcia (fasáda, zatraktívnenie prostredia), dopripravovať pre poskytovanie služieb turistom
Jazdecký klub Betty, Bukovec	menej atraktívne prostredie, potreba ponuky balíčkov, potreba rekonštrukcie ubytovania
Mestský športovo-rekreačný areál Myjava (ako súbor zariadení)	po dobudovaní veľký potenciál využiteľný v CR
turistická rozhľadňa Poľana (Brestovec)	negatívum – vzdialenosť od centier, nevybudované solídne parkovisko a prístupová cesta (popri domoch), možnosť doplniť rozhľadňu o ďalekohľad, smerovníky na rôzne strany a pod.
rekreačná/výletná železničná doprava	potreba obnovy vagónov, sú už v zlom stave, vhodné by bolo zapojiť železnice do CR
rybárske revíry (poskytovanie služieb pre turistov)	viac zapájať do CR, neexistujúca propagácia a neinformovanie o možnostiach pre turistov, chýbajúca organizácia aktivít pre CR
poľovnícke revíry (poskytovanie služieb pre turistov)	viac zapájať do CR, neexistujúca propagácia a neinformovanie o možnostiach pre turistov, chýbajúca organizácia aktivít pre CR
DK Samka Dudíka v Myjave	využiteľné v prípade organizovania zaujímavých podujatí a iných atraktívnych aktivít, nevyhovujúce zariadenie pre premietanie nových filmov
Národný dom M.R.Štefánika, Brezová pod Bradlom	využiteľné v prípade organizovania zaujímavých podujatí a iných atraktívnych aktivít, potrebná rekonštrukcia interiéru, do konca roka 2014 tu bude zriadená pamätná izba D. S. Jurkoviča a plánované sú viaceré zámery využitia priestorov
DK Javorina Stará Turá	chýba bezbariérový vstup na vyššie poschodia (vhodný by bol výťah), využiteľné v prípade organizovania zaujímavých podujatí a iných atraktívnych aktivít, potrebná rekonštrukcia, nevyužitý priestor kina- stará technika
Ski Land Stará Myjava	problém s nedostatkom snehu pri nedostatočne nízkych teplotách, nízko položené stredisko, pozitíva – umelé zasnežovanie, zapojenie sa do Rugged Race, potreba spolupráce s ostatnými poskytovateľmi služieb v lokalite a vytvorenie komplexného strediska
Športovo-vzdelávacie stredisko Bradlan	
Mestský športový areál Stará Turá	chýba bezbariérový vstup na vyššie poschodia, vhodný by bol výťah
MS Matejková, Brezová pod Bradlom	v majetku ECAV, v súčasnosti využívané na tábory detí, potreba rekonštrukcie chatiek

Zdroj: spracované na základe hodnotení členov pracovnej skupiny a vlastného terénneho prieskumu

Pozn.: Niektoré súčasité infraštruktúry cestovného ruchu môžu slúžiť ako ciele návštev, ich vyselektovanie by vyžadovalo primárny prieskum na strane dopytu.

Zaujímavými v CR môžu byť aj ďalšie atraktivity v prípade ich zakomponovania do produktov CR, napr. chalupa v štýle Flinstone (Jablonka, Švancarova dolina), pec na Barana (Priepasné), iné.

Podľa hodnotenia je dôležitosť nasledujúcich zariadení v súčasnosti skôr menšia až nepodstatná pre CR a poskytovanie služieb pre návštevníkov. Nasledujúca tabuľka uvádza aj niektoré poznámky k daným zariadeniam na ich potenciálne väčšie využitie v CR.

**Tab. 7: Ďalšie zariadenia tvoriace súčasť infraštruktúry CR v regióne (bez poradia dôležitosti)**

Zariadenie	Poznámky
Stála expozícia sestier Royových, Stará Turá	je potrebné zabezpečiť propagáciu expozície
Komunitné centrum – Dom záujmových činností (múzeum), Vaňovce	nemá ešte v regióne tradíciu
Morghan Myjava	vysoko hodnotený rozsah a úroveň služieb, v súčasnosti využívané najmä pre občanov
ORB zóna, Myjava	pozitívne hodnotený rozsah a úroveň služieb, v súčasnosti využívané najmä pre občanov
RZ Mladost' v Brezovej pod Bradlom	súkromné vlastníctvo, nevyužívanie zariadenia pre verejnosť
RZ Partizán, Brezová pod Bradlom	v súčasnosti jediné otvorené ubytovacie zariadenie v meste, priestory vhodné na hromadné akcie
Ovosad Myjava	spoločnosť produkujúca regionálne ovocie
Ekotrend Myjava	spoločnosť zapájajúca sa do ovocinárskych aktivít
Pálenica Jablonka	dopripravovať pre poskytovanie služieb turistom <sup>8</sup>
Ranch Javorina – jazdecký areál rozhľadňa Žalostinná, Chvojnice	málo známy v regióne, nutnejšia lepšia propagácia napojenie rozhľadne na iné produkty
vyhliadková veža Hrajky (Myjava)	nedostatočne atraktívne pre turistov, potenciál napojenia na iné produkty
vodná nádrž Brestovec	v súčasnom stave nevhodná pre CR, potenciál využívania na rybolov v CR
vodná nádrž Brezová	vypustená, v prípade napustenia sa otvoria možnosti pre rybárov, turistov, plavcov, rekreantov, v súčasnom stave nevhodná pre CR
lyžiarsky vleč Bradlo	pre nenáročných a začínajúcich lyžiarov, málo využívaný, nízko položené stredisko, nevysporiadané pozemky

Zdroj: spracované podľa hodnotení pracovnej skupiny

Pozn.: V prípade organizovania podujatí a tvorby zaujímavých iných produktov je možné pre návštevníkov využiť ďalšie súčasti infraštruktúry v rámci občianskej vybavenosti miest a obcí. Zoznam ďalších regionálnych producentov a spracovateľov ovocia obsahuje publikácia Tradičné ovocie moravsko-slovenského pomezí juhu Bílých Karpat, 2012.

Nasledujúca tabuľka uvádza zoznam podujatí v regióne, ktoré sú v určitej väčšej či menšej miere relevantné v rámci ponuky CR. Osobitne sú uvedené podujatia, pri ktorých je dokladovaný alebo aspoň odhadnutý počet účastníkov podujatia. Ostatné podujatia nie sú zaradené podľa významnosti ani počtu účastníkov, v prvej časti sú uvedené podujatia Myjavy, Brezovej pod Bradlom a okolitých obcí, v druhej časti mesta Stará Turá a okolitých obcí.

**Tab. 8: Podujatia v regióne využívané v cestovnom ruchu**

Názov podujatia	Organizátor podujatia	Návštevnosť (počet osôb)	Odhad % návštevnosti i turistami
MFF Myjava 2014	Mesto Myjava, spolupráca viacerých organizácií	11 000	70 %
Staroturiansky jarmok	Mesto Stará Turá	10 000	

<sup>8</sup> Pozn.: prípadné využitie aj ďalších páleníc v regióne - Pálenica Hrašné, Myjavská pálenica v Myjave, Potúček spracovateľské centrum pálenica, Brezová pod Bradlom (Pestovateľská pálenica Brestovec je uvedená v tabuľke vyššie).



Názov podujatia	Organizátor podujatia	Návštevnosť (počet osôb)	Odhad % návštevnosť i turistami
Otváranie pasienkovej sezóny, Podkylava	spolupráca viacerých partnerov (Združenie miest a obcí myjavského regiónu obec Podkylava, CTK Myjava)	2 500	80 %
ADAMFEST	Farma koní a HD Charolais	2 000	80 %
Kopaničársky jarmek	DK Javorina Stará Turá	2 000	
Varenie slivkového lekváru, sušenie ovocia a výroba muštov z ovocia	Agropenzión Adam	1 000	70 %
Zeleninové dni	Agropenzión Adam	800	80 %

Dalšie podujatia relevantné pre cestovný ruch (bez dostupných údajov návštevnosti)	Organizátor podujatia
Medzinárodné stretnutie košíkárov Nevšedné podoby prútia	Rudník, CTK Myjava
Retro-race preteky JAVA 50	Bukovec
Koštovka páleného v Starej Myjave a Myjave	súkromná osoba
Regionálna spomienková slávnosť 95. výročia úmrtia M.R. Štefánika	spolupráca viacerých subjektov (Mestá BpB, Myjava, obec Košariská a Prieipasné, spolok M.R. Štefánika, Spolok rodákov M.R. Štefánika, Ministerstvo obrany SR, SNM, ECAV BpB a Košariská-Prieipasné)
Oslavy narodenia M. R. Štefánika	MO SR, Košariská, SNM
Dožinky v Turej Lúke	GD v Turej Lúke, Rozvoj cestovného ruchu myjavských kopaníč
Slivkobranie	konané v GD Turá Lúka
Muziganské Prieipasné	Prieipasné, CTK Myjava
Brezovský jarmok	Brezová pod Bradlom
Jazda motorkárov	Brezová pod Bradlom
Michalský jarmek	Myjava
Sokoliarske lovy	Kostolné
Automobilové preteky do vrchu Surovín	konané v Jablonke
Čamprla a Guláš fest	Kostolné
Letokruhy spod Bradla	Košariská
Vianočný jarmek	Brezová pod Bradlom
Zeleninové dni	Agropenzión Adam, Podkylava
Kynologický deň v Krajnom	Kynologická revue
Vianočný trh so zabíjačkou	Myjava
Vianoce v divadle	OZ SLUHA
Slávnosti bratstva Čechov a Slovákov na Veľkej Javorine	obce a mestá SR a ČR, prípravný výbor
Podjavorinské folklórne slávnosti	Lubina a Bzince p. J.
Remeslá našich predkov	DK Javorina a Stará Turá
Kopaničársky jarmek	DK Javorina a Stará Turá
Krojovaná zábava – Gazdovský večer	Dom osvetý Dr. Milana Hodžu v Miškech Dedinke
Fašiangy a pochovávanie basy v Miškech Dedinke	Dom osvetý Dr. Milana Hodžu v Miškech Dedinke
Krajské slávnosti SNP na vrchu Roh	Obec Lubina

Ďalšie podujatia relevantné pre cestovný ruch (bez dostupných údajov návštevnosti)	Organizátor podujatia
Deň obce	Obec Bzince p.J.
Vítanie jari a veľkonočný trh	DK Javorina Stará Turá
Vianočný trh s tradičnou zabíjačkou	DK Javorina Stará Turá
Vaďovské báľešové hody	Vaďovce

Zdroj: spracované na základe informácií pracovníkov TIK Myjava a Stará Turá a webových stránok obcí. Ďalšie podujatia organizované na území obcí a miest sú uvádzané v ich aktuálnych kalendároch podujatí, resp. v kalendároch podujatí aktívnych regionálnych organizácií.

Nasledujúca tabuľka uvádza zoznam organizácií, združení a klubov regiónu pôsobiacich v rôznej miere aj v cestovnom ruchu (hodnotenie na základe dopytovania TIK Myjava a Stará Turá). Ich angažovanosť v cestovnom ruchu je významným faktorom rozvoja cestovného ruchu v regióne.

**Tab. 9: Zoznam vybraných organizácií, združení a klubov regiónu pôsobiacich v rôznej miere aj v CR**

Organizácia		
Detská organizácia Fénix	FS Kopaničiar	Spevácka skupina Bukovčané
Spoločnosť M. R. Štefánika, Stará Turá	DFS Kopaničiarik	Folklórny súbor Brezová
Slovenský cykloklub, Stará Turá	FSK Kopa (Myjava)	Motoclub FREESPIRIT
Zväz protifašistických bojovníkov, Stará Turá	FS Kýčer (Turá Lúka)	Detský folklórny súbor Iskerka
Klub slovenských turistov	Spolok výtvarníkov (Myjava)	Bradlo Bike, Brezová p. Br.
Nadácia ŽIVOT, Stará Turá	Myjavskí heligonkári	Divadelný súbor J. M. Hurbana, Brezová p. Br.
OZ Sluha, Stará Turá	amatérsky divadelný súbor Korbáč (Myjava)	Tanečný súbor I. C. E.
LH Polun, Stará Turá	DFS Vrbovčánek (Vrbovce)	OZ Rosenka, Košariská
FS Javorinka, Lubina	rómsky súbor Khamoro v Myjave	

Pozn.: Na účely rozvoja cestovného ruchu je možné využiť organizácie Slovenského zväzu včelárov a Slovenského rybárskeho zväzu poľovné združenia, ktoré pôsobia vo viacerých častiach regiónu. Významnými môžu byť aj iné občianske združenia, napr. kluby žien, organizácie dobrovoľných hasičských zborov a mnohé iné podľa angažovanosti jednotlivých osobností. Zoznam všetkých registrovaných organizácií eviduje MV SR.

V regióne sú vo veľkej miere zachovávané tradičné remeslá. Zručnosti remeselníkov – súčasníkov sú vynikajúco využiteľné nielen v rámci predaja tradičných produktov, ale aj v kreatívnom cestovnom ruchu. Aktuálny zoznam remeselníkov rôznych odborností (košíkari, vareškári, drotári, hrnčiari a výroba keramiky, čipkárky, výroba šperkov a bižutérie, výroba sviečok, domové a bytové dekorácie a ďalšie umelecké remeslá) eviduje v celom regióne TIK v Myjave.

Súčasťou infraštruktúry cestovného ruchu sú aj vzdelávacie zariadenia. V rámci vzdelávacích aktivít sa angažujú viaceré regionálne organizácie (uvedené v časti 1.1), okrem toho v regióne pôsobí Súkromná hotelová akadémia, St. Turá.

Celkové súborné hodnotenie služieb využívaných v cestovnom ruchu je uvedené v nasledujúcej tabuľke. V ponuke služieb CR možno konštatovať dostatočné kapacity najmä v stravovacích službách, ďalej v kultúrno-spoločenských službách, prípadne agroturistických



službách, otázna je dostatočnosť kapacít konferenčných služieb (vyjadrenia respondentov sa rôznia). Najväčšou slabinou je žiadna, resp. minimálna ponuka „adrenalinových“ služieb a ponuka regionálnych produktov, minimálna/nedostatočná je ponuka animačných služieb, organizovanie športových a rekreačných podujatí pre CR. Čo sa týka úrovne jednotlivých služieb, vysoko sú hodnotené agroturistické služby, ubytovacie, stravovacie služby, kultúrno-spoločenské služby pre turistov, organizované kultúrno-spoločenské podujatia. Naopak slabou stránkou je ponuka „adrenalinových“ služieb, športových a rekreačných podujatí pre turistov, športových služieb pre turistov.

**Tab. 10: Celkové hodnotenie služieb cestovného ruchu v regióne**

	<b>kapacita/ rozsah</b>  dostatočná – 1 nedostatočná – 0	<b>úroveň</b>  2 – vysoká 1 – priemerná 0 – nízka/ nedostatočná	<b>problémy/slabé stránky</b> (slovné vyjadrenie)	<b>silné stránky</b> (slovné vyjadrenie)
ubytovacie služby	0,5	1,9	nedostatočné informácie o zariadeniach, nedostatočné kapacity ubytovania v súkromí, nedobudovaný Športhotel na Myjave, pomerne vysoké ceny ubytovateľov, nevyužívanie kapacít v dôsledku sezónnosti, nízka návštevnosť, nedostatočná jazyková pripravenosť zamestnancov prvého kontaktu	celkovo kvalitné ubytovacie zariadenia, atraktívna lokalita – prostredie, rôznorodosť ubytovacích možností -kategórií a tried, s rôznym tematickým zameraním, pohostinnosť, vzťah cena -kvalita
stravovacie služby	1	1,9	nie je dostupné v každej obci, nedostatok klientov pre kvalitnú gastronómiu, v niektorých zariadeniach nedostatočná kvalita jedál, nedostatočná propagácia väčšiny zariadení, celkove nízka návštevnosť, nedostatočná jazyková pripravenosť zamestnancov prvého kontaktu	mnohé stravovacie zariadenia ponúkajú tradičné jedlá, -zaujímavé gastronomické ponuky niektorých zariadení, atraktívna lokalita – prostredie, rôznorodosť stravovacích zariadení (luxusné, zážitkové až po jednoduché, fast food), v celku pestrý sortiment, pohostinnosť
kultúrno-spoločenské služby pre turistov	0,9	1,9	nízke financovanie zo strany samospráv, problémová dostupnosť verejnou dopravou	veľa kultúrnych zariadení, ktoré organizujú tradičné folklórne a remeselné podujatia, atraktívna lokalita vzhľadom na autentické stavby a ľudové zvyklosti, záujem o tradičnú kultúru a produkty spojené s tradičnou kultúrou, ľudský kapitál – potenciál na skvalitnenie služieb, vysoká úroveň a odbornosť, veľký potenciál – folklór, tradície
organizované kultúrno-spoločenské podujatia pre turistov	0,6	1,9	problémová dostupnosť verejnou dopravou, nedostatok podujatí iného charakteru než folklór	veľa tradičných podujatí – remeselných trhov, folklórnych podujatí, výstavy ovocia, zeleniny, záujem o tradičnú kultúru a podujatia spojené s tradičnou kultúrou, skúsení organizátori podujatí aj veľkého rozmeru, potenciál pre organizovanie ďalších atraktívnych podujatí v prípade dohody a spolupráce zainteresovaných, profesionalita CTK v Myjave
športové služby pre turistov	0,5	1,2	absencia požičovní bicyklov, nedostatočná infraštruktúra, resp. dostupnosť nie je pre verejnosť, absentujúce moderné športy	dostatočný ľudský kapitál, dobudovať infraštruktúru pre športy, Myjava ako centrum športu v regióne (najmä futbal a volejbal) najmä po dobudovaní športového areálu na Myjave
„adrenalinové“ služby	0,0	0,4	chýbajú, absentujúca infraštruktúra	potreba zapojenia športových nadšencov v regióne (paintball, autokros, lezecké steny, paragliding, atď.) do tvorby ponuky pre CR, vybudovať lanové centrum, ponuka služieb na Dubníku (petang, paintball, štvorkolky, vodné bicykle, iné)

	<b>kapacita/ rozsah</b>  dostatočná – 1 nedostatočná – 0	<b>úroveň</b>  2 – vysoká 1 – priemerná 0 – nízka/ nedostatočná	<b>problémy/slabé stránky</b> (slovné vyjadrenie)	<b>silné stránky</b> (slovné vyjadrenie)
rekreačné služby pre turistov	0,5	1,4	nedostatočné využívanie, ponuka nie je dostatočne široká a rozmanitá pre rôzne segmenty, málo poskytovateľov služieb pre CR (suveníry, požičovne, prenájmy, sprievodcovia, iné), nedostatočná aktivizácia podnikateľov v tejto oblasti	kvalitné služby v hoteloch, dostatočný ľudský kapitál pre poskytovanie týchto služieb, potenciál v aktivizácii podnikateľov pre poskytovanie rekreačných služieb
športové a rekreačné podujatia pre turistov	0,2	1,1	nedostatočne využité možnosti	dostatočný ľudský kapitál so skúsenosťami v tejto oblasti
zábavné služby	0,4	1,3	absentujúce podniky pre mladých ľudí , nedostatok možností	dostatočný ľudský kapitál so skúsenosťami v tejto oblasti
konferenčné služby	0,7	1,6	otázna dostatočnosť kapacity, vzdialenosť od diaľnice	Hotel Štefánik, Hotel Lipa, Penzión Hájenka, netradičné možnosti v GD na Turej Lúke, možnosti využiť KD v mestách a obciach
agroturistické služby	0,8	1,9	možnosť a potreba rozšírenia ponuky, nedostatočná profesionalita personálu niektorých zariadení, nedostatočná prezentácia už ponúkaných služieb v regióne	komplexný produkt Agrofarmy Podkylava, ponuka v Gazdovskom dvore v Turej Lúke, vznik nových zariadení (napr. Penzión pod Hlaváčom)
animačné služby (organizovanie voľného času turistov s cieľom ponuky komplexného zážitku pre turistov)	0,1	-	chýbajú, neexistujúce	dostatočný kvalitný ľudský kapitál na zabezpečenie týchto služieb v prípade ich aktivizácie pre CR
ponuka regionálnych produktov (balíkov)	0,0	1,5	minimálna, nejednotná ponuka a postup poskytovateľov služieb, nedostatočná spolupráca, v tejto oblasti, chýba regionálna značka*	aktuálna aktivita v príprave turistických balíčkov, aktuálna realizácia projektu Regionálne značenie Kopaníc a Záhoria, dostatočný kvalitný ľudský kapitál pri aktivizácii, potenciál využitia jedinečnosti regiónu

Zdroj: spracované na základe hodnotení členov pracovnej skupiny

\* Riešené aktuálne v rámci projektu Podpora regionálnych produktov z Kopaníc a Záhoria, PRV SR 2007 – 2013, ktorý rieši aj vytvorenie značky Kopanice – regionálny produkt.

