

Stratégia rozvoja cestovného ruchu v regióne Oravy 2024-2028

Zadávatel': Klaster ORAVA, o.o.c.r.



Autorský kolektív:

prof. Ing. Kristína Pompurová, PhD.

Mgr. Ivana Šimočková, PhD.



MINISTERSTVO
DOPRAVY
SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Realizované s finančnou podporou Ministerstva dopravy Slovenskej republiky.

Obsah

Analytická časť

| | |
|--|-----------|
| <i>1. Vývoj cestovného ruchu na území Oravy.....</i> | <i>3</i> |
| 1.1. Vývoj vybavenosti ubytovacími zariadeniami ako predpokladu rozvoja pobytového cestovného ruchu na Orave..... | 3 |
| 1.2. Výkony pobytového cestovného ruchu..... | 8 |
| Zhrnutie..... | 13 |
| <i>2. Súčasný stav cestovného ruchu na území Oravy.....</i> | <i>15</i> |
| 2.1. Stručné zhodnotenie existujúcej ponuky v regióne Orava..... | 15 |
| 2.2. Výsledky primárneho prieskumu zameraného na stranu dopytu..... | 23 |
| Zhrnutie..... | 34 |

Strategická časť

| | |
|--|-----------|
| <i>3.1. Cestovný ruch ako nástroj prosperity miestnych obyvateľov.....</i> | <i>37</i> |
| <i>3.2. Jednotný marketing udržateľnej destinácie.....</i> | <i>40</i> |
| <i>3.3. Komplexný a udržateľný produkt cestovného ruchu.....</i> | <i>42</i> |

Inšpiratívne príklady dobrej praxe

| | |
|--|-----------|
| <i>4.1. Tvorba komplexného produktu dostupného pre všetkých ako predpoklad konkurenčnej výhody cieľového miesta – Flámsko (VISITFLANDERS).....</i> | <i>45</i> |
| <i>4.2. Regionálne produkty ako konkurenčná výhoda cieľového miesta vo vidieckom cestovnom ruchu.....</i> | <i>49</i> |
| <i>4.3. Manažment rizika a podpora odolnosti cieľového miesta na príklade Južného Tirolska (South Tyrol) a Korutánska (Carinthia).....</i> | <i>53</i> |
| <i>Zoznam použitých zdrojov.....</i> | <i>53</i> |

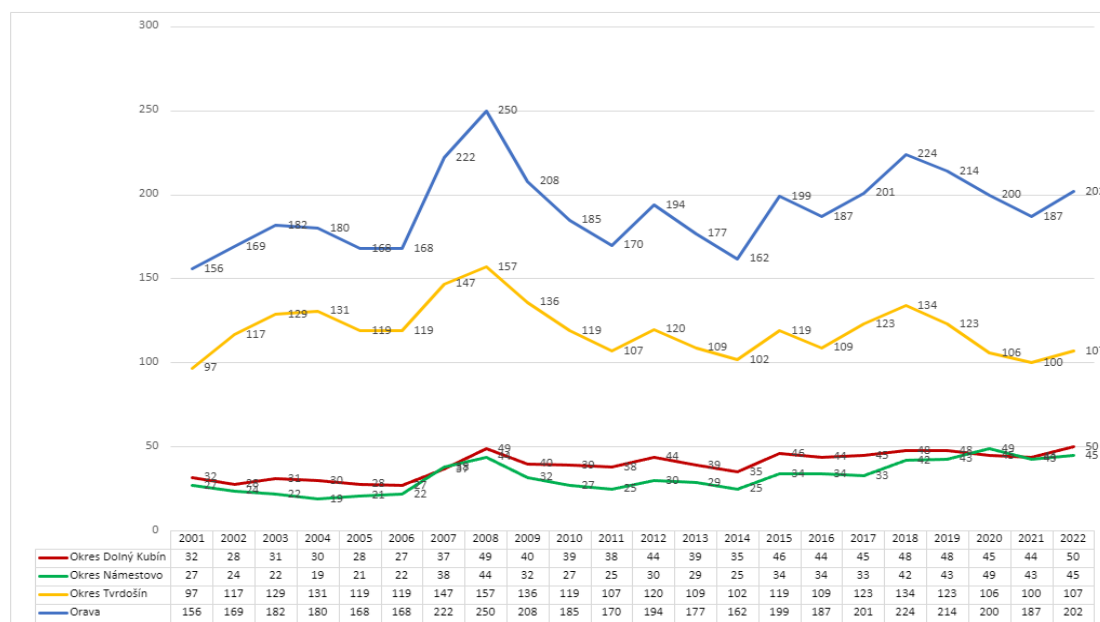
Analytická časť

1. Vývoj cestovného ruchu na území Oravy

1.1. Vývoj vybavenosti ubytovacími zariadeniami ako predpokladu rozvoja pobytového cestovného ruchu na Orave

Na území Oravy bolo v roku 2022 lokalizovaných 202 komerčných ubytovacích zariadení (4,18 % ubytovacích zariadení nachádzajúcich sa na území Slovenska; 15,89 % ubytovacích zariadení Žilinského kraja). Najviac sa ich dlhodobo nachádza v okrese Tvrdošín, okresy Dolný Kubín a Námestovo majú v tomto smere slabšiu infraštruktúrnu vybavenosť (Graf 1).

Graf 1 Vývoj počtu ubytovacích zariadení v rokoch 2001 až 2022

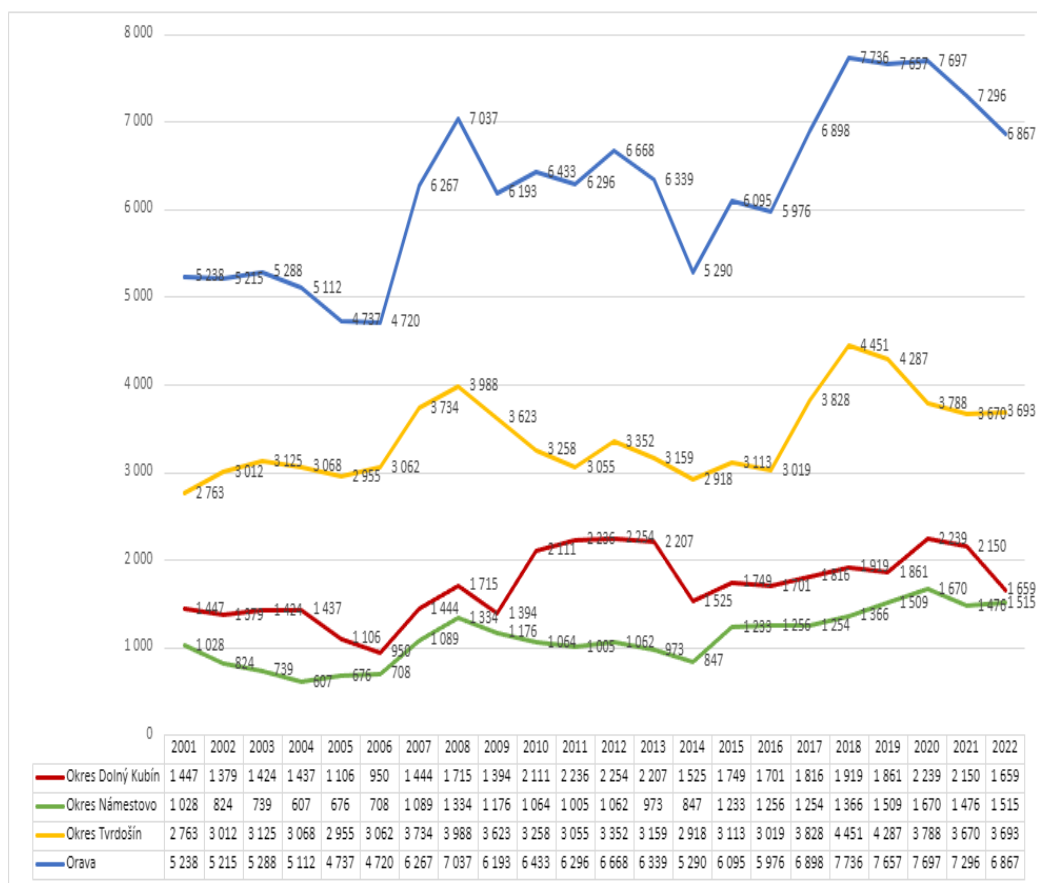


Prameň: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2023.

V porovnaní s rokom 2001 počet ubytovacích zariadení na Orave vzrástol o 29,49 %; tempo rastu však bolo výrazne pomalšie ako celoslovenský priemer (nárast počtu zariadení o 112,26 %).

Relatívne najväčší prírastok ubytovacích zariadení za sledované obdobie (2001 až 2022¹) zaznamenal okres Námestovo (rast o 66,67 %), najmenší naopak okres Tvrdošín, kde počet ubytovacích zariadení evidovaných Štatistickým úradom Slovenskej republiky stúpol len minimálne (o 10,31 %). Je možné dedukovať, že značná časť ubytovacej kapacity je najmä v tomto okrese tvorená ubytovaním v súkromí spadajúcim do šedej ekonomiky (bez evidencie podnikateľskej činnosti a figurovania v Registri ubytovacích zariadení Štatistického úradu Slovenskej republiky).

Graf 2 Vývoj počtu lôžok v rokoch 2001 až 2022



Prameň: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2023.

¹ Z hľadiska dostupnosti porovnateľných štatistických dát sa ubytovacie zariadenia a ich výkony skúmajú za obdobie rokov 2001 až 2022.

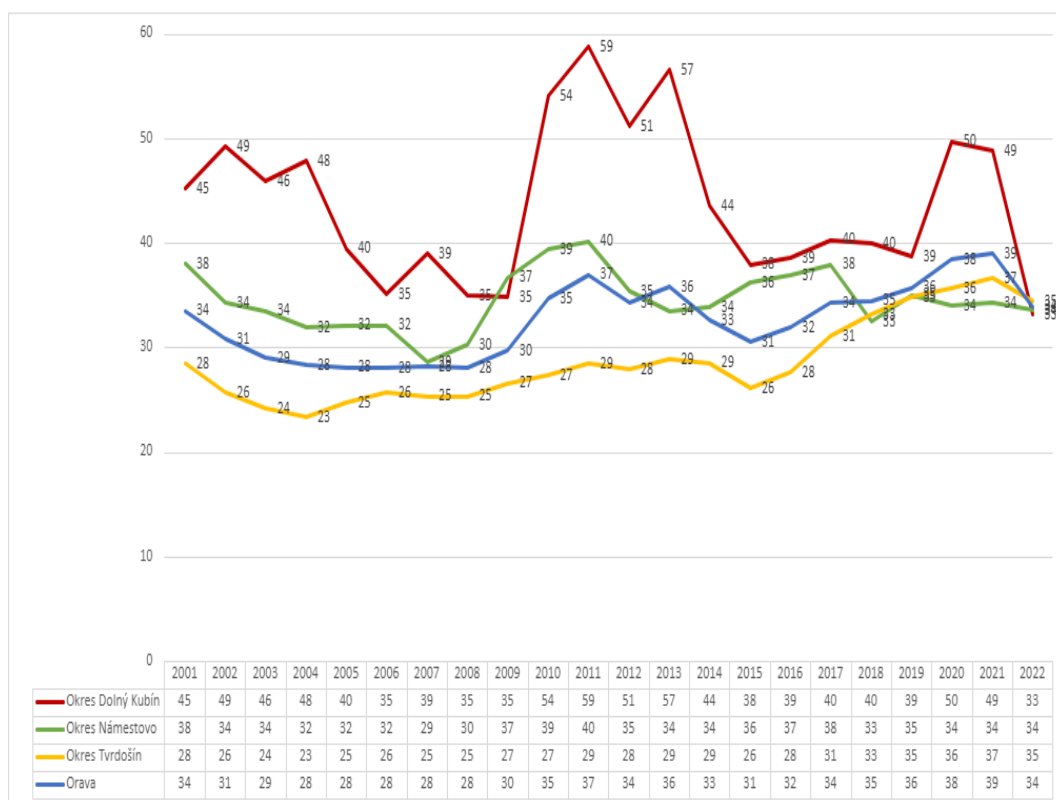
Počet lôžok v ubytovacích zariadeniach na Orave tvoril v roku 2022 len 3,09 % z celkového počtu lôžok na Slovensku a 13,55 % z počtu lôžok v Žilinskom kraji. Oproti roku 2001 vzrástol o 31,10 %; najmarkantnejšie v okrese Námestovo (o 33,66 %), najmenej v okrese Dolný Kubín (o 14,65 %).

Miera vybavenosti Oravy ako cieľového miesta cestovného ruchu vyjadrená počtom lôžok na 100 km² územia (413) približne zodpovedá vybavenosti Slovenska ako celku (453), je však výrazne nižšia ako priemerná vybavenosť Žilinského kraja (744), ktorú „ťahá“ Liptov. Defertova funkcia však v rámci samotnej Oravy vykazuje veľkú variabilitu. Kým v okrese Tvrdošín na 100 km² územia pripadá 771 stálych lôžok v ubytovacích zariadeniach evidovaných v Registri ubytovacích zariadení Štatistického úradu Slovenskej republiky, v okrese Dolný Kubín ide o 337 a v okrese Námestovo len o 219 lôžok. Okres Námestovo tak vykazuje v porovnaní s územím Slovenska len 48,34 %-tnú mieru vybavenosti stálymi lôžkami.

Ak sa Defertova funkcia, resp. miera vybavenosti územia stálymi kapacitami determinuje ako počet stálych lôžok na 1000 obyvateľov územia, potom je možné konštatovať, že Orava dosahuje vyššie hodnoty (50 stálych lôžok na 1000 obyvateľov regiónu) ako je priemer Slovenska (41 stálych lôžok na 1000 obyvateľov), avšak zaostáva za priemerom Žilinského kraja (73). Z tohto aspektu okres Tvrdošín dosahuje 2,5-násobok miery vybavenosti Slovenska ako cestovného cieľa (103 stálych lôžok na 1000 obyvateľov), okres Dolný Kubín (43) má približne rovnakú vybavenosť ako je slovenský priemer (41) a okres Námestovo má len 58,54 %-tnú mieru vybavenosti územia stálymi kapacitami (24 stálych lôžok na 1000 obyvateľov) ako je Defertova funkcia Slovenska.

V priemere na jedno ubytovacie zariadenie lokalizované na Orave pripadalo v roku 2022 34 lôžok. Napriek tomu, že priemerná veľkosť ubytovacích zariadení sa menila v čase, v roku 2022 sa vrátila k hodnotám z roku 2001.

Graf 3 Vývoj veľkosti ubytovacích zariadení danej priemerným počtom lôžok v ubytovacom zariadení v rokoch 2001 až 2022



Prameň: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2023.

Najvýraznejšie zmeny boli evidované v okrese Dolný Kubín, kde priemerná veľkosť ubytovacích zariadení v roku 2022 klesla oproti roku 2001 o 26,62 %, pričom v porovnaní s rokom 2011 išlo o 43,76 %-pokles. Dlhodobu prípadu na jedno ubytovacie zariadenie najmenej lôžok v okrese Tvrdošín, pre ktorý boli do roku 2016 charakteristické menšie ubytovacie zariadenia.

Čisté využitie kapacít (stálych lôžok) bolo v roku 2022 na veľmi nízkej úrovni - 18,53 % (okres Dolný Kubín: 16,00%, okres Námestovo: 18,40 %, okres Tvrdošín: 21,20 %). Celoslovenský priemer je pritom 27,1 %. Za posledných šesť rokov² sa využitie kapacity ubytovacích zariadení na Orave zvýšilo len minimálne (o 3,35 %).

² Z hľadiska dostupnosti porovnateľných štatistických dát sa čisté využitie lôžok, priemerná cena za ubytovanie, štruktúra návštevníkov a ich prenocovaní skúmajú za obdobie rokov 2017 až 2022.

Tabuľka 1 Čisté využitie stálych lôžok v rokoch 2017 až 2022 v %

| Územie/Rok | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Slovenská republika | 31,20 | 30,90 | 32,40 | 26,20 | 22,30 | 27,10 |
| Žilinský kraj | 29,80 | 29,60 | 31,00 | 30,80 | 24,40 | 27,30 |
| Okres Dolný Kubín | 19,70 | 16,10 | 17,80 | 21,00 | 14,80 | 16,00 |
| Okres Námestovo | 14,70 | 13,60 | 19,30 | 20,80 | 20,20 | 18,40 |
| Okres Tvrdošín | 19,40 | 16,90 | 21,50 | D | 21,20 | 21,20 |
| Orava | 17,93 | 15,53 | 19,53 | 20,90 | 18,73 | 18,53 |

Prameň: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2023.

Na základe empirie je možné konštatovať, že dôvodom vykazovania nízkeho využívania kapacít je predovšetkým nenahlasovanie reálneho počtu ubytovaných hostí malými ubytovacími zariadeniami v snahe vyhnúť sa byrokracii (hlásenie pobytu cudzinca po vstupe na územie Slovenskej republiky), vyššej platbe daní z príjmu, ale aj v snahe optimalizovať sumu odvedenej miestnej dane za ubytovanie. To má okrem iného za následok nižší rozpočet obcí a miest, ale i nižšiu dotáciu pre oblastnú organizáciu cestovného ruchu, ktorá by mohla byť zmysluplne využitá v prospech rozvoja cestovného ruchu v regióne.

V roku 2022 bola priemerná cena za ubytovanie na Orave 32,85 €, čo je porovnateľné s celoslovenským priemerom (34,10 €). Od roku 2017, kedy cena za ubytovanie na Orave bola o štvrtinu nižšia ako celoslovenský priemer, došlo k jej 70,79 %-tnému nárastu.

