



Koncepcia rozvoja turistickej destinácie Liptov na roky 2023 až 2027 (s výhľadom do roku 2030)

Liptov – destinácia pre kvalitný pobyt návštevníka aj kvalitný život

Oblasťná organizácia cestovného ruchu REGION LIPTOV oslávila v roku 2022 desaťročie od svojho vzniku. Uplatňovanie destinačného manažmentu v tomto regióne má však dlhšiu tradíciu, a to už od vzniku Klastra LIPTOV, ktorý je dnes silným partnerom OOCR v rozvoji destinácie.

Jednou z úloh OOCR REGION LIPTOV ako strešnej manažérskej organizácie v cestovnom ruchu v regióne je uplatňovať vo svojich aktivitách strategický prístup. Koncepcia rozvoja turistickej destinácie Liptov na roky 2023 až 2027 (s výhľadom do roku 2030) nadväzuje na aktivity zrealizované v predošlom strategicko-plánovacom období, avšak zohľadňuje aj rastúcu potrebu zvyšovania odolnosti Liptova. Zámerom OOCR REGION LIPTOV je správnym spravovaním vytvárať podmienky pre to, aby destinácia kvalitatívne napredovala, bola pripravená a nastavená podľa aktuálnych destinačných trendov a aby čo najlepšie zvládala nepredvídateľné udalosti aj dopady klimatických zmien a masového cestovného ruchu, ktorý sa prejavuje v znižovaní kvality života v destinácii a negatívnom vnímaní cestovného ruchu miestnymi. OOCR si uvedomuje, že v regióne Liptov je nevyhnutné sústrediť sa nie len na marketing, ale predovšetkým na kvalitatívny rozvoj zázemia a destinačnej ponuky, vrátane zmierňovania negatívnych dopadov neudržateľného cestovného ruchu. V kontexte destinačných trendov to v destináciách so silnou značkou znamená aj zvyšovanie podielu výdavkov na rozvojové aktivity na úkor marketingových a predovšetkým posilňovanie personálnych kapacít, ktoré systematicky riešia rozvojové aktivity s ohľadom na špecifiká jednotlivých lokalít.

Liptov patrí v súčasnosti medzi najnavštevovanejšie destinácie na Slovensku. Hlavným dlhodobým cieľom OOCR REGION LIPTOV je formovať Liptov ako konkurencieschopnú a odolnú turistickú destináciu, s kvalitnými podmienkami pre život obyvateľov, ktorí sa podieľajú na tvorbe udržateľnej destinačnej ponuky a aktívne tu trávajú čas.

Koncepcia rozvoja turistickej destinácie Liptov na roky 2023 až 2027 (ďalej Koncepcia) je určená členským subjektom OOCR REGION LIPTOV a zároveň predpokladá, že jej členovia budú hájiť záujmy jej spoločnej vízie, cieľov a postavenia cestovného ruchu medzi prioritami sociálneho a hospodárskeho rozvoja. Dokument je určený aj ostatným aktérom v rozvoji cestovného ruchu v regióne (nečlenské subjekty), pretože veríme, že nastavenie strategického smerovania a stotožnenie s víziou je základom realizácie dlhodobých udržateľných a prínosných aktivít a zároveň má schopnosť posilniť vnútornú identitu a súdržnosť regiónu Liptov.