### 2.1.3 Analýza dopravných možností

V regióne sa nachádza hustá sieť ciest III. triedy a niekoľko ciest II. triedy, avšak absentujú cesty I. triedy. Z diaľnic sa najbližšie nachádza diaľnica D1. V rádiuse 100 km od Myjavy sa nachádza 16 okresných miest, z toho 6 miest vo vzdialenosti do 55 km. Do 100 km sú od Myjavy vzdialené dve krajské mestá (Trenčín a Trnava), pričom ďalšie dve krajské mestá (Bratislava a Nitra) sú vzdialené do 115 km od Myjavy. V prílohe 5 sa nachádza tabuľkové aj mapové znázornenie dopravnej dostupnosti regiónu (vyjadrené v čase aj v km). Mapa môže slúžiť pri organizovaní podujatí pri oslovení potenciálnych návštevníkov z dostupných zdrojových regiónov.

Región sa nachádza mimo hlavnej železničnej trate Bratislava – Košice. Myjava sa nachádza na trati ŽSR - 121 na trase Nové Mesto nad Váhom – Vrbovce, preto možno za východiskový bod pre vlakové spojenie považovať Nové Mesto nad Váhom, ktoré leží na hlavnej trati Bratislava – Košice (k železničnej dostupnosti vid' Príloha). Železničná infraštruktúra (železničná trať vychádzajúca z mesta Brezová pod Bradlom, smerujúca do Jablonice a ďalej do Senice, resp. Trnavy – v súčasnosti len pre nákladnú prepravu, medzinárodná železničná trasa Nové Mesto nad Váhom – Myjava – Veselí nad Moravou. Prechádza obcami Višňové, Hrachovište, Vaďovce, Stará Turá, Poriadie, Myjava, Brestovec a Vrbovce (súčasťou trate v katastroch obcí Brestovec a Vrbovce tunel M. R. Štefánika, dlhý 2421 m, svojho času najdlhší v celej ČSR<sup>9</sup>).

Len 33 km od Myjavy sa nachádza medzinárodné letisko Piešťany. V rádiuse 115 km od Myjavy sa nachádzajú aj ďalšie štyri medzinárodné letiská, a síce v Bratislave, Nitre, Prievidzi a v Brne. V regióne a okolí sa tiež nachádza viacero športových a agroletísk (vid' Príloha 5).

Región má už relatívne rozsiahlu sieť cyklotrás<sup>10</sup>, tradíciu majú turistické trasy, zastúpené sú aj bežkárске trasy a okruhy (zoznam vybratých peších, cykloturistických a bežkárskych trás v regióne je uvedený v prílohe 9). K vnímaniu turistických trás, cyklotrás a jazdeckých chodníkov v regióne vid' tab. Hodnotenie jednotlivých cieľov/atraktív cestovného ruchu v regióne (2.1.1) a prílohu 3 s identifikovaním niektorých problémov a možností rozvoja.

Región nedisponuje žiadnou lanovkou, cyklobusom, rekreačnou železničnou alebo cestnou dopravou, výletnými panoramatickými vláčikmi alebo panoramatickou cestnou dopravou (mimo príležitostného premávania turistického vláčika počas MFF v Myjave). Nie je známe ani poskytovanie služieb rekreačného letu (napriek existencii občianskeho združenia v tejto oblasti).

### 2.1.4 Analýza marketingových aktivít

V regióne pôsobí niekoľko projektovo aktívnych organizácií, ktoré zabezpečujú manažérske aj marketingové vybraté aktivity (vid' zoznam organizácií v časti 1.1.) Hodnotenie týchto organizácií a marketingových aktivít bolo čiastkovým cieľom prieskumu u podnikateľov v cestovnom ruchu v regióne, ktorého výsledky sú však pre nedostatočný počet vrátených odpovedí nerelevantné). V marketingových a propagačných aktivitách je kladený silný akcent na podporu cezhraničných aktivít v rôznych formách. Marketingové aktivity v regióne sa upriamujú najmä na:

- vydávanie propagačných materiálov v rámci rôznych tematických oblastí využiteľných aj pre cestovný ruch (ich kvalitu spracovania možno hodnotiť veľmi

<sup>9</sup> podľa Integrovaná stratégia rozvoja územia Kopaničiarsky región – miestna akčná skupina, 2008.

<sup>10</sup> V súčasnosti sa pripravuje Koncepcia rozvoja cyklotrás v regióne.

vysoko) – k tomu vid' aj zoznam projektov v časti 1.3., spracovanie kalendáru najvýznamnejších podujatí za celý región (OZ KR – MAS)

Publikácia Kraj slivkových samôt (OZ Subregión Pod Bradlom) získala ocenenie Slovenského syndikátu novinárov, 2012 za Najkrajšiu knihu a propagačný materiál o regióne na Slovensku za rok 2011

- účasť na veľtrhoch cestovného ruchu doma a v zahraničí s prezentáciou originálneho kopaničiarskeho domu (viaceré zastúpenia Slovakiatour v Bratislave, Regiontour v Brne, Region Tour Expo Trenčín, Agrokomplex v Nitre)
- zabezpečovanie informácií a prezentácií na webových stránkach miest, obcí a združení, sprostredkovateľov a na facebook, resp. iných sociálnych sieťach (ich hodnotenie vid' prílohy 6, 7, 8).
- zabezpečovanie prevádzky TIK Myjava, Stredisko cezhraničnej spolupráce Stará Turá, je pripravený projekt vytvorenia TIK Brezová pod Bradlom,
- v súčasnosti sa pracuje na tvorbe produktových balíčkov v cestovnom ruchu (VID-TUR, Myjava)
- propagačné filmy dostupné na webových stránkach a youtube, napr. Kopaničiarsky región (OZ KR – MAS), propagačný film o aktivitách OZ Subregiónu pod Bradlom, obec Polianka bola miestom natáčania filmu Záhrada, režiséra Martina Šulíka, ďalej ide o vystúpenia v STV Gazdovský dvor, program Kluci v akcii ČT1 v spolupráci so SACR (zdroj www.podbradlom.sk), prezentačný film Stefanik trail (OZ Vestigium) a mnohé iné filmové spracovania podujatí, regionálnych zaujímavostí združeniami, obcami regiónu alebo jednotlivcami
- v súčasnosti realizovaný projekt zriaďovania informačných terminálov so sprístupnenými webovými stránkami, ktoré informujú o ponuke regiónu a jednotlivých obcí
- organizovanie pravidelných podujatí (vid' časť 2.1.2) aj jednorazových podujatí (otváranie sezóny, gastronomické podujatia, prezentácie folklórnych skupín, tradičnej kultúry, rôzne propagačné akcie doma aj v zahraničí jednotlivých regionálnych organizácií a obcí), atď.
- pozitívne nepriamo pôsobia aj uznané projekty realizované v regióne ako napr. Príklady dobrej praxe, PRV 2007 – 2013 – projekt Modernizácia parku Kostolné (obec Kostolné ako žiadateľ, implementované cez OZ KR – MAS).

Ako najdôležitejšie marketingové aktivity za obdobie 2007 – 2013 boli ohodnotené členmi pracovnej skupiny:

1. prezentácie v médiách – TV, rozhlas a printové články (SITA, Slovenský rozhlas, Kopaničiar expres, Staroturiansky spravodajca, TV SEN, TV Pohoda, TV ST, webové a facebookové prezentácie podnikateľov a obcí (ďalej konkrétne film o kopaničiarskom regióne, virtuálne prehliadky, iné)
2. účasť na veľtrhu CR Slovakiatour v Bratislave
3. propagačné materiály s informáciami a prezentáciou kopaničiarskeho regiónu ako celku, turistický bedeker, katalóg zariadení.

Medzi konkrétnejšími aktivitami boli ďalej uvedené prezentácia regiónu prostredníctvom MFF Myjava, jazda parného vlaku, Mapa kopaničiarsky a hornácky región.

**Celkové zhrnutie sledovania elektronickej prezentácie regiónu** (zhrnutie výsledkov uvedených v prílohe 6, 7, 8):

Región je prezentovaný na viacerých turistických portáloch. Na slovenskom národnom turistickom portáli slovakia.travel je niekoľko zmienok o regióne, resp. jeho pamiatkach, avšak keďže je portál veľmi členitý, tieto pamiatky sa dosť strácajú a turista na ne natrafi skôr náhodne.

Na stránke Trenčianskeho samosprávneho kraja úplne absentuje prezentácia regiónu. Na stránkach hiking.sk a turistikaonline.sk sú prezentované aj trasy v regióne, ale turista sa k nim dostane len, ak cielene hľadá výlety v konkrétnom pohorí.

Pri vyhľadávaní cez Google je skôr výnimkou, že sa región objaví medzi výsledkami. Ak sa región aj nachádza na navrhovaných stránkach, tak zmienka o ňom sa nenachádza na úvodnej stránke.

Vyhľadané vybrané facebookové stránky sú prevažne aktívne, avšak počet členov, resp. like-ov je pomerne nízky. Na jednotlivých stránkach prevláda zdieľanie pozvánok na rôzne aktuálne podujatia v regióne.

Medzi hlavné pozitíva internetových stránok obcí regiónu patrí najmä skutočnosť, že všetky obce majú internetovú stránku, otváracie hodiny jednotlivých zariadení v obciach, v niektorých obciach kalendár podujatí, v niekoľkých obciach pekná fotografická dokumentácia, vo viacerých obciach informácie o možnostiach ubytovania, vo viacerých obciach hneď na úvodnej stránke odkaz „návštevník“, „turista“, „info pre turistov“ a pod. Za hlavné slabé stránky možno označiť často absenciu turistických informácií, väčšinou len opis atrakcií v konkrétnej obci – izolujú sa, nespomenú možnosti v okolí, chýbajú informácie o dopravnej dostupnosti, ani na jednej stránke nebola možnosť online rezervácie ubytovania, viackrát výskyt neaktuálnych kalendárov podujatí.

## 2.2 ANALÝZA DOPYTU

V regióne nie je venovaná aktuálne veľká pozornosť sledovaniu výkonových ukazovateľov ako počet návštevníkov podujatí a iných atrakcií v regióne (mimo ubytovacích zariadení) ani prieskumom dopytu v cestovnom ruchu. Opierame sa preto o dostupné štatistické údaje uvedené v nasledujúcej tabuľke, ktoré vypovedajú o výkonoch ubytovacích zariadení v regióne ako celku (resp. za obce, ktoré majú viac ako 3 ubytovacie zariadenia a teda sú ich údaje zo ŠÚ SR dostupné verejnosti), o zisťovania správaní spotrebiteľov v CR realizované SACR a názory a hodnotenia členov pracovnej skupiny.

**Tab. 11: Výkony ubytovacích zariadení v regióne v roku 2013**

	Počet návštevníkov spolu	v tom		Počet prenocovaní návštevníkov spolu	v tom		Tržby za ubytovanie spolu (EUR)	v tom	
		domáci	zahran.		domáci	zahran.		domáci	zahran.
Myjava	4 499	2 776	1 723	9 720	6 738	2 982	278 668	153 384	125 284
Stará Turá	5 241	3 764	1 477	9 945	6 996	2 949	241 517	131 484	110 033
<b>SPOLU obce regiónu</b>	<b>14 452</b>	<b>10 490</b>	<b>3 962</b>	<b>31 092</b>	<b>23 412</b>	<b>7 680</b>	<b>738 891</b>	<b>453 395</b>	<b>285 496</b>
TSK	238 336	225 750	59 992	972 493	746 743	225 750	23 943 811	17 100 951	6 842 860
SR	4 048 505	2 378 557	1 669 948	11 486 571	7 146 562	4 340 009	288 725 125	148 28 0 091	140 44 5 034

Zdroj: ŠÚ SR, 2014

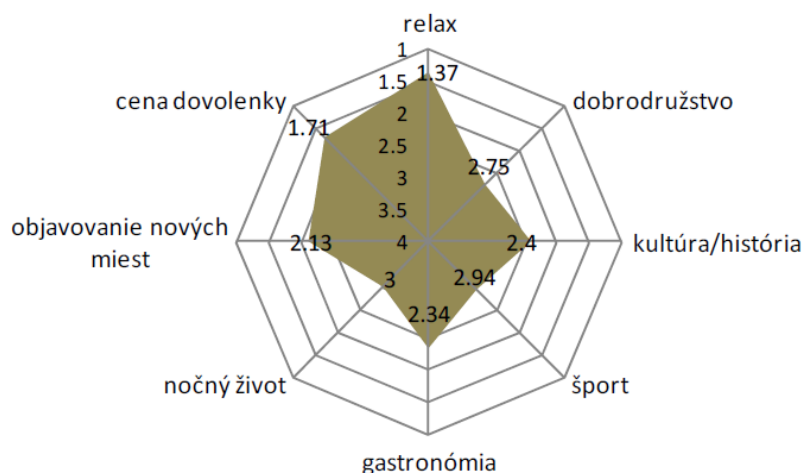
Pozn: Pre komparáciu sú v prílohe 10 uvedené výkony za rok 2007. Príloha 11 obsahuje výkony ubytovacích zariadení krajov SR vrátane TSK a príloha 12 výkony ubytovacích zariadení Trenčianskeho samosprávneho kraja za rok 2013 v členení podľa druhov ubytovacích zariadení.

Priemerný počet prenocovaní v SR na jedného návštevníka predstavuje 2,8 (zahraniční návštevníci 2,6 a domáci návštevníci 3). V rámci Trenčianskeho kraja je dosahovaný priemerný počet prenocovaní 4,0 (zahraniční 3,4, domáci 4,1), za hlavný dôvod relatívne vysokej hodnoty možno pokladať kúpeľný CR v TSK.

Zhruba tretina krátkodobého domáceho cestovného ruchu na Slovensku je zameraná na rekreáciu a šport, 10 % tvorí wellness pobyty, 7,8 % agroturistika, 4,2 % kultúrne akcie, 3,1 % poznávacie pobyty a 1,8 % športové podujatia. Za účelom návštevy príbuzných a známych bolo realizovaných 39,4 % krátkodobých pobytov. Priemerný výdavok Slováka doma je pri krátkodobých cestách 130 eur na krátkodobý pobyt, pričom priemerný počet prenocovaní je 2,1 (u krátkodobých pobytov).<sup>11</sup> Kľúčové faktory, ktoré ovplyvňujú rozhodovanie Slovákov pri výbere miesta dovolenky sú najmä relax a únik z bežného života, všetko za rozumnú cenu. Na treťom mieste je možnosť objavovania nových miest. Nasledujúci graf uvádza aj ďalšie faktory rozhodovania.

<sup>11</sup> Vývoj CR v rokoch 2007-2012, ŠÚ SR, 2013.

**Graf 1: Typický profil motívov pre trávenie dovolenky obyvateľa Slovenska**



Zdroj: Analýza dovolenkového správania obyvateľstva Slovenska, SACR, IMP 2010.

Priemerné výdavky návštevníkov z Českej republiky na Slovensku na osobu a na jeden deň boli 35,37 eur. Priemerné výdavky návštevníkov z Nemecka 70,51 eur, z Rakúska 75,21 eur. Medzi prioritné motívy českej klientely na návštevu Slovenska patria v poradí pracovná cesta, návšteva príbuzných a známych, dovolenka a voľný čas, rakúska klientela – dovolenka, voľný čas, pracovná cesta. Medzi najdôležitejšie informačné zdroje českej klientely patrí predchádzajúca návšteva, priatelia a známi, internet (16%), Rakúsko – predchádzajúca návšteva, obchodné zdroje informácií, internet, rodina a známy. Českí návštevníci využívajú na Slovensku pobyt najmä na poznávanie, relax, návštevu rodiny a známych, aktívny šport, nákupy, rakúski návštevníci na relax, poznávanie, návštevu rodiny a známych, prácu.<sup>12</sup>

V súčasnosti medzi hlavné segmenty návštevníkov v regióne patria predovšetkým seniori (partnerské páry seniorov ako aj kolektívy seniorov), záujemcovia o tradície a folklór, chalupári, firemná klientela – služobné cesty, školské skupiny a detské tábory, turisti a cykloturisti, záujemcovia o rekreáciu, pobyt v prírode a na vidieku. Názory respondentov sa líšili výrazne najmä v súčasnom zastúpení segmentu – účastníci konferencií a seminárov a turisti z Bratislavy. Minimálne/resp. žiadne zastúpenie bolo identifikované najmä pri kúpeľnej klientele zo Smrdákov, turisti z Rakúska, aktívni dovolenkári, nároční turisti, nákupný cestovný ruch, záujemci o wellness, kúpeľná klientela z Piešťan, tranzitní turisti (na základe prieskumu u členov pracovnej skupiny, uzatvorená otázka v dotazníku).

Nakoľko región je známy chalupárčením a chalupári môžu byť významným segmentom v cestovnom ruchu, bol iniciovaný v rámci prípravy analytickej časti koncepcie prieskum u obcí (realizovaný OZ KR – MAS, jún 2014). Celkovo bolo v rámci regiónu zistených až 3 055 chalúp. Ide o segment, ktorý síce nevyužíva ubytovacie služby, avšak je stálou klientelou pre využívanie ďalších služieb cestovného ruchu v prípade, že sa s ním marketingovo pracuje.

Nasledujúca tabuľka zachytáva niektoré zistené odhadnuté údaje za vybrané atraktivity/zariadenia v regióne.

<sup>12</sup> Zisťovanie za letnú sezónu 2013. Zdroj: Vývoj CR v rokoch 2007-2012, ŠÚ SR, 2013



**Tab. 12: Návštevnosť vybratých zariadení**

Atrakcia/KP/športovo-rekreačné zariadenia/iné	Návštevnosť (počet osôb)	Odhad % návštevnosti turistami
Mohyla M. R. Štefánika na Bradle	15 000 <sup>13</sup>	
Mestské múzeum Stará Turá	1380	
Gazdovský dvor, Turá Lúka	1005	50 %
PKO Trnovce	14 000	60 %
Izba ľudových tradícií Vrbovce	30	100 %
Biofarma Charolais	11 000	13 %
cyklotrasa Brezová pod Bradlom - Hodonín (4CYKLOREGO)	8-10 000 <sup>14</sup>	

Zdroj: Podľa informácií a odhadu pracovníkov TIK Stará Turá a Myjava.

Účasť regiónu na veľtrhu CR Slovakiatour v Bratislave, 2014 bola využitá aj na realizáciu vlastného prieskumu imidžu kopaničiarskeho regiónu. Na základe výsledkov tohto prieskumu možno konštatovať, že respondenti spájajú s kopaničiarskym regiónom predovšetkým „Bradlo“, s výrazným odstupom „slivovicu“ a rovnako zastúpené sú „tradícia“ a „príroda“ (otvorená otázka v dotazníku, vlastné vyjadrenia respondentov). U respondentov z ČR je to príroda, tradícia, vysielateľ Veľká Javorina. Respondenti z Bratislavy „slivovica“, „Bradlo“ a rovnako zastúpené „Štefánik“, Veľká Javorina. Získané výsledky asociácie návštevníkov pri mestách Myjava, Brezová pod Bradlom a Stará Turá sú uvedené a graficky spracované v prílohe 13. Prieskum zisťoval aj vnímanie regiónu ako celku, niektoré čiastkové výsledky sú uvedené graficky v prílohe 14.

<sup>13</sup> Podľa informácie Ing. Sabakovej z MsU v Brezovej pod Bradlom, podľa odhadu p. J. Valihoru až 30 tis. návštevníkov.