Tabuľka 2 Priemerná cena za ubytovanie v rokoch 2017 až 2022 v €

| Územie/Rok | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Slovenská republika | 26,60 | 27,60 | 29,20 | 28,30 | 29,10 | 34,10 |
| Žilinský kraj | 25,60 | 27,30 | 27,60 | 30,70 | 30,90 | 34,00 |
| Okres Dolný Kubín | 21,80 | 25,60 | 27,10 | 29,70 | D | 35,60 |
| Okres Námestovo | 13,30 | 19,60 | 17,80 | 24,00 | D | D |
| Okres Tvrdošín | 22,60 | 22,60 | 24,80 | D | 27,70 | 30,10 |
| Orava | 19,23 | 22,60 | 23,23 | 26,85 | 27,70 | 32,85 |

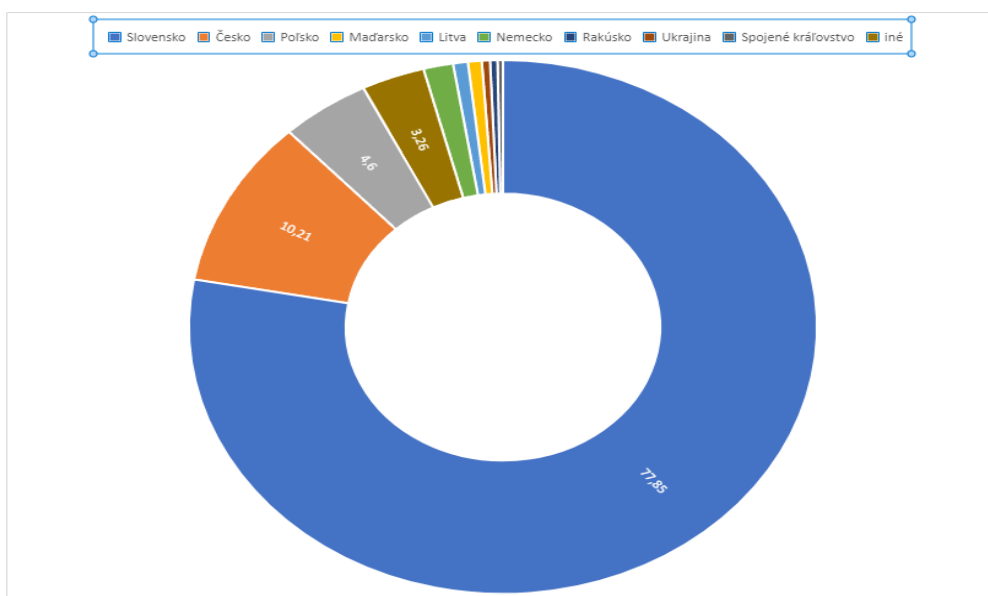
Prameň: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2023.

1.2. Výkony pobytového cestovného ruchu

V roku 2022 sa v ubytovacích zariadeniach lokalizovaných na Orave podľa dostupných štatistických údajov ubytovalo takmer 111 tis. hostí. Viac ako polovica z nich (56,58 %) pripadala na okres Tvrdošín, 25,53 % na Dolný Kubín a 17,89 % na Námestovo. Oproti roku 2001 ide o 40,56 %-tný rast. Kým v okrese Tvrdošín bolo zvýšenie počtu ubytovaných hostí až 80,30 %-tné, v okrese Námestovo išlo oproti roku 2001 o nárast o 61,05 %. V okrese Dolný Kubín sa za skúmané obdobie (2001-2022) zaznamenal pokles, a to o 10,90 %. Dôvodom je neschopnosť dostať sa na predpandemickú úroveň, čo je však celoslovenský problém.

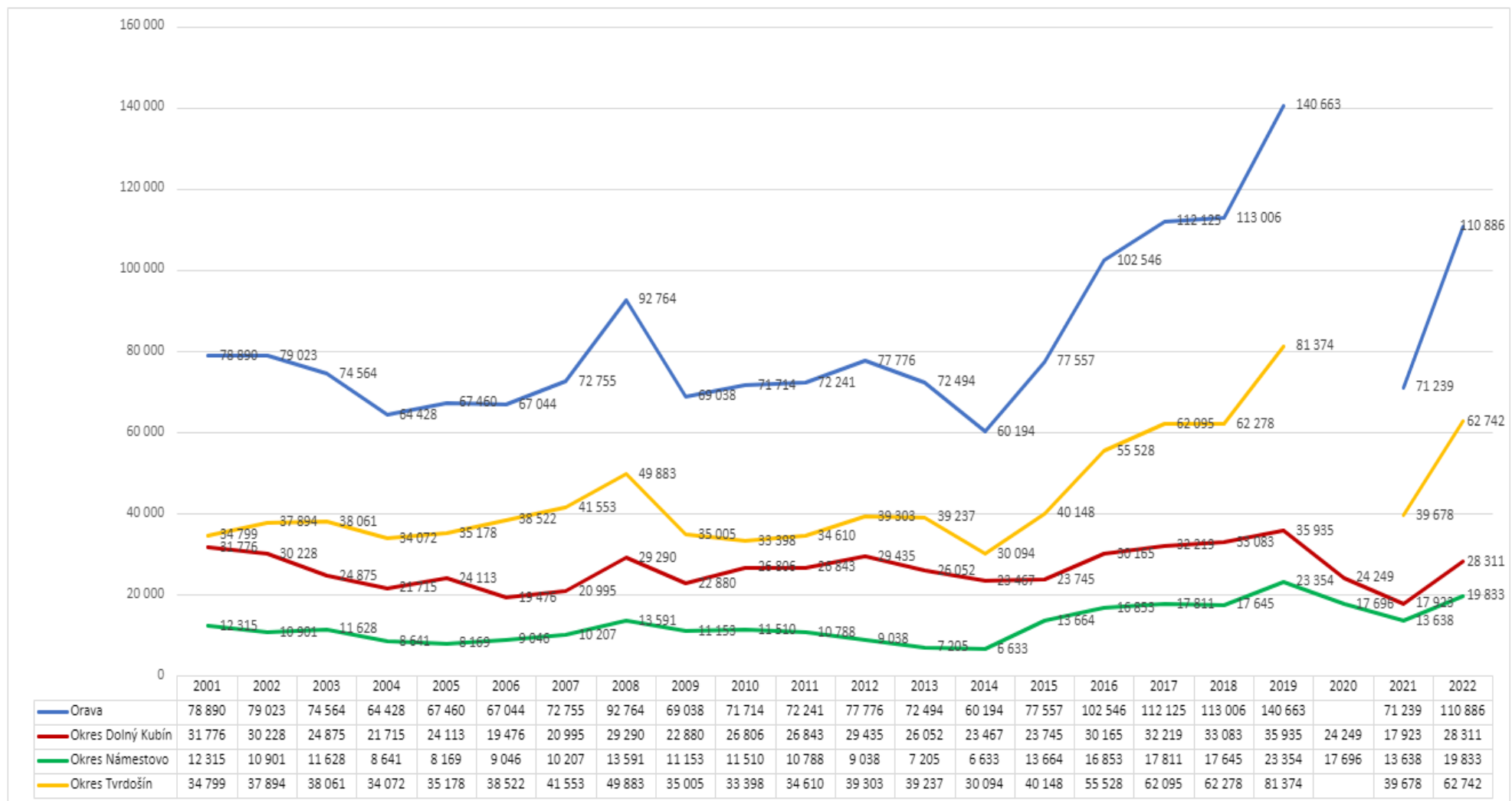
Z celkového počtu ubytovaných hostí bolo v období rokov 2017 až 2022 viac ako tri štvrtiny (77,85 %) návštevníkov zo Slovenska, ktorí sú základom rozvoja cestovného ruchu na Orave. Zahraniční hostia majú len 22,15 %-tný podiel. Dominantné postavenie pritom dlhodobo majú ubytovaní návštevníci Oravy z Česka (10,21 % z celkového počtu ubytovaných hostí). Menej početní sú podľa pobytových štatistík návštevníci z Poľska (4,6 %), Nemecka (1,53 %), Litvy (0,76 %), Maďarska (0,71 %), Ukrajiny (0,42 %), Rakúska (0,38 %) a Spojeného kráľovstva (0,28 %).

Graf 4 Štruktúra hostí ubytovaných na Orave v rokoch 2018 až 2022 v %



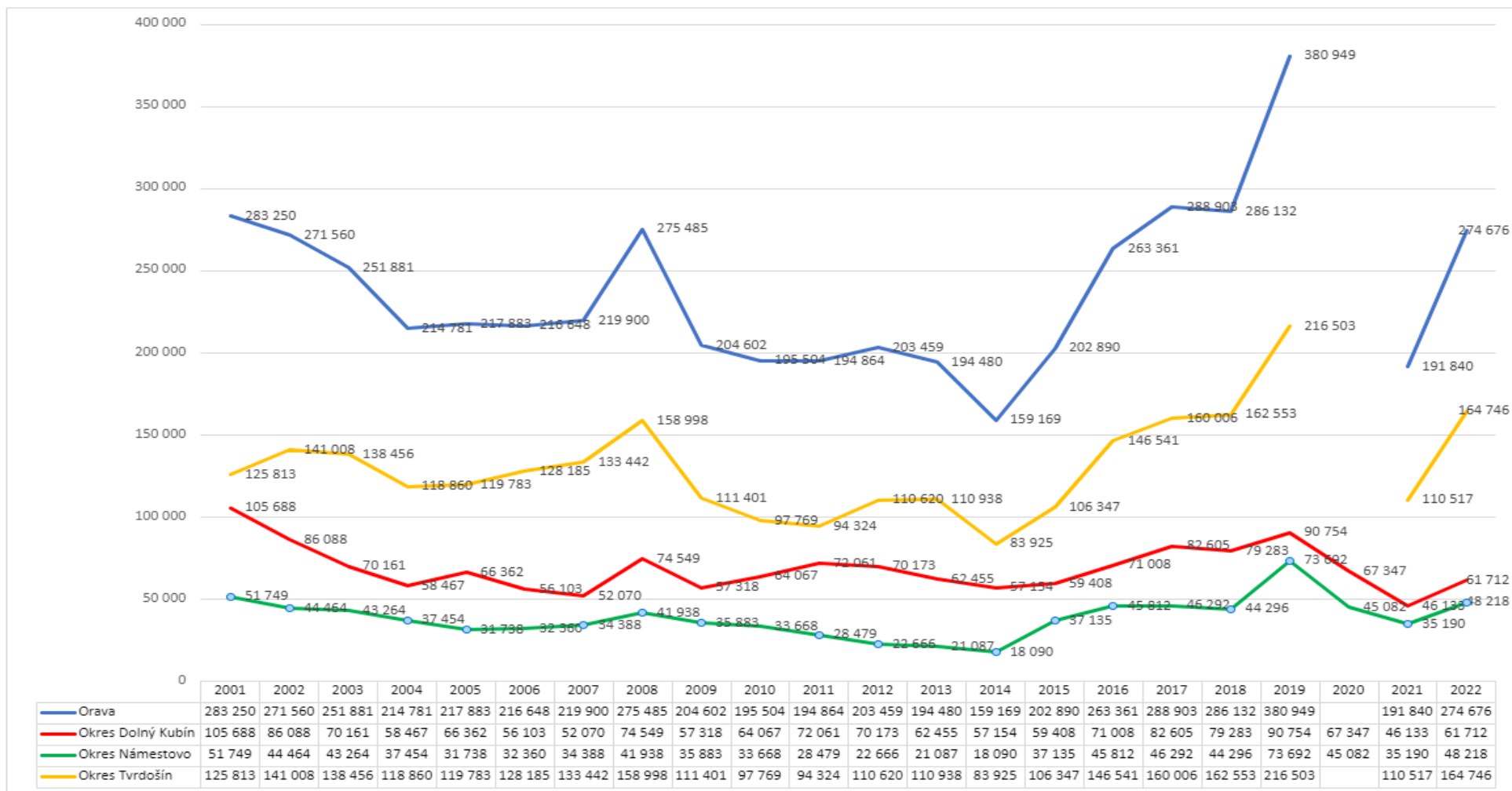
Prameň: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2023.

Graf 5 Vývoj počtu návštevníkov v rokoch 2001 až 2022



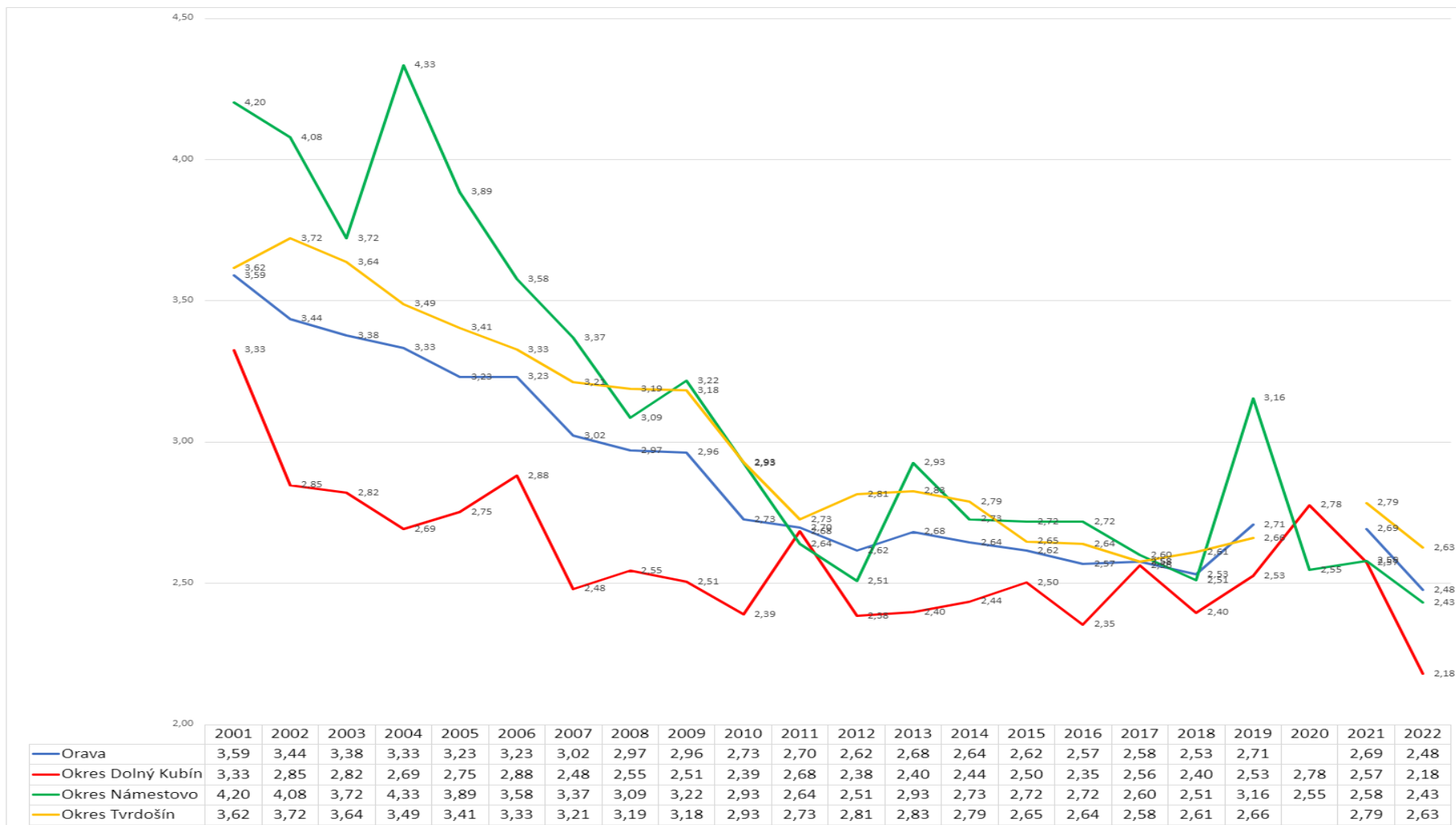
Prameň: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2023.

Graf 6 Vývoj počtu prenocovaní v rokoch 2001 až 2022



Prameň: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2023.

Graf 7 Vývoj priemerného počtu prenocovaní v rokoch 2001 až 2022



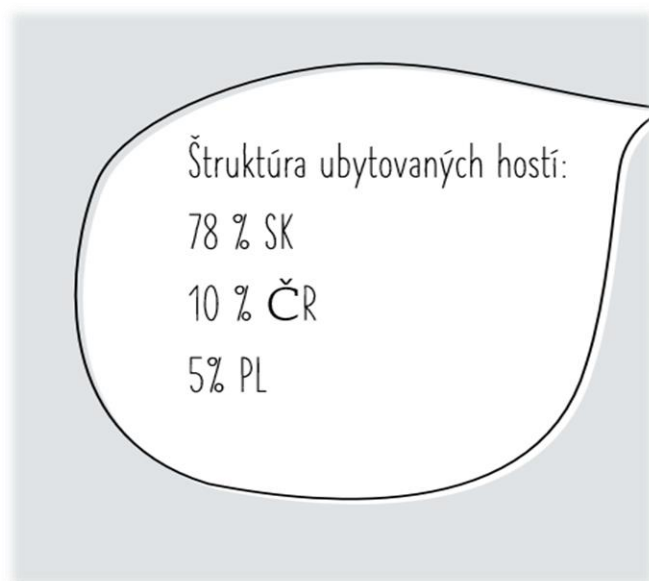
Prameň: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2023.

Počet prenocovaní realizovaných ubytovanými hosťami na Orave sa vyvíjal nerovnomerne; v roku 2022 bol o 3,03 % nižší ako v roku 2001. Najväčší podiel na počte prenocovaní mal v skúmanom období okres Tvrdošín (54,90 %), nasledovaný okresom Dolný Kubín (28,89 %) a Námestovo (16,31 %).

Štruktúra prenocovaní z hľadiska proveniencie hostí približne korešponduje so štruktúrou návštevníkov ubytovaných na území Oravy (Slovensko: 76,28 %, Česko: 11,02 %, Poľsko: 4,26 %, Ukrajina: 2,55 %, Nemecko: 1,17 %, Maďarsko: 0,70 %, Litva: 0,39 %, Rakúsko: 0,26 % a Spojené kráľovstvo: 0,22 %).

Hostia ubytovacích zariadení lokalizovaných na Orave v priemere uskutočnia menej ako 3 prenocovania (okres Námestovo: 3,11, okres Tvrdošín: 3,02, okres Dolný Kubín: 2,59). Priemerná dĺžka pobytu v roku 2022 oproti roku 2001 klesla o 31,01 %, najvýraznejší pokles bol pritom zaznamenaný v okrese Námestovo (o 42,14 %).