Tím OOCR REGION LIPTOV

Obsah

Zoznam skratiek	5
Zoznam tabuliek a ilustrácií	6
A. VÝCHODISKÁ KONCEPCIE/ RIADENIA DESTINÁCIE LIPTOV	8
1 Vymedzenie destinácie Liptov	9
1.1 Hranice destinácie	9
1.2 Dostupnosť destinácie	9
2 Legislatívny, strategický a inštitucionálny rámec rozvoja cestovného ruchu	11
2.1 Cestovný ruch v strategických dokumentoch	12
2.2 Spravovanie destinácie Liptov	14
3 Výkonnosť destinácie Liptov	16
3.1 Vývoj počtu návštevníkov a prenocovaní	17
3.2 Sezónnosť	20
3.3 Kapacita, štruktúra a využitie ubytovacích zariadení	22
3.4 Priestorová komparácia vybraných ukazovateľov výkonnosti destinácie	25
4 Trendy v riadení destinácií	27
4.1 Trendy v správnom spravovaní/SMART riadení destinácie	27
4.2 Trendy vyvolané rozvojom mobilných technológií, online priestoru a komunikácie	30
B. ROZVOJOVÝ POTENCIÁL A DESTINAČNÁ PONUKA LIPTOVA	34
1 Vnútorň rozvojový potenciál a podmienky pre tvorbu destinačnej ponuky	35
1.1 Prírodné a kultúrne dedičstvo a zdroje	35
1.2 Podmienky pre športovo-rekreačné využívanie územia	39
1.3 Nerekreačné formy využívania územia v cestovnom ruchu (non-leisure)	41
2 Informačný a návštevnícky servis	42
2.1 Turistické informačné centrá	42
2.2 Turistický informačný a navigačný systém	44
3 Produktové témy a ich marketing	45
3.1 Produktové témy	46
3.2 Marketingové aktivity	47
4 Zhrnutie silných a slabých stránok, príležitostí a ohrození (SWOT)	52
C. STRATEGICKÝ RÁMEC DESTINÁCIE LIPTOV	54
Vízia rozvoja cestovného ruchu na Liptove do roku 2030	55
Hlavný dlhodobý cieľ OOCR REGION LIPTOV	55
Strategické ciele	55
1 Liptov → destinácia riadená v súlade s princípmi správneho spravovania	56
1.1 Silné partnerstvá a siete	56
1.2 Strategické plánovanie a koncepčný prístup k rozvojovým potrebám	57

2 Liptov → destinácia s kvalitným zázemím a udržateľnou ponukou	59
2.1 Vnútorný potenciál a zázemie pre udržateľnú destinačnú ponuku	59
2.2 Kvalita destinačnej ponuky, produktov a služieb	61
2.3 Kvalitný informačný a návštevnícky servis	62
3 Liptov → destinácia s komplexným vonkajším a vnútorným marketingom	64
3.1 Destinačná značka a komunikačná identita	66
3.2 Marketing na domácom a medzinárodnom trhu cestovného ruchu	67
3.3 Marketingová komunikácia do vnútra destinácie	68
4 Súlad strategického rámca destinácie Liptov s konceptom na krajskej úrovni	70
PRÍLOHY	72
1.1 Územné vymedzenie destinácie Liptov	73
1.2 Dopravná infraštruktúra destinácie Liptov	74
2.1 Súlad koncepcie so strategickými dokumentmi na národnej a regionálnej úrovni	76
2.2 Členské subjekty OOCR REGION LIPTOV a Klastra LIPTOV	79
3.1 Ročná návštevnosť Liptova podľa okresov	80
3.2 Vývoj počtu prenocovaní na Liptove návštevníkov zo zahraničných trhov	82
3.3 Návštevnosť Liptova počas roka podľa okresov	84
3.4 Výkony ubytovacích zariadení na Liptove podľa kategórie zariadení	85
4.1 Maloplošné chránené územia podľa územnej pôsobnosti organizácie ochrany prírody	86
4.2 Kultúrne inštitúcie pôsobiace na Liptove	90
4.3 Náučné zariadenia v prírode	92
4.4 Analýza informačných centier v hlavných administratívnych centrách (okresných mestách)	94
ZDROJE	100