<sup>14</sup> Odhad Jána Valihoru, OZ Subregión Pod Bradlom

## 2.3 ANALÝZA KONKURENCIE

Za hlavné konkurenčné regióny možno pre predmetný región považovať teritoriálne blízke regióny vzhľadom na súčasnú atraktivnosť regiónu predovšetkým pre blízke zdrojové trhy, ktoré disponujú podobnou ponukou ako predmetný región a sú vhodné pre rovnaké segmenty návštevníkov. Pre získanie vzdialenejších trhov návštevníkov možno identifikovať tie regióny, ktoré by bolo možné pokladať síce za konkurenčné, avšak zároveň ide o tie regióny, u ktorých je predpoklad väčších synergických efektov pri tvorbe a predaji regionálneho produktu cestovného ruchu.

Tab. 13: Teritoriálne blízke regióny

región	silné stránky (oproti regiónu Pod Veľkou Javorinou a Bradlom)	silné stránky regiónu Pod Veľkou Javorinou a Bradlom (oproti sledovanému regiónu)
<b>Záhorie (severné Záhorie)</b>	podstata produktu – víno a <b>kultúra</b> známosť regiónu, jasná asociácia najmä s národopisom územia organizačne – založená OO CR Záhorie (Smrdáky), silná prezentácia mesta Skalica aj s cezhraničnými aktivitami Pozn.: Záhorie ponúka aj prvky ponuky predmetného regiónu (napr. www.ezahorie.sk Myjavské kopanice)	lesné a kopcovité prírodné prostredie rázovité kopaničiarske osídlenie veľké a tradičné kultúrne podujatia ako napr. MFF Myjava Mohyla M. R. Štefánika a areál Bradla (osobnosť M. R. Štefánika)
<b>Strednopovažský (jadro - Trenčín a okolie)</b>	podstata produktu – <b>kultúra</b> , hrady a kúpele Pozn.: Región Pod Veľkou Javorinou a Bradlom je súčasťou tohto regiónu CR	vidiecky charakter regiónu
<b>Dolnopovažský región</b>	územie treba vnímať skôr ako priestor pre kooperáciu pri tvorbe spoločných produktov, v regióne pôsobí organizácia destinačného manažmentu OO CR - Rezort Piešťany	
<b>Malokarpatská vínná cesta</b>	podstata produktu – víno v spojení s kultúrno-poznávacím CR a <b>pobytom v prírode</b> organizačne – silné Združenie MVC, obec Smolenice člen Trnava Tourism	tradícia sliviek a gastronomických špecialít homogénne národopisné územie
<b>Podunajsko</b>	podstata produktu – pobyt pri vode odlišný charakter ponuky	pobyt v lesnom prostredí alternatíva k pobytu pri vode
<b>Weinviertel, Donau NÖ, Wienerwald (Niederösterreich) Burgenland</b>	podstata produktu – víno, <b>gastronómia, príroda</b> (cyklo, záhrady, prírodné rezervácie, golf), <b>kultúrne podujatia</b> , wellness široká ponuka a kvalitné služby, produktové balíky celkový výzor destinácií, celkovo upravené harmonické prostredie organizačne – silné DMO, karta Dolné Rakúsko zameranie sa aj na slovenskú klientelu (kancelária Niederösterreich Werbung v BA)	kopaničiarsky región ako zatiaľ neobjavený nový región, alternatíva kopaničiarsky región ako región s tradičnou slovenskou kultúrou (živé tradície, región známy známymi osobnosťami a udalosťami), historicky hodnotný región vnímaný ako „sympatický“ región pre návštevníkov
<b>Strážnicko, Ostrožsko,</b>	podstata produktu – víno, modré	pozn.: potreba vnímať ako

región	silné stránky (oproti regiónu Pod Veľkou Javorinou a Bradlom)	silné stránky regiónu Pod Veľkou Javorinou a Bradlom (oproti sledovanému regiónu)
<b>Hornácko</b>	ovocie, folklór, kultúra	partnera pri tvorbe a distribúcii produktu
<b>Konkurenčné strediská CR pre výletný cestovný ruch</b>		
strediská, v ktorých sa organizujú významné folklórne slávnosti – najmä Východná, Detva a ďalšie, napr. Zuberec, Terchová, atď., <a href="http://www.folklorfest.sk">www.folklorfest.sk</a> , <a href="http://www.ludovakultura.sk">www.ludovakultura.sk</a> , <a href="http://www.slovakia.travel.sk">www.slovakia.travel.sk</a> )		
strediská so silným výletným CR v rámci kultúrno-poznávacieho CR (jadrá miest, organizované kultúrne podujatia, iné aktivity) v teritoriálnej blízkosti – Skalica, Piešťany ako výletné miesto, Modra, Trenčín, Nitra, Trnava, Stupava, Strážnice, Uherský Brod, iné		
<b>Konkurenčné lyžiarske strediská</b>		
LS Bezovec (700 m.n.m., technické zasnežovanie, lyžiarska škola) Pezinská Baba (595 m.n.m., BSK, prímestská rekreácia, technické zasnežovanie, večerné lyžovanie) Zochova chata – Piesok (490 m.n.m., BSK, prímestská rekreácia, začiatočníci, technické zasnežovanie, večerné lyžovanie) Ski Centrum Kálnica (300 m.n. m., pri Nové Mesto n. V, večerné a nočné lyžovanie) Zdroj: <a href="http://www.lyzovacka.com">www.lyzovacka.com</a>	Ski Land Stará Myjava (550 m.n.m., večerné lyžovanie) LS Veľká Javorina (970 m.n.m.)	
Relevantnosť konkurenčných lyžiarskych stredísk je celkovo nízka vzhľadom na regionálny trh návštevníkov.		

Pozn.: Hrubo vyznačené prvky ponuky naznačujú podobnosti regiónov s regiónom Pod Veľkou Javorinou a Bradlom.

Prihraničný partnerský región by v užšom vnímaní bolo možné považovať za konkurenčný región, avšak vzhľadom na spoločné rozvojové zámery a stratégiu rozvoja cestovného ruchu treba pokladať teritoriálnu blízkosť a podobnosť ponuky ako konkurenčnú výhodu voči ostatným regiónom.

Celkove možno konštatovať, že región Pod Veľkou Javorinou a Bradlom napriek podobnosti jeho primárneho potenciálu s inými regiónmi, má určité znaky, ktoré môžu byť využité na odlišenie sa od konkurencie, na ktorých treba stavať pri rozvoji CR a pri marketingovej práci so zdrojovými trhmi návštevníkov.

## 2.4 PESTEL ANALÝZA

V rámci analýzy vonkajšieho prostredia ide o politické, ekonomické, sociálne, technologické, legislatívne a environmentálne makroprostredie vplyvajúce na rozvoj CR v regióne Pod Veľkou Javorinou a Bradlom. V rámci jednotlivých skupín vplyvov ide najmä o:

### - **politické vplyvy**

Slovensko ako člen EÚ sa hlási k európskej politike CR, ktorá koordinuje štátne politiky v CR jednotlivých krajín. Politika CR Európskej únie (dokumenty uvedené v prílohe 1) akcentuje základnú stratégiu Európa 2020 a zdôrazňujú význam inovácií, výskumu a vývoja, potrebu ekonomicky, sociálne a environmentálneho trvalo udržateľného CR, podporu zodpovedného a kvalitného CR a celkovo zameranie všetkých aktivít na zvyšovanie konkurencieschopnosti CR a európskych destinácií.

Slovensko sa aj vďaka členstvu v EÚ, resp. ďalších nadnárodných, európskych či svetových zväzkoch zviditeľnilo ako bezpečná a stabilná krajina s nízkym stupňom kriminality a iných negatívnych javov.

Nositeľom štátnej politiky v CR je na Slovensku v súčasnosti Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja, sekcia CR s dvomi odbormi – Odbor stratégie a politiky CR a Odbor spolupráce a koordinácie v CR. Riadenie sekcie zabezpečujú pracovníci s dlhoročnými skúsenosťami v CR. Sekcia má definovanú hrubú štátnu politiku rozvoja CR (viď príloha 1), metodicky usmerňuje a kontroluje činnosť národnej marketingovej agentúry v CR SACR, spravuje register krajských a oblastných organizácií CR a zabezpečuje v tejto súvislosti podporné aktivity v súvislosti so Zákonom o podpore CR. Významné kompetencie v rozvoji CR má regionálna a miestna samospráva.

Cestovný ruch je súčasťou podporných aktivít EÚ, k dispozícii sú viaceré finančné zdroje umožňujúce infraštruktúralne aj neinfraštruktúralne aktivity, opatrenia v oblasti dopravy a ochrany životného prostredia, zamestnanosť a vzdelávanie, podporu vedy a výskumu, inovácií.

### - **ekonomické vplyvy**

V rámci ekonomických vplyvov je rozhodujúcou sociálna a finančná situácia domácností. Podľa dostupných údajov ŠÚ SR celkovo v SR bola evidovaná 14% miera nezamestnanosti (Trenčiansky kraj 9%, Bratislavský kraj 5,6 %, Trnavský kraj 11,4 %). Priemerná mesačná nominálna mzda zamestnanca hospodárstva SR bola v roku 2013 834 eur (ŠÚ SR), pričom celkovo hrubé peňažné výdavky domácností sa pohybujú na Slovensku v priemere na mesiac a osobu na úrovni zhruba 374 eur, na rekreáciu a kultúru vyčleňuje slovenská domácnosť zhruba 22 eur, výdavky na hotely, kaviarne a reštaurácie sú zhruba 17 eur (ŠÚ SR, 2012).

Podstatný pre príchody zahraničných turistov na Slovensko ako aj voľbu dovolenkových destinácií Slovákov je najmä vývoj kurzu eura voči národným menám zdrojových a cieľových trhov.

Cestovný ruch na Slovensku vykazuje v súčasnosti celkovo nízke výkony v porovnaní so susednými krajinami, dosahuje 2,5 % podiel ZACR na HDP, 2,7% podielu na exporte tovarov a služieb (v roku 2013, ŠÚ SR, NBS). Podiel charakteristických odvetví CR na počte pracovných miest je 5,3 %, pri započítaní všetkých odvetví CR ide o 16, 4 %. Podiel priamej pridanej hodnoty CR na PH ekonomiky je 2, 66 % (výsledky TSA).

## - sociálne vplyvy

V cestovnom ruchu sa prejavujú viaceré trendy, ktoré majú vplyv na správanie sa spotrebiteľov v CR a sú faktormi tvorby ponuky destinácií. Z viacerých relevantných pre KR možno uviesť najmä:

- stále rastúci trend k **zážitkovému CR** (vyhľadávanie dobrodružstva, spontánnosť, autentické zážitky, inak ako vo všedný deň, čo najviac stihnúť počas pobytu, vyhľadávanie neobjavených a netradičných miest, kreatívny cestovný ruch, atď.),
- **individuálne** pripravená cesta/pobyt napriek tomu, že aj klasické all-inclusive ponuky budú pokračovať (už v súčasnosti si až 60% cestujúcich organizujú dovolenku sami, narastá počet on-line rezervácií a spontánnych rezervácií prostredníctvom moderných technológií)
- využívanie **internetu a mobilných služieb** osobitne u mladšej generácie a v rámci toho najmä:
  - stále rastúci význam sociálnych sietí pri vyhľadávaní miesta pobytu a zdieľania dovolenkových zážitkov návštevníkov
  - význam nových technológií na prenos dát – mobilné informácie v reálnom čase
  - vyhľadávanie rabatov, zliav, kupónov, špeciálnych ponúk (kvalita za nižšiu cenu), tento trend podporuje najmä internet so zľavovými portálmi a last minute booking
- význam **kvality**, v rámci toho:
  - narastajúci význam certifikácie kvality ako záruky pre návštevníka pri rozhodovaní o výbere miesta pobytu
  - narastajúci význam dizajnu a štýlu ubytovacích zariadení ako motív cesty
- ponuka ekologicky a sociálne udržateľných produktov v CR vnímaná ako znak kvality destinácie
- neustále **mobilnejšia** spoločnosť ako megatrend (zvyšuje sa počet ľudí, ktorí cestujú),

Okrem toho pokračujú už dlhodobo sledované trendy, ako napr. alternatívny CR, v roku početnejšie, ale kratšie pobyty, ďalšie.

## - technologické vplyvy

Informačno-komunikačné technológie, ako je uvedené vyššie, sú významné v rámci spotrebiteľského správania návštevníkov (výber miesta pobytu, vyhľadávanie služieb v mieste pobytu, komunikácia s destináciou, zdieľanie informácií, atď.), avšak zároveň využívanie IKT podnikmi cestovného ruchu a destináciami predstavuje významný faktor ich rozvoja, tvorby, prezentácie a distribúcie ich produktu.

## - legislatívne vplyvy

Najpriamejšie sa riešenej koncepcie rozvoja CR dotýka Zákon č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu – účinnosť od 1. 1. 2014 s nastaveným parametrami podpory destinačného manažmentu. Širší rámec pre cestovný ruch však vytvára zákon o podpore regionálneho rozvoja stanovujúci kompetencie niektorých regionálnych organizácií. Osobitné postavenie má Zákon č. 582/2004 Z. z. o miestnych daniach a miestnom poplatku za komunálne odpady a drobné stavebné odpady, stanovujúci oprávnenie obce za určitých podmienok zaviesť na území daň za ubytovanie.

## - ekologické vplyvy

Ekologické vplyvy sa prejavujú v cestovnom ruchu vo viacerých dimenziách. Cestovný ruch využíva efekty ochrany prírody a krajiny v rámci tvorby produktu, pozitívne prispieva k tejto ochrane a zvelaďovaniu prostredia, na rôznych úrovniach prebiehajú snahy na minimalizáciu jeho negatívnych efektov na prostredie, environmentálne cítenie obyvateľstva sa prejavuje v spotrebiteľskom správaní v cestovnom ruchu, podporované je zavádzanie progresívnych environmentálnych technológií vo všetkých oblastiach života. Na meranie vplyvu cestovného ruchu na životné prostredie bol zavedený komplexný systém hodnotenia súborov indikátorov – merateľných ukazovateľov (EEA – Európska Environmentálna Agentúra).

## 2.5 SWOT ANALÝZA

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> <li>• malebné prírodné prostredie</li> <li>• dostupnosť regiónu vzhľadom na jeho polohu v blízkosti hraníc s ČR, relatívnej blízkosti Bratislavy a hraníc s Rakúskom</li> <li>• blízkosť kúpeľného strediska Piešťany so stabilnou a medzinárodnou klientelou celoročne, blízkosť kúpeľného strediska Smrdáky</li> <li>• vybudovaná sieť turistických chodníkov, cyklotrás a pripravované jazdecké trasy</li> <li>• existujúce vodné plochy pre rekreačný letný cestovný ruch</li> <li>• originálne kopaničiarske zachované osídlenie</li> <li>• tradícia folklóru a bohaté aktivity regiónu v jeho zachovaní</li> <li>• zachované a sčasti živé ďalšie etnografické hodnoty – zvyklosti, remeslá, poľnohospodárske a ručné práce, nárečie, jedlá a nápoje, iné</li> <li>• množstvo kultúrnych, historických a architektonických pamiatok a významných podujatí v histórii regiónu</li> <li>• významné osobnosti histórie, rodiská významných osobností</li> <li>• náboženská tradícia v regióne</li> <li>• úzka cezhraničná spolupráca s partnermi Južnej Moravy a bohaté skúsenosti</li> <li>• rôznorodosť ubytovacích zariadení pre rôzne segmenty návštevníkov</li> <li>• niekoľko zaujímavých aktívnych agroturistických zariadení v regióne</li> <li>• dostupnosť gastronomických špecialít v niektorých zariadeniach</li> <li>• potenciál využiť kultúrno-historické a prírodné predpoklady pre zážitkový cestovný ruch a alternatívny CR</li> <li>• potenciál rozvinúť outdoorový športový CR (využitie zalesnených aj nezalesnených plôch) aj indoorový športový CR a moderný športovo-rekreačný CR</li> <li>• celkovo pozitívny imidž regiónu (žiadne negatívne javy)</li> <li>• relatívne jasný imidž regiónu ako celku aj jednotlivých miest, jasné imidžotvorné prvky (Bradlo, slivovica, tradícia, príroda)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nedostatočné využitie potenciálu regiónu, nedostatočná atraktivizácia regiónu napriek mnohým aktivitám v regióne</li> <li>• charakter regiónu ako cieľového miesta pre výletný a krátkodobý CR (efektívnosť nákladov na získanie návštevníka, nepretržitá, pravidelná práca)</li> <li>• doterajšia orientácia najmä na domáceho návštevníka</li> <li>• nedostatočná starostlivosť o niektoré kultúrne pamiatky, múzeá, pamätné domy a atrakcie (potreba pravidelnej údržby a rekonštrukcie)</li> <li>• kvalita prístupových, regionálnych aj miestnych cestných povrchov</li> <li>• nevysporiadané pozemky na území s atraktivitami CR</li> <li>• kvalita vodných plôch v regióne (voda, okolie, služby)</li> <li>• nedostatočné dotvorenie cieľových miest v regióne (značenie, drobná infraštruktúra, služby, prístup)</li> <li>• nedostatočný sortiment poskytovaných služieb pre rôzne segmenty</li> <li>• nedostatočné praktické informácie o regionálnej ponuke</li> <li>• prevádzkovanie niektorých zariadení a atraktivít, najmä ľudové domy, menšie múzeá, pamätné domy, ubytovanie v súkromí (otváracie hodiny zariadení/prístupnosť cez víkendy a sviatky, informačná dostupnosť)</li> <li>• napojenie ponuky regiónu na nadregionálne produkty na Slovensku</li> <li>• nedostatočné snahy o využitie gastronomického CR</li> <li>• zabezpečenie predaja/dostupnosti regionálnych produktov (potravinárskych a nepotravinárskych) v regióne pre turistov</li> <li>• slabý inovatívny prístup kultúrnych inštitúcií</li> <li>• nákupné možnosti</li> <li>• ponuka adrenalinových a moderných športov</li> <li>• jazyková nepripravenosť pracovníkov prvého kontaktu a absentujúce/resp. nedostatočné jazykové mutácie prezentácií regiónu, absentujúca navigácia v cudzom jazyku v teréne</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• rekonštruované námestia obcí, čiastočne zlepšená občianska vybavenosť využiteľná aj pre CR</li> <li>• dostatočný kvalitný ľudský kapitál na zabezpečenie základných a doplnkových služieb</li> <li>• aktívne športové a kultúrne kluby/skupiny a iniciatívy, profesionalita, šikovní ľudia v regióne,</li> <li>• aktivita regionálnych organizácií (združení) v manažmente a marketingu CR (vrátane projektovej aktivity), vnímanie CR ako priestoru pre regionálny rozvoj</li> <li>• zaujímavé projektové zámery regionálnych subjektov</li> <li>• tvorba koncepcie rozvoja cyklotrás a jazdeckých trás</li> <li>• silné, známe tradičné podujatia v regióne, profesionalita prípravy podujatí</li> <li>• novovznikajúce tradície v organizovaní podujatí (tradičných aj novodobých/moderných)</li> <li>• infraštruktúrny aj ľudský potenciál pre organizovanie veľkých megapodujatí</li> <li>• snahy o zavedenie regionálnej značky</li> <li>• dostatočný počet druhov tlačených propagačných materiálov, začínajúce aktivity atraktívnejších prezentačných a informačných nástrojov (virtuálne prehliadky, filmy dostupné na youtube, sociálne siete)</li> <li>• podnikanie v oblasti ekologického poľnohospodárstva v regióne</li> <li>• možnosť využitia potenciálu regiónu aj na mimosezónne využitie pri dostatočnej marketingovej aktivite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• povedomie obyvateľov v regióne o cestovnom ruchu, vnímanie regiónu ako destinácie CR</li> <li>• nedostatočné stanovenie priorít – identifikovanie jasných niekoľko cieľových miest v regióne (jadrové atraktivity s komplexnou ponukou vyhovujúcou stanoveným cieľovým skupinám a s doplnkovými atraktivitami napojenými na jadrovú atraktivitu</li> <li>• rozdrobené marketingové aktivity regionálnych organizácií, združení a podnikateľov</li> <li>• nedostatočná prezentácia regiónu cez inovatívne moderné komunikačné nástroje</li> <li>• chýbajúca nosná webová stránka kompletne prezentujúca región ako destináciu pre turistov s informačnou, prezentačnou aj distribučnou funkciou</li> <li>• chýbajúci regionálny subjekt, ktorý by koordinoval všetky aktivity CR v regióne s členskou základňou a podporou veľkej väčšiny partnerov súkromného a verejného sektora (funkcia DMO formou OO CR alebo iná), vznik nového alebo plnenie tejto úlohy aktívnym existujúcim subjektom</li> <li>• nedostatočné „predajné aktivity“ vo vzťahu k hlavným zdrojovým trhom návštevníkov, (práca s rakúskym trhom, chalupármi, obyvateľmi Bratislavy, turistami v Piešťanoch a Smrdákoch)</li> <li>• absentujúce produktové balíky (komplexné produkty) pre rôzne cieľové skupiny návštevníkov v rôznych obdobiach (v sezóne aj v mimosezónnom období), tematické zážitkové balíky</li> <li>• nesledovanie ukazovateľov dopytu v regióne za účelom cieleného marketingu regiónu ako destinácie, pravidelný zber a vyhodnocovanie informácií a práca s nimi</li> <li>• regionálna spolupráca, spolupráca verejného a súkromného sektora, viaznuca komunikácia a konflikty medzi obcou a podnikateľom, neochota podnikateľov vstupovať do vzájomnej spolupráce bez okamžitého výsledku</li> <li>• zapojenie občianskych klubov a iniciatív do tvorby ponuky v CR a poskytovania doplnkových služieb CR</li> <li>• administratívne bariéry a prieťahy pri podnikaní</li> <li>• ekonomické využitie kultúrnych, historických a prírodných pozoruhodností regiónu (absentujúce, resp. nedostatočné služby v blízkosti pamiatok)</li> </ul>
--	--