Kým domáci návštevníci zrealizujú na Orave v priemere 2,52 prenocovania, zahraniční návštevníci na Orave strávia o niečo dlhší pobyt (2,73 noci). V priemere najviac prenocovaní uskutočnia v ubytovacích zariadeniach lokalizovaných na území Oravy jednotlivci z Ukrajiny (8,68), nasledovaní rezidentmi Česka (3,00 noci), Spojeného kráľovstva (2,84), Maďarska (2,47), Poľska (2,45), Nemecka (2,21), Rakúska (2,14) a Litvy (1,3).



Zhrnutie

V roku 2022 bolo na území Oravy zaznamenaných 202 komerčných ubytovacích zariadení s celkovou kapacitou 6 867 stálych lôžok. Tempo ich rastu bolo v rokoch 2001 až 2022 zreteľne pomalšie ako celoslovenský priemer. Napriek tomu miera vybavenosti Oravy stálymi kapacitami, determinovanej Defertovou funkciou, približne zodpovedá vybavenosti Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu. Vnútri regiónu však existujú významné rozdiely – kým okres Tvrdošín dosahuje výrazne nadpriemerné hodnoty vzhľadom na svoju rozlohu a počet obyvateľov, okres Námestovo značne zaostáva vo vybavenosti ubytovacími kapacitami. Táto skutočnosť však nemôže vyústiť do konštatovania potreby dobudovania ubytovacích kapacít, keďže existujúce kapacity sú podľa dostupných štatistík využívané extrémne nedostatočne, a síce na menej ako jednu pätinu. Kým v minulosti bola priemerná cena ubytovania na Orave o štvrtinu nižšia ako celoslovenský priemer, v súčasnosti je porovnateľná.

V roku 2022 sa na Orave ubytovalo necelých 111 tis. návštevníkov (menej ako 80 % z predpandemického roka 2019), z toho viac ako polovica v okrese Tvrdošín a štvrtina v okrese Dolný Kubín. V štruktúre návštevníkov jednoznačne dominujú domáci (viac ako $\frac{3}{4}$), pričom zo zahraničných návštevníkov sú perspektívnymi návštevníci z Česka a Poľska.

Priemerná dĺžka pobytu ubytovaných hostí je menej ako 3 prenocovania, pričom domáci návštevník zrealizuje na Orave v priemere kratší pobyt ako zahraničný návštevník.

Na základe empirie je možné konštatovať, že oficiálne štatistiky sú do výraznej miery skreslené neochotou prevádzkovateľov malých ubytovacích zariadení (najmä ubytovania v súkromí) priznávať reálne počty ubytovaných domácich a zahraničných hostí, čo komplikuje nielen plánovanie rozvoja cestovného ruchu v regióne, ale má za následok i menej disponibilných zdrojov na podporu rozvoja regiónu ako atraktívnej destinácie cestovného ruchu.

Vybavenosť ubytovacími zariadeniami

SR: 453 lôžok na 100 km² územia

Žilinský kraj: 744 lôžok na 100 km² územia

Orava: 413 lôžok na 100 km² územia (TS: 771, DK: 337, NO: 219)

SR: 41 lôžok na 1000 obyvateľov územia

Žilinský kraj: 73 lôžok na 1000 obyvateľov územia

Orava: 50 lôžok na 1000 obyvateľov územia (TS:103, DK: 43, NO: 24)

Keďže infraštruktúra (napr. miestne komunikácie, miestna verejná doprava, miestne parky, botanická záhrada, informačné tabule, verejné osvetlenie), ktorej rozvoj môže byť financovaný z vybratej dane za ubytovanie, resp. dotácií oblastnej organizácie cestovného ruchu slúži nielen návštevníkom, ale do značnej miery skvalitňuje život miestnych obyvateľov Oravy, je nevyhnutné podstatne zlepšiť výber miestnej dane za ubytovanie. Ak vychádzame z počtu prenocovaní za rok 2022 a uvažujeme o zlepšení výberu dane za ubytovanie o polovicu, potom by sa rozpočet miest a obcí na Orave zvýšil takmer o 140 000 €, čo by malo následne vplyv na zvýšenie disponibilných prostriedkov oblastnej organizácie cestovného ruchu, ktoré môžu byť zmysluplne investované do infraštruktúry využívanej nielen návštevníkmi, ale predovšetkým domácimi obyvateľmi Oravy.

2. Súčasný stav cestovného ruchu na území Oravy

2.1. Stručné zhodnotenie existujúcej ponuky v regióne Orava

Primárna ponuka. Región Orava disponuje dostatočným prírodným a kultúrno-historickým potenciálom pre rozvoj cestovného ruchu s medzinárodným, národným a regionálnym významom. Z hľadiska fázy životného cyklu podľa počtu návštevníkov v regióne, úrovne rozvoja cestovného ruchu a úrovne destinačného manažmentu sa Orava nachádza vo fáze rozvoja (s postupným prechodom do fázy konsolidácie). Tempo rozvoja infraštruktúry cestovného ruchu je primerané, stupeň komercializácie pôvodných atraktivít hodnotíme ako stredný, pričom existuje priestor na ich doplnenie umelými atraktivitami. Spolupráca subjektov sa v regióne neprejavuje rovnomerne, ohľad na ochranu životného prostredia zatiaľ nie je prioritou rozvoja cestovného ruchu. Spoločné marketingové aktivity sa sústreďujú na zvyšovanie miery povedomia o cieľovom mieste doma a v zahraničí a nárast počtu návštevníkov. Vzťah miestneho obyvateľstva a návštevníkov je neutrálny, do popredia sa dostáva nesúlad vo vnímaní ústretových a milých rezidentov a výrazne zaostávajúceho pozitívneho postoja personálu podnikov cestovného ruchu voči návštevníkom. Bezpečnosť návštevníkov v regióne nie je ohrozená. Región disponuje stredne silnou značkou. Predpokladaný prechod do ďalšej fázy životného cyklu je bezproblémový. V tabuľke 4 uvádzame vybrané atraktivity cestovného ruchu, ktoré disponujú potenciálom pre ďalší rozvoj, pričom tabuľka nepredstavuje vyčerpávajúci výpočet predpokladov.

Tabuľka 3 Zhodnotenie primárnej ponuky v regióne Orava

| Názov | Potenciál pre ďalší rozvoj | Význam | Konkurenčná výhoda |
|--|----------------------------|--------|---|
| Prírodný potenciál | | | |
| Tatranský národný park | vysoký | M | Západné Tatry s 29 vrcholmi s nadmorskou výškou nad 2000 m Turistické trasy, Cykloturistické trasy Zuberec – Roháčska dolina Zverovka – Látaná dolina Zuberec – Habovka – Oravice; Skialpinistické trasy Bobrovecká Vápenica - Červenec - Babky - Veľká Kopa - sedlo Priehyba a späť, Spálená dolina zjazdovka Spálená - Salatínska dolina, a iné. |
| Národný park Malá Fatra | vysoký | M | Jánošíkove diery, Malý Rozsutec, Veľký Rozsutec, Veľký Fatranský Kriváň, Šútovský vodopád |
| CHKO Horná Orava | vysoký | M | Mokrade, vzácne rašeliniskové biotopy |
| CHKO Kysuce | vysoký | M | územia siete NATURA 2000, 25 maloplošných chránených území |
| Oravská priehrada | vysoký | N | najväčšia vodná nádrž na Slovensku, Ostrov umenia a Vtáčí ostrov |
| Plte Orava | vysoký | N | vyhliadková plavba plťou po rieke Orava popod bralo Oravského hradu, |
| Brestovská jaskyňa | vysoký | N | „jaskyňa pri prameňoch Studenej vody“ |
| Kultúrno-historický potenciál | | | |
| Oravský hrad | vysoký | M | archeologická, etnografická a prírodovedná expozícia, Médiatéka, pravidelne organizované podujatia |
| Múzeum oravskej dediny | vysoký | M | múzeum v prírode, objekty ľudovej architektúry a ich zariadenie |
| Oravská lesná železnica | vysoký | N | Úzkorozchodná úvraťová železnica |
| Drevený artikulórný evanjelický kostol v Leštínach | vysoký | N | drevený kostol Karpatského oblúka zo 17. stor. v Zozname svetového kultúrneho a prírodného dedičstva UNESCO |
| Kostol Všetkých svätých v Tvrdošíne | vysoký | N | drevený kostol Karpatského oblúka z 15. stor. v Zozname svetového kultúrneho a prírodného dedičstva UNESCO |
| Kostol sv. Michala v Istebnom | priemerný | R | drevený artikulórný kostol, kaplnka z roku 1686 |
| Oravské múzeum | vysoký | N | Literárna expozícia Pavla Országha Hviezdoslava |
| Pamätný dom Martina Kukučina v Jasenovej | vysoký | N | pamätný dom slovenského realistického spisovateľa, dramatika a lekára Martina Kukučina |
| Čaplovičova knižnica | priemerný | N | rukopisy, inkunábuly, súkromná zbierka V. Čaploviča |
| Zemianska kúria v Brestovej | priemerný | R | skromnejšie vidiecke sídlo strednej a nižšej šľachty |
| Galéria Márie Medveckej v Tvrdošíne | vysoký | N | 265 olejomalieb a kresieb autorky |

| | | | |
|--|-----------|---|---|
| Hviezdoslavova hájovňa | priemerný | N | Expozícia Hviezdoslavovej Hájnikovej ženy |
| Literárna expozícia Mila Urbana v Oravskej Polhore | priemerný | R | Literárna expozícia Mila Urbana |
| Slanický ostrov umenia - Oravská priehrada, Námestovo | priemerný | N | Pozostatok zaplavenej obce Slanica, prístup len loďou |
| Oravská Galéria, Župný dom v Dolnom Kubíne | vysoký | N | Expozície Staré umenie 15. až 19. storočia, Ikony, Slovenské výtvarné umenie 20. storočia, Štefan Sivák - rezbár z Oravy a Tradičné ľudové umenie – výber |
| Renesančná budova- Múzeum hrou | vysoký | N | interaktívne makety Oravského hradu a Oravskej lesnej železnice, hmatové panely, tyflografika, oddychová a hravá zóna, VR |
| Stála expozícia ľudového rezbárstva | priemerný | R | insitné ľudové rezbárstvo, diela autorov zo SVK, PL, CZE |
| Múzeum šľachtických kočiarov a saní | priemerný | R | najrozsiahlejšia zbierka kočiarov a saní na Slovensku |
| Františkova huta v Podbieli | priemerný | R | Technická pamiatka |
| Malé etnografické múzeum v Podbieli | | R | Archeologické nálezy na Bielej skale, úzkokoľajná železnica Zuberec - Podbiel |
| Archeoskanzen, stredoveká dedina sokoliarov v Oravskom Podzámku | vysoký | R | Interaktívne sokoliarske vystúpenia |
| Izba starých materií v Párnici | priemerný | R | Dobové dokumenty a fotografie |
| Múzeum kávy v Krušetnici | priemerný | R | Mozaika z kávových zŕn |
| Kaštieľ Kubínyi | vysoký | R | Anglický park, gastronómia |
| Organizované podujatia | | | |
| Podroháčske slávnosti, Zuberec | vysoký | M | Medzinárodný folklórny festival |
| Oravajazz festival, Námestovo | vysoký | N | Žánrovo pestrý hudobný festival |
| Preteky psích záprahov, Zuberec | priemerný | R | Špecifické podujatie v zimnej sezóne |
| VIDMO | priemerný | R | Prehliadka adrenalínových a horských filmov |
| Gajdovačka, Oravská Polhora | vysoký | M | Gajdošstvo v roku 2015 zapísané do Reprezentatívneho zoznamu nehmotného kultúrneho dedičstva ľudstva |
| Rockový Záber | priemerný | R | hudobný festival s 20ročnou tradíciou |
| Umele vytvorené artefakty (tematické parky, akvaparky, herne) | | | |
| Aquarelax Dolný Kubín | vysoký | R | akvapark |
| Meander Ski& Thermal Oravice | vysoký | M | akvapark |
| Funny Park, Oravská Lesná | vysoký | R | lanové centrum, adrenalínové zážitky |
| Kinderland, Námestovo | vysoký | R | najväčšie detské zábavné centrum na Slovensku |
| Socha Ježiša Krista v obci Klin | priemerný | R | najväčšia socha Ježiša Krista na Slovensku, výhľady na Oravskú priehrada |

| | | | |
|-----------------------------------|-----------|---|---------------------------------------|
| Zippline dráha, Kubínska hoľa | vysoký | R | Adrenalínová dráha v dĺžke 1200 m |
| Lanová dráha Tarzanka, Zuberec | priemerný | R | lanové centrum, adrenalínové zážitky |
| Rozhľadňa Harvelka, Oravská Lesná | priemerný | R | výhľady na kysucké kopce a Malú Fatru |

Vysvetlivky: R- regionálny, N- národný, M- medzinárodný.
Prameň: Vlastné spracovanie, 2023.

Prírodné zdroje. Orava disponuje jedinečnými prírodnými zdrojmi. Z geomorfologického hľadiska ide o členitý a kontrastný typ reliéfu s vysokou estetickou hodnotou výhľadov do okolia (napr. najkrajšie výhľady na Tatry sú z Kubínskej hole). Klimatické podmienky charakterizujú chladnejšie teploty, oblasť Oravských Beskýd a Podbeskydskej brázd sa radí do chladnej klimatickej oblasti. Horský masív Babej hory je bohatý na zrážky s trvalou snehovou pokrývkou až päť mesiacov. V súvislosti s klimatickými zmenami a ohrozeniami, s ktorými bojujú lyžiarske strediská v iných častiach Slovenska, ide o výraznú konkurenčnú výhodu. V regióne sa nachádza 12 lyžiarskych stredísk (Krušetnica, Oravská Polhora, Oravský Podzámok – Ski, Orava Snow, Park Racibor, Roháče Spálená, Ski centrum Nižná – Uhliská, Ski Grúniky – Sihelné, SKI PARK Kubínska, Ski Vitanová, Ski Zábava – Hruštín, Skipark Oravice, Zuberec – Janovky) prevažne lokálneho a regionálneho významu, čo v prípade významnejšej investície predstavuje priestor pre ďalší rozvoj. Dostupné sú viaceré trasy pre bežecké lyžovanie a pešiu turistiku počas zimnej sezóny: Horizont Erdútka: bežkárska trasa 24 km, pešia trasa 14 km, Bobrovská pätnásťka, Bobrov 15 km; Dubovským chotárom, Sedliacka Dubová 16 km; Medzibrodským chotárom, Medzibrodie nad Oravou 10 km; Beňadovským chotárom, Beňadovo 17 km, pešia trasa 10km; Žaškovským chotárom, Žaškov 18 km a pre peších turistov (12 km) a s nimi súvisiace organizované podujatia (napr. Strieborná podkova v Krivej). V oblasti Oravských Beskýd je možné absolvovať viacdenné zimné prechody, napr. hrebeňom cez Pilsko, Modralovú (najsevernejší bod SR) a Babiú horu. Rastúcu popularitu získava skialpinizmus s trasami pre začiatočníkov aj skúsených lyžiarov (napr. Salatínska dolina).

Z biogeografických podmienok charakterizuje región rozloha lesa, špecifické lúčne spoločenstvá (podmáčané lúky), endemické druhy (z fauny napr. rožec alpínsky babohorský) a ojedinelý výskyt rašelinísk- mokradí. Uvedené aspekty tvoria potenciál pre rozvoj udržateľného cestovného ruchu, konkrétne *slow*

tourism a ekoturistiky s dôrazom na výklenkové segmenty ako sú napr. pozorovatelia vtákov.

Špecifický charakter regiónu z pohľadu hydrologických podmienok určuje rieka Orava s možnosťou splavu na pltiach a raftoch a najväčšia vodná nádrž na Slovensku Oravská priehrada s možnosťami windsurfingu a jachtingu, vodným lyžovaním, potápaním, vodnými bicyklami, loďkami a jazdou na motorovom člne. Najvýznamnejšími rekreačnými strediskami sú kemp s plážou na Slanickej Osade, Prístav a pláže pri Námestove a Troch Studničkách. Blízke okolie priehrady si vyžaduje intenzívnejšiu revitalizáciu a disponuje možnosťou vytvorenia ďalších pláží s možnosťou kúpania rezidentov aj návštevníkov. Ponuka aquaparkov je definovaná AquaRelax v Dolnom Kubíne, Meander SKI and Thermal SPA a wellness ubytovacími zariadeniami. Napriek rozlohe a významu vody, prameňov (napr. Slaná voda) a vodných plôch, nejde o dominantný prvok primárnej ponuky, ktorý by určoval charakter ponuky regiónu. Po dobudovaní geotermálneho vrtu v Oravskej Porube a rozšírení ubytovacích kapacít v Autokempingu Tílija Gäcel' bude produkt cestovného ruchu konkurencieschopný. V prípade realizácie rozľahlého vodného parku po vzore susediaceho Liptova predpokladáme, že pôjde o skokový posun vo fáze životného cyklu destinácie. V tejto súvislosti upozorňujeme na zvýšenú potrebu infraštruktúrneho vybavenia (parkoviská, cestné komunikácie, a iné), ktorých výstavba sa môže dostať do konfliktu so zásadami udržateľnosti v regióne. Zároveň prípadný zvýšený a neregulovaný pohyb návštevníkov môže zhoršiť postoj miestneho obyvateľstva. Obom javom je možné predchádzať kontinuálnou prácou s verejnosťou a dôsledným plánovaním aktivít.

Kultúrno-historické predpoklady. Počet a druhová pestrosť architektonických svetských pamiatok v regióne Orava s dominantným postavením Oravského hradu, Múzea slovenskej dediny, expozícií Oravskej galérie, dvoch kostolov zapísaných do Zoznamu svetového kultúrneho a prírodného dedičstva UNESCO predurčuje k rozvoju kultúrno-poznávacieho cestovného ruchu. Z hľadiska umelecko-výtvarného významu stvárnila Mária Medvecká (Oravská galéria - Galéria Márie Medveckej, Art Galéria Schürger) motívy bežného života na Orave a jej diela sú ľahko rozpoznateľné u širokej verejnosti. Osobitú pozornosť si zasluhuje typický folklór a s ním spojené medzinárodne známe Podroháčske folklórne slávnosti a Oravský tradičný jarmok oživených remesiel, ako aj

regionálne dôležité Vidiečanova Habovka, Bačovské dni, Podbielanské folklórne slávnosti, Folklórne slávnosti Pod Ostrým vrchom, Folklórne slávnosti pod Pílskom a Babou horou, Folklórne slávnosti Oravice, Gajdovačka, a iné.