Zoznam skratiek

CLLD	z anglického Community-led Local Development (komunitne vedený miestny rozvoj)
CHA	Chránený areál
IAD	Individuálna automobilová doprava
IC	Informačné centrum
IDS	Integrovaný dopravný systém
KOCR	Krajská organizácia cestovného ruchu
KOCR ŽTK	Krajská organizácia cestovného ruchu Žilinský turistický kraj
MAS	Miestna akčná skupina
MCHÚ	Maloplošné chránené územia
MDSR	Ministerstvo dopravy Slovenskej republiky
MIRRI	Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie Slovenskej republiky
MZVaEZ	Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí Slovenskej republiky
NNKP	Nehnuteľná národná kultúrna pamiatka
NP	Národný park
NPP	Národná prírodná pamiatka
NPR	Národná prírodná rezervácia
OOCR	Oblastná organizácia cestovného ruchu
PO	Pamiatkový objekt
PHSR	Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja
PP	Prírodná pamiatka
PR	Prírodná rezervácia
SPR	Strategicko-plánovací región
SSJ	Správa slovenských jaskýň
ŠOP SR	Štátna ochrana prírody Slovenskej republiky
ŠÚSR	Štatistický úrad Slovenskej republiky
TINS	Turistický informačný a navigačný systém
Územie UMR	Územie udržateľného mestského rozvoja
VOD	Verejná osobná doprava
ŽSK	Žilinský samosprávny kraj

Zoznam tabuliek a ilustrácií

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1: Oblasti aktivít, na ktoré možno použiť dotáciu podľa Zákona o podpore cestovného ruchu	11
Tabuľka 2: Zhrnutie kľúčových strategických dokumentov na národnej a regionálnej úrovni ako východisko Koncepcie rozvoja turistickej destinácie Liptov na roky 2023-2027 (s výhľadom do roku 2030)	12
Tabuľka 3: Počet prenocovaní na Liptove návštevníkov zo zahraničných trhov v roku 2022 a 2019	19
Tabuľka 4: Vývoj počtu prenocovaní v regióne Liptov mimo hlavnej turistickej sezóny	20
Tabuľka 5: Kapacita a využitie ubytovacích zariadení v obciach na Liptove v roku 2022	23
Tabuľka 6: Podiel priemerného počtu lôžok k dispozícii v 1 dni na celkovej kapacite ubytovacích zariadení* na Liptove a v SR	24
Tabuľka 7: Kapacita ubytovacích zariadení na Liptove podľa kategórie	24
Tabuľka 8: Rámcové tematické zameranie ponuky v kultúrno-poznávacom cestovnom ruchu	36
Tabuľka 9: Informačné centrá v destinácii Liptov	42
Tabuľka 10: Zhrnutie aktivít podľa druhov cestovného ruchu a návrh ich zaradenie do produktovej témy	46
Tabuľka 11: Hodnotenie kritérií destinačného portálu visitliptov.sk	48
Tabuľka 13: Prínosy destinačnej karty podľa cieľovej skupiny	51
Tabuľka 14: Zoznam samospráv na území destinácie Liptov	73
Tabuľka 15: Cestná sieť na území destinácie Liptov	74
Tabuľka 16: Členské subjekty OOCR REGION LIPTOV a Klastra LIPTOV (stav sieťovania)	79
Tabuľka 17: Počet prenocovaní návštevníkov Liptova podľa okresov v roku 2022	80
Tabuľka 18: Počet prenocovaní návštevníkov Liptova podľa okresov v roku 2021	80
Tabuľka 19: Počet prenocovaní návštevníkov Liptova podľa okresov v roku 2019	80
Tabuľka 20: Počet prenocovaní návštevníkov Liptova podľa okresov v roku 2017	80
Tabuľka 21: Počet MCHÚ v regióne Liptov podľa pôsobnosti organizácie ochrany prírody a správcu	86
Tabuľka 22: Počet a rozloha MCHÚ v regióne Liptov (okres LM a RK) podľa pôsobnosti organizácie ochrany prírody	87
Tabuľka 24: MCHÚ v území pôsobnosti Správy Tatranského národného parku	88
Tabuľka 25: MCHÚ v území pôsobnosti Správy Národného parku Veľká Fatra	89
Tabuľka 26: MCHÚ v území pôsobnosti Správy Národného parku Malá Fatra	89
Tabuľka 27: Kultúrne inštitúcie na Liptove a ich expozície podľa zriaďovateľa	90
Tabuľka 28: Regionálna tematická ponuka Liptovského múzea	91
Tabuľka 29: Náučné chodníky na Liptove	92