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nedostatočné snahy o predĺženie pobytu účastníkov podujatí a iných výletníkov (návštevníkov jednotlivých pamiatok) na návštevu ďalších atraktivít a využitie služieb (chýbajúca mentálna a fyzická navigácia na silných cieľových miestach)</li> <li>• nedostatočne využitá tradícia miest v remeselných prácach (pytlíkari, vareškári, kožkári, remeselné dvory),</li> <li>• nedostatočne využitý potenciál rybárstva, včelárstva a poľovníctva v CR</li> <li>• využitie tematiky vyst'ahovalectva</li> <li>• nedostatočný akcent na alternatívny CR, ekologický CR napriek potenciálu regiónu</li> </ul>
<b>PRÍLEŽITOSTI</b>	<b>OHROZENIA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• trendy v dopyte vyhovujúce charakteru regiónu (alternatívny CR, návrat k prírode, krátkodobé pobyty viackrát do roka, atď.)</li> <li>• segmenty s doteraz nedostatočne uspokojeným dopytom</li> <li>• orientácia na rastúce trhy v CR</li> <li>• využitie vidieckeho prostredia na ekonomické aktivity v cestovnom ruchu</li> <li>• rozvoj moderných IKT a využitie on- line komunikácie na poskytovanie informácií a distribúciu produktu v CR</li> <li>• spolupráca so susedným regiónom Záhorie, kúpeľmi Piešťany, Smrdáky a Luhačovicami, s Brančom, Čachticami a Beckovom</li> <li>• pokračujúca spolupráca s cezhraničnými partnermi pri realizácii projektových zámerov a podpore rozvoja cestovného ruchu a dopytu v CR, vytvorenie spoločnej koncepcie rozvoja CR cezhraničného územia</li> <li>• využitie spolupráce s partnerskými mestami pre rozvoj dopytu v cestovnom ruchu</li> <li>• prepojenie CR s inými sektormi a odvetviami v regióne</li> <li>• vstup silného investora na vybudovanie/dobudovanie hlavných atraktivít regiónu</li> <li>• zvýšenie multiplikačného efektu rozvoja CR uprednostnením dodávateľov z regiónu</li> <li>• rozvoj netradičných foriem poľnohospodárstva, ekologické poľnohospodárstvo</li> <li>• využitie ekologického spotrebiteľského správania ľudí – BIO predajne a iné predajne s regionálnymi kvalitnými produktmi (napr.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pokračovanie vyst'ahovalectva mladých ľudí z regiónu</li> <li>• zlepšujúca sa občianska vybavenosť – budovanie rekreačných zón, parkov a zelene v mestách a v dôsledku toho nezájum o vycestovanie mimo bydliska z potenciálnych zdrojových trhov</li> <li>• náročnosť získať zahraničného návštevníka</li> <li>• zvyšujúce sa nároky účastníkov CR pri relatívne nízkej cene (kvalita a rozsah služieb a súčasne nízka cena)</li> <li>• snehové pomery v nízko položených lyžiarskych strediskách</li> <li>• región Pod Veľkou Javorinou a Bradlom ako destinácia pre menej náročného návštevníka a imidž lacnej destinácie CR (problém – nevyužívanie atraktivít, doplnkových služieb, nízky dopyt po gastronomických špecialitách, nízky priemerný výdavok návštevníka)</li> <li>• silná prezentácia iných slovenských regiónov s podobných primárnym potenciálom</li> <li>• sezónnosť cestovného ruchu</li> <li>• legislatíva v oblasti poľovníctva</li> <li>• ťažba drevnej hmoty v lesoch regiónu, poškodzovanie chránených území</li> <li>• rozvoj „divokého“ chalupárenia s necitlivými zásahmi do pôvodnej zástavby na vidieku a architektúry</li> <li>• nezamestnanosť a nízka kúpyschopnosť obyvateľstva SR</li> <li>• dostupnosť stále atraktívnej dovolenky pri mori (cenová, dopravná, informačná, distribučná dostupnosť)</li> </ul>

<p>Starý otec) na predaj regionálnych produktov a zároveň posilňovanie známosti a imidžu regiónu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• blízkosť transnacionálnych a medzinárodných cyklotrás, zapojenie produktu regiónu do ich ponuky</li> <li>• národná a európska podpora rozvoja všetkých alternatívnych foriem dopravy</li> <li>• deklarovaný záujem kraja a SR o rozvoj CR</li> <li>• nastavenie nového rozpočtového obdobia čerpania fondov EÚ a iných verejných finančných zdrojov (podpora regionálneho a lokálneho endogénneho rozvoja, alternatívnych druhov dopravy, kultúrneho a kreatívneho priemyslu, tradícií, podpora inovatívnosti, atď.), využitie infraštruktúrnych aj neinfraštruktúrnych projektov priamo aj nepriamo na zábery rozvoja CR v regióne</li> <li>• trend k bývaniu na vidieku, potenciál zastavenia odchodu mladého obyvateľstva z obcí</li> <li>• aktivity organizácií mimo regiónu ( moderné športy, iné, lokalizácia podujatí a súťaží v regióne)</li> <li>• využitie medzinárodných zoskupení (SR ako člen) pri prezentácií regiónu a získavaní finančných zdrojov</li> </ul>	
---	--

### 3. NÁVRHOVÁ ČASŤ

Strategická návrhová časť spracovávanej koncepcie cestovného ruchu sa bude opierať o dohodnutý názov, ktorý sa rozhodol predmetný región používať, a to:

#### **Kopaničiarsky región Pod Veľkou Javorinou a Bradlom.**

Názov regiónu asocjuje u turistu kopaničiarske osídlenie typické pre celé riešené územie, kopanice sú spoločným prvkom celého územia. Pre jednoznačnú identifikáciu regiónu slúži „geografické“ vymedzenie územia s relatívne známymi prvkami – Veľká Javorina a Bradlo.

Názov regiónu je prioritným pre nastavenie marketingovej stratégie pre región v súlade s výsledkami uskutočnenej analýzy primárnej a sekundárnej ponuky regiónu. V tejto súvislosti bude v rámci rozvoja cestovného ruchu v Kopaničiarskom regióne Pod Veľkou Javorinou a Bradlom prioritne pracované najmä s týmito kľúčovými prvkami – kopanice (malebnosť prostredia - morfológia, slivky, tradície, folklór), Bradlo (M. R. Štefánik), Veľká Javorina.

Vzhľadom na charakter súčasnej ponuky a potenciálneho rozvoja cestovného ruchu v Kopaničiarskom regióne Pod Veľkou Javorinou a Bradlom je možné identifikovať hlavné súčasné motívy návštevníkov pre výber tejto destinácie ako cieľa najmä výletného a krátkodobého. Ide o:

- oddych/relax, pokoj, príjemné a prirodzené prostredie (potenciálne aj pre dovolenkový pobyt a potenciálne aj priestor pre sprostredkovanie zážitkov/dobrodružstva pri relaxačných, rekreačných, resp. aj športových aktivitách),
- spoznávanie tradícií, kultúry, histórie (potenciálne aj pre dovolenkový pobyt a potenciálne aj priestor pre sprostredkovanie zážitkov/dobrodružstva v rámci kultúrneho cestovného ruchu a aktívnom spoznávaní kultúry a histórie).

Návrhová časť predkladanej koncepcie rozvoja cestovného ruchu stavia na kľúčových prvkoch regiónu, na ktorých je založená známosť regiónu a uvedených motívoch účasti na cestovnom ruchu v regióne a tieto využíva na prepojenie s modernými zážitkovými aktivitami trávenia voľného času. Zmyslom je prepojenie tradičného s netradičným pri zachovaní regionálnej originality. Ide o kombináciu zachovania prirodzeného a pokojného prostredia a zážitkového cestovného ruchu v prirodzenom kultúrnom a prírodnom prostredí kopaníc. Z týchto myšlienok vychádza aj návrh vízie pre Kopaničiarsky región Pod Veľkou Javorinou a Bradlom.

### 3.1 VIZIA A CIEĽ ROZVOJA

#### VÍZIA

##### **rozvoja cestovného ruchu v Kopaničiarskom regióne Pod Veľkou Javorinou a Bradlom**

*Kopaničiarsky región Pod Veľkou Javorinou a Bradlom je obľúbenou destináciou pre turistov vyhľadávajúcich malebné prostredie kopaníc, v ktorých sa spája originálne tradičné a netradičné v prirodzenom kultúrnom a prírodnom prostredí kopaníc.*

Vízia naznačuje dôležitosť polohy základov prezentácie regiónu aj pre mladú a strednú generáciu turistov na základoch relatívne známej originality a tradíciách regiónu. Nepriamo buduje na známosti osobnosti M. R. Štefánika (hlavná asociácia s Bradlom), slivky a kopaničiarska slivovica (asociácia s kopanicami) a MFF na Myjave (asociácia s tradíciami a folklórom).

**Strategický cieľ** rozvoja cestovného ruchu Kopaničiarskeho regiónu Pod Veľkou Javorinou a Bradlom je:

- využiť potenciál regiónu pre komplexnú atraktívnu ponuku so špecifickými originálnymi inovatívnymi produktmi pre cieľové skupiny návštevníkov pri využití nových trendov v ponuke cestovného ruchu a informačno-komunikačných technológií v cestovnom ruchu.

**Navrhované cieľové skupiny (s použitím rôznych segmentačných kritérií, rôzne kombinácie segmentačných kritérií podľa ich významnosti v charakteristike cieľového trhu):**

**milovníci zachovávania tradícií a folklóru** (bez vekového rozdielu) – individuálne aj skupinovo, návštevníci z celého Slovenska a zahraničia

**rodiny s deťmi** z miest zo Slovenska (najmä Bratislava), Moravy, resp. celej Českej republiky (v spolupráci s moravskými partnermi a ponukou cezhraničného produktu), z Viedne (v spolupráci s okolitými partnerskými regiónmi),

**seniori** z miest zo Slovenska (najmä Bratislava), Moravy, resp. celej Českej republiky (v spolupráci s moravskými partnermi a ponukou cezhraničného produktu), z Viedne (v spolupráci s okolitými partnerskými regiónmi) – individuálne aj skupinovo (zájazdy),

**chalupári** – v regióne je relatívne vysoký podiel bytového fondu na kopaničiach vo vlastníctve osôb s trvalým bydliskom mimo regiónu,

**školské skupiny (základné a stredné školy)** – v rámci výletného aj pobytového cestovného ruchu,

**detské tábory** – už v súčasnosti je región známy organizovaním detských letných táborov a škôl v prírode v rámci pobytového cestovného ruchu,

**aktívni dovolenkári** – potenciál pre využitie prírodného prostredia na terénne rekreačné aktivity a kultúrneho prostredia na zážitkový cestovný ruch, osobitne **turisti a cykloturisti**

**záujemcovia o agroturistiku** – ubytovanie v agroturistických zariadeniach, resp. v ubytovacích zariadeniach na vidieku s doplnkovými agroturistickými službami priamo v zariadení alebo v mieste pobytu

**záujemcovia o alternatívny spôsob života** – zvyčajne ľudia z miest, ktorí oceňujú prirodzené prírodné a kultúrne prostredie

**duševne pracujúci z miest** – úspešní manažéri s nedostatkom času, ide o individuálne pobyty, najmä strednej až vyššej strednej vekovej kategórie, pre ktorú je podstatná teritoriálna blízkosť a dostupnosť regiónu)

**team building** – s požiadavkou originálnych a v danej kategórii kvalitných služieb, spojenie kvalitného ubytovania a športovo-rekreačných outdoorových služieb

**pracovné cesty/služobne cestujúci** – podľa stupňa rozvoja podnikania v regióne, domáca a zahraničná klientela

**rodinné a skupinové oslavy** – tradičné oslavy pre seniorov, netradičné oslavy v tradičnom prostredí pre strednú a mladú generáciu (tradičná gastronómia s netradičnými aktivitami v teréne/prírodnom prostredí)

**športové kolektívy** – v nadväznosti na športové zameranie klubov v regióne, realizácia športových sústredení s využitím indoorových aj outdoorových možností

**kúpeľní hostia z Piešťan, Smrdákov, Trenčianskych Teplíc, Luhačovic**

**tranzitní návštevníci** – predovšetkým na využitie stravovacích služieb, príp. aj krátku návštevu atrakcií lokalizovaných v blízkosti ciest a stravovacieho zariadenia

Za kľúčové územné jadrá cestovného ruchu (kľúčové ciele) možno v Kopaničiarskom regióne Pod Veľkou Javorinou a Bradlom považovať:

**Myjava so Starou Myjavou** (kľúčový prvok – tradície)

**Areál Bradla vrátane Košarísk a Brezovej pod Bradlom a priľahlých obcí** (kľúčový prvok – osobnosť M. R. Štefánika)

**Veľká Javorina so Starou Turou a Dubníkom** (kľúčový prvok – prírodné prostredie)

**Kľúčové priority rozvoja cestovného ruchu v Kopaničiarskom regióne Pod Veľkou Javorinou a Bradlom<sup>15</sup>**

#### **Tradičná Myjava a rekreačné možnosti na Starej Myjave**

- tradície sú kľúčovým prvkom v ponuke cestovného ruchu tejto časti regiónu. Myjava je jasné centrum tradičnej kultúry na kopaničiach -územné aj produktové jadro, pričom okolité mikroprostredie v rámci regiónu tvorí predovšetkým jeho zázemie. Odporučiť v tejto súvislosti možno:
- dobudovať, resp. rekonštruovať areál PKO Trnovce na poskytovanie kvalitných jadrových služieb – organizovanie podujatí s možnosťami ďalších doplnkových voľnočasových zábavných a rekreačných služieb v areáli a/alebo v jeho blízkosti. Snaha lokalizovať regionálne podujatia tradičného aj novodobého charakteru do tohto areálu (mimo tých, ktoré sú tematizované a viazané na konkrétne lokality). Zároveň

<sup>15</sup>Pozn.: Viaceré námety týkajúce sa infraštruktúry cestovného ruchu uvádza analytická časť.

s prezentáciou a distribúciou podujatí je potrebné zabezpečiť prezentáciu a distribúciu ďalších individuálne tematicky nadväzujúcich atrakcií a služieb a zodpovedajúce vytvorené komplexné produkty cestovného ruchu. V areáli a na prístupové cesty je potrebné umiestniť smerovníky na kvalitné zariadenia doplnkových služieb na Myjave a v ďalších častiach regiónu.

- dobudovanie športovo-rekreačných možností na Myjave (okrem športových kolektívov a domáceho obyvateľstva využiteľné na športovo-rekreačné aktivity pre cestovný ruch v prípade zlého počasia a v mimosezónnom období)
- revitalizácia vodnej plochy a dobudovanie rekreačných možností v lokalite Stará Myjava, atraktivizácia prostredia najmä pre detskú a mládežnícku klientelu a regionálne domáce obyvateľstvo, potreba spolupráce všetkých zainteresovaných subjektov v lokalite a vytvorenie komplexného strediska

#### **Areál Bradla vrátane Košarísk a Brezovej pod Bradlom a príslušných obcí**

- dobudovanie areálu Bradla pri zachovaní pietnosti miesta a podpora plánovaných zámerov (Akčný plán regionálneho rozvoja, časť A, časť B, Brezová pod Bradlom, 2012, 2013 - Krajinno-architektonického riešenia areálu NKP - Mohyly M.R. Štefánika s čiastkovými projektmi - výletný vláčik po historickej ceste z Bradla na Košariská, hvezdáreň na Bradle, bylinková záhrada, iné, Krajinno – architektonická úprava okolia Chaty Bradlo, Revitalizácia chaty na Bradle.
- prírodné prostredie vrchu Bradlo je vhodné aj na poskytovanie doplnkových služieb spojených s terénnymi rekreačnými/športovými aktivitami pre návštevníkov
- zatraktívnenie Múzea M. R. Štefánika na Košariskách – využitie moderných interaktívnych prezentačných foriem a prezentovanie všestrannej osobnosti M. R. Štefánika, podpora zámerov obce Košariská vybudovať komplexný areál (ceremoniálne plochy, parkovisko, nástupište na vláčik, obchod so suvenírmi a regionálnymi produktmi, oddychové zóny), tematické a priestorové rozšírenie expozície múzea o priestory kostola a ďalšie zámery zatraktívňujúce areál pre turistov
- realizácia projektu Objekt Národného domu Štefánikovho so zriadením múzea zameraného na osobnosť D. S. Jurkoviča a ďalšie osobnosti formujúce vznik našej novodobej štátnosti a regionálnu históriu (Akčný plán regionálneho rozvoja, časť A, časť B, Brezová pod Bradlom, 2012, 2013)
- okolie Bradla - okolité obce tvoria dôležité zázemie na poskytovanie ubytovacích a stravovacích služieb v ich originálnom (kopaničiarskom) a/alebo klasickom prejave a ďalších doplnkových služieb podľa požiadaviek návštevníkov – cieľových skupín (agroturistické zariadenia, kultúrne zariadenia a možnosti vykonávania rekreačných aktivít), dôležitý je aj ich celkový výzor, úprava
- prezentáciu a distribúciu služieb v zázemí areálu Bradla je potrebné zabezpečiť zároveň s prezentáciou samotného Bradla, v areáli a na prístupové cesty je okrem toho potrebné umiestniť smerovníky na kvalitné zariadenia doplnkových služieb (vrátane turistických chodníkov a cyklotrás)
- zakomponovať areál Bradla a osobnosť M. R. Štefánika do komplexných produktov cestovného ruchu

#### **Veľká Javorina so Starou Turou a Dubníkom**

- pokračovanie v doterajšom využití prírodného prostredia Veľkej Javoriny a Dubníka na poskytovanie športovo-rekreačných možností v teréne, rozšírenie/dobudovanie týchto služieb do súboru služieb dostatočne atraktívneho pre cieľové skupiny

návštevníkov, ich zakomponovanie do komplexných produktov cestovného ruchu, aj do **komplexných produktov cezhraničného charakteru najmä v súvislosti s Veľkou Javorinou**