Ludia. Počet obyvateľov regiónu Orava je 138 531, z toho v ekonomicky aktívnom veku je 92 662. Prepojenie so súčasnosťou ponúkajú príbehy Slovákov známych skôr za hranicami Slovenska, ich potenciál je potrebné ďalej využiť. Príkladom môže byť Luka Brase (Lukáš Brašeň, maliar, ktorého diela sú súčasťou stálej zbierky v Múzeu umenia Shanghai Urban Planning Exhibition Center (SUPEC) Šanghaj, Čína aj v Danubiana Meulensteen Art Museum, Bratislava) alebo Juraj Habovštiak (ako príklad úspešného podnikateľa s ocenením EY Podnikateľ roka). V podpore domáceho cestovného ruchu a vytvorenia úzkeho vzťahu s návštevníkmi je možné využiť vplyv a známosť influencerov a rozpoznateľných osobností ako Fero Joke, Matej Rabada, športovci (napr. Zuzana a Mária Remeňová).

Sekundárna ponuka. Tvorja ju infraštruktúrne zariadenia cestovného ruchu a zariadenia všeobecnej infraštruktúry. Presné dáta nie sú k dispozícii. V regióne Orava v roku 2022 poskytovalo služby 202 ubytovacích zariadení. V štruktúre dominujú penzióny (118), hotely (40), hostely (23), horské chaty (11), kempingy (9), a 1 motel. Podľa www.orava.oma.sk poskytuje pohostinské služby aktuálne v regióne viac ako 300 pohostinských zariadení, z toho je 140 reštaurácií, 75 iných pohostinských zariadení (pohostinstvá, krčmy), 22 barov, 20 pizzérií, 19 kaviarní, 23 rýchlych občerstvení. Turistická informačná kancelária sa nachádza v Dolnom Kubíne.

Blížkosť kľúčových zdrojových trhov CZE a PL predstavuje konkurenčnú výhodu regiónu Orava, avšak absentuje cestná komunikácia medzinárodného významu, kľúčová je cesta I. triedy I/78 a cesta II. triedy II/520, spájajúca Kysuce s Oravou, ktorá sa pripája na I/78 v obci Lokca, obe cesty zabezpečujú okrem regionálnych vzťahov aj napojenie na Poľsko cez Oravskú Polhoru, resp. Suchú Horu. Región Orava leží mimo hlavných železničných trás a jediné prepojenie na hlavné trate je realizované regionálnou traťou č. 181 Kraľovany – Trstená (Obr. 2.14). Trať je po technickej stránke zastaralá, vedenie trasy zabezpečuje minimálne jazdné rýchlosti a nepredstavuje konkurencieschopný dopravný mód cestnej dopravy (Čelko a kol. 2021, s. 43). Skutočnosť, že Žilinský kraj patrí ku krajom s najvyššou hustotou dopravnej nehodovosti (DN/km – počet dopravných nehôd na 1

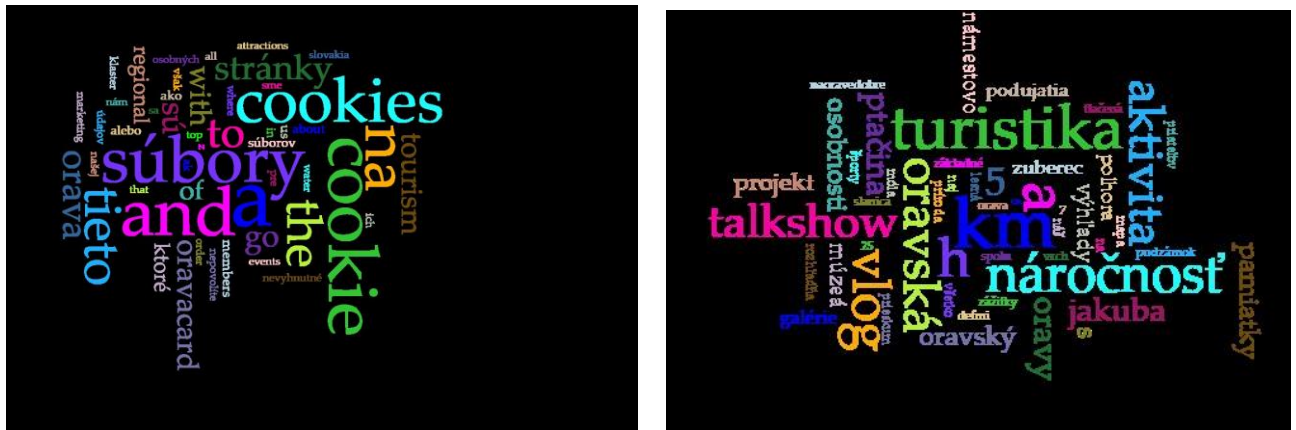
km za rok), je spôsobený geografickou polohou územia a dopravnou situáciou, ale predovšetkým nevybudovanou sieťou diaľnic a rýchlostných ciest (Čelko a kol. 2021).

Cyklodoprava. Pre rozvoj cestovného ruchu v regióne je významná Kysucko-oravská rozvojová os Krásno nad Kysucou - Nová Bystrica - Námestovo - Oravská Polhora. Súčasný stav cyklistickej infraštruktúry nezodpovedá komplexnému a ucelenému stavu cyklistickej infraštruktúry, trasy často vedú po cestách II. a III. triedy a nespevnených lesných cestách, čo predstavuje riziko z pohľadu bezpečného pohybu návštevníkov v regióne. K dispozícii sú cyklotrasy spájajúce región s Poľskom aj cyklotrasy regionálneho významu. Nenáročnú cestnú cyklistiku reprezentuje cyklotrasa vedúca z Trstenej až do poľského Noweho Targu po bývalej železnici, jazdu v horskom teréne Roháčov ponúka trasa Studený Potok-Ťatliakova chata. Z ďalších cyklotrás je pre návštevníkov zaujímavá trasa spájajúca atraktivity v okolí Dolného Kubína cez Oravský Podzámok-Leštiny-Dolný Kubín, popri kaštieli v Mokradi, Oravskom hrade, drevenom artikulórnem evanjelickom kostole v Zozname UNESCO v Leštínách, rodnom dome Margity Figuli vo Vyšnom Kubíne až po Oravskú galériu, binárne hodiny a kolonádový most; trasa Námestovo-Klin-Oravské Veselé-Jelešne (PL), Beskydská cyklomagistrála cyklotrasa č. 046, okruh zo Zuberca cez Oravice, Trstenú a Zuberec; k expozícii Oravskej lesnej železnice vedie cyklotrasa č. 5439 Oravská Lesná – Tanečník. Sumár atraktívnym spôsobom s popisom jednotlivých trás, mapami a QR kódmi web stránke prezentuje Cykloklub Nižná <https://www.cykloklubnizna.sk/cyklotrasy-na-orave.html>. Zvolený spôsob prezentácie predstavuje ucelený a praktický prehľad pre návštevníkov regiónu.

Súčasná úroveň manažmentu destinácie. OOCR Klaster Orava ako nositeľ destinačného manažmentu v regióne Orava realizuje aktivity v súlade s KOOCR Žilinský turistický kraj. Členmi Klastra Orava je 16 miest a obcí a 14 súkromných podnikateľských subjektov, čo predstavuje priestor pre ďalšie rozšírenie členskej základne. Cestovný ruch ako prioritu svojej činnosti definuje aj MAS Biela Orava, MAS Orava, o.z., ako aj občianske iniciatívy, napr. NaOraveDobre. Do tvorby ponuky regiónu zasahuje aj Chránená krajinná oblasť Horná Orava. Návštevník pri vyhľadávaní informácií o cieľovom mieste nerozlišuje medzi jednotlivými aktérmi a ich komunikačnými kanálmi. Potrebné je preto zaujať koordinovaný postup

v rámci marketingovej komunikácie. Porovnanie adresnosti vybraných web stránok (oficiálnej reprezentovanej Klastrom Orava a neoficiálnej reprezentovanej nadšencami z regiónu) vo vzťahu k najčastejšie sa vyskytujúcim slovám na vybraných web stránkach ponúka obrázok 1.

Obrázok 1 Porovnanie web stránok Klastra Orava a NAOraveDobre



Prameň: Vlastné spracovanie, 2023

Jednotlivé samosprávy poskytujú v rôznej miere a kvalite (aj vo vzťahu k vizualizácii) informácie návštevníkom na svojich webových stránkach, avšak absentuje reciprocita prekliku na web Klastra Orava. Zatiaľ čo na webstránke Klastra Orava je možné priame presmerovanie na weby jednotlivých členov.

2.2. Výsledky primárneho prieskumu zameraného na stranu dopytu

Pre potreby identifikovania vnímania Oravy ako destinácie cestovného ruchu súčasnými a potenciálnymi návštevníkmi sa v druhej polovici roka 2023 uskutočnil primárny zber údajov. Nástrojom zberu dát bol elektronický dotazník, ktorý vyplnilo 245 respondentov - rezidentov Slovenska (tabuľka 4).

Tabuľka 4 Charakteristika respondentov dotazníkového prieskumu

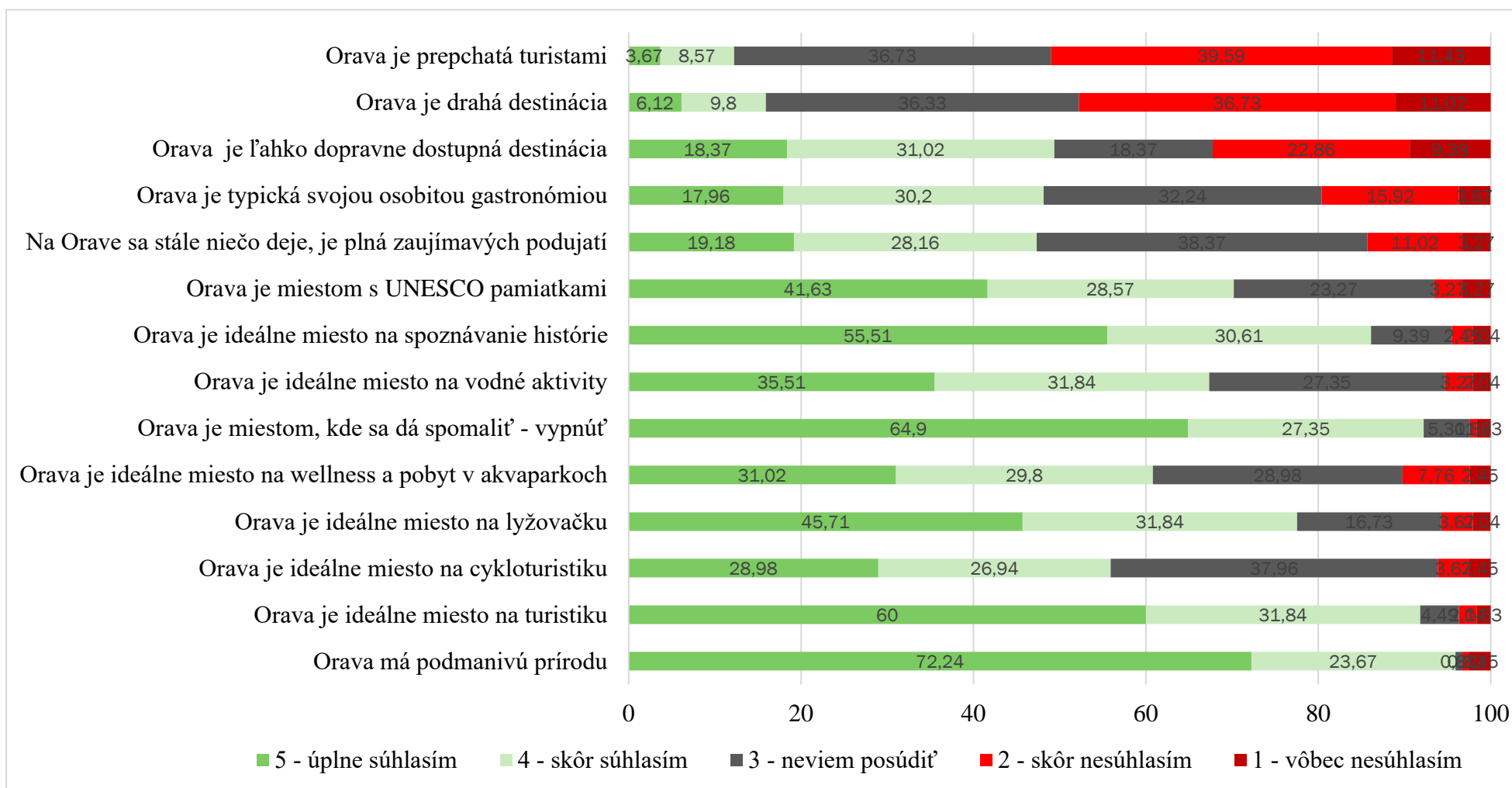
| Charakteristika respondentov | Absolútny počet | Podiel v % |
|---|-----------------|------------|
| Vek | | |
| 15-24 | 85 | 34,69 |
| 25-34 | 48 | 19,59 |
| 35-44 | 59 | 24,08 |
| 45-54 | 38 | 15,51 |
| 55-64 | 14 | 5,71 |
| 65 a viac rokov | 1 | 0,41 |
| Pohlavie | | |
| muž | 59 | 24,08 |
| žena | 186 | 75,92 |
| Najvyššie ukončené vzdelanie | | |
| bez vzdelania | 1 | 0,41 |
| základné vzdelanie | 3 | 1,22 |
| stredoškolské vzdelanie bez maturity | 12 | 4,90 |
| stredoškolské vzdelanie s maturitou | 94 | 38,37 |
| vysokoškolské vzdelanie -1. stupeň | 52 | 21,22 |
| vysokoškolské vzdelanie -2. stupeň | 73 | 29,80 |
| vysokoškolské vzdelanie -3. stupeň | 10 | 4,08 |
| Kraj, z ktorého jednotlivec pochádza | | |
| Banskobystrický | 91 | 37,14 |
| Bratislavský | 5 | 2,04 |
| Košický | 8 | 3,27 |
| Nitriansky | 15 | 6,12 |
| Prešovský | 14 | 5,71 |
| Trenčiansky | 17 | 6,94 |
| Trnavský | 2 | 0,82 |
| Žilinský | 93 | 37,96 |
| Počet predchádzajúcich návštev Oravy | | |
| 0 | 69 | 28,16 |
| 1x | 17 | 6,94 |
| 2-3 x | 53 | 21,63 |
| 4-5 x | 33 | 13,47 |
| viackrát | 73 | 29,80 |

Respondenti boli požiadaní, aby na Likertovej škále 1 - 5 (1 - vôbec nesúhlasím, 5 - úplne súhlasím) priblížili svoje vnímanie Oravy ako destinácie cestovného ruchu (graf 8).

Orava je intenzívne vnímaná ako región s podmanivou prírodou (95,91 %), kde návštevník môže spomaliť, resp. oddýchnuť si a utiecť od bežných povinností (92,25 %). Zároveň ju oslovení obyvatelia Slovenska považujú za ideálne miesto na poznávanie histórie (86,12 %). Zaujímavým je zistenie, že respondenti vnímajú Oravu ako miesto s UNESCO pamiatkami (70,20 %) napriek tomu, že do Zoznamu svetového kultúrneho dedičstva UNESCO nie je zapísaná žiadna súvislá oravská lokalita, len dva drevené chrámy v slovenskej časti Karpatského oblúka (drevený artikulárny evanjelický kostol v Leštínách, rímsko-katolícky Kostol Všetkých svätých v Tvrdošíne). Oravu za ideálne miesto na lyžovačku úplne alebo skôr považuje 77,55 % opýtaných. Ako miesto vhodné na vodné aktivity (plavbu loďou, plťou, splav rieky ap.) ju hodnotí 67,35 %, pričom za skvelé miesto na wellness a pobyt v akvaparkoch ju považuje 60,82 % respondentov. O regióne vhodnom na cykloturistiku o Orave uvažuje len 55,92 % oslovených rezidentov Slovenska.

Naopak, Orava nie je primárne vnímaná ako miesto, kde sa stále niečo deje a kde sa organizujú zaujímavé podujatia, ani ako región s osobitou gastronómiou. Respondenti o nej neuvažujú ani ako o ľahko dopravne dostupnej destinácii, drahej destinácii či cieľovom mieste, pre ktoré je typický nadmerný cestovný ruch (graf 8).

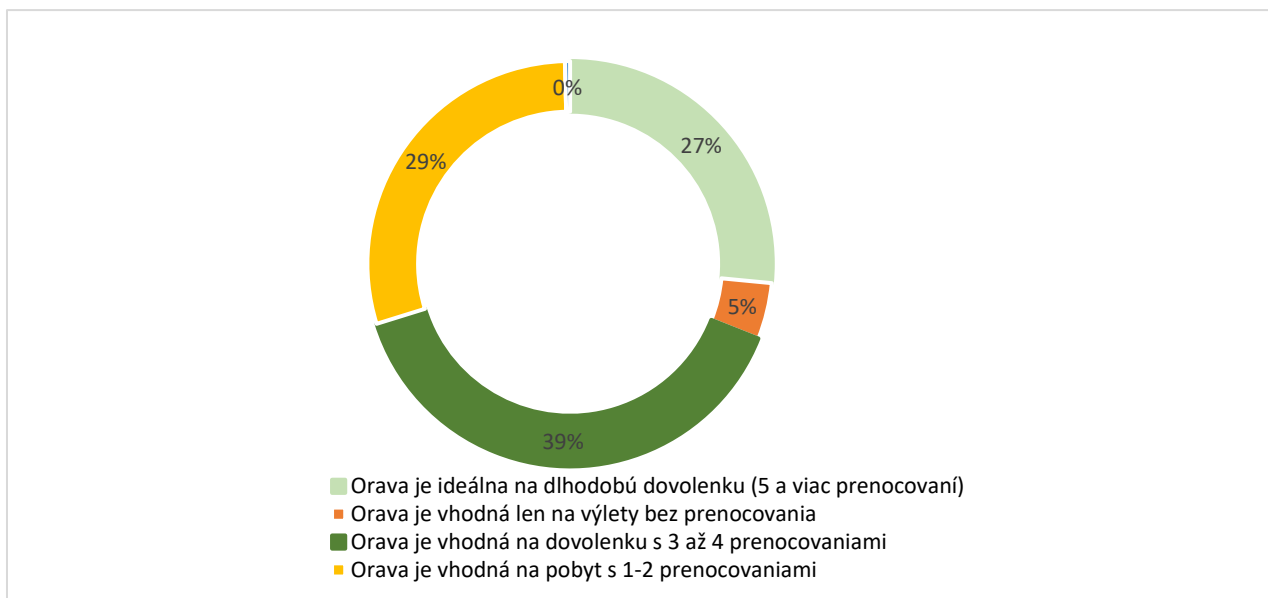
Graf 8 Vnímanie Oravy ako cieľového miesta cestovného ruchu potenciálnymi návštevníkmi v %



Prameň: Vlastné spracovanie, 2023.