Zoznam grafov

Graf 1: Zmena prenocovaní návštevníkov ubytovacích zariadení od roku 2019 do roku 2022	17
Graf 2: Zmena tržieb ubytovacích zariadení od roku 2019 do roku 2022	17
Graf 3: Vývoj počtu prenocovaní v destinácii Liptov	17
Graf 4: Vývoj tržieb ubytovacích zariadení v destinácii Liptov (v EUR)	17
Graf 5: Počet prenocovaní domácich a zahraničných návštevníkov Liptova	18

Graf 6: Priemerná dĺžka pobytu návštevníkov Liptova (priemerný počet prenocovaní)	18
Graf 7: Štruktúra návštevníkov Liptova podľa krajiny pôvodu v roku 2022	19
Graf 8: Vývoj priemernej dĺžky pobytu návštevníkov Liptova a počtu prenocovaní počas roka v období od roku 2019 do roku 2022	21
Graf 10: Priemerný počet lôžok k dispozícii v 1 dni a celkový počet lôžok k dispozícii na Liptove	24
Graf 11: Porovnanie vývoja počtu prenocovaní návštevníkov destinácie Liptov a Vysoké Tatry	25
Graf 12: Porovnanie počtu prenocovaní domácich a zahraničných návštevníkov destinácie Liptov a Vysoké Tatry v roku 2019	25
Graf 13: Mestá a obce s najvyšším počtom prenocovaní v destinácii Vysoké Tatry a Liptov v roku 2022	26
Graf 14: Porovnanie priemerneho počtu prenocovaní návštevníkov na Liptove a vo Vysokých Tatrách	26
Graf 15: Porovnanie priemernej ceny za ubytovanie na Liptove a vo Vysokých Tatrách (v Eur)	26
Graf 16: Hlavná aktivita podľa dôvodu návštevy Liptova počas letnej turistickej sezóny 2020	45
Graf 17: Podiel prenocovaní domácich a zahraničných návštevníkov Liptova podľa okresov	81
Graf 18: Priemerná dĺžka pobytu návštevníkov Liptova podľa okresov	81
Graf 19: Vývoj počtu prenocovaní na Liptove návštevníkov z Českej republiky a Poľska od rok 2017 do roku 2022	82
Graf 20: Vývoj počtu prenocovaní na Liptove návštevníkov z iných zahraničných trhov od roku 2017 do roku 2022	83
Graf 21: Vývoj počtu prenocovaní návštevníkov Liptova počas roka v období od roku 2017 do roku 2022 podľa okresu	84
Graf 22: Vývoj priemernej dĺžky pobytu návštevníkov Liptova počas roka počas roka v období od roku 2017 do roku 2022 podľa okresu	84
Graf 23: Kapacita ubytovacích zariadení na Liptove (celkový počet stálych lôžok k dispozícii) v roku 2022	85
Graf 24: Podiel ubytovacích zariadení na prenocovaniach zrealizovaných na Liptove v roku 2022	85
Graf 25: Priemerná cena a priemerná dĺžka pobytu na Liptove podľa kategórie ubytovacieho zariadenia v roku 2022	85
Graf 26: Rozloha a podiel MCHÚ v regióne Liptov podľa pôsobnosti organizácie ochrany prírody	86
Graf 27: Rozloha MCHÚ v regióne Liptov (okres LM a RK) podľa pôsobnosti organizácie ochrany prírody	86

Zoznam máp

Mapa 1: Liptov a jeho hranice so susediacimi regiónmi/destináciami	9
Mapa 2: Obce UMR Liptov	13
Mapa 3: Členské samosprávy OOCR Región Liptov a Klastra Liptov (stav sieťovania)	14
Mapa 4: Obce v destinácii Liptov, v ktorých sú realizované prenocovania podľa evidencie ŠÚSR	16
Mapa 5: Obce podľa počtu stálych lôžok (vrátane kempingových miest) k dispozícii podľa evidencie ŠÚSR	22
Mapa 6: Cestná sieť okresu Liptovský Mikuláš	75
Mapa 7: Cestná sieť okresu Ružomberok	75