- celková úprava a dobudovanie okolia Holubyho chaty, vybudovanie drobnej infraštruktúry na vrchole Veľkej Javoriny (pri smerovníku), využitie celej oblasti na zážitkový cestovný ruch v teréne,
- starostlivosť o kvalitu vody, prostredie a cestnú prístupnosť Dubníka, dobudovanie areálu vodných plôch a ich okolia, využitie aj širšieho prostredia Dubníka na zážitkový cestovný ruch v teréne
- mesto Stará Turá a Dubník vrátane okolitých obcí s vybudovanou infraštruktúrou, ubytovacími, stravovacími, doplnkovými kultúrnymi a rekreačnými službami a čiastkovými atraktivitami tvoria zázemie pre územné a produktové jadro cestovného ruchu, ktorým je v tejto oblasti Veľká Javorina
- prezentáciu a distribúciu služieb v zázemí Veľkej Javoriny je potrebné zabezpečiť zároveň s prezentáciou samotnej Veľkej Javoriny a slávnosti Bratstva Čechov a Slovákov, na vrchu a prístupové cesty je okrem toho potrebné umiestniť smerovníky na kvalitné zariadenia doplnkových služieb (vrátane informácií na turistických chodníkoch a cyklotrasách)



**PRIORITY a OPATRENIA rozvoja cestovného ruchu v Kopaničiarskom regióne Pod Veľkou Javorinou a Bradlom (naväzujúce na kľúčové územné ciele/kľúčové priority)<sup>16</sup>**

<b>1. PRIORITA</b>	
<b>Zabezpečiť atraktivitu a čiastkové ciele ku kľúčovým cieľom regiónu</b>	
<p>Zámerom je zabezpečiť základné a doplnkové služby v lokalitách, v ktorých sa nachádzajú čiastkové atrakcie rôzneho charakteru využiteľné v cestovnom ruchu (s cieľom využitia ich potenciálu na rozšírenie služieb pre návštevníkov a ich ekonomické využitie)</p>	
Opatrenie 1.1	<p><b>Pokračovanie podpory zachovávanía a oživovania tradícií kopaničiarskeho regiónu</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pokračovanie v organizovaní tradičných podujatí (tanec, hudba, remeslá, farmárske trhy, iné)</li> <li>- vybudovanie remeselných dielní, príp. dvorov podľa tradičných remesiel v jednotlivých častiach regiónu (vareškári, pytlíkari, garbiari) s ich lokalizáciou najlepšie v centrách sídiel, resp. v/pri už existujúcich atrakciách, s interaktívnymi prezentáciami v zmysle trendu zážitkového a kreatívneho cestovného ruchu</li> <li>- zabezpečenie symbiózy poľnohospodárstva, kultúry a cestovného ruchu, zakomponovanie tradícií do komplexných produktov cestovného ruchu</li> <li>- spolupráca a podpora aktivít občianskych združení</li> <li>- využitie aktivít zavádzania regionálnej značky KOPANICE na podporu tradícií a ich využitia v cestovnom ruchu</li> </ul>
Opatrenie 1.2	<p><b>Podpora organizovania tradičných aj netradičných podujatí</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- podpora tradičných podujatí, pokračovanie v organizovaní kvalitných tradičných podujatí v jednotlivých častiach regiónu</li> <li>- podpora novodobých kultúrnych a športovo-rekreačných podujatí v regióne, pokiaľ je možné s využitím pojmov, na ktoré sa vzťahuje asociácia s regiónom (slivky, kopanice, M. R. Štefánik, Bradlo, folklór), tematické zameranie podujatí na uvedené kľúčové prvky, novodobé podujatia položené na tradičných základoch (využitie v názve podujatia a/alebo jeho obsahovej náplni)</li> <li>- k existujúcim podujatiam vytvoriť jedno veľké podujatie – kopaničiarske slávnosti na oslavu kopanic ako originálneho národopisného regiónu (spojenie tanca - folklórne a moderné tanečné skupiny, prezentácia hudobných, speváckych a tanečných osobností minulosti a súčasnosti, resp. iných umelcov, remesiel, gastronomických špecialít, rekreačných terénnych aktivít)– spoločná veľká prezentácia regiónu (vo forme viacerých čiastkových podujatí/čiastkových prezentácií) a zároveň sprístupnené všetky atrakcie v regióne s využitím regionálnej karty KOPANICE(kúpená ako vstupenka na podujatie) resp. podujatie rozdelené na Tradičný KOPANICE FEST (podujatie s tradičným tancom, hudbou, remeslami, inými aktivitami) a New KOPANICE FEST/EVENT (moderná hudba, tanec, terénne rekreačné/športové aktivity, iné).</li> </ul>

<sup>16</sup> Pozn.: Viaceré námety týkajúce sa infraštruktúry cestovného ruchu uvádza analytická časť.



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- využitie potenciálu takých podujatí ako je Štefánik trail, RuggedRace, iných – spolupráca s organizátormi pri ponuke služieb pre účastníkov, pokiaľ možné založiť tradíciu organizovania týchto podujatí v regióne,</li> <li>- spojenie tradície a nového – SLIVKA HAPPY DAY, HUMOR sváka RAGANA/Kopaničiarske humoresky (kopaničiarsky humor spojený s folklórom, žartovným divadlom, resp. so zakomponovaním žartovných diel Zuzky Zgurišky) a pod.</li> </ul>
Opatrenie 1.3	<p><b>Práca s historickými a súčasnými osobnosťami regiónu</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- organizovanie podujatí s tematikou osobností regiónu, prioritné zameranie na osobnosť M. R. Štefánika (využitie jeho známosti a spájaním jeho mena s Bradlom a regiónom) v rôznych súvislostiach a v prepojení na ďalšie významné osobnosti</li> <li>- zriaďovanie pamätných izieb najlepšie v rámci už existujúcich múzeí a ľudových domov/izieb, príp. iných priestorov osobnostiam regiónu (dodatočná atraktivizácia už existujúcich kultúrnych zariadení a zároveň využitie priestorov a efektívnosť prevádzky) – D. S. Jurkovič (existujúci zámer), Zuzka Zguriška, J. M. Hurban, Š. Bednár, Samko Dudík, J. L. Holuby, D. Krman, Ján Vagač, resp. ďalšie, zapájanie príbehov zo života týchto osobností do čiastkových produktov pre rôzne cieľové skupiny</li> <li>- využitie osobností kultúrneho a športového života súčasnosti pri marketingovej práci s produktmi</li> </ul>
Opatrenie 1.4	<p><b>Využitie veľkých nevyužitých rovinatých a kopcovitých plôch na vidieku</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- udržiavať, resp. zdokonaľovať doterajšie možnosti turistiky, cykloturistiky, prepojenie trás, značenie a pod., rozvoj vybraných moderných outdoorových nemotorových rekreačných aktivít ako paragliding, zorbing, geocaching, let balónom, podľa poveternostných podmienok kiting/snowkiting, bungeejumping, lanový park (v súčasnosti existujúce lanové centrum v Starej Myjave), lanová bobová dráha, nordic walking, orientačné športy (orientačný beh, cyklistika, lyžiarsky orientačný beh, trailorientering, rádioorientačný beh), skijöring, frisbee, petang, detské ihriská, prírodné a umelé lezecké steny, v zime snežnicové putovanie, resp. iné podľa terénnych podmienok, pri vodných plochách aquazorbing, hydrospeed, wakeboarding, vodné lyžovanie, jazda na vodnom kolese, na vodnom skútri, iné.</li> <li>- niektoré aktivity sú v regióne už ponúkané (Dubník, Veľká Javorina, iné). Viaceré uvádzané rekreačné aktivity vyžadujú minimálne terénne úpravy a infraštruktúru, lokalizáciu týchto aktivít možno odporučiť najmä v miestach, resp. v blízkosti už existujúcich aspoň základných služieb cestovného ruchu. Rekreačné aktivity vhodné pre deti, mládež, ale aj dospelých.</li> <li>- dobudovanie indoorových športových možností na poskytnutie náhradných služieb v prípade nepriaznivého počasia</li> <li>- využitie činností vhodných pre turistov v súvislosti s rybárstvom a poľovníctvom</li> <li>- udržiavanie a dobudovanie/prepojenie turistických a</li> </ul>

	<p>cykloturistických trás v regióne, vybudovanie bikeparku, resp. velodromu, preverenie ubytovacích a stravovacích služieb na turistických trasách a cyklotrasách,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- s ohľadom na prírodné a sociálne prostredie na vymedzených územiach možnosti vybratých terénnych motorových športov (citlivý výber územia)</li> </ul>
Opatrenie 1.5	<p><b>Budovanie a rozvoj agroturistických služieb</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prezentácia v súčasnosti vybudovaných agroturistických zariadení, ich zakomponovanie do ucelených produktov cestovného ruchu</li> <li>- podpora zriaďovania typických agroturistických zariadení (ubytovanie – najlepšie v typickom kopaničiarskom dome, stravovanie, agroturistické služby), resp. rozšírenia služieb ubytovacích zariadení na vidieku na poskytovanie agroturistických služieb (pričom prevádzkovateľ zariadenia ponúka ubytovacie služby a venuje sa aktívne poľnohospodárskym prácam), podpora komplexnosti poskytovaných služieb – ubytovanie, stravovanie, doplnkové služby – aktivity v rámci poľnohospodárstva</li> <li>- využitie aktívnych občianskych združení a spolkov na zapojenie sa do doplnkových aktivít agroturistických zariadení (rybárske, poľovnícke, ochranárske, iné združenia)</li> </ul>
Opatrenie 1.6	<p><b>Podpora gastronomického cestovného ruchu</b>, resp. gastronómie ako súčasti produktu cestovného ruchu regiónu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- vyhľadávanie, zachovávanie a aktívna ponuka gastronomických regionálnych a miestnych špecialít pri zachovaní prioritného zamerania na slivky (využitie známosti tohto atribútu regiónu a jeho spájanie s kopanicami)</li> <li>- podpora samostatných gastronomických podujatí alebo gastropodujatí ako súčasti iných podujatí, pokračovanie v zapájaní sa do nadregionálnych a celoslovenských aktivít, podpora občianskych aktivít v regióne v tejto oblasti a už realizovaných aktivít, využitie aktivít medzinárodných hnutí, napr. SlowFood</li> <li>- využitie aktivít zavádzania regionálnej značky KOPANICE na podporu tradičnej gastronómie v regióne</li> </ul>
Opatrenie 1.7	<p><b>Využiť archeologické náleziská na tvorbu nových cieľov v prepojení na existujúce produkty</b> (hradiská – Baranec, Ostriež, Štverník a pohrebisko Štverník), podporiť ďalšie archeologické vykopávky, vytvoriť rekonštrukciu vybratého hradiska, napojenie na turistické a cykloturistické trasy</p>
Opatrenie 1.8	<p><b>Obnova bunkrov z II. svetovej vojny na využitie v produktoch cestovného ruchu</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- podporiť obnovu vybratých bunkrov pre sprístupnenie záujemcom o vojnovú históriu, deťom aj mládežníckym návštevníkom</li> <li>- prepojenie bunkrov s ďalšími pamiatkami z II. svetovej vojny v regióne vrátane pamätníkov na turistických trasách a cyklotrasách</li> <li>- vybudovanie doplnkovej infraštruktúry v ich blízkosti – spojenie s rekreačnými aktivitami v prírode a podľa podmienok vybudovanie prístupových ciest/chodníkov</li> <li>- začlenenie tejto atrakcie do komplexných produktov cestovného ruchu pre relevantné cieľové skupiny návštevníkov, aj v spolupráci</li> </ul>

	s celoslovenskými aktivitami v tejto oblasti (využitie portálov s touto tematikou)
Opatrenie 1.9	<p><b>Vybudovanie atrakcie v rámci výletnej/rekreačnej/panoramickej dopravy</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- vhodné v rámci vodnej dopravy na vodných plochách, v teréne Veľkej Javoriny a Bradla, resp. kopaníc, využitie železničnej infraštruktúry (parný vlak v sezóne), výletný turistický vláčik po historickej ceste z Košarísk na Bradlo</li> </ul>
Opatrenie 1.10	<p><b>Starostlivosť o izby ľudových tradícií a pamätné domy</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zabezpečiť vhodné interiérové podmienky ľudových izieb a pamätných domov, príp. rekonštrukciu nehnuteľnosti,</li> <li>- zabezpečiť ich dostupnosť (dostupnosť cez víkendy, sviatky, voľné dni, upraviť otváracie hodiny, aktualizovať telefonické kontakty dostupné aj cez sviatky (jediný kontakt na príslušný obecný úrad nie je dostatočný)</li> </ul>

## 2. PRIORITA

### Podpora komplexných produktov cestovného ruchu

Zámerom je vytvoriť komplexné produkty pre vybrané cieľové skupiny návštevníkov postavené ako balíky služieb s jednou cenou alebo aj v rámci stavebnicového systému ponuky s možnou kombináciou služieb podľa špecifických preferencií cieľovej skupiny alebo individuálneho klienta. Názvy komplexných produktov by mali byť dostatočne atraktívne a komunikatívne, zároveň vystihovať kľúčové motívy a preferencie cieľových skupín. Nosné produkty je možné variovat' a kombinovať v závislosti od rôznych faktorov – sezóna (letná, zimná, jar, jeseň), geografického cieľového trhu, vekovej kategórie návštevníka a pod.

### Navrhované vybrané komplexné produkty cestovného ruchu v Kopaničiarskom regióne Pod Veľkou Javorinou a Bradlom

Uvádzané komplexné produkty cestovného ruchu v Kopaničiarskom regióne Pod Veľkou Javorinou a Bradlom obsahujú len niekoľko možností tematického zamerania produktov vzhľadom na vybrané cieľové skupiny návštevníkov s dôrazom na využitie potenciálu regiónu v cestovnom ruchu.

#### VÍKEND NA KOPANICIACH/DOVOLENKA NA KOPANICIACH

Tento produkt cestovného ruchu sa opiera o základné atribúty Kopaničiarskeho regiónu Pod Veľkou Javorinou a Bradlom, konkrétne kopanice a slivky, mal by asociovať tradície, pokoj, relax, ale zároveň aj radosť a aktívne strávenie niekoľkých voľných dní. Opiera sa zároveň o regionálnu značku KOPANICE.

Originálny produkt poskytuje ubytovanie v typickom zrekonštruovanom kopaničiarskom dome. Jadro produktu sa opiera o tradíciu pestovania a spracovávanía sliviek. Rôznorodá ponuka v tejto oblasti zahŕňa najmä:

- gastronómické služby – typické jedlá, nápoje, gastronómické špeciality – slivkové gule, iné, slivovica – pálené z rôznych druhov sliviek (resp. aj iné druhy páleného z jabĺk, repy, raž, iné), sušené slivky, slivkové zaváraniny, ochutnávky (koštovky)
- zážitkový cestovný ruch – kuchársky kurz na varenie typického jedla, varenie lekváru, „varenie“ slivovice, starostlivosť o ovocné sady, kopaničiarska architektúra.

Ponuku zabezpečujú samotné ubytovacie zariadenia a/alebo stravovacie zariadenia v ich blízkosti a/alebo ďalšie zariadenia – farmy, pálenice, iné.

Možné sú rôzne variácie produktu vzhľadom na:

- ubytovanie – najoriginálnejším je ubytovanie v kopaničiarskom dome, v kopaničiarskom agroturistickom ubytovacom zariadení, príp. možné aj ubytovanie v agroturistickom zariadení, ubytovanie v ubytovacom zariadení na vidieku,
- ponuku, ktorej jadrom sú slivky, možno sekundárne kombinovať aj s ďalším ovocím (jablká, moruše, iné) a produktom z neho, vrátane likérov (bývalá likérka na Brezovej pod Bradlom), muštov, produktov z bylín, iné,
- doplnkovo je možné využiť ponuku ľudových domov/izieb, navrhované remeselné dvory/dielne, plánovanú izbu ľudových tradícií, remesiel a regionálnych výrobkov (výstava produktov so značkou Regionálny produkt Kopanice v KD Samka Dudíka na Myjave), resp. ďalšie aktivity v súvislosti s regionálnou značkou ako sú vidiecke tržnice

- v regióne, organizované tradičné podujatia v regióne (slávnosti, jarmoky, trhy), ďalšie zachované tradície remeselných a ručných prác, interaktívna múzejná ponuka, iné,
- na zatraktívnenie produktu možné kombinovať vybrané aktivity tohto produktu s ponukou moderných rekreačných terénnych aktivít (napr. KOPANICE OUTDOOR).

Produkt ponúka možnosť využiť potenciál kreatívneho cestovného ruchu. Jedinečne pre Kopaničiarsky región Pod Veľkou Javorinou a Bradlom to znamená jednoducho:

*spať v kopaničiarskom dome, variť a jesť domáce jedlo s domácimi, spolu s domácimi zabezpečovať domáce poľnohospodárske práce (starat' sa o domáce zvieratá, zúčastňovať sa sezónnych poľnohospodárskych prác, zabávať sa – naučiť sa ľudový tanec, spievať kopaničiarske piesne, iné.*

#### Víkend na kopaničiach/Dovolenka na kopaničiach

- podporiť poskytovanie ubytovacích a ďalších služieb v zrekonštruovaných typických kopaničiarskych domoch
- podporiť rekonštrukcie domov so službami v jadrových cieľových miestach
- podporiť miestne koncentrované poskytovanie gastronomických a zážitkových služieb v súvislosti so slivkami, vytipovanie skupiny zariadení aspoň v dvoch častiach regiónu
- podporovať rozvoj produktu Slivovicová cesta
- aktivizovať domáce obyvateľstvo smerom k novej realizácii kreatívneho cestovného ruchu
- aktivizovať občianske združenia a kluby na poskytovanie doplnkových služieb cestovného ruchu v klasickom prevedení aj v rámci zážitkového cestovného ruchu
- dôsledne koordinovať poskytovateľov ponúkaných služieb
- zabezpečiť praktickú informačnú aj fyzickú dostupnosť ponúkaných služieb
- **preveriť možnosť ponúkať variáciu produktu v spolupráci s prihraničným regiónom**
- možnosť vytvoriť osobitný produkt KRAJ SLIVKOVÝCH SAMÔT<sup>17</sup> pre klientelu vyhľadávajúcu pokoj, inklinujúcu k prirodzenému spôsobu života, uprednostňujúcu bioprodukty, alternatívne spôsoby liečenia a pod. Vhodný pre individuálnu klientelu aj pre skupiny.

#### FOLKLÓRNE KOPANICE/ZAŽI FOLKLÓR

Produkt sa opiera o ďalší kľúčový atribút kopaničiarskeho regiónu, a to folklór a môže byť stavaný na výletný cestovný ruch v spojení s folklórnym podujatím alebo aj pobytový cestovný ruch (v nadväznosti na folklórne podujatia s cieľom ponúknuť návštevníkovi rozšírený produkt). Vhodný je aj na organizovanie individuálnych rodinných alebo iných spoločenských podujatí, napr. reálne originálne kopaničiarske svadby, resp. využitie niektorých svadobných rituálov, folklórne vystúpenia na objednávku pre organizované skupiny hostí (napr. kúpeľní hostia pri návšteve regiónu, rodinné a firemné oslavy, iné spoločenské podujatia). Folklór ako zážitok by mal byť samozrejmom súčasťou ponuky v rámci tohto produktu (folklór ako tanečné vystúpenie, naučiť sa tancovať, spoznanie kroja, oblečenie sa do kroja, iné).

<sup>17</sup> prebraté z rovnomenného názvu propagačného materiálu, OZ Subregión Pod Bradlom, 2010

V rámci zostavenia dvoch alebo viacerých dní je možné využiť ponuku gastronomických, kultúrnych alebo aj športovo-rekreačných služieb, resp. aj agroturistických služieb podľa charakteristiky a preferencií cieľových skupín návštevníkov v rámci klasického a/alebo zážitkového cestovného ruchu (v kombinácii s inými produktmi).

#### **FOLKLÓRNE KOPANICE/ZAŽÍ FOLKLÓR**

- zabezpečiť časovo prepojenú ponuku s jedným alebo viacerými prenocovaniami pre účastníkov folklórnych podujatí,
- zabezpečiť súčasnú prezentáciu folklórnych podujatí s produktom v rámci pobytového cestovného ruchu
- prezentácia regiónu a jeho atrakcií počas konania tradičných podujatí pre ich návštevníkov z potenciálnych cieľových trhov – kopanice ako destinácia aj pre pobytový cestovný ruch
- marketingovo pracovať s kúpeľnými hosťami teritoriálne blízkych kúpeľných stredísk
- práca s umeleckými školami
- spolupráca s folklórnymi skupinami a organizátormi folklórnych podujatí
- **preveriť možnosť ponúkať variáciu produktu v spolupráci s prihraničným regiónom**

#### **NETRADIČNE NA KOPANICIACH**

Produkt ponúka možnosť stavať na imidži kopaníc ako regiónu so zachovanými tradíciami a spojiť tradičné s netradičným/moderným.