Keďže z oficiálnych štatistík vyplýva, že priemerná dĺžka ubytovania návštevníkov Oravy nepresiahne 3 noci, zaujímalo nás, ako respondenti vnímajú Oravu v tomto kontexte.

Graf 9 Názor respondentov na Oravu ako na cieľové miesto cestovného ruchu

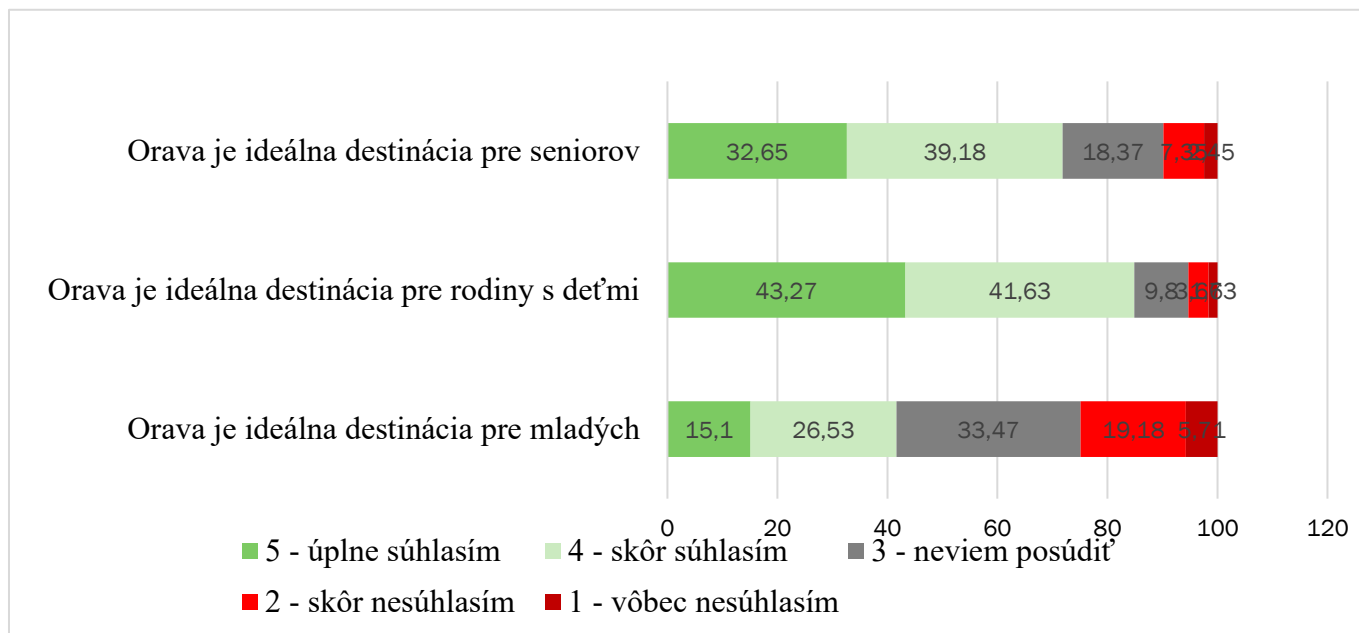


Prameň: Vlastné spracovanie, 2023.

Z výsledkov (graf 9) vyplýva, že najviac (39 %) jednotlivcov hodnotí Oravu ako destináciu vhodnú na dovolenku s troma až štyrmi prenocovaniami. Každý tretí oslovený považuje Oravu za destináciu vhodnú na pobyt s jedným až dvoma prenocovaniami, pričom 27 % si myslí, že Orava je ideálna na dlhodobú dovolenku s minimálne piatimi prenocovaniami.

Respondenti, ktorí sa zúčastnili prieskumu, zvyknú navštevovať cieľové miesta cestovného ruchu najmä so svojou rodinou (partnerom a deťmi), prípadne cestujú vo dvojici s partnerom, resp. partnerkou (tabuľka 3). Pýtali sme sa ich, pre aké cieľové skupiny je Orava podľa nich vhodná (graf 10).

Graf 10 Vnímanie Oravy ako cieľového miesta cestovného ruchu vhodného pre vybrané segmenty návštevníkov v %

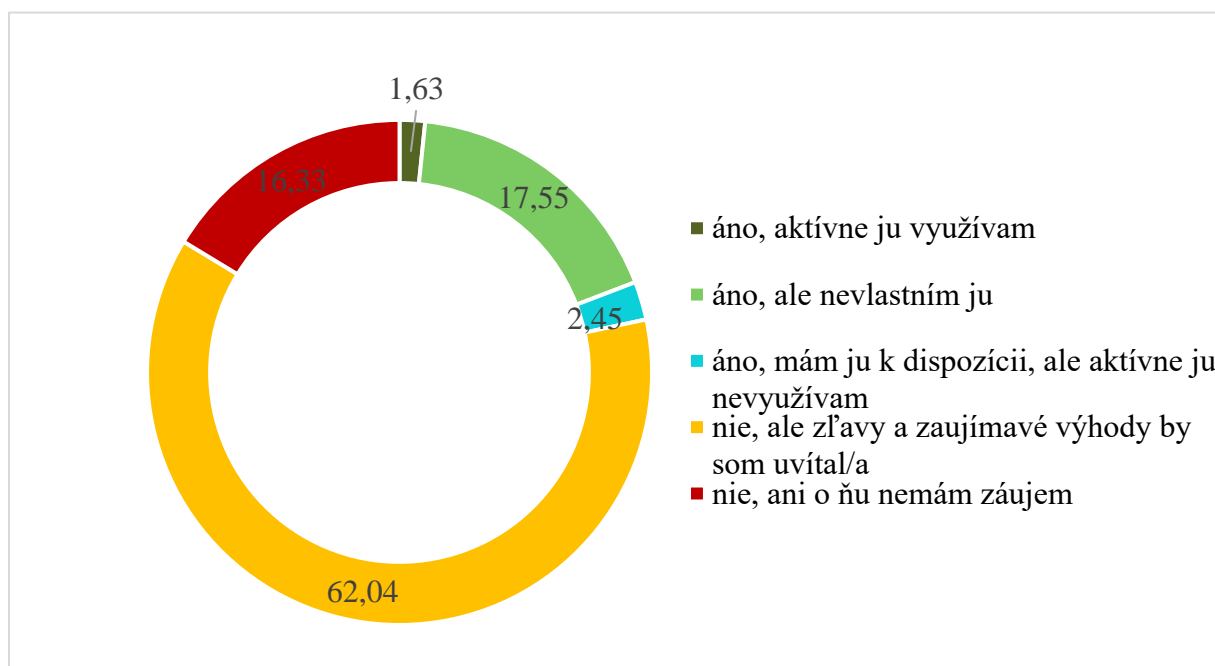


Prameň: Vlastné spracovanie, 2023.

Najviac opýtaných (až 84,90 %) vníma Oravu ako ideálnu destináciu pre rodiny s deťmi. Za ideálne cieľové miesto pre seniorov Oravu označilo 71,83 % respondentov. Relatívne najmenej vhodná je podľa oslovených obyvateľov Slovenska na cestovanie a pobyt mladých ľudí.

Súčasťou dotazníkového prieskumu bolo aj zisťovanie miery povedomia a miery využívania regionálnej karty zliav Orava Card, ktorá návštevníkom Oravy umožňuje získať zľavy v lyžiarskych strediskách, akvaparkoch, kultúrnych a iných atrakciách. Len pätina (21,63 %) opýtaných o danej regionálnej karte už počula, z toho 2,45 % ju vlastní, ale nevyužíva a len 1,63 % ju už v minulosti využilo. Majorita (62,04 %) respondentov o karte nemá povedomie, zároveň však vyjadrila záujem ju v prípade zaujímavých zliav a výhod využívať (graf 11).

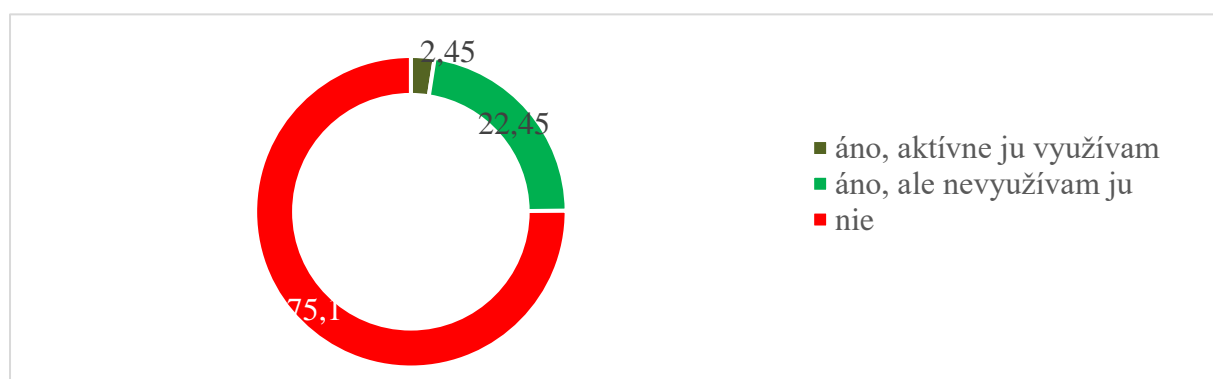
Graf 11 Povedomie respondentov o Orava Card v %



Prameň: Vlastné spracovanie, 2023.

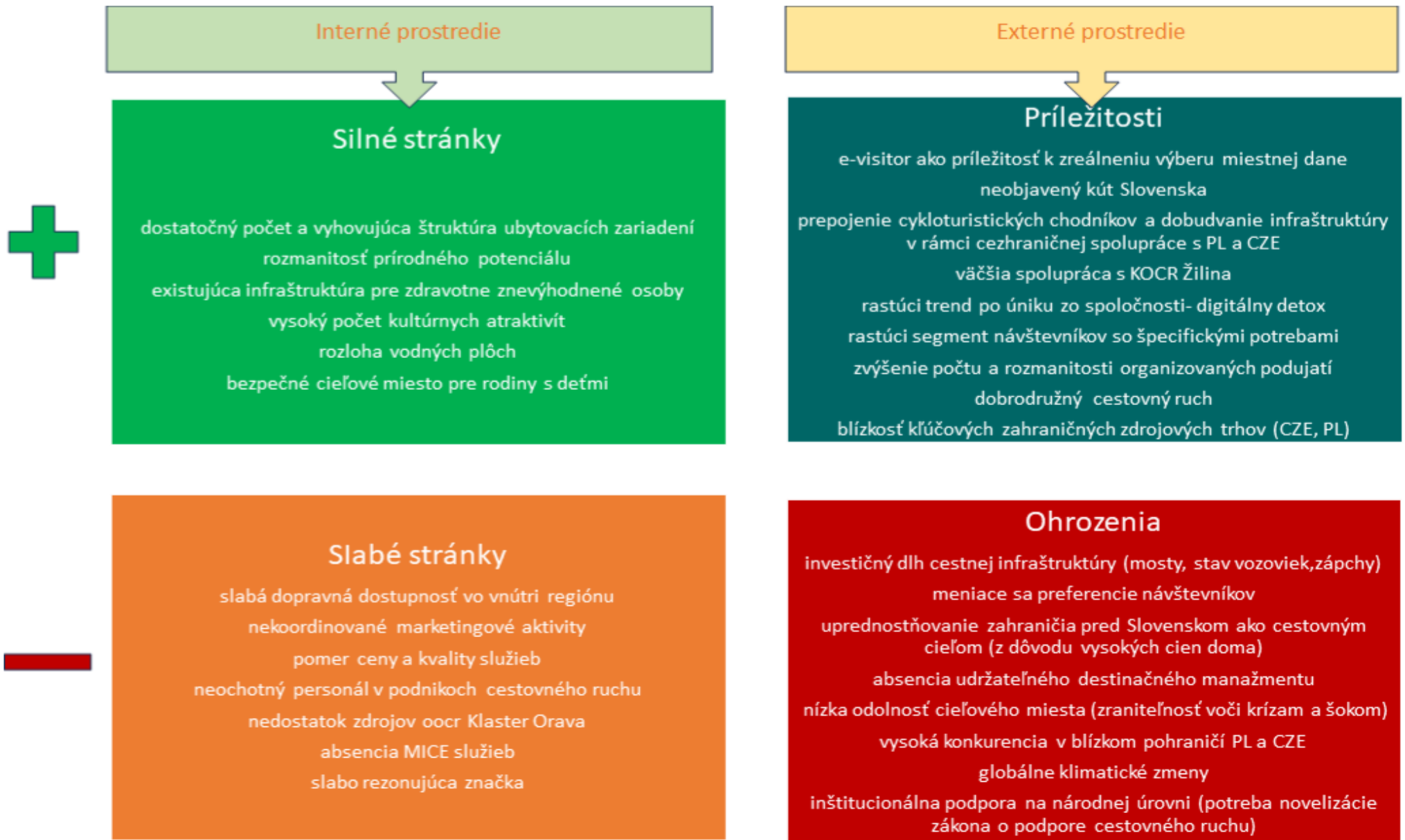
Obdobne sme zisťovali, či oslovení respondenti majú informácie o mobilnej aplikácii Visit Orava (graf 12). Tri štvrtiny opýtaných danú aplikáciu vôbec nepoznajú. Viac ako pätina (22,45 %) deklarovala, že o aplikácii už počula, ale nevyužíva ju. Vzhľadom na to, že názov aplikácie je totožný s webovým sídlom Klastra ORAVA, je možné, že odpovede respondentov sú sčasti skreslené. Len 2,45 % oslovených obyvateľov Slovenska potvrdilo, že aplikáciu Visit Orava pozná a zároveň ju aktívne využíva.

Graf 12 Povedomie respondentov o aplikácii Visit Orava v %



Prameň: Vlastné spracovanie, 2023.

Obrázok 6 Analýza SWOT



Prameň: Vlastné spracovanie, 2023.

Zhrnutie

Región Orava disponuje vhodným potenciálom pre ďalší rozvoj cestovného ruchu tak primárnej ako aj sekundárnej ponuky cestovného ruchu. Rozvoj cestovného ruchu je do istej miery obmedzený súčasným stavom cestnej siete a nejednotnou prezentáciou regiónu. Z analýzy SWOT vyplýva, že príležitosti prameniace z externého prostredia sú v súlade s ponukou regiónu a umožňujú jej rozvoj v kontexte udržateľnosti.

Opýtaní rezidenti Slovenska považujú Oravu za destináciu s podmanivou prírodou, kde návštevník môže spomaliť, ale aj za destináciu vhodnú na poznávanie histórie. Napriek tomu, že pri slove Orava sa značnej časti jednotlivcov vybaví Oravská priehrada, región je viac považovaný za destináciu vhodnú na lyžovačku, ako za cieľové miesto vhodné na vodné aktivity. O regióne vhodnom na wellness, pobyt v akvaparkoch či cykloturistiku o Orave uvažuje menej ako 60 % oslovených rezidentov Slovenska.

Orava je podľa respondentov ideálna destinácia pre rodiny s deťmi, a to na dovolenku s tromi až štyrmi prenocovaniami.

Tri štvrtiny respondentov Oravu v minulosti navštívilo, a to väčšina niekoľkokrát. Jednotlivci, ktorí tak neurobili, ako dôvod uvádzali iné preferencie alebo nedostatočné povedomie o jej ponuke. Návštevníkom Oravy sa najviac páči príroda a milí domáci obyvatelia.

Za najvýraznejšie nedostatky označili dopravnú dostupnosť a dopravnú infraštruktúru regiónu, predražené parkovné, nepriaznivý pomer kvality a ceny ubytovacích, stravovacích a iných služieb. Uvítali by vyšší štandard poskytovania ubytovacích a stravovacích služieb, lepší prístup zamestnancov k hosťom, dobudovanie zariadení poskytujúcich služby turistom a cykloturistom, revitalizáciu Oravskej priehrady a bohatšiu ponuku organizovaných podujatí pre mladých ľudí. Poukázali tiež na potrebu výraznejšej marketingovej komunikácie regiónu.

dopravná
dostupnosť
a dopravná
infraštruktúra

regulovanie
predražného
parkovného

zlepšenie pomeru
kvality a ceny

zvýšenie
štandardu
poskytovaných
služieb

dôraz na prístup
zamestnancov
k hosťom

dobudovanie
zariadení pre
turistov
a cykloturistov

účelnejšie
využitie Oravskej
priehrady

pestrejšia ponuka
atraktívnych
organizovaných
podujatí

výraznejšia
marketingová
komunikácia
regiónu

Priestor na zlepšenie

Strategická časť

Vízia:

Orava bude v roku 2028 treťou najvyhľadávanejšou destináciou v domácom cestovnom ruchu. Do roku 2030 sa z Oravy stane top destinácia pre rodiny s deťmi v domácom cestovnom ruchu, ktorá udržateľne využíva existujúci prírodný a kultúrny potenciál pri zachovaní zmysluplného pomeru ceny a kvality

Z výsledkov realizovanej analýzy vyplýva, že Orava disponuje potenciálom pre naplnenie stanovenej vízie v horizonte presahujúcom obdobie, na ktorý je Stratégia rozvoja cestovného ruchu v regióne Oravy 2024-2028 vytvorená. Potrebné je však kontinuálne pracovať na odstránení bariér, ktoré identifikujeme ako dominantné v rozvoji cestovného ruchu a brániace naplneniu danej vízie. Ide predovšetkým o:

- poddimenzovaný stav zdrojov OOCR Klastra Orava - nedostatočné personálne zabezpečenie a limitované finančné zdroje,
- nízka miera spolupráce naprieč celým regiónom - nerovnomerné rozdelenie angažovaných a zapojených subjektov do rozvoja cestovného ruchu v regióne,
- nepriaznivý pomer ceny a kvality poskytovaných služieb,
- limitovaná systematická podpora zo strany štátu - neexistujúci právny rámec pre vymožitelnosť adekvátneho výberu dane za ubytovanie.