A. VÝCHODISKÁ KONCEPCIE/ RIADENIA DESTINÁCIE LIPTOV

Vymedzenie destinácie

Legislatívny, strategický a inštitucionálny rámec

Výkonnosť destinácie

Trendy v riadení destinácií

1 Vymedzenie destinácie Liptov

1.1 Hranice destinácie

Destinácia Liptov je z hľadiska súčasného administratívneho členenia Slovenska tvorená okresom Liptovský Mikuláš (56 samospráv, z toho dve mestá Liptovský Mikuláš a Liptovský Hrádok) a Ružomberok (25 samospráv, z toho jedno mesto Ružomberok). Ide o dva z 11 okresov Žilinského kraja, ktoré tvoria takmer **jednu tretinu územia kraja** (29 % rozlohy Žilinského kraja) a žije tu necelých 20 % obyvateľov kraja¹.

K tomu, aby sa toto územie formovalo ako destinácia cestovného ruchu (s ucelenou ponukou umiestňovanou na trhu pod značkou Liptov), ho predurčuje lokalizácia v rámci prirodzene ohraničeného geomorfologického celku Liptovskej kotliny², vývoj historickej Liptovskej stolice³, aj s tým súvisiace silné vnímanie identity/príslušnosti miestnych k takto formovanému regiónu Liptov [Príloha: 1.1 Územné vymedzenie destinácie Liptov].

Liptov hraničí s piatimi regiónmi a tieto hranice vytvárajú aj prirodzené územia spolupráce pri tvorbe destinačnej ponuky. Prírodné celky, ktoré sú na území Liptova a zároveň sú prístupné aj z niektorého zo susediacich regiónov, tvoria v podstate spoločný športovo-rekreačný potenciál pre rozvoj cykloturistiky a pešej turistiky a aj letných a zimných športov v horskom prostredí.

Mapa 1: Liptov a jeho hranice so susediacimi regiónmi/destináciami



Zo západnej a severnej strany hraničí Liptov s regiónom Turiec a Orava (v Žilinskom kraji).

Z prírodných celkov ho s Oravou spájajú Chočské vrchy a Západné Tatry (TANAP), ktoré tvoria zároveň aj časť východnej hranice destinácie Liptov s destináciou Vysoké Tatry (súčasť historického regiónu Spiš v Prešovskom kraji).

Z južnej strany je prirodzenou hranicou hrebeň Nízkych Tatier, ktorým susedí Liptov s Regiónom Horehronie a Regiónom Stredné Slovensko (v Banskobystrickom kraji).

Okrem cykloturistických a peších trás spája Liptov na území tohto národného parku s regiónom Horehronie stredisko letných a zimných športov Jasná.

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2022.

1.2 Dostupnosť destinácie

Liptov sa nachádza v severnej časti Slovenska, kde hraničí s Poľskom, s ktorým nie je dopravné prepojený (hranicu tvorí hrebeň Západných Tatier). Liptov sa nachádza na trase hlavnej západo-východne orientovanej diaľnice D1 (zatiaľ nedokončenej) a súběžne vedenej hlavnej železničnej trati spájajúcej mestá Bratislava - Žilina – Košice.

¹ Okres Liptovský Mikuláš je z hľadiska rozlohy najväčším okresom Žilinského kraja, jeho územie (s rozlohou 1 341 km²) zaberá až jednu pätinu kraja (ŠÚSR, 2022).

² Liptovská kotlina je geomorfologický podcelok Tatanskej kotliny.

³ Liptovská stolica sa rozprestierala v Liptovskej kotline už od 30. rokov 14. stor. do 20. storočia (Liptovský Mikuláš, 2015. Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja mesta Liptovský Mikuláš 2015-2022 s výhľadom do roku 2030).