Využíva ponuku kultúrneho ako aj rekreačného cestovného ruchu. Jeho podstatou je aktívne strávenie voľných dní v rámci víkendu, predĺženého víkendu, dovolenky. Vhodný je aj na ponuku osláv rôzneho charakteru (napr. netradičné oslavy v tradičnom prostredí kopaníc – „netradične tradične“). Podľa preferencií turistu sú kombinované služby založené na tradíciách (ubytovanie, gastronómia, iné tradičné aktivity) s modernými rekreačnými terénymi aktivitami a ponukou kultúrnych inštitúcií (prípadne v nadväznosti na podujatia, hudobné festivaly, výstavy moderného umenia, iné).

**Subprodukty:** napr. Tradičná gastronómia s netradičnými terénymi rekreačnými aktivitami na kopaniciach

#### **KOPANICE OUTDOOR/resp. KOPANICE ADVENTURE/resp. KOPANICE TEAM BUILDING**

Produkt je určený pre aktívnu mladú a strednú generáciu a opiera sa o potenciál v súčasnosti nedostatočne využitých plôch na kopaniciach. Ponúka možnosť rekreačného až športového využitia využívajúc terénne rekreačné aktivity. Produkt je vhodný pre individuálnych rekreačných turistov, ale aj pre skupiny mládeže alebo mladej a strednej generácie, kluby, oslavy rôzneho charakteru, pri určitej variácii aj v rámci team buildingu.

#### **KOPANICE OUTDOOR/resp. KOPANICE ADVENTURE/resp. KOPANICE TEAM BUILDING**

- aktivizovať podnikateľov v regióne na ponuku moderných outdoorových rekreačných

- aktivít, v prípade adrenalinových aktivít možné používať aj pojem „adventure“
- zabezpečiť náhradný program v prípade zlého počasia – indoorové športové aktivity, resp. iné aktivity
  - produkt možný aj s cezhraničným charakterom v spolupráci s prihraničnými regiónmi, napr. outdoor na Veľkej Javorine

## MEETING KOPANICE

Produkt umožňuje využiť súčasné infraštrukturálne možnosti pre seminárový a konferenčný cestovný ruch v spojení s outdoorovými a indoorovými možnosťami športovo-rekreačného cestovného ruchu a zážitkového kultúrneho cestovného ruchu

## KOPANICE GASTROTOUR

Produkt je založený na ponuke gastronomických špecialít v rámci stravovacích služieb a zážitkovom cestovnom ruchu v spojení s varením/prípravou jedál.

Súčasťou produktu sú ubytovacie a ďalšie doplnkové služby podľa preferencií turistu. Ponúkaný po rozpracovaní ako samostatný produkt (nezávislý od sezóny) alebo ako súčasť ostatných produktov.

## BRADLO TOUR

Produkt ponúka spojenie osláv jednotlivých výročí M. R. Štefánika na Bradle s ďalšími službami v rámci regiónu podľa preferencií turistu – spojenie s kultúrnymi a/alebo športovými rekreačnými aktivitami, vrátane turistiky a cykloturistiky a iných aktivít.

## HISTORICKÉ POKLADY KOPANÍC/Zaži kus histórie/Objav ich/Nájd ich

Tematická kultúrna trasa, produkt vhodný napríklad pre školské skupiny (základné a stredné školy), resp. tematické školy v prírode so zameraním na prioritné témy slovenskej štátnosti, slovenských národovcov a budovanie slovenského povedomia, II. svetovú vojnu, tradície, iné. Dáva možnosť využiť v jednom komplexnom balíku pamätné miesta, interaktívne múzeá, pamätné izby a iné ponúkané atrakcie v teréne. V spojení s turistikou a geocachingom, zážitkovým vyučovaním prepojeným na zážitkový cestovný ruch, resp. aj kreatívny cestovný ruch môže byť atraktívnym produktom pre deti a mládež. Možná kombinácia s produktom JAVORINA PAS. Možná variácia produktu aj pre iné cieľové skupiny v podobe historických tematických trás.

**Subprodukty** – zážitkové vzdelávacie programy:

Štefánikov príbeh letca, Štefánikov príbeh vojaka, Štefánikov príbeh astronóma/vedca, Štefánikov príbeh cestovateľa, Štefánikov príbeh diplomata (pre rôzne vekové kategórie a zamerania žiakov/študentov), Čo jedával Štefánik, keď bol malý, ..., možné variácie na iné historické osobnosti, napr. „Bol Švejk na Myjave?“ – potenciál aj pre cezhraničný produkt, iné.

Súčasťou produktu môže byť aj samostatný alebo čiastkový produkt zameraný na ekológiu a ekoturizmus nazvaný napr. **EKO-KOPANICE** vhodný napríklad pre školy v prírode. Využíva hodnotné prírodné prostredie(súčasť chránených území).

## **ROMANTICKÉ KOPANICE**

Ide o marketingový nástroj s cieľom osloviť špecifické cieľové skupiny s využitím existujúcich daností regiónu. Produkt je určený pre páry rôznych vekových skupín a už v súčasnosti sú kopanice prezentované na hlavnom portáli Slovenskej agentúry pre cestovný ruch ako romantická destinácia (<http://slovakia.travel/10-romantických-destinácii-na-slovensku-inak>).

## **ÚNIK OD CIVILIZÁCIE – ÚTEK NA KOPANICE<sup>18</sup>**

Jadrom produktu je pokoj, ktorý ponúkajú kopanice viažuci sa na ubytovacie zariadenia v tichom prostredí kopaníc v kombinácii s potenciálnym využitím ďalších služieb cestovného ruchu pre duševne pracujúcich ľudí z miest a manažérov. Charakterovo je iný ako už uvádzaný produkt KRAJ SLIVKOVÝCH SAMÔT pre klientelu vo všeobecnosti inklinujúcu k alternatívne prirodzenému spôsobu života.

---

<sup>18</sup>Názov prebratý z Akčný plán regionálneho rozvoja, časť A, časť B, Brezová pod Bradlom, 2012, 2013



### 3. PRIORITA

#### Zlepšovanie poskytovaných služieb cestovného ruchu v regióne

Zámerom je dotvoriť produkt založený na primárnom a sekundárnom potenciáli regiónu tak, aby bola dosiahnutá čo najvyššia spokojnosť zvolených cieľových skupín návštevníkov.

Opatrenie 3.1	<b>Podpora kvality služieb cestovného ruchu</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- aktivizácia poskytovateľov služieb cestovného ruchu na získanie certifikátu Kopanice – regionálny produkt,</li><li>- podporovať aj mimo certifikácie „Kopanice – regionálny produkt“ kvalitu služieb cestovného ruchu, organizovať súťaže kvality, hodnotenia kvality, resp. zaviesť regionálny „certifikát“ kvality pre kvalitné zariadenia a identifikovať výhody pre kvalitné zariadenia (v rámci produktovej, prezentačnej a distribučnej politiky zodpovednej regionálnej organizácie cestovného ruchu)</li><li>- podporovať kontinuálne vzdelávanie praxe v cestovnom ruchu v tejto oblasti (podnikateľské subjekty, zamestnanci najmä prvého kontaktu, práca s domácim obyvateľstvom)</li></ul>
Opatrenie 3.2	<b>Využiť potenciál kreatívneho cestovného ruchu</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- ako „novej generácie cestovného ruchu“ so zapojením turistov do kreatívnych aktivít s domácim obyvateľstvom založená na špecifickej ponuke a službách, využíva a podporuje kreatívny potenciál návštevníkov aktívnou spoluúčasťou/skúsenosťami na aktivitách, vytvára priestor pre praktizovanie koníčkov turistov, môže kombinovať creative, culinary, eco-tourism, slowtourism, nie je dôležitá monumentalita, ale autenticnosť</li><li>- systematizácia prvkov kreatívneho cestovného ruchu v regióne a zakomponovanie do regionálnych produktov cestovného ruchu</li></ul>
Opatrenie 3.3	<b>Vytvorenie regionálnej turistickej karty KOPANICE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- ide o produkt v cestovnom ruchu už zaužívaný, klasický nástroj umožňujúci kombináciu rôznych služieb, motivujúci turistov na čo najväčšie využívanie rôznych služieb podľa voľby priamo na mieste, zatraktívňujúci ponúkané služby.</li><li>- so samostatnou súčasťou <b>JAVORINA PAS</b> platného pre cezhraničné územie. Ide o „ozajstný“ pas, ktorý „oprávňuje prekročiť“ hranice a využívať služby na oboch stranách hranice s určitými benefitmi.</li><li>- regionálna turistická karta môže byť ponúkaná aj v spolupráci s okolitými regiónmi na Slovensku</li></ul>
Opatrenie 3.4	<b>Spolupráca s majiteľmi/prevádzkovateľmi významných atrakcií v tesnej blízkosti regiónu</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- systematická produktová, prezentačná, resp. distribučná spolupráca s prevádzkovateľmi hradu Branč, Čachtice, Beckov, príp. ďalšími podľa ich tematickej príbuznosti</li></ul>
Opatrenie 3.5	<b>Zabezpečiť prístupnosť ponúkaných služieb cestovného ruchu</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- podporiť prevádzkovú dobu zariadení cestovného ruchu, ktorá vyhovuje turistom</li><li>- pravidelne aktualizovať kontakty na poskytovateľov služieb</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zabezpečiť monitoring značenia na prístupových cestách - od východiskových bodov prístupových ciest do regiónu až po samotnú atrakciu/cieľ</li> <li>- zabezpečiť prístupnosť zariadení a služieb aj pre zahraničných hostí bez jazykovej príbuznosti</li> <li>- preveriť prístupnosť zariadení cestovného ruchu pre potenciálnu relatívne veľkú cieľovú skupinu návštevníkov zdravotne postihnutých (resp. pre určité zdravotné postihnutia)</li> </ul>
Opatrenie 3.6	<p><b>Budovanie stálej klientely regiónu</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- podpora opätovných návštev prostredníctvom rôznych marketingových nástrojov, využitie regionálnej turistickej karty na tieto účely</li> <li>- marketingová práca s chalupármi v regióne s cieľom aktívneho trávenia voľného času v regióne a využitie služieb cestovného ruchu</li> </ul>
Opatrenie 3.7	<p><b>Zabezpečiť vzdelávanie pracovníkov v cestovnom ruchu</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rôznymi formami vzdelávania podporiť komunikačné a jazykové zručnosti pracovníkov v cestovnom ruchu a ich odborné znalosti</li> <li>- spolupráca so vzdelávacími inštitúciami v tejto oblasti</li> </ul>
Opatrenie 3.8	<p><b>Starostlivosť o celkový výzor obcí a ich okolia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zachovanie malebnosti vidieckeho prostredia, zachovanie architektonického rázu vidieckych sídiel, celková úprava obcí a miest v regióne a ich okolia, prístupových ciest, ochrana prírodnej aj architektonickej jedinečnosti územia</li> </ul>
Opatrenie 3.9	<p><b>Tvorba produktov pre špecifické segmenty návštevníkov a špecifické formy cestovného ruchu</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- v rámci religiózneho cestovného ruchu využitie silného evanjelického povedomia obyvateľstva regiónu v spojení s pamätníkom u Mosnáčkov/Priepasné, osobnosťou D. Krmana, pamätníkom Jána Husa/Brezová pod Bradlom (v prepojení s inými motívmi prichádza do úvahy aj pre návštevníkov z ČR) a inými významnými osobnosťami evanjelických farárov, vhodné v kombinácii s hradom Branč</li> <li>- americkí Slováci – potomkovia kopaničiarov, ktorí sa vystaňovali za prácou do Ameriky, resp. aj iných krajín (prípadná spolupráca s archívom v rámci rootsvacation – hľadania predkov, rodinných väzieb, koreňov)</li> <li>- úzky segment klientely zaujímajúci sa o originálnu architektúru na kopaničiach, resp. aj v kombinácii s osobnosťou D. S. Jurkoviča</li> </ul>
Opatrenie 3.10	<p><b>Poskytovanie kvalitných sprievodcovských služieb regiónom</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- vyškoliť regionálnych sprievodcov podľa tematického zamerania, využitie potenciálu mladých ľudí aj seniorov vzdelaných v rámci predmetných tém sprievodcovania</li> </ul>

<b>4. PRIORITA</b> <b>Dostať Kopaničiarsky región Pod Veľkou Javorinou a Bradlom do povedomia ako destináciu cestovného ruchu</b>	
Zámerom je, aby sa Kopaničiarsky región Pod Veľkou Javorinou a Bradlom etabloval v mysliach ľudí ako destinácia cestovného ruchu – s využitím relatívne známych jednotlivých daností regiónu.	
Opatrenie 4.1	využitie publicity významných, relatívne známych a už tradičných podujatí v regióne na prezentovanie kopaníc ako destinácie cestovného ruchu (MFF Myjava, oslavy na Bradle viackrát do roka, <b>slávnosti Bratstva Čechov a Slovákov na Veľkej Javorine</b> , iné) aktívna práca s účastníkmi podujatí a služobne cestujúcimi v regióne
Opatrenie 4.2	vygenerovať QR kód <sup>19</sup> pre web stránku destinácie a umiestniť ho na produkty s regionálnou značkou KOPANICE (aj na najnavštevovanejšie atrakcie a podujatia v regióne, odpočívadlá pri diaľnici)
Opatrenie 4.3	zabezpečiť reportáže z tradičných podujatí v regióne (MFF, slávnosti na Bradle a pod.) v spravodajstve najsledovanejších televíznych staníc (RTVS, JOJ, Markíza) – známosť podujatí využiť na generovanie príchodov
Opatrenie 4.4	práca s elektronickými médiami – informovať o podujatiach konaných v destinácii (v predstihu – na prilákanie návštevníkov, a následne aj počas, resp. po skončení podujatia – v rámci aktivity public relations). zabezpečiť aktuálne informácie pre portál slovakia.travel, a pre spravodajské portály so sekciou cestovanie (napr. cestovanie.aktuality.sk, cestovanie.pravda.sk, dromedar.topky.sk, cestovanie.sme.sk a pod.)
Opatrenie 4.5	využiť potenciál sliviek v regióne – počas slivkovej sezóny sa propagovať v (ženských) časopisoch (kde bývajú slivkové recepty) – umiestniť QR kód, taktiež v televíznych reláciách o varení (varenie slivkových jedál prepojiť s propagáciou slivkového regiónu)
Opatrenie 4.6	organizovanie famtripov (poznávací cesta určená zástupcom touroperátorov) a presstripov, s cieľene vybranými účastníkmi, ktorí majú najväčší dosah na cieľové segmenty
Opatrenie 4.7	podporovať perspektívne podujatia v regióne, ktoré majú potenciál stať sa tradičným podujatím (napr. <i>STEFANIK TRAIL</i> )
Opatrenie 4.8	vytvoriť výstižný slogan pre destináciu, ktorý bude v súlade s víziou a imidžom regiónu, <b>používať jednotné logo regiónu – potrebné zosúladenie kľúčových prvkov sloganu a loga s aktivitami v rámci podpory cykloturistiky a zavádzania regionálnej značky</b> (pre rodiny s deťmi naďalej používať maskota Slivko v spojení s kľúčovými prvkami zvoleného loga regiónu)
Opatrenie 4.9	využiť sieť bio predajní, predajní s tradičnými produktmi a farmárskych trhov konajúcich sa v regiónoch, odkiaľ pochádzajú zdrojové trhy návštevníkov, nepriamo na propagovanie regiónu ako destinácie cestovného ruchu

<sup>19</sup>QR je skratka od slov QuickResponse, rýchla odozva. QR kód je dvojrozmerný čiarový kód, ktorý uchováva a prezentuje informácie pomocou štvorcíkov, ktoré sú prečitateľné čítačkou QR kódov. Môžu obsahovať alfanumerický text a sú často používané na identifikáciu alebo zobrazenie URL adresy, ktorá umožňuje prechod na stránky, kde môžete získať viac informácií o produkte, mieste alebo objekte. QR kódy sú najčastejšie "čítané" pomocou smartfónov (používané je aj označenie mobile tagging).

Opatrenie 4.10	spolupráca so Slovenskou agentúrou pre cestovný ruch, slovenskými klubmi a združeniami podľa zamerania regiónu na kultúru, históriu, turistiku a cykloturistiku, iné
-------------------	--

<b>5. PRIORITA</b>	
<b>Propagácia regiónu Kopaničiarsky región Pod Veľkou Javorinou a Bradlom</b>	
Zámerom je vybudovať komplexnú, atraktívnu a prehľadnú prezentáciu Kopaničiarskeho regiónu Pod Veľkou Javorinou a Bradlom (s využitím moderných nástrojov online marketingu) a zabezpečiť dostupnosť produktov destinácie na cieľových trhoch.	
Opatrenie 5.1	<p>vytvoriť komplexnú webovú stránku destinácie Kopaničiarsky región Pod Veľkou Javorinou a Bradlom, ktorá by mala byť atraktívna a mala by poskytovať relevantné informácie s dôrazom na funkcionálnosť a prehľadnosť. Po vizuálnej stránke by mala byť v súlade s dizajn manuálom destinácie. Po obsahovej stránke by mala zahŕňať:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sekcie pre cieľové segmenty s ponukou komplexných produktov</li> <li>- anglickú jazykovú mutáciu (resp. aj nemeckú) – dostupnosť regiónu pre zahraničného návštevníka, zabezpečiť aktuálne informácie aj v jazykových mutáciách</li> <li>- dopravné spojenie (do a v rámci regiónu) – potreba neustále aktualizovať</li> <li>- interaktívnu mapu s vyznačenými atrakciami (cez mapu možné prekliky k informáciám o atrakciách)</li> <li>- propagačné materiály na stiahnutie (mapy, turistické info)</li> <li>- odkaz na Facebook a Twitter profil destinácie</li> <li>- možnosť prihlásiť sa na odoberanie newslettera</li> <li>- odkaz na partnerské prihraničné regióny</li> <li>- možnosť pridávať referencie (prepojenie na Tripadvisor)</li> <li>- atraktívna fotogaléria (profesionálne fotografie)</li> <li>- možnosť online dopytovania – (potenciálny) návštevník môže prostredníctvom online formulára položiť otázku (zabezpečiť zodpovedného človeka za odpovede, napr. pracovník TIK)</li> <li>- zoznam a kontakt na ubyt. a strav. zariadenia (aj rezervačná funkcia),</li> <li>- online možnosť rezervácie ubytovania, vstupeniek na podujatia</li> <li>- virtuálne prehliadky atrakcií, ubyt. a strav. zariadení</li> <li>- na úvodnej stránke aktuálny kalendár podujatí (potrebné zabezpečiť tok informácií o podujatiach v regióne)</li> <li>- odkaz na regionálnu značku KOPANICE</li> <li>- aktuálne počasie v regióne</li> <li>- vypisované rôzne súťaže pre návštevníkov – aktivity podpory predaja (napr. vytvor koláž zo „selfie“ fotiek odfotených pri aspoň troch atrakciách v regióne)</li> </ul>
Opatrenie 5.2	<p>budovanie imidžu destinácie jednotným vizuálnym štýlom – zabezpečiť vypracovanie dizajn manuálu destinácie, ktorý bude dodržiavaný na všetkých propagačných materiáloch, webovej stránke, facebook profile, twitter profile, v TIK-u, pri označení turistických atrakcií, mobilnej aplikácii a pod.</p>
Opatrenie 5.3	<p>Aktívna participácia na sociálnych sieťach:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- vytvoriť facebook profil destinácie, vizuálne v súlade s dizajn manuálom destinácie. Zabezpečiť pravidelnú aktualizáciu príspevkov, pridávanie fotiek z regiónu, pozvánky na podujatia, informácie o produktoch, krátke reporty z podujatí. Zvážiť súčasné vytvorenie anglického facebook profilu destinácie, kde by boli statusy a odkazy uvádzané v angličtine, resp. nemčine.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vytvoriť Youtube kanál destinácie, ktorý bude graficky v súlade s dizajn manuálom destinácie; okrem tradičných propagačných videí pridávať napr. videá s tradičnými slivkovými receptami, zaujímavé spracované portréty osobností z regiónu</li> <li>- vytvoriť twitter profil destinácie, vizuálne v súlade s dizajn manuálom destinácie. Zvážiť súčasné vytvorenie nemecko-anglického twitter profilu destinácie</li> </ul>
Opatrenie 5.4	zabezpečiť registráciu turistických zariadení (ubytovacích, stravovacích, poskytujúcich voľnočasové aktivity) a zaujímavých turistických cieľov na foursquare.com <sup>20</sup> – motivovať návštevníkov hodnotiť navštívené miesta
Opatrenie 5.5	vytvoriť mobilnú aplikáciu (spolu s partnerskými prihraničnými regiónmi) pre plánovanie dovolenky a výletov v Kopaničiarskom regióne Pod Veľkou Javorinou a Bradlom. Aplikácia by mala obsahovať kvalitné topografické turistické mapy s možnosťou priblíženia, naplánované cyklotrasy, horské túry, či zimné bežecké trate. Každá túra by mala obsahovať popis, obrázky, priebeh túry na mape a výškový profil trate. Taktiež by v nej mali byť zaznačené ubytovacie zariadenia, reštaurácie, atrakcie a služby, zdravotnícke zariadenia, parkoviská a pod. Mala by umožňovať stiahnuť si vybranú trasu do mobilného zariadenia, aby počas pobytu v teréne nebolo potrebné internetové pripojenie.
Opatrenie 5.6	zabezpečiť dostupnosť propagačných materiálov destinácie v TIK, ubytovacích zariadeniach (prípadne aj v stravovacích zariadeniach), pravidelne informovať o produktoch a novinkách v destinácii – zabezpečiť tok informácií vnútri destinácie
Opatrenie 5.7	využívať relatívne dobrú časovú dostupnosť regiónu v marketingovej práci s trhmi; zabezpečiť pútače pri diaľnici, propagujúce región ako dovolenkú destináciu
Opatrenie 5.8	vytvoriť centrálny CRM systém – zbierať dáta o návštevníkoch na všetkých možných úrovniach, pri všetkých možných príležitostiach a to online aj offline – vytvoriť databanku zákazníkov; zabezpečiť aktívnu a pravidelnú komunikáciu s cieľovými trhmi
Opatrenie 5.9	umiestniť pri atrakciách smerovníky k ostatným zaujímavým miestam v regióne; na smerovníky umiestniť QR kód webovej stránky destinácie
Opatrenie 5.10	komunikovať eventovým agentúram ponuku destinácie Kopaničiarsky región Pod Veľkou Javorinou a Bradlom
Opatrenie 5.11	preveriť podmienky prezentácie/prítomnosť/dostupnosť regiónu na vybraných portáloch zodpovedajúcich preferenciám cieľových skupín návštevníkov, napr. na turistických stránkach (napr. turistikaonline.sk, cyklohiking.sk, vitajtecyklisti.sk, vypadni.sk, kamvyrazit.szm.sk, travelatlas.sk) a pod.
Opatrenie 5.12	zabezpečiť komunikáciu s občianskymi združeniami a klubmi ako zdrojovým trhom návštevníkov podľa cieľových skupín, byť prezentovaný v informačných médiách špecifických pre cieľové skupiny