Naplnenie vízie v horizonte do roku 2030 si vyžaduje predovšetkým chápanie cestovného ruchu ako priority a spoluprácu všetkých subjektov nielen organizácie poverenej manažmentom cieľového miesta cestovného ruchu (Klastra Orava, samospráv, miestneho obyvateľstva, podnikov cestovného ruchu,

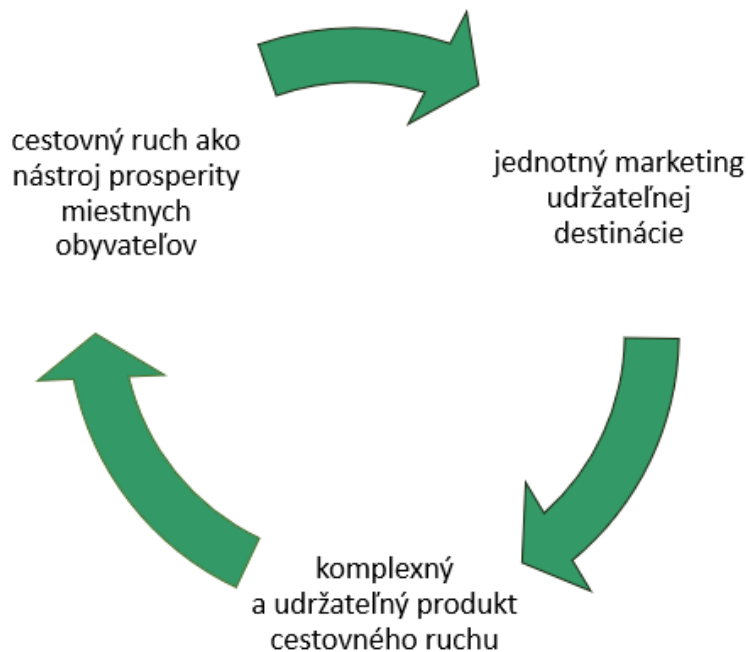
MAS Orava a MAS Biela Orava, neziskového sektoru a ďalších inštitúcií a organizácií).

Východiskom strategického riadenia destinácie Orava je **dodržiavanie kritérií Global Sustainable Tourism Council (GSTC) pre cieľové miesta cestovného ruchu, „GSTC-D“**, ktoré je možné chápať ako minimum udržateľnosti regiónu a inšpirovať sa príkladmi na: <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/gstc-recognized-standards-for-destinations/>.

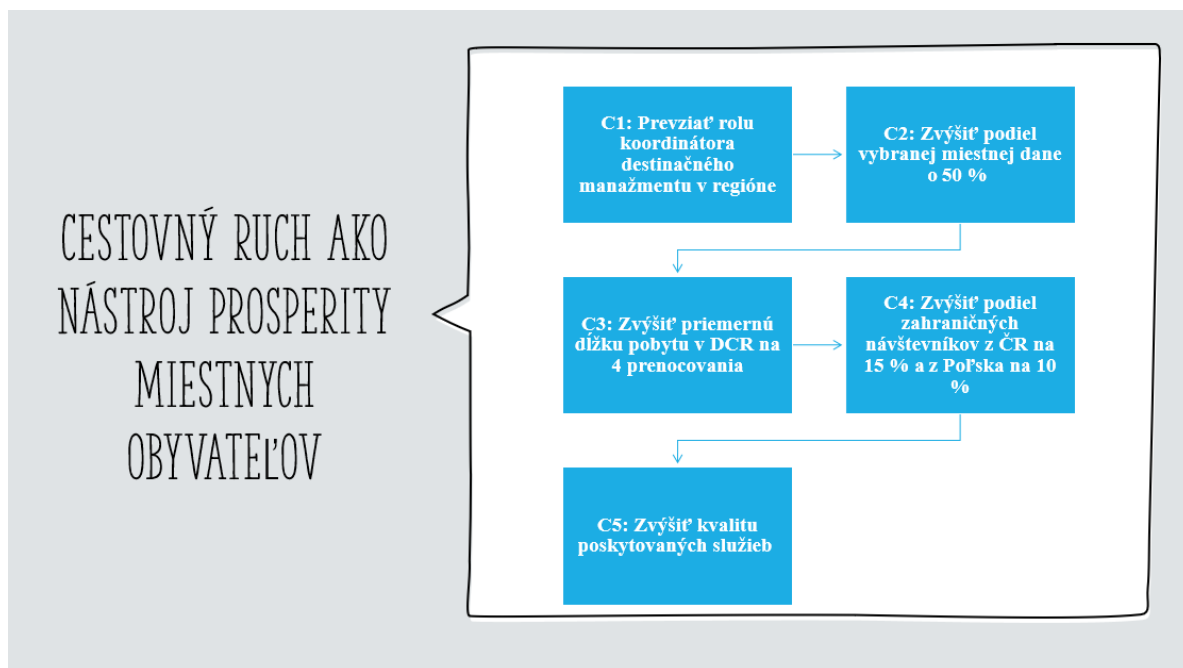


Ciele stratégie sú rozdelené do troch na seba nadväzujúcich oblastí (obrázok 7). Pre každú z prioritných oblastí sú stanovené viaceré strategické ciele, pre ktoré je možné určiť aj konkrétne akčné kroky (čiastkové riešenia nevyžadujúce výrazné zvýšenie nákladov).

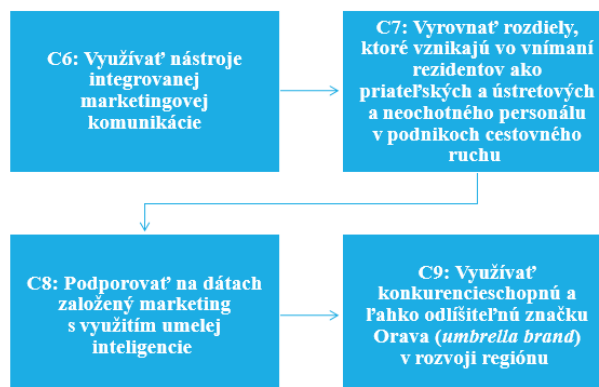
Obrázok 7 Strategické oblasti/zameranie cieľov rozvoja cestovného ruchu v regióne Orava



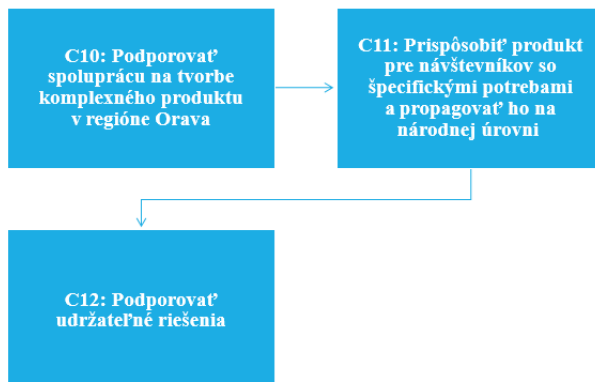
Prameň: Vlastné spracovanie, 2023.



JEDNOTNÝ MARKETING UDRŽATEĽNEJ DESTINÁCIE



KOMPLEXNÝ A UDRŽATEĽNÝ PRODUKT CESTOVNÉHO RUCHU



3.1. Cestovný ruch ako nástroj prosperity miestnych obyvateľov

Cestovný ruch musí prinášať úžitok miestnemu obyvateľstvu. Pri udržateľnom destinačnom manažmente sa prejavujú jeho pozitívne ekonomické, environmentálne a sociálne účinky. Cieľom rozvoja cestovného ruchu v regióne Orava nemá byť masový cestovný ruch (prebytok návštevníkov) a maximalizácia zisku vybraných podnikov, ale práve zvýšenie profitu

miestneho obyvateľstva pri udržateľnom využívaní zdrojov. Za týmto účelom navrhujeme nasledujúce ciele:

C1: Prevziať rolu koordinátora destinačného manažmentu v regióne Orava

V regióne Orava súbežne pôsobia subjekty, ktoré si vo vybraných aspektoch konkurujú, čo v konečnom dôsledku brzdí rozvoj cestovného ruchu:

- ✓ **získavať, spracúvať a účelne využívať potrebné dáta**, ako predpoklad tvorby nových stratégií na generovanie nových tokov príjmov, optimalizovanie ziskov a vytvorenie lepšej konkurenčnej pozície,
- ✓ **podporovať networking podnikateľov**, podieľať sa na podujatiach v co-workingovom centre NOWORK v Námestove a v Dolnom Kubíne,
- ✓ **usporiadať Hackathon** podujatie priamo v regióne, do ktorého sa môžu zapojiť profesionálni aj amatérski programátori, marketéri, grafici a kreatívcovia všetkých vekových skupín za účelom vytvorenia praktického riešenia pre cestovný ruch, ktoré bude uskutočniteľné aj v praxi,
- ✓ **zjednotiť sily pri podávaní projektov cezhraničnej spolupráce**, v súčinnosti s MAS a zahraničnými partnermi spolupracovať pri podaní projektu INTERREG

C2: Zvýšiť podiel vybranej miestnej dane o 50 %

Hodnota vybratej dane za ubytovanie (90 %) determinuje maximálnu výšku dotácie pre oblastnú organizáciu cestovného ruchu. Ide teda o prostriedky, ktoré môže Klaster Orava využiť na rozvoj cestovného ruchu v regióne tak, aby z toho mali úžitok nielen návštevníci, ale aj domáci obyvatelia. Výsledkom bude lepšia infraštruktúrna vybavenosť sídel, kvalitnejšie životné prostredie, vyššia ochrana a obnova kultúrneho dedičstva, ale aj nové pracovné príležitosti. Tento cieľ je možné dosiahnuť naplnením parciálnych cieľov:

- ✓ **realizovať systematické vzdelávanie starostov a podnikateľov** o problematike spolupráce a význame efektívneho výberu dane za ubytovanie pre potreby získavania dotácií,
- ✓ **pripraviť jednotlivé subjekty na zmeny, ktoré nezvratne prinesie systém e-VISITOR**. Klaster Orava musí ochrániť členské subjekty pred šokom a predísť skokovému rastu daňovej povinnosti prevádzkovateľov

- ubytovacích zariadení, ktorý súvisí s úplným vykazovaním všetkých ubytovaných hostí práve kontinuálnou prácou s jednotlivými subjektmi,
- ✓ **regulovať paušálnu daň** zavedenú vo vybraných obciach a vydať odporúčanie pre členské i nečlenské subjekty Klastru Orava k výberu dane za ubytovanie: 1) reálna daň vybratá v závislosti od počtu prenocovaní a počtu hostí alebo 2) paušálna daň, ktorá počíta s využitím ubytovacích zariadení na úrovni 50%,
 - ✓ **systematizovať štatistiky o počte návštevníkov regiónu.**

C3: Zvýšiť priemernú dĺžku pobytu v domácom cestovnom ruchu na 4 prenocovania

Napriek dlhodobu klesajúcemu trendu v priemernom počte prenocovaní je možné dosiahnuť minimálne priemerný počet prenocovaní v strednodobom horizonte 3,59 spred 20 rokov a 4 prenocovania v dlhodobom horizonte. Cieľom nie je generovanie nových jednorazových návštevníkov, ale predĺženie pobytu existujúcich hostí a výchova lojálnych návštevníkov, ktorí sa budú pravidelne do regiónu Orava vracat'. Nápomocné môžu byť nasledujúce akčné kroky:

- ✓ zabezpečiť dostatočnú **diverzifikáciu ponuky**, komplexnosť produktov, aby mal návštevník opakovane, čo robiť v regióne,
- ✓ dobudovať **zariadenia poskytujúce služby turistom a cykloturistom**, pre vybraný cieľový segment rodiny s deťmi, zvýšiť využívanie udržateľných foriem dopravy, pešej a cyklistickej,
- ✓ **zvýšiť povedomie** potenciálnych návštevníkov **o regionálnej karte Orava Card**,
- ✓ **maximálne využiť potenciál regionálnej karty Orava Card** na priame oslovenie návštevníkov, ponuku komplexných produktov cestovného ruchu, ponukou fakultatívnych aktivít, poskytovanie zliav a iných výhod u partnerov,
- ✓ **v ubytovacích zariadeniach zaviesť 4+1 noc grátis**, sledovať štatistické ukazovatele reálnych návštevníkov (uspokojeného dopytu), pružne reagovať na zmeny v dopyte.



C4: Zvýšiť podiel zahraničných návštevníkov z kľúčových zdrojových trhov na štruktúre prenocovaní v prípade Českej republiky na 15 % a Poľska na 10 %

- ✓ **cieliť marketingové kampane**, nerozptyľovať pozornosť na neperspektívne trhy.

C5: Zvýšiť kvalitu poskytovaných služieb

Pomer ceny a kvality považujú respondenti dotazníkového prieskumu aj odborníci za problematický.

- ✓ **spolupracovať** s miestnymi strednými odbornými školami **na výchove angažovaných budúcich zamestnancov**,
- ✓ v spolupráci so strednými odbornými školami **definovať štandardy poskytovaných služieb**,
- ✓ poskytovať **poradenskú a konzultačnú činnosť členom aj nečlenom Klastra** a motivovať ich príkladmi dobrej praxe, ocenením proaktívnych subjektov,
- ✓ vytvoriť a zaviesť/podporovať **regionálnu značku kvality**, zabezpečiť predaj a distribúciu regionálnych produktov ku koncovému užívateľovi na podujatiach/vlastných predajných bodoch („Regionálne stánky“)/ v lokalitách s vysokou koncentráciou návštevníkov.

3.2. Jednotný marketing udržateľnej destinácie

Existujúce marketingové aktivity Oravy ako destinácie sú nateraz nekoordinované, svedčí o tom neprehľadnosť web stránok, absentujúce dominantné postavenie web stránky Klastra Orava, neexistencia plánu a strategického prístupu k marketingovej komunikácii na sociálnych médiách a sieťach.

C6: Využívať nástroje integrovanej marketingovej komunikácie

- ✓ **zjednotiť online a offline nástroje** marketingovej komunikácie,
- ✓ zamerať sa na **SEO** - optimalizáciu technickej konfigurácie webovej stránky Klastra Orava, stanoviť plán na vytvorenie, optimalizáciu a propagáciu obsahu s cieľom zlepšiť jeho viditeľnosť vo výsledkoch vyhľadávačov,
- ✓ **vypracovať ročný plán komunikácie na sociálnych sieťach** s ohľadom na sezónnosť, organizované podujatia v regióne, preferencie domáceho obyvateľstva, čo výrazne šetrí zdroje a umožňuje prehĺbenie vzťahu s návštevníkmi regiónu a ich priame oslovenie (zapojenie),
- ✓ **podporovať elektronické ústne podanie (e-WOM), využívať storytelling a manažovať zdieľanie informácií**, aktívne vyzývať návštevníkov Oravy k poskytovaniu recenzií cez vopred určené eWOM médiá (napr. webová stránka klastra, účty na sociálnych sieťach).

C7: Vyrovnáť rozdiely, ktoré vznikajú vo vnímaní rezidentov ako priateľských a ústretových a neochotného personálu v podnikoch cestovného ruchu

Je potrebné si uvedomiť, že vnímaný imidž destinácie sa tvorí organicky aj bez priameho zapojenia manažérskej organizácie na základe informácií z iných oblastí ako je cestovný ruch.

- ✓ orientovať sa na zákazníka, realizovať **vzdelávacie aktivity** pre členov a nečlenov Klastra, poskytovať poradenské služby,
- ✓ **spolupracovať** s miestnymi strednými odbornými školami **na výchove angažovaných budúcich zamestnancov**,
- ✓ v spolupráci so strednými odbornými školami **definovať štandardy poskytovaných služieb**,

C8: Podporovať na dátach založený marketing s využitím umelej inteligencie

- ✓ **realizovať analýzu sentimentu** (využíva NLP a AI) o jednotlivých podnikoch (hotely, reštaurácie, atraktivity atď.) a o Orave ako celku, následne marketingový špecialista Klastra Orava môže vytvárať efektívne kampane, ktoré prinútiť návštevníkov kliknúť na tlačidlo "rezervovať teraz".

C9: Využívať konkurencieschopnú a ľahko odlíšiteľnú značku Orava (*umbrella brand*) v rozvoji regiónu

- ✓ **prepájať vizuálne stvárnenie značky (logo), sloganu, a hodnôt v online priestore**, v podcastoch, na interaktívnych tabuliach v priamo v regióne a mimo neho, využívať virtuálnu a zvýšenú realitu s odkazom na značku.

3.3. Komplexný a udržateľný produkt cestovného ruchu

Strategická oblasť sa zameriava na sociálnu udržateľnosť a zdôrazňuje inkluzívny cestovný ruch/cestovný ruch pre všetkých.