Hlavným cestným napojením destinácie aj na okolité krajiny je diaľnica D1, ktorá ňou v súčasnosti prechádza na 49 km úseku (od Ivachnovej smerom na Poprad, časť Hubová - Ivachnová je vo výstavbe⁴). Okresy Ružomberok a Liptovský Mikuláš sú tranzitným okresmi na východ Slovenska. Prebiehajúce stavebné práce spôsobujú znižovanie komfortu návštevníkov prichádzajúcich osobnou automobilovou dopravou. Cestná sieť v regióne má dĺžku 509 km, z toho najväčšiu časť (46 %) tvoria cesty III. triedy. Z južnej časti Slovenska (z Banskobystrického kraja) je Liptov dostupný cestami I. triedy cez horský priechod Donovaly a Čertovica. Alternatívou k osobnej automobilovej doprave je železničná doprava. Liptovom vedie jedna železničná trať Žilina – Košice⁵. [Príloha: 1.2 Dopravná infraštruktúra destinácie Liptov].

Verejná osobná doprava (VOD), železničná aj autobusová, je v súčasnosti návštevníkmi veľmi málo využívaná. Väčšina návštevníkov destinácie Liptov využíva individuálnu automobilovú dopravu. Podľa návštevníckeho prieskumu zrealizovaného počas letnej turistickej sezóny 2020 prišla väčšina jeho respondentov do destinácie vlastným autom/motorkou, a to až 94 %, čo je o 4 % viac ako v roku 2015. Individuálna automobilová doprava sa zvýšila najmä na úkor železničnej verejnej osobnej dopravy, ktorú v roku 2020 využilo len 4,5 % respondentov návštevníckeho prieskumu.

Leteckou dopravou je destinácia dostupná prostredníctvom troch letísk:

- Letisko JASNÁ v blízkosti Demänovskej doliny – nové sprevádzkované verejné medzinárodné letisko v súkromnom vlastníctve⁶,
- Letisko Poprad – Tatry - hlavné centrá Liptova sú vzdialené len 60 km (Liptovský Mikuláš) a 74 km (Ružomberok) a sú s letiskom prepojené cestnou sieťou (D1), aj železničnou sieťou,
- Letisko Žilina je jediným verejným letiskom ŽSK schváleným pre medzinárodnú dopravu, ktoré zabezpečovalo dopravnú obsluhu regiónu Severozápadného Slovenska - prevádzkovaním liniek pravidelnej regionálnej leteckej dopravy. Spádovou oblasťou letiska je územie s prístupom na letisko približne do 60 až 90 minút. Letisko má dobré priame napojenie na diaľničnú sieť (priame diaľničné križovatky D1 a D3). Zlepšenie parametrov dostupnosti letiska v časovom limite 1 h pre územie okrajových častí územia regiónu Liptov je závislé od výstavby a uvedenia do prevádzky diaľnice D1⁷.

Výber zo strategických aktivít ŽSK na území destinácie Liptov → Kľúčové zistenia za región v Programe hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja 2021+ pre oblasť „infraštruktúra“

„Rezorty cestovného ruchu Liptova (Demänovská dolina, Liptovská Mara, Nízke, Západné, Vysoké Tatry, Veľká Fatra) si vyžadujú primerané zabezpečenie dopravnou obsluhou. Hlavnú distribučnú os dopravnej obsluhy územia v cestovnom ruchu tvorí západovýchodne orientovaná - zatiaľ nedokončená - diaľnica D1 a súběžná hlavná železničná trať v prepojení Bratislava - Žilina – Košice. Severojužné cestné prepojenia Liptova - využívajúce sa i pre cestnú ťažkú nákladnú dopravu - pretínajú na svojich trasách prírodnú krajinu tvoriacu zázemie i samotné rezorty cestovného ruchu. Okrem zabezpečenia dopravnej dostupnosti negatívny vplyv cestnej dopravy severojužných prepojení (dopravné emisie, hluk, fragmentácia územia) znižuje kvalitatívnu úroveň dotknutých rezortov cestovného ruchu.