<sup>20</sup>Foursquare je sociálna geolokačná hra, v ktorej má návštevník úlohu získavať body za miesta registrované na foursquare, ktoré navštívi. Prípadne, ak sa mu nejaké miesto páči (či naopak nepáči), môže ho do foursquare pridať. Ak sa na danom mieste nachádza, potrebuje sa „očekovať“ – cez mobilný telefón označiť svoju prítomnosť. Dané miesto môže následne okomentovať, ohodnotiť, odporučiť priateľom, získať rôzne zľavy.

## 6. PRIORITA

### Distribúcia produktu Kopaničiarsky región Pod Veľkou Javorinou a Bradlom

Zámerom je zabezpečiť, aby boli produkty destinácie Kopaničiarsky región Pod Veľkou Javorinou a Bradlom prístupné/dostupné cieľovým segmentom destinácie pri vynaložení čo najmenšej námahy turistu.

Opatrenie 6.1	zaviesť regionálnu turistickú kartu (dostupná v zmluvných ubytovacích zariadeniach, dostane ju každý ubytovaný hosť) – potrebné zabezpečiť dostatočný počet zmluvných partnerov (ubytovacie a stravovacie zariadenia, maloobchodné prevádzky, športové a kultúrne zariadenia, atrakcie), zaistiť atraktívnu a pestrú ponuku zliav, využiť kartu predovšetkým na propagáciu kvalitných zariadení
Opatrenie 6.2	zabezpečiť, aby produkt destinácie bol súčasťou ponuky touroperátorov zameraných na pobyty na Slovensku (CK Limba, CK Rodo, Satur,...), pričom odporúčame zabezpečiť lepšiu prezentáciu a dostupnosť regiónu na ich stránkach
Opatrenie 6.3	zabezpečiť rezervačnú funkciu na web stránke destinácie (možnosť rezervovať si ubytovanie v regióne priamo cez stránku destinácie, vhodné by bolo zabezpečiť aj predaj vstupeniek na podujatia cez stránku destinácie)
Opatrenie 6.4	vyhľadávať možnosti využitia rôznych záujmových združení na distribúciu produktov cestovného ruchu
Opatrenie 6.5	ponúkať produkty destinácie aj prostredníctvom zľavových portálov, napr. zlavomat.sk, zlavadna.sk, zlavy.sme.sk, a pod., prostredníctvom ktorých sa destinácia taktiež môže dostať do povedomia ľudí

## 7. PRIORITA

### Spolupráca subjektov cestovného ruchu v regióne

Zámerom je dosiahnuť, aby región využil potenciál vyplývajúci pre rozvoj cestovného ruchu v regióne z možných synergií regionálnych subjektov cestovného ruchu pri jednotlivých rozvojových aktivitách a získal tak potenciálnu konkurenčnú výhodu na trhu cestovného ruchu. Ide o významnú slabú stránku regiónu.

Opatrenie 7. 1	<p><b>Vytvorenie systému dlhodobej spolupráce s poskytovateľmi služieb cestovného ruchu</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- s podnikateľmi v cestovnom ruchu, s relevantnými občianskymi združeniami a klubmi, s obcami a mestami v regióne, podpora ich aktivizácie v cestovnom ruchu</li><li>- koordinácia aktivít cestovného ruchu v regióne, organizovanie pravidelných stretnutí, realizácia kooperačného manažmentu v regióne, informačné a vzdelávacie aktivity pre subjekty cestovného ruchu v regióne</li><li>- vypracovať systém aktívnej participácie súkromného sektora na regionálnych marketingových aktivitách cestovného ruchu</li><li>- súčasťou systému spolupráce je aj vytvorenie a prevádzkovanie regionálnej turistickej karty (zároveň využitie karty ako nástroja na podporu kvalitných poskytovateľov služieb cestovného ruchu)</li><li>- vytváranie aj iných regionálnych sietí s medziodvetvovým charakterom pri tvorbe komplexných produktov cestovného ruchu a pri realizácii aktivít rozvoja cestovného ruchu (krátkodobé siete, projektové siete, resp. siete s dlhodobým charakterom podľa konkrétnej aktivity, s alebo aj bez inštitucionalizácie spolupráce)</li><li>- spolupráca so vzdelávacími inštitúciami v regióne na získavaní a príprave potenciálnych pracovníkov v cestovnom ruchu, vypisovanie tém záverečných prác na realizovanie čiastkových analýz (využitie potenciálu vysokoškolsky sa vzdelávajúcich ľudí z regiónu), <b>potenciál spolupráce aj s prihraničnými regiónmi v tejto oblasti</b></li></ul>
Opatrenie 7. 2	<p><b>Spolupráca s partnerskými mestami v cestovnom ruchu</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- využiť spoluprácu s partnerskými mestami jednotlivých obcí a miest v SR a v zahraničí na podporu cestovného ruchu (identifikovať tie, ktoré prichádzajú na tento účel do úvahy), profesionálna prezentácia ponuky regiónu, využitie regionálnych komunikačných kanálov v partnerských mestách</li></ul>
Opatrenie 7. 3	<p><b>Spolupráca so susednými regiónmi na Slovensku</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- spolupráca so susednými regiónmi pri tvorbe spoločných komplexných produktov cestovného ruchu a spoločnej prezentácii najmä na zahraničných trhoch, uprednostnenie spolupráce pred konkurenčnou súťažou</li><li>- vytvorenie spoločných produktov najmä v spolupráci s Brančom, Čachticami, Beckov, Piešťanmi, severným Záhorím, Trenčínom</li></ul>
Opatrenie 7. 4	<p><b>Spolupráca s prihraničnými regiónmi</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>naďalej intenzívne spolupracovať s prihraničnými regiónmi, príprava a realizácia spoločných projektov rozvoja</b></li><li>- <b>spolupráca na tvorbe spoločných komplexných produktov cestovného</b></li></ul>



	<p>ruchu individuálne podľa charakteru ponuku jednotlivých regiónov spolupráca na prezentačných aktivitách, najmä v rámci pôsobenia na zahraničných trhoch,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- spolupráca s euroregionálnym združením v území na spoločných projektových aktivitách rozvoja cestovného ruchu</li> </ul>
Opatrenie 7.5	<p><b>Spolupráca s riadiacimi orgánmi cestovného ruchu na krajskej a národnej úrovni, regionálnymi marketingovými a manažérskymi organizáciami cestovného ruchu</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zhodnotenie možnej participácie na jednotlivých aktivitách organizácií cestovného ruchu na krajskej a národnej úrovni</li> <li>- koordinácia projektovej aktivity rozvoja cestovného ruchu rôznych marketingových a manažérskych regionálnych organizácií,</li> <li>- spolupráca pri tvorbe a realizácii projektov cestovného ruchu s marketingovými a manažérskymi regionálnymi organizáciami</li> <li>- spolupráca na informačných a vzdelávacích aktivitách pre regionálne subjekty cestovného ruchu s marketingovými a manažérskymi regionálnymi organizáciami</li> </ul>

## 8. PRIORITA

### Organizačné zabezpečenie rozvoja cestovného ruchu v regióne

Zámerom je riešenie organizačného zabezpečenia rozvoja cestovného ruchu v Kopaničiarskom regióne Pod Veľkou Javorinou a Bradlom na zabezpečenie koordinácie rozvojových aktivít cestovného ruchu.

#### Opatrenie 8.1

Zorganizovanie koordinačného stretnutia zainteresovaných subjektov cestovného ruchu v regióne za účelom riešenia organizačného zabezpečenia rozvoja cestovného ruchu v Kopaničiarskom regióne Pod Veľkou Javorinou a Bradlom.

Varianty možného riešenia organizačného zabezpečenia rozvoja cestovného ruchu:

- vytvorenie novej organizácie destinačného manažmentu – oblastnej organizácie cestovného ruchu podľa zákona o podpore cestovného ruchu  
základná absentujúca podmienka – splnenie podmienky počtu prenocovaní v území
- pričlenenie sa regiónu k funkčnej oblastnej organizácii cestovného ruchu
- vytvorenie novej organizácie s funkciou organizácie destinačného manažmentu mimo Zákona o podpore cestovného ruchu
- vytvorenie novej organizácie s funkciou organizácie destinačného manažmentu pre cezhraničné územie
- úlohu organizácie destinačného manažmentu (mimo zákona o podpore cestovného ruchu) preberie už v súčasnosti funkčná aktívna regionálna organizácia

Organizácia destinačného manažmentu vykonáva manažérske a marketingové aktivity rozvoja cestovného ruchu s cieľom koordinácie aktivít v regióne. Vybraté čiastkové úlohy, ktoré je potrebné v regióne plniť (okrem už uvádzaných manažérskych a marketingových aktivít v predchádzajúcich prioritách a opatreniach):

- neustála aktualizácia základných informácií o primárnej a sekundárnej ponuke cestovného ruchu v regióne, tvorba a aktualizácia databázy subjektov poskytujúcich služby cestovného ruchu
- sledovanie spotrebiteľského správania v cestovnom ruchu v regióne, monitoring návštevnosti (sledovanie najmä motívov návštevy, cieľov, využívaných služieb, spokojnosti so službami, spôsob výberu destinácie, priemerné výdavky, identifikačné údaje návštevníkov, ďalšie)
- hodnotenie kvality poskytovateľov služieb cestovného ruchu (zváženie zavedenia regionálneho hodnotiaceho systému so zapojením regionálnych aktérov cestovného ruchu)
- podpora inovácií rôzneho druhu v regióne v súvislosti s rozvojom služieb cestovného ruchu (produktové, procesné, iné inovácie)
- prevádzkovanie informačného a rezervačného portálu cestovného ruchu spoločného pre celý región
- prevádzkovanie turistickej informačnej kancelárie

## 9. PRIORITA

### Podpora ekonomického významu cestovného ruchu v regióne ako aj všeobecná podpora cestovnému ruchu

Opatrenie 9.1	<b>Podpora ekonomického významu cestovného ruchu v regióne</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- podporiť multiplikačný efekt rozvoja cestovného ruchu v regióne prostredníctvom uprednostňovania regionálnych dodávateľov tovarov (výrobkov aj služieb)</li><li>- podpora synergie cestovného ruchu s inými odvetviami v regióne, využívanie ich potenciálu pri poskytovaní doplnkových služieb cestovného ruchu,</li><li>- využívanie potenciálu v tejto oblasti v súvislosti s regionálnou značkou KOPANICE</li><li>- zvyšovanie priemerného výdavku turistu prostredníctvom dostatočnej informovanosti, dostupnosti, ponuky a atraktívnosti služieb cestovného ruchu (snaha o využívanie služieb cestovného ruchu turistu v regióne, nie „vývoz výdavkov“ turistu mimo región)</li><li>- práca s verejnosťou – využiť regionálne médiá na komunikáciu s verejnosťou o význame cestovného ruchu v regióne a zámeroch jeho rozvoja</li></ul>
Opatrenie 9.2	<b>Vytvorenie systému komplexnej podpory rozvoja cestovného ruchu v regióne</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- vyhodnocovanie podpory rozvoja cestovného ruchu z úrovne obcí a miest v regióne (ekonomickej, finančnej, inštitucionálnej a programovej podpory)</li><li>- každoročné monitorovanie realizovaných aktivít cestovného ruchu, vyhodnocovanie prostredníctvom výročných správ rozvoja cestovného ruchu, identifikovanie bariér a príležitostí cestovného ruchu a ich riešenie</li><li>- vykazovanie kľúčových výkonových ukazovateľov rozvoja cestovného ruchu</li></ul>

Navrhované kľúčové výkonové ukazovatele rozvoja cestovného ruchu (pravidelné vyhodnocovanie)	Zdroje údajov
počet prenocovaní a počet turistov v ubytovacích zariadeniach	ŠÚ SR
tržby ubytovacích zariadení a stravovacích zariadení	ŠÚ SR
výnos dane za ubytovanie obcí v regióne	obce
počet výletníkov (počet účastníkov podujatí, počet turistov, počet cykloturistov, počet návštevníkov kultúrnych inštitúcií, atď. za jednotlivé obdobia)	čiastkové primárne prieskumy, počet predaných vstupeniek, počítadlá na cyklotrasách
priemerný výdavok turistu na deň, priemerný výdavok výletníka (bez prenocovania) na deň	primárny prieskum – dopytovanie
počet pracovníkov v ubytovacích zariadeniach a ďalších podnikoch cestovného ruchu	ŠÚ, primárny prieskum v podnikoch cestovného ruchu



Finančný zdroj/programový dokument	Podporované rozvojové oblasti/aktivity
	<p>hospodársku, územnú a sociálnu súdržnosť regiónov, miest a obcí s prioritnými osami – Bezpečná a ekologická doprava v regiónoch, Ľahší prístup k efektívnym a kvalitnejším verejným službám, Konkurencieschopné a atraktívne regióny pre podnikanie a zamestnanosť, Zlepšenie kvality života v regiónoch s dôrazom na životné prostredie, Miestny rozvoj vedený komunitou (CLLD), Technická pomoc. Implementačným mechanizmom je model regionálnych integrovaných územných stratégií na úrovni krajov RIUS.</p>
<p>Európska územná spolupráca</p> <p>Program cezhraničnej spolupráce SR – ČR 2014 – 2020</p> <p>Program nadnárodnej spolupráce</p> <p>Programy medzinárodnej spolupráce</p> <p>INTERREG EUROPE 2020</p> <p>URBACT III</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zvýšenie úrovne hospodárskej a sociálnej integrácie v prihraničných oblastiach so zreteľom na posilnenie ľudského kapitálu, podporu rozvoja dostupnosti územia, ochranu životného prostredia, inovácie a výskum, ochranu kultúrneho a prírodného dedičstva dotknutých regiónov, rozvoj miestnych iniciatív</li> <li>- vo všeobecnosti v novom období nastavenie programov cezhraničnej spolupráce na vzájomnú spoluprácu, rozvoj cestovného ruchu, hospodársky rozvoj, posilnenie konkurencieschopnosti predmetných regiónov, konkrétnejšie na vypracovanie štúdií, tvorbu stratégií, projektovú prípravu, budovanie cezhraničných úsekov ciest II. a III. triedy, výstavbu mostov, budovanie cyklotrás a pod.</li> <li>- Stredná Európa 2014 – 2020 (ÚV SR – orgán zodpovedný za prípravu a implementáciu)</li> <li>- s tematickými cieľmi posilnenie výskumu, technologického rozvoja a inovácií, posilnenie konkurencieschopnosti MSP, ochrana životného prostredia a podpora efektívneho využívania zdrojov</li> <li>- projekty spolupráce a platformy vzdelávajúce v oblasti politik (MH SR)</li> <li>- európsky výmenný a vzdelávací program podporujúci udržateľný mestský rozvoj, podpora</li> </ul>

Finančný zdroj/programový dokument	Podporované rozvojové oblasti/aktivity
	integrovaného prístupu k udržateľnému mestskému rozvoju, pomoc pri realizácii integrovaných mestských stratégií, spolupráca miest na využitie rozvojových príležitostí a výmenu skúseností (MDVRR SR)
Program rozvoja vidieka SR	- v rámci jednotlivých priorít prenos poznatkov a inovácie, posilnenie životaschopnosti poľnohospodárskych podnikov ..., podpora organizácie potravinového reťazca ..., obnova, zachovanie a posilnenie ekosystémov ..., propagácia efektívnosti využívania zdrojov a podpora prechodu na nízkouhlíkové hospodárstvo, ale najmä podpora sociálneho začleňovania, zmiernenia chudoby a hospodárskeho rozvoja vo vidieckych oblastiach
Program Kreativná Európa (program EK)	- cieľom je zvýšiť hospodársky rast a pracovné miesta v sektore kultúry a kreatívnych priemyslov, podporiť umelecké aktivity, profesionálov, spoločnosti a organizácie v kultúre, a tým im pomôcť osloviť nové publikum v Európe i mimo nej
Komunitárne fondy a iniciatívy EK  Ďalšie programy prípadne v spolupráci s relevantnými organizáciami	COSME – Program pre konkurencieschopnosť podnikov a malé a stredné podniky Horizont 2020 – rámcový program pre výskum a inováciu Iniciatívy EÚ v oblasti mikrofinancovania  LIFE III – finančný nástroj EÚ na podporu zachovania životného a prírodného prostredia, podpora biodiverzity (MŽP SR) INTERACT (program EK, BSK ako riadiaci orgán a MH SR ako Národný kontaktný bod) ESPON 2020 (program EK, MDVRRSR)
Finančný mechanizmus EHP a Nórsky finančný mechanizmus	- v rámci jednotlivých programov a vypisovaných výziev najmä pre oblasť zachovania a revitalizácie kultúrneho a prírodného dedičstva a cezhraničnej spolupráce
Švajčiarsky finančný mechanizmus	- v rámci jednotlivých programov a vypisovaných výziev
Medzinárodný vyšehradský fond	- aktuálne grantové programy v rámci malých a štandardných grantov
Stredoeurópska iniciatíva SEI	- aktuálne finančné a operačné nástroje iniciatívy
podporné programy UNDP – United Nations Development	- aktuálne podporné programy

Finančný zdroj/programový dokument	Podporované rozvojové oblasti/aktivity
Programme	
	<b>rozpočtové kapitoly jednotlivých ministerstiev, dotačné programy</b> – napr. Ministerstvo kultúry SR, Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR (podpora euroregionálnych aktivít, podpora organizácií destinačného manažmentu, investičná pomoc pre cestovný ruch, iné), Ministerstvo životného prostredia SR (Program obnovy dediny, SAŽP, iné), Ministerstvo hospodárstva SR (podpora podnikania, podpora regionálneho rozvoja, podpora inovačných projektov, iné)
	<b>iné podporné a grantové programy</b> , napr. Nadácia Ekopolis, Nadačný fond Orange, VÚB, Slovak Telekom, Nadácia Pontis, Nadačný fond Živá energia, Nadácia Orange, mnohé iné

Na podporu rozvojových aktivít cestovného ruchu možno využívať zdroje priamo určené na cestovný ruch, je potrebné však využiť aj možnosti nepriamej podpory rozvoja cestovného ruchu prostredníctvom podpory súvisiacich oblastí, napr. kultúry, životného prostredia, dopravy, občianskej vybavenosti, tvorby pracovných miest, vzdelávania, iných.