C10: Podporovať spoluprácu na tvorbe komplexného produktu v regióne Orava:

- ✓ kontinuálne získavať dáta o pohybe a preferenciách návštevníkov v regióne Orava, zaviesť systém do vykazovania jednoduchých návštevníkov s využitím aplikácie VisitOrava, QR kódov, fyzických počítačiek v exponovaných bodoch záujmu ap., a **produkt cestovného ruchu dynamicky prispôbovať dopytu,**
- ✓ **zapojiť MAS Orava** do tvorby komplexného produktu cestovného ruchu regiónu, zdieľať zdroje pri tvorbe produktu Oravská priehrada, vybudovať pláže, zázemie pre športovo-rekreačné aktivity,
- ✓ **diverzifikovať ponuku organizovaných podujatí** v regióne (okrem tradičných folklórnych, ktoré naďalej zostanú dominantnými) za účelom rozšírenia pozornosti na sekundárne cieľové skupiny ako mladí ľudia s ohľadom na princípy udržateľnosti,
- ✓ **podporovať občianske iniciatívy,**
- ✓ **v Západných Tatrách dobudovať infraštruktúru pre celoročné udržateľné využitie,** podporiť sprístupnenie Ťatliakovej chaty celoročne, v zimnej sezóne vytvoriť minimálne zázemie pre rodiny s deťmi (sánkarska dráha, korčuliarska plocha),
- ✓ orientovať sa na **zážitok návštevníka,**
- ✓ vytvoriť **ponuku pre „city getaway“** z veľkých miest a aktívne ju propagovať cez web, aplikáciu VisitOrava a sociálne siete, odkloniť prílev turistov smerujúcich na Liptov (Orava je po ceste, nie je prepchatá návštevníkmi, ponúka dobrodružstvo) cez víkendové pobyty pre (1) rodiny s deťmi - itinerár zameraný na „skôr do hôr“/Tatry na dlani/(hi)STORY, (2) páry – wellness pobyty zamerané na rýchlu regeneráciu síl, digitálny detox (odpoj sa od siete-pripoj sa k sebe), pobyt v 100 % koncentrovanej prírode, kultúrnych nadšencov a lovcov histórie,
- ✓ **zatraktívniť ponuku vzdelávacích a poznávacích zájazdov**

a školských výletov v kultúrnom cestovnom ruchu, s využitím modelu AIDA (attention, interest, desire, action) vychovať budúcich lojálnych návštevníkov, podporiť interaktívne formy komunikácie; zmeniť školské výlety, ktoré absolvujú všetci žiaci a študenti v regióne Orava na nezabudnuteľný zážitok, ktorý podnieti k opakovanej návšteve,

- ✓ propagovať **Oravu ako ideálny priestor pre život digitálnych nomádov.**

C11: Prispôbiť produkt pre návštevníkov so špecifickými potrebami a propagovať ho na národnej úrovni:

- ✓ **prehľbiť spoluprácu so Slovenským zväzom telesne postihnutých** v rámci monitoringu bezbariérovosti lokalít,
- ✓ **zaradiť Oravu** a konkrétne Dolný Kubín **do ponuky slovakia.travel** v sekcii Slovensko pre.... Cestovanie bez bariér (<https://slovakia.travel/cestovanie-bez-barier>),
- ✓ zvyšovať inklúziu **v spolupráci s Úniou nevidiacich a slabozrakých** Slovenska, zapojenie sa do súťaží Cesta svetla,
- ✓ **oceniť šírenie dobrého mena regiónu Orava v oblasti inkluzívneho cestovného ruchu** pre školy, podniky a širokú verejnosť,
- ✓ **prispôbiť ponuku stravovacích zariadení pre osoby s diétnymi obmedzeniami** (ide o stúpajúci trend v globálnom meradle), zaradiť ponuku bezlaktózových, bezmliečnych, bezlepkových, vegánskych a vegetariánskych jedál, čo predstavuje pre podniky určitú konkurenčnú výhodu a jedinečnosť,
- ✓ prispôbiť **infraštruktúru a smerovníky, ako aj navádzacie tabule pre slabozrakých a nevidiacich.**

C12: Podporovať udržateľné riešenia:

- ✓ realizovať kampaň za **obmedzenie a odstránenie jednorazových predmetov**, predovšetkým plastov,
- ✓ **propagovať pitie čistej vody** nielen sprístupnených pitných fontán, ale aj ponukou vody v pohostinských zariadeniach, revitalizovať pramene,
- ✓ **ceny vstupného do najvyhl'adávanějších atraktivít regulovať**

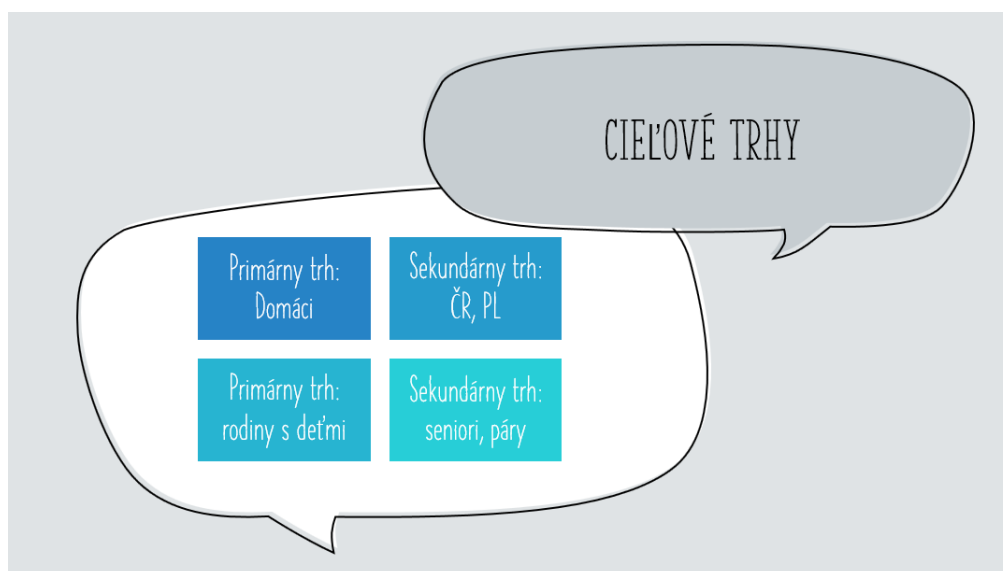
v závislosti od dopytu (vyššie ceny cez školské prázdniny a víkendy, stimulovanie dopytu nižšou cenou počas pracovných dní a mimo hlavnej sezóny).

Za potenciálne produktové línie, ktoré je možné rozvinúť v marketingovej stratégii regiónu Orava, považujeme:

Živel vody/ živá voda – primárna cieľová skupina: rodiny s deťmi, ďalej seniori, potenciál pre rozvoj športovo- rekreačného a wellness cestovného ruchu formou vodnej turistiky, cykloturistiky, rekreácie pri vode,

Príroda v najčistejšej podobe – primárna cieľová skupina: rodiny s deťmi, ďalej páry, potenciál pre rozvoj športovo- rekreačného cestovného ruchu, dobrodružného cestovného ruchu, slow tourism formou pešej turistiky, cykloturistiky, pre výklenkové trhy pozorovanie vtákov, návšteva biotopov-mokradí,

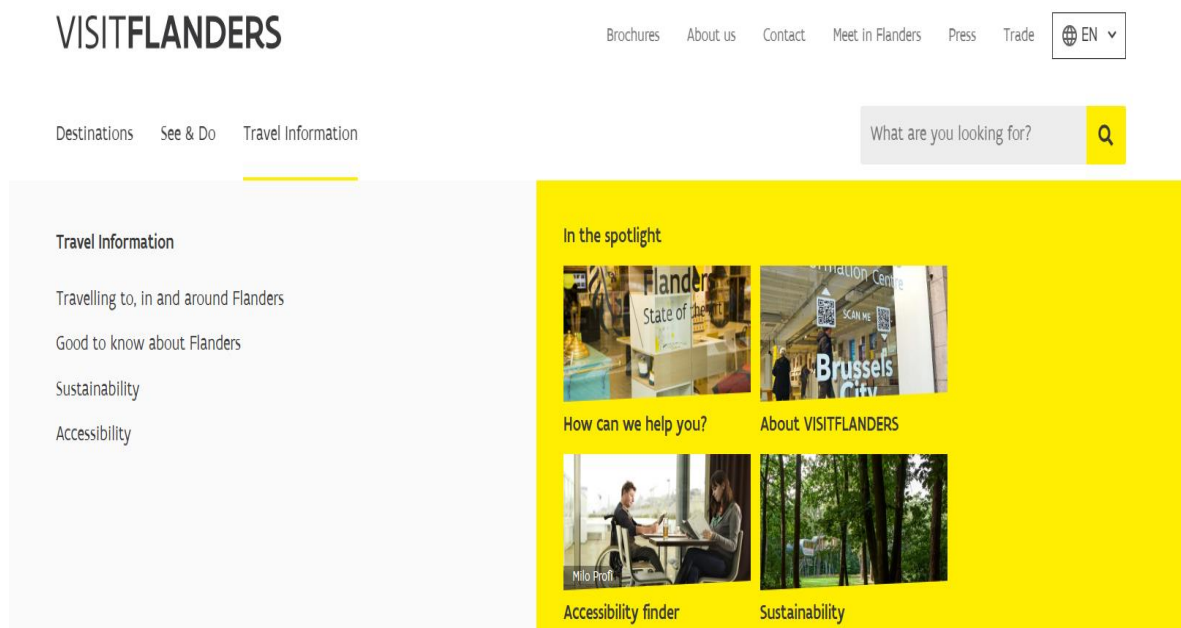
(Hi)story/ História Ťa prebudí – primárna cieľová skupina: rodiny s deťmi, mladí ľudia (žiaci a študenti), potenciál pre rozvoj kultúrno-poznávacieho cestovného ruchu formou vzdelávacieho cestovného ruchu, návštev osvetových zariadení, kultúrneho a prírodného dedičstva UNESCO, využitie herných prvkov- gamifikácie, geocaching, 3D modelov.



4.1. Tvorba komplexného produktu dostupného pre všetkých ako predpoklad konkurenčnej výhody cieľového miesta- Flámsko (VISITFLANDERS)

Prístupnosť cieľového miesta nemusí byť strašiacom, zdĺhavým byrokratickým bojom ani finančne náročná. Pozitívnym príkladom, ako sa dá vecne pracovať s informáciami pre osoby so zdravotným znevýhodnením je VISITFLANDERS, organizácia destinačného manažmentu vo Flámsku. Príklad uvádzame ako inšpiráciu v súvislosti s výrazným kultúrno-historickým potenciálom, ktorým región Orava disponuje a množstvom kultúrnych atraktivít, z ktorých niektoré sú ťažšie dostupné (napr. Oravský hrad). Za pozitívum pokladáme komplexnosť informácií, ktoré si čiastkovo návštevníci so zdravotným znevýhodnením nemusia dohľadávať z rôznych zdrojov. Špecifické potreby a obmedzenia zaznamenávajú v súčasnej spoločnosti rastúci trend, od diétnych obmedzení (alergie, intolerancie, ochorenia ako cukrovka a iné), cez zníženú mobilitu osôb (starší návštevníci, rodiny s kočíkmi, vozíčkari) až po nevidiacich a slabozrakých. Dostatok informácií, proaktívny prístup manažérskej organizácie v cieľovom mieste a následné prispôbenie ponuky vnímajú takíto návštevníci pozitívne, radi sa do overených cieľových miest vracajú a poväčšine cestujú s asistentom/rodinným príslušníkom. Za kvalitné služby tak minú v cieľovom mieste viac prostriedkov. VISITFLANDERS na svojej web stránke adresným spôsobom informuje o možnostiach bezbariérového ubytovania vo Flámsku a v Bruseli pod názvom: Flámsko, dovolenková destinácia pre každého!

Obrázok 8 Príklad ľahkej dostupnosti informácií o cestovaní osôb so zdravotným znevýhodnením na webstránke VISITFLANDERS



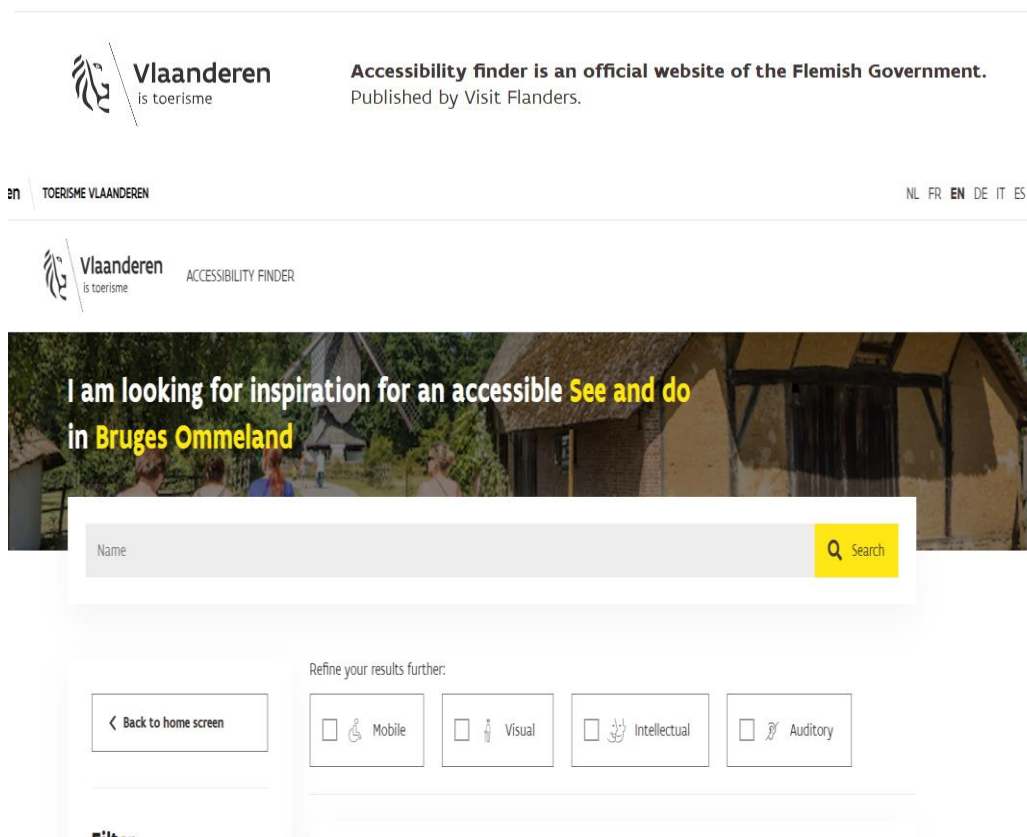
Prameň: www.visitflanders.com, 2023.

Online dostupné sú dve brožúry o overených ubytovacích zariadeniach, ktoré spĺňajú prísne posudzovanie komisie: "Prístupné dovolenkové ubytovanie vo Flámsku a Bruseli"!

„Brožúry vám presne povedia, čo môžete očakávať z hľadiska prístupnosti. Od vchodových dverí až po najmenšiu miestnosť: všetko bolo preskúmané a posúdené na mieste. V týchto publikáciách sa nachádza len najlepšie a najdostupnejšie ubytovanie vo Flámsku“ (www.visitflanders.com, 2023).

Na web stránke sú umiestnené krátke Youtube videá v posunkovom jazyku s prepisom slov a adresne pre osoby s viacnásobným znevýhodnením, odporúčania a zoznamy reštaurácií a iných pohostinských zariadení, ktoré je možné navštíviť v mestách Leuven, Brugy, Gent, Mechelen. Ponuka je rozdelená na základné časti: Certifikácia, Jedlo a nápoje, Transport, Nákupy, Extra tipy.

Obrázok 9 Vyhľadávač informácií o cestovaní osôb so zdravotným znevýhodnením na webstránke VISITFLANDERS



Prameň: www.visitflanders.com, 2023.

Zaujímavým spôsobom je prezentovaná ponuka kultúrneho cestovného ruchu, predovšetkým kultúrno-osvetových zariadení formou Návšteva múzea z pohodlia domova (Stay at home museum). Príkladom môže byť predstavenie zbierky Van Eycka, Bruegela a Rubensa s využitím digitalizácie a s prekladom do medzinárodného posunkového jazyka alebo anglického posunkového jazyka v Youtube videách.

Obrázok 10 Stay at home museum na webstránke VISITFLANDERS

<https://www.visitflanders.com/en/stories/stay-home-museum>

Jan van Eyck - MSK Gent

Jan van Eyck is called a "Flemish primitive", although his paintings are far from primitive. Van Eyck's painting style is highly realistic and yet packed with symbolism. Till-Holger Borchert, curator of the unique exhibition "Van Eyck – an optical illusion", walks you through the Fine Arts Museum in Ghent (MSK) and presents his favourite masterpieces.



Prameň: www.visitflanders.com, 2023.

Okrem praktických a vecných informácií, podporuje VISITFLANDERS zapojenie návštevníka do diania v cieľovom mieste aj iným spôsobom. Vytvára úzky vzťah, a tým aj lojálneho návštevníka, ktorý sa rád vráti, využívaním storytellingu. Cez príbehy iných osôb so zdravotným znevýhodnením a špecifickými potrebami predstavuje región ako ideálne cieľové miesto.

„Podarilo sa vám nájsť vo Flámsku chutnú reštauráciu so špeciálnym menu pre ľudí s cukrovkou? Absolvovali ste nezabudnuteľný výlet do múzea, ktoré berie ohľad na svojich návštevníkov so zrakovým znevýhodnením? Boli ste na krásnej prechádzke, ktorá je prístupná aj pre vozičkárov? Podel'te sa o svoje odporúčania a skúsenosti s ostatnými cestovateľmi tým, že nám pošlete recenziu Vášho pobytu.

Chcete sa radšej inšpirovať skúsenosťami iných? Hoci vysnívaná dovolenka inej osoby nemusí byť pre vás ideálnym výletom, stále si môžete užiť trochu snívania, zatiaľ čo budete čítať chytľavé cestovateľské príbehy a návrhy iných ľudí na našu krásnu destináciu“ (www.visitflanders.com, 2023).

Okrem poskytovania informácií návštevníkmi, tvorby na mieru šitých produktov aj pre osoby so zdravotným znevýhodnením a poradenskej činnosti, Visit Flanders na svojej web stránke aktívne vyzýva členov aj nečlenov k zavedeniu certifikácie prístupnosti.

Kvalita na prvý pohľad!

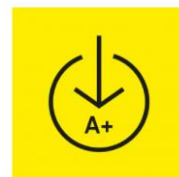
„Výhodou spoľahlivej certifikácie prístupnosti je, že už na prvý pohľad preukáže, čo môže zákazník so špecifickými potrebami očakávať. Pre mnohých turistov, dovolenkárov aj obchodných cestujúcich, je dôležité mať takéto informácie vopred už pri rezervácii dovolenky alebo plánovaní účasti na konferencii. Aj iní návštevníci (a vaši vlastní zamestnanci) sa môžu pohodlnejšie a bezpečnejšie pohybovať v priestore, ktorý je bezbariérový“ (www.visitflanders.com, 2023).