Obec Demänovská dolina so strediskom cestovného ruchu Jasná už v súčasnosti narazili na strop možností dopravnej obsluhy územia. V kontexte kapacitných limitov územia bude potrebné zásadne zmeniť jej princípy smerom k obmedzeniu IAD a k preferencii VOD. Integrovaný dopravný systém kraja bude potrebné v regióne Liptov programovať a nastaviť tak, aby splnil i prepravné nároky na nepravidelné cesty vykonávané za účelom cestovného ruchu. V súčasnosti zostáva nezodpovedanou otázkou realizácie pripravovanej preložky železničnej trate a novej železničnej stanice v meste Liptovský Mikuláš. Okrem súvislosti tohto projektu s kultúrou cestovania pripravovaného IDS absenciou stavby zostávajú zablokované možnosti využitia železnicou opusteného koridoru s cieľom realizovať dopravné prepojenia slúžiace zámerom cestovného ruchu (prepojenie Demänovská dolina – severné nábrežie vodnej nádrže Liptovská Mara). V závislosti od výsledkov smerovania prepravných prúdov IAD a VOD k sídelným centrálnym regiónu Liptovský Mikuláš, Ružomberok a Liptovský Hrádok je potrebné zabezpečiť aj ich náležitú kvalitatívnu a časovú dostupnosť cyklistickou dopravou. Kvalitná digitálna dostupnosť vidieckeho územia Liptova si bude vyžadovať rozvoj optických sietí poslednej míle v obciach doplnený kvalitným pokrytím vidieckeho územia mobilným širokopásmovým pripojením v sieťach 4G“.

⁴ 15 km úsek, ktorý nadväzuje na pripravovaný predchádzajúci úsek D1 Turany – Hubová v smere na Martin.

⁵ Dvojkoľajová elektrifikovaná trať s jednosmernou sústavou 3kV. Najbližším uzlom železničnej dopravy na vlakové spojenia z Českej republiky a Poľska je Žilina. V regióne nie je ani jeden uzol železničnej dopravy.

⁶ vybavené asfaltbetónovou dráhou - spevnená dráha s dĺžkou 550 metrov a šírkou 15 metrov umožňuje celoročnú prevádzku. Letisko vzniklo rekonštrukciou pôvodného práškarského letiska Gôtovany, vybudovaného v sedemdesiatych rokoch dvadsiateho storočia (Žilinský samosprávny kraj, 2022. Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja 2021+)

⁷ Žilinský samosprávny kraj, 2022. Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja 2021+

2 Legislatívny, strategický a inštitucionálny rámec rozvoja cestovného ruchu

Cestovný ruch je spojený so širokým spektrom aktivít a činností a s nimi súvisiacou legislatívou. Medzi najdôležitejšie legislatívne predpisy vo vzťahu k strategickému plánovaniu, implementácii nástrojov a najmä kompetenciám v rozvoji cestovného ruchu na regionálnej úrovni patrí najmä:

- Zákon č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov,
- Zákon č. 539/2008 Z. z. o podpore regionálneho rozvoja v znení neskorších predpisov,
- Zákon č. 369/1990 Zb. o obecnom zriadení v znení neskorších predpisov,
- Zákon č. 302/2001 Z.z. o samospráve vyšších územných celkov v znení neskorších predpisov.

Zákon o podpore cestovného ruchu je kľúčovým legislatívnym predpisom určujúcim organizačnú štruktúru v cestovnom ruchu na národnej, regionálnej (krajskej) a lokálnej úrovni (úrovni destinácií). Hlavným cieľom zákona je stimulovať vytváranie organizácií destinačného manažmentu podporou prístupu „zdola nahor“. Vytváranie štruktúr spolupráce pri riadení a koordinovanom rozvoji destinácií bolo aj hlavným účelom prijatia tohto zákona a zostáva aj jeho kľúčovým prvkom. Zákon rieši inštitucionálne usporiadanie cestovného ruchu. Hlavnými aktérmi sú ministerstvo (národná úroveň), samosprávne kraje, obce, oblastné organizácie cestovného ruchu (OOCR), ktoré obce združujú a krajské organizácie cestovného ruchu (KOCR) a turistické informačné centrá. Podľa tohto zákona je hlavnou organizáciou destinačného manažmentu na území destinácie Liptov oblastná organizácia cestovného ruchu Liptov. Gestorom zákona je Ministerstvo dopravy (MDSR). Podľa Zákona o podpore cestovného ruchu sa poskytuje organizáciám registrovaným na MDSR dotácia, a to na realizáciu aktivít, ktoré sú spojené s hlavným predmetom ich činnosti.

Tabuľka 1: Oblasti aktivít, na ktoré možno použiť dotáciu podľa Zákona o podpore cestovného ruchu

Marketing a propagácia (najmä na účasť na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, tvorba webového sídla, loga OCR, elektronický marketing, tvorba zľavových produktov, propagačných a informačných tlačovín okrem knižných publikácií)	Tvorba a podpora udržateľných produktov cestovného ruchu	Zabezpečenie strategických, koncepčných a analytických materiálov a dokumentov, štatistik a prieskumov
Činnosť turistického informačného centra zriadeného organizáciou cestovného ruchu (okrem nákladov na mzdy)	Podpora atraktivít danej lokality , tak aby sa stali súčasťou stálej ponuky v cestovnom ruchu	Zavedenie a udržiavanie hodnotiaceho systému kvality služieb
Tvorba a prevádzka rezervačného systému	Infraštruktúra cestovného ruchu , okrem výstavby zar. určených na ubytovanie	Vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie a cestovného ruchu v nej

Zdroj: Zákon č. 91/2010 Z.z. v znení neskorších predpisov, par. 29, ods. 10

Zákon o regionálnom rozvoji je rámec sociálneho a ekonomického rozvoja regiónov. Ustanovuje ciele a podmienky podpory regionálneho rozvoja, upravuje pôsobnosť orgánov štátnej správy, vyšších územných celkov, obcí a ďalších subjektov územnej spolupráce a podmienky na koordináciu a realizáciu regionálneho rozvoja⁸. Gestorom zákona je Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR (MIRRI).

Hlavný rámec pre územné akcie súvisiace s investičným rozvojom určuje zákon č. 50/1976 Zb. o územnom plánovaní a stavebnom poriadku (stavebný zákon). Na podporu rozvoja cyklistiky je určený Zákon č. 151/2019 o poskytovaní dotácií rozvoja cyklistickej dopravy a cykloturistiky.

Pri využívaní prírodného a kultúrneho dedičstva v cestovnom ruchu sú rozhodujúce aj ďalšie národné legislatívne normy. Sú nastavené vo vzťahu k nadradeným medzinárodným záväzkom Slovenskej republiky a sú obsiahnuté aj v najkomplexnejšom a najuniverzálnejšom medzinárodnom strategickom dokumente pre plánovacie obdobie do roku 2030, ktorým je **Agenda 2030 pre udržateľný rozvoj**. Gestorom je MIRRI (vnútroštátna implementácia) a MZVaEZ (implementácia v európskom prostredí)⁹.

⁸ V súčasnosti prebieha novelizácia tohto zákona, nové znenie by malo nadobudnúť účinnosť v roku 2023.

⁹ Agenda 2030 pre udržateľný rozvoj je súhrnom globálnych záväzkov, ktorými medzinárodné spoločenstvo reaguje na najzávažnejšie a navzájom previazané výzvy a problémy súčasnosti, ktorými sú zmena klímy, chudoba, zvyšujúce sa ekonomické a sociálne nerovnosti alebo neudržateľnosť prevládajúcich vzorcov výroby a spotreby. Agenda 2030 bola prijatá členskými štátmi Organizácie

2.1 Cestovný ruch v strategických dokumentoch

Na medzinárodný strategický rámec, ktorý je premietnutý do slovenskej legislatívy aj strategických dokumentov na národnej úrovni, by malo reflektovať strategické plánovanie slovenských destinácií. Úlohu základného implementačného nástroja Agendy 2030 a zároveň úlohu Národnej stratégie regionálneho rozvoja SR plní Vízia a stratégia rozvoja Slovenska do roku 2030 - dlhodobá stratégia udržateľného rozvoja Slovenskej republiky – Slovensko 2030¹⁰.

Udržateľný cestovný ruch vníma medzinárodná