**KOPANIČIARSKY REGIÓN POD VEĽKOU JAVORINOU  
A BRADLOM**



## NÁVRHOVÁ ČÁST

Vzhledem k poloze regionu jsou pro rozvoj cestovního ruchu velmi důležité přeshraniční aktivity, které napomohou využít atraktivnost obou částí území. Z návrhových částí obou dílčích regionů (MAS Hornácko a Ostrožsko a Združenie obcí kopaničiarskeho regiónu Veľká Javorina – Bradlo) je zřejmé, že vhodných témat přeshraniční spolupráce je celá řada. Podobně jako u návrhových částí obou dílčích regionů je lze vyjádřit formou priorit a opatření.

Priority rozvoje cestovního ruchu v Kopaničiarskom regiónu pod Veľkou Javorinou a Bradlom jsou tedy následující:

1. Dobudování turistické infrastruktury a rozšíření nabídky služeb
2. Posilování turistické nabídky a rozvoj marketingu
3. Zkvalitnění organizace cestovního ruchu a rozvoj spolupráce

Pro každou z nich byla specifikována opatření. Jedná se jednak o opatření, u nichž byla již v dílčích návrhových částech specifikována možnost přeshraniční spolupráce, jednak o opatření, která se vyskytují v obou návrhových částech, jednak o opatření, u nichž by přeshraniční propojení bylo vhodné.

## **PRIORITA 1: DOBUDOVÁNÍ TURISTICKÉ INFRASTRUKTURY A ROZŠÍŘENÍ NABÍDKY SLUŽEB**

### ***Opatření:***

- Udržovat stávající a budovat/vyznačovat nové liniové trasy či stezky (turistické trasy, cyklotrasy, naučné stezky, upravované běžkařské tratě atd.) a propojovat je napříč státní hranicí
- Budovat doprovodnou infrastrukturu u liniových stezek (mobiliář, informační cedule, odpočinková a výhledová místa atd.)
- Budovat specifickou cykloturistickou infrastrukturu ve vhodných lokalitách (bikeparky, velodrom, singltreky, downhillové tratě atd.)
- Vyznačit tematicky zaměřené cyklotrasy spojující významné atraktivity určitého typu, např.:
  - kulturní dědictví
  - historie a významné osobnosti
  - přírodní krásy
  - apod.
- Vytvářet infrastrukturu pro provozování moderních outdoorových aktivit (paragliding, zorbing, kiting, snowkiting, lanový park, lezecké stěny, vodní sporty atd.)
- Propojovat lyžařská střediska na obou stranách hranice (skibusy, skipasy atd.)
- Budovat infrastrukturu zaměřenou na udržitelný cestovní ruch
  - agroturistická zařízení – ubytování (nejlépe v tradičním domě), stravování
  - agroturistické služby – aktivity v zemědělství (rostlinná, živočišná výroba)
- Podporovat rekonstrukce památek a objektů tradiční architektury
- Vytvořit z vrcholu Velké Javořiny centrum setkávání
  - celková úprava a dobudování okolí Holubyho chaty
  - doprovodná infrastruktura, mobiliář atd.
  - informační systém (směrovky na zajímavé turistické atraktivity či služby)

## PRIORITA 2: POSILOVÁNÍ TURISTICKÉ NABÍDKY A ROZVOJ MARKETINGU

### *Opatření:*

- Rozvinout turistickou nabídku typickou pro region (v návaznosti na dobudování infrastruktury a služeb), zejména v těchto oblastech:
  - ekologicky zaměřená turistika, agroturistika – rozšiřovat spektrum aktivit (zážitků), prezentovat nabídku, začlenit ji do produktů, pořádat workshopy a osvětové aktivity
  - folklór – pořádat a propagovat tradiční akce a slavnosti, realizovat akce zaměřené na lokální tradice a specifika (kroje, řemesla, zvyky, recepty apod.), propojovat tradiční a moderní akce, založit kopaničiarske slavnosti (společná prezentace regionu a jeho tradic)
  - gastroturistika – vyhledávat, nabízet a propagovat lokální speciality (potraviny i nápoje, s důrazem na švestky, víno a místní speciality), více je zviditelňovat v rámci konaných folklórních i jiných akcí, pořádat samostatné gastronomické akce
  - církevní turistika – významné svátky, poutě atd.
- Vytvářet tematické turistické produkty s přeshraničním dosahem (ekologická turistika, kultura, folklór, víno, příroda, církevní slavnosti atd.); konkrétními možnými společnými produkty jsou především:
  - Víkend na kopaniciach/Dovolenka na kopanicích,
  - Folklórne kopanice/Zaži folklór,
  - Kopanice outdoor/resp. Kopanice adventure/resp. Kopanice team building,
  - Historické poklady kopanic/Zaži kus histórie/Objav ich/Nájdí ich,ale i ostatní produkty uvedené v prioritě 2 slovenské návrhové části.
- Vytvářet balíčky vícedenních programů, které podpoří prodloužení pobytu návštěvníků
- Vytvářet aktivity a produkty pro mimosezónní období a pro případ špatného počasí
  - indoorové sportovní aktivity
  - kulturní aktivity (muzea, galerie apod.)
- Intenzivně propojovat a společně propagovat jednotlivé turistické atraktivity
- Propagovat Kopaničiarsky región Pod Veľkou Javorinou a Bradlom jako celek
  - ucelený marketingový koncept (marketingová značka, logo, slogan, marketingová strategie, vizuální styl)
  - webové stránky
  - regionální karta hosta platná pro celý region (obě strany hranice)
- Prezentovat Velkou Javořinu jako atraktivitu významnou pro Čechy i Slováky, více propagovat Slavnosti bratrství Čechů a Slováků
- Více propagovat hmotné i nehmotné kulturní dědictví regionu

- zpřístupnění a využívání památek a objektů tradiční architektury
  - prezentace tradičních řemesel (řemeslné dílny)
  - konání tradičních akcí (slavnosti, jarmarky, trhy, poutě, akce spojené s tradicemi, řemesly a folklórem)
- Podporovat organizaci tradičních i netradičních akcí

### **PRIORITA 3: ZKVALITNĚNÍ ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU A ROZVOJ SPOLUPRÁCE**

- Posilovat spolupráci na rozvoji cestovního ruchu v Kopaničiarskom regiónu pod Veľkou Javorinou a Bradlom jako celku
  - s kraji, Euroregionem Bílé-Biele Karpaty
  - s CHKO Bílé Karpaty a CHKO Biele Karpaty
  - s organizacemi s nadregionální působností (např. ECEAT, Greenways, Stezky dědictví)
  - s destinačními společnostmi, incomingovými cestovními kancelářemi atd.
  - se vzdělávacími institucemi
- Rozvíjet spolupráci aktérů v cestovním ruchu v rámci Kopaničiarskeho regiónu pod Veľkou Javorinou a Bradlom (s obcemi, podnikateli a neziskovými organizacemi)
  - realizace společných projektů
  - aktivity v agroturistice (využití aktivit vybraných typů spolků a sdružení – zejména rybáři, myslivci, včelaři, ochránci přírody apod.)
  - tvorba komplexních produktů cestovního ruchu (*viz priorita 2*)
  - prezentace a propagace území
  - karta hosta (zapojení širokého spektra partnerů)
  - jeden webový turistický portál, informační a rezervační systém společný pro českou i slovenskou část území
  - vytváření sítí (krátkodobé-projektové sítě, dlouhodobé sítě)
- Podporovat výměnu zkušeností a dobré praxe v rámci Kopaničiarskeho regiónu pod Veľkou Javorinou a Bradlom i mimo něj (s okolními regiony, s dalšími regiony v ČR, SR i v jiných státech) – stáže, workshopy, konference, praxe, výměnné pobyty atd.
- Zorganizovat setkání aktérů cestovního ruchu a vyřešit organizační zabezpečení rozvoje cestovního ruchu (způsob fungování destinační společnosti) v Kopaničiarskom regióne Pod Veľkou Javorinou a Bradlom
- Založit destinační společnost (organizaci cestovního ruchu) pro Kopaničiarsky región pod Veľkou Javorinou a Bradlom
- Podporovat činnost destinační společnosti
  - koordinace aktivit pro rozvoj cestovního ruchu
  - prezentace a propagace regionu, účast na veletrzích
  - provozování turistického portálu regionu
  - spolupráce s nadregionálními destinačními společnostmi, s incomingovými cestovními kancelářemi
- Provádět monitoring návštěvnosti za Kopaničiarsky región pod Veľkou Javorinou a Bradlom
  - letní sezóna, zimní sezóna

- struktura návštěvníků, délka pobytu, využívaná infrastruktura a služby, poptávka po dalších službách atd.
- Vzdělávat pracovníky v cestovním ruchu

## IMPLEMENTACE A MONITORING

Implementace (realizační část) napomáhá tomu, aby se strategický dokument mohl jednoduše a úspěšně začít prakticky realizovat. Ve vazbě na návrhovou část jsou formulovány procesy vztahující se k naplňování Koncepce CR, a také k vyhodnocování rozvojových aktivit. Důležitou součástí implementace je systém monitoringu naplňování Koncepce CR spolu s uvedením hodnotících indikátorů.

### 1. HODNOCENÍ REALIZACE KONCEPCE CR

V návrhové části jsou identifikována opatření, jejichž naplňování je v návrhovém období dokumentu významné pro rozvoj území. K tomu, aby byla opatření úspěšně realizována, však nestačí pouhý jejich výčet; je třeba také specifikovat proces, jakým bude realizace Koncepce CR probíhat. Tento proces implementace probíhá ve dvou rovinách – jednak z hlediska jednotlivých opatření, jednak na úrovni celé Koncepce.

Pro efektivní naplňování Koncepce CR je potřeba vytvořit následující podmínky:

- stanovit koordinátora Koncepce CR:
  - za slovenské aktivity Združenie obcí kopaničiarskeho regiónu Veľká Javorina – Bradlo,
  - za české aktivity MAS Hornácko a Ostrožsko,
- každoročně provádět hodnocení plnění opatření Koncepce CR,
- pravidelně zjišťovat potřebu aktualizace Koncepce CR.

Hodnocení plnění opatření se bude vztahovat vždy ke kalendářnímu roku. Hodnocení bude probíhat co nejdříve po začátku roku tak, aby bylo možné dle zkušeností již v probíhajícím roce zareagovat a upravit způsob naplňování Koncepce CR, případně i zaměření opatření (aktualizace Koncepce CR). Hodnocení budou provádět oba koordinátoři, každý za své území. Přeshraniční projekty budou uváděny ve zprávě té organizace, odkud pochází vedoucí partner projektu. Výstupy tohoto hodnocení budou:

- monitorovací zpráva obsahující informaci o naplňování jednotlivých priorit Koncepce CR,
- zpráva o vývoji plnění monitorovacích indikátorů.

Výstupy budou zpracovány formou informativní zprávy, kterou koordinátoři vytvoří vždy nejpozději v termínu do 31. 3. kalendářního roku a předloží vedení své místní akční skupiny.

### 2. STRUKTURA INFORMATIVNÍ ZPRÁVY O PLNĚNÍ KONCEPCE CR

V rámci monitoringu Koncepce CR bude jednou za rok vytvářena informativní zpráva o plnění jednotlivých opatření a indikátorů. Informativní zpráva bude obsahovat minimálně tyto části:

1. Úvodní list s obsahem informativní zprávy – *každoročně se opakující*

2. Základní přehled priorit Koncepce CR ve členění české/slovenské priority (podle území, za které je zpráva vytvářena), společné priority – *každoročně se opakující*
3. Přehled naplňování jednotlivých priorit dokumentu – *každoročně se doplňující řádek o stavu plnění opatření*
4. Vývoj hodnot monitorovacích indikátorů – *každoroční doplnění hodnot do tabulky*

### Ad 3. – Příklad tabulky s monitoringem plnění vybrané priority:

<b>Priorita 1: Přírodní a kulturní atraktivita</b>	
<b>Rok</b>	<b>Plnění priority</b>
<b>2014</b>	2 projekty naučných stezek po unikátních přírodních krásách 3 projekty rekonstrukce památek 6 projektů na propagaci kulturního dědictví <i>(případně lze i blíže popsat, o jaké projekty se jednalo)</i>
<b>2015</b>	4 projekty rekonstrukce památek 1 projekt na propojování přírodních a kulturních zajímavostí
<b>2016</b>	4 projekty naučných stezek po unikátních přírodních krásách 3 projekty na zpřístupňování a využívání památek a tradiční architektury 5 projektů na propagaci kulturního dědictví
...	...

### Ad 4. – Monitorovací indikátory:

Pro monitorování vývoje situace v cestovním ruchu budou v informativních zprávách použity vybrané statistické ukazatele (indikátory). Je vhodné volit takové indikátory, které jsou dostupné z veřejných informačních zdrojů či z interních zdrojů zpracovatele informativní zprávy.

Jako monitorovací indikátory mohou být použity například tyto<sup>21</sup>:

- Počet hromadných ubytovacích zařízení (celkem; hotely \*\* a \*\*\*, penziony a kempy)
- Počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních (celkem; hotely \*\* a \*\*\*, penziony a kempy)
- Délka nově optimalizovaných úseků turistických tras, cyklotras, cyklostezek, běžeckých tratí
- Počet projektů budování doprovodné infrastruktury u turistických tras, cyklotras, cyklostezek, běžeckých tratí
- Počet nových turistických produktů zaměřených na ekologickou turistiku a agroturistiku / tradice a folklór / gastroturistiku / vodní turistiku / církevní turistiku
- Počet marketingových kampaní s celoregionálním dosahem
- Počet certifikovaných TIC dle jednotné klasifikace CzechTourism
- Počty absolventů vzdělávacích kurzů z oblasti cestovního ruchu
- Počet projektů realizovaných ve spolupráci více partnerů
- atd.

<sup>21</sup> Je však možno vybrat pouze některé z nich, nebo doplnit další indikátory.



Sada zvolených indikátorů bude používána v celém návrhovém období Koncepce CR. Hodnoty indikátorů budou shromažďovány vždy ke konci kalendářního roku, zpracovávány budou formou souhrnné tabulky (viz vzor níže).

#### Přehled hodnot monitorovacích indikátorů Koncepce CR

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Celkem
Indikátor (jednotka)	Hodnota	Hodnota	Hodnota	Hodnota	Hodnota	Hodnota	Hodnota	Součet <sup>x</sup>
...	...	...	...	...	...	...	...	...

Pozn.: <sup>x</sup> – pouze v případě, že je součet relevantní

Po skončení platnosti Koncepce CR proběhne její závěrečné monitorování a hodnocení na základě každoročních informativních zpráv. Cílem bude zjistit, zda realizace projektů skutečně přispěla k deklarovaným cílům dokumentu a zda došlo k požadovanému pokroku. Hlavním prostředkem tohoto hodnocení jsou právě monitorovací indikátory.

### 3. AKTUALIZACE KONCEPCE CR

Případná aktualizace Koncepce CR před skončením doby její platnosti může souviset buďto s úpravami priorit a opatření, které se projeví jako nezbytné vzhledem k dosažení vytyčených cílů, nebo s úpravami vyplývajícími z vnějších vlivů a vývoje celkové situace. Podněty k aktualizaci by měly vycházet ze závěrů informativních zpráv, které umožní rozhodnout, zda se přistoupí k aktualizaci dokumentu a v jakém rozsahu. Opatření a priority by se však měly aktualizovat pouze v případě významných vnějších změn (např. nečekaně významný pokles návštěvnosti, otevření nových trhů, zájem o nové formy turistiky apod.).

V případě menších dílčích změn, např. úprava znění určitého opatření, může provést aktualizaci přímo koordinátor Koncepce CR. V případě rozsáhlejších změn typu aktualizace souboru opatření v rámci některé priority by již změny měly být provedeny v součinnosti s významnými aktéry cestovního ruchu v regionu.

Aktualizace Koncepce CR může být realizována dvěma způsoby:

- U drobných změn je vhodné zpracovat dodatek ke stávajícímu dokumentu, ve kterém budou jednoznačně specifikovány provedené změny.
- Pro rozsáhlejší nebo významnější změny je vhodnější provést úpravy přímo do dokumentu. Změny mohou (ale nemusejí) být vyznačeny v režimu revizí. Na titulní straně je uveden termín a pořadové číslo aktualizace. Po takovýchto změnách by měla být aktualizovaná Koncepce CR schválena, nebo alespoň dána na vědomí, druhému koordinátorovi a případně i významným aktérům cestovního ruchu z regionu.

## SEZNAM ZKRATEK

CA	cestovní agentura
CCR JM	Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava
CK	cestovní kancelář
CR	cestovní ruch
ČCCR	Česká centrála cestovního ruchu
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DSO	dobrovolný svazek obcí
ECEAT	Evropské centrum pro ekoagroturistiku
EFRR	Európsky fond regionálneho rozvoja
EŠIF	Európske štrukturálne a investičné fondy
EU	Evropská unie
HUZ	hromadné ubytovací zařízení
CHKO	chráněná krajinná oblast
IDS	integrovaný dopravní systém
IROP	Integrovaný regionálny operačný program
JMK	Jihomoravský kraj
JV	Jihovýchod (region NUTS II)
KČT	Klub českých turistů
KrÚ	krajský úřad
MAS	místní akční skupina
MDVaRR SR	Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MV SR	Ministerstvo vnútra Slovenskej republiky
MŽP	Ministerstvo životního prostředí
NCH	náučný chodník
NNO	nevládní neziskové organizace
NP	národní park
NPP	národní přírodní památka
NPR	národní přírodní rezervace
NUTS	Nomenklatura územních statistických jednotek ( <i>Nomenclature des Unites Territoriales Statistiques</i> )
OCR	organizace cestovního ruchu
OP	operační program
ORP	obec s rozšířenou působností
OZ KR-MAS	občianske združenie Kopaničiarsky región – miestna akčná skupina
PP	přírodní památka
PR	přírodní rezervace
PRCR	Program rozvoje cestovního ruchu
PRV	Program rozvoja vidieka
ROP	Regionální operační program / Regionálny operačný program
RRA JM	Regionální rozvojová agentura jižní Moravy
ŘSD	Ředitelství silnic a dálnic
SLDB	Sčítání lidí, domů a bytů
SR	Slovenská republika
SRR	Strategie regionálního rozvoje České republiky 2014–2020
SWOT	analýza silných a slabých stránek, příležitostí a rizik

ŠÚ SR	Štatistický úrad Slovenskej republiky
TIC	turistické informační centrum
TIK	turistická informačná kancelária
TR	turistický region
TSA	Satelitní účet cestovního ruchu ( <i>Tourism Satellite Account</i> )
TSK	Trenčiansky samosprávny kraj
UNESCO	Mezinárodní organizace pro výchovu, vědu a kulturu ( <i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i> )
ZACR	zahraničný aktivny cestovný ruch
ZCHÚ	zvláště chráněné území
ZLK	Zlínský kraj
ZOO	zoologická zahrada
ŽP	životní prostředí