Certifikácia prístupnosti je zárukou kvality. Preto sa prideliť až po uskutočnení prieskumu na mieste. Výsledky sa následne zobrazia na webovej stránke <https://toevla.vlaanderen.be>. Špeciálne vytvorená komisia zložená zo zástupcov zväzu zdravotne znevýhodnených a odvetvia cestovného ruchu v konečnom dôsledku rozhodne, ktorá značka bude pridelená budove alebo aké podmienky musia byť splnené ako prvé.

Certifikácia má 2 úrovne: A a A+

Označenie A+ znamená, že budova má pozitívne skóre (+) na základných komponentoch a na spojeniach medzi týmito komponentmi. Splňa prísne normy prístupnosti a je prístupná pohodlným a nezávislým spôsobom.

Označenie A znamená, že budova ponúka základnú prístupnosť. Budova je využiteľná pre väčšinu ľudí so zníženou pohyblivosťou, ale môže vyžadovať ďalšie úsilie alebo pomoc asistenta.



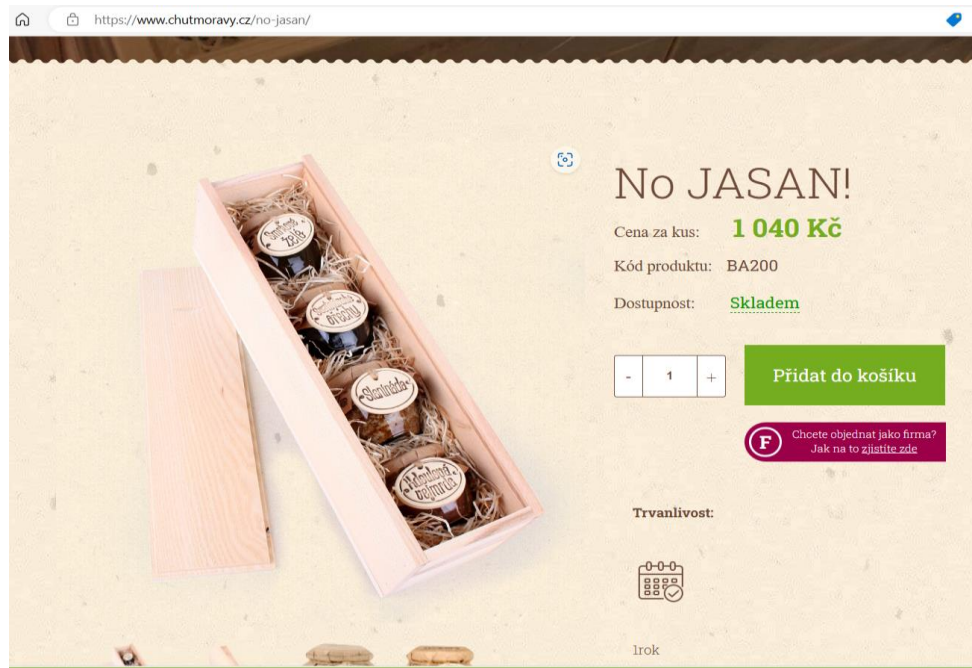
4.2. Regionálne produkty ako konkurenčná výhoda cieľového miesta vo vidieckom cestovnom ruchu

Úloha organizácie destinačného manažmentu sa neobmedzuje len na vydanie certifikátu o regionálnom pôvode produktov, ale spočíva aj v aktívnej

distribúcií daných produktov ku koncovému užívateľovi, t.j. potenciálnemu alebo existujúcemu návštevníkovi. Lokálne a regionálne produkty predstavujú esenciu cieľového miesta pre návštevníka, prepájajú ho s pozitívne strávenými chvíľami a môžu naviesť k opätovnej návšteve. Príklady, ako sa regionálny produkt môže stať konkurenčnou výhodou, sú zo susednej Moravy.

Chuťmoravy je súkromná spoločnosť, ktorá sa v počiatkoch zameriavala na lokálne moravské víno, ale netradičný nápad a chuť skončiť s nudnou prácou priviedol počítačového grafika a programátora k vytvoreniu gastronomických produktov, ktoré si rýchlo našli obľubu doma i v zahraničí - Svätějanských orechov a nakladaného chmeľu. Prepájajú tak tradičné pochutiny zo starých kuchárskych kníh s modernými prístupmi k slow food a preferenciami zákazníkov po lokálnych produktoch. O ich popularizáciu sa pričínil i známy český šéfkuchár Pohlreich, ktorý ich používa vo svojich receptoch. V súčasnosti ponúkajú cez kvalitne spracovaný e-shop produkty v pestrom zložení balíčkov. V nadväznosti na svätějanske orechy veľmi dobre využívajú storytelling: Špeciality svätějanske orechy súvisia aj s prázdninovou legendou o poklade svätějanskeho leta, ktorý možno nájsť na svätějanskej noci pod zlatou papraďou. Osobitý dizajn balenia, humor a využitie príbehu robia z tohto jednoduchého produktu obľúbený darček. Produkty sú dostupné v turistickom informačnom centre TO JE Brno a v dvanástich maloobchodných prevádzkach zameraných na výrobu a predaj kvalitných lokálnych produktov (delikatesy, mäsiarstva, vína) po celej Českej republike.

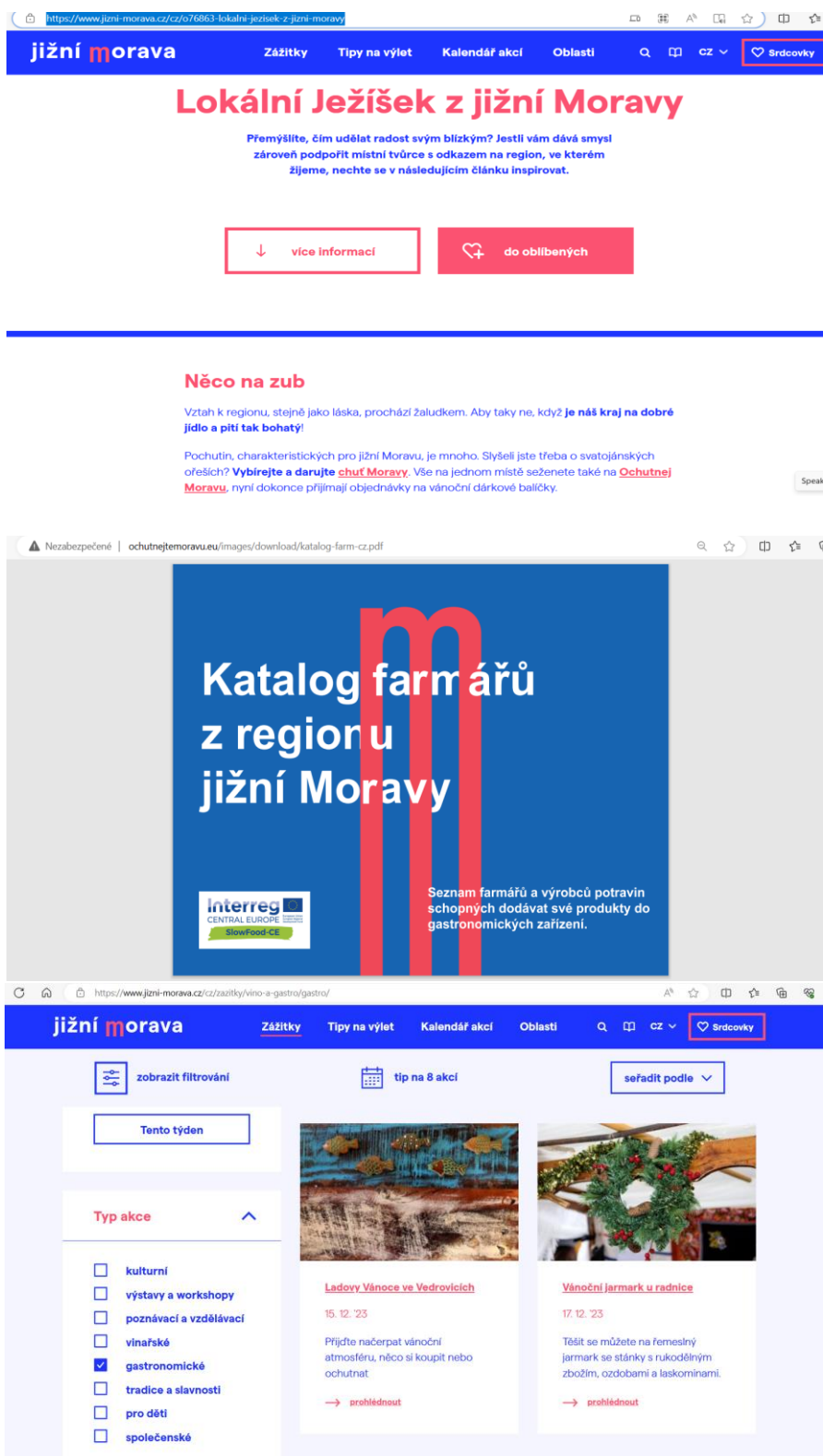
Obrázok 11 Príklad regionálneho produktu Moravy



Prameň: www.chutmoravy.cz, 2023.

Organizácia destinačného manažmentu Jižní Morava na svojej web stránke propaguje regionálne produkty viacerými cestami, uvádza Chuť Moravy spolu s ďalšími miestnymi producentmi v katalógu lokálnych farmárov, s priamym preklikom na web spoločnosti vytvára ponuku darčiekov a v kalendári akcií ponúka možnosť výberu gastronomických podujatí (obrázok 12).

Obrázok 12 Propagácia regionálnych produktov na web stránke Jižní Morava



Prameň: www.jizni-morava.cz, 2023.

4.3. Manažment rizika a podpora odolnosti cieľového miesta na príklade Južného Tirolska (South Tyrol) a Korutánska (Carinthia)

Pandémia COVID-19 ako aj iné udalosti z posledných rokov (vojenský konflikt na Ukrajine, v dôsledku toho využívanie voľných ubytovacích kapacít v regiónoch na ubytovanie odídencom, zvyšujúca sa migrácia z tretích krajín EÚ) poukázali na silnú previazanosť cieľových miest v globálnom meradle a ich nízku mieru odolnosti. Vzniknuté nepredvídateľné situácie, ako aj prírodné katastrofy, predstavujú krízové situácie, ktorých počet bude v nadchádzajúcich rokoch narastať, a na ktoré sa cieľové miesta musia pripraviť. Manažment rizika ako súčasť budovania odolnosti (reziliencie cieľového miesta) si vyžaduje kooperáciu naprieč širokým spektrom subjektov. Komunikácia o riziku zohráva zásadnú úlohu pri riadení rizík, týka sa rôznych aspektov a plní rôzne účely, od informovania o prírodných nebezpečenstvách, zvyšovania akceptácie štrukturálnych a neštrukturálnych opatrení a informovanosti o nich až po aktivizáciu účasti, zvyšovanie odolnosti a rozvoj spoločnosti, ktorá vie v prípade krízovej situácie primerane reagovať.

Úloha organizácie destinačného manažmentu sa v danom prípade odkláňa od marketingových aktivít k zodpovednému riadeniu cieľového miesta (good governance). Aby bola komunikácia o riziku účinná, musí po prvé uznať potreby rôznych subjektov a po druhé vyvinúť prístupy, nástroje a obsah, ktoré sú najvhodnejšie na ich oslovenie a zapojenie (obrázok 6).

Obrázok 13 Mapy ako jeden z nástrojov použitých na workshopoch pre lepšiu informovanosť verejnosti



Prameň: www.intechopen.com/chapters/78033, 2023.

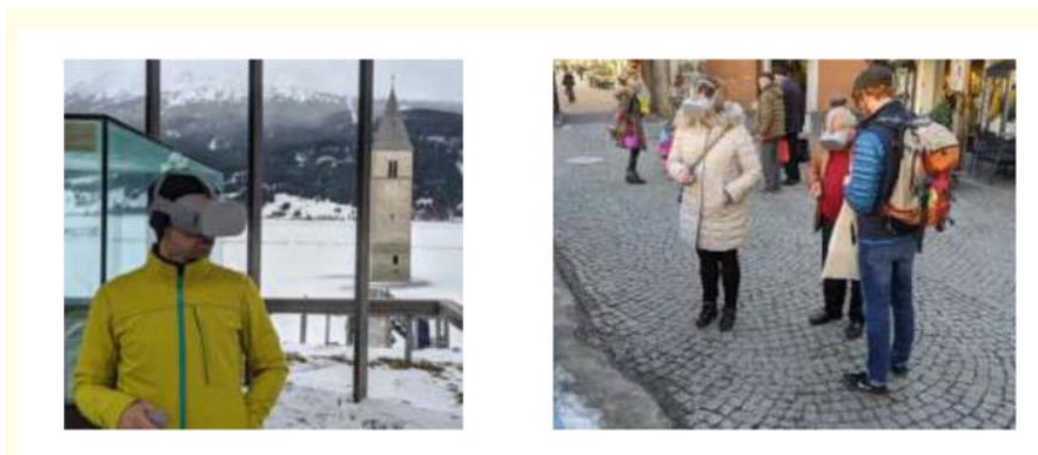
Predkladané návrhy sú výsledkom cezhraničnej spolupráce medzi Rakúskom a Talianskom (INTERREG Italy-Austria project RiKoST Risk communication strategies, viac spoločných projektov na: <https://afbs.provinz.bz.it/>). Vo vzťahu k verejnosti (rezidentom a návštevníkom) je potrebné realizovať prieskum s cieľom lepšie pochopiť vnímanie rizika ľuďmi a ich vedomosti o prírodných nebezpečenstvách, informačné kanály, ktoré používajú a ktorým dôverujú; identifikovať aktivity realizované na zvyšovanie informovanosti v rôznych oblastiach.

Riziko v regióne Južné Tirolsko a Korutánsko predstavujú odlesňovanie priestoru a povodne. Obe skutočnosti sa priamo či nepriamo dotýkajú aj regiónu Orava, preto sme zvolili daný príklad. Vychádzame z výsledkov skúmania, ktoré získala Pedothová a kol. (2022) s cieľom zvýšiť informovanosť o rizikách a preskúmať nové spôsoby dosiahnutia kolektívnej zmeny v chápaní a riešení rizika. Zistili, že existujúce neštruktúralne ochranné a preventívne opatrenia, najmä plány zón ohrozenia, sú medzi obyvateľstvom málo známe, že dôvera v zodpovedné orgány je vysoká a že je potrebný dialóg o rizikách

prostredníctvom rôznych činností. V oboch regiónoch boli do projektu s názvom "Ak poznáte riziko, viete, čo máte robiť!" zapojení starostovia obcí, občania, miestni odborníci, členovia záchranných zložiek (hasiči, polícia, pohotovostná zdravotná služba), zainteresované subjekty z cestovného ruchu, študenti stredných a základných škôl.

Na zvyšovanie informovanosti verejnosti o potenciálnych rizikách je možné využiť viaceré aktivity: integračný deň počas vyučovania a školské akcie, obe aktivity s využitím virtuálnej reality (VR) aj simulácie s prvkami gamifikácie (herné prvky v inom prostredí). V komunitách v Korutánsku sa uskutočnili semináre zainteresovaných strán so zástupcami občanov, miestnymi odborníkmi, jednotkami pomoci a zástupcami miestnych samospráv s cieľom vypracovať participatívnym spôsobom miestne operačné plány. Pri rôznych akciách sa preto použili rôzne zdroje komunikácie, komunikačné kanály, obsah a cieľové skupiny: brožúry, okuliare VR s 3D videami o miestnych prírodných nebezpečenstvách, neformálne rozhovory, mapy, vyučovanie s historickými miestnymi obrázkami a teoretickým obsahom, online stretnutia a diskusie, workshop založený na hrách a workshopy zainteresovaných strán.

Obrázok 14 Využitie virtuálnej reality pre zvýšenie informovanosti rezidentov o potenciálnych rizikách a prírodných katastrofách v regióne



Prameň: www.intechopen.com/chapters/78033, 2023.

Zo záverov štúdie vyplýva, že školy sú dôležitým aktérom v oblasti vzdelávania o rizikách. Téma prírodných nebezpečenstiev a rizika by sa mala

stať súčasťou školských osnov a vzdelávacieho procesu, napríklad organizovaním exkurzie so študentmi do chránených krajinných oblastí lesa v danom cieľovom mieste. Virtuálna realita je vhodným nástrojom na zvýšenie povedomia a na začatie diskusie so študentmi či občanmi. 3D video môže vizualizovať úlohu ochranného lesa zobrazením scenárov prírodných nebezpečenstiev s ochranným lesom a bez neho a prepojiť vnímanie rizika, emócie a vedomosti interaktívnejším spôsobom. Využitie simulačných hier má veľký potenciál pri zvyšovaní povedomia o riziku katastrof, ale tiež umožňuje nedostatočne zastúpeným skupinám obyvateľstva, ako sú mladí ľudia, podieľať sa na procesoch manažmentu rizika.

Zoznam použitých zdrojov

Čelko, J., Ďurčanská, D., Drličiak, M., Kováč, M., Briliak, D. 2021. *Územný generel dopravy mesta Námestovo. Záverečná správa*. Žilinská univerzita v Žiline, Stavebná fakulta, Katedra cestného staviteľstva, 2021. Dostupné online: https://www.namestovo.sk/uploads/fck/file/strategie%20a%20projekty/Generel%20dopravy/UGD_NO_final_V1.pdf

Pedoth L, Carnelli F, Koboltschnig G, et al. 2022. *Improving Risk Communication Strategies through Public Awareness and Engagement: Insights from South Tyrol and Carinthia*. Protective Forests as Ecosystem-based Solution for Disaster Risk Reduction (Eco-DRR). IntechOpen. Available at: <http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.99517>.

UNWTO. 2012. *Destination wetlands: supporting sustainable tourism*. Secretariat of the Ramsar Convention on Wetlands, Gland, Switzerland, & World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain (3) (PDF) Destination Wetlands - Supporting sustainable tourism. Available from: https://www.researchgate.net/publication/337608186_Destination_Wetlands_-_Supporting_sustainable_tourism [accessed Dec 10 2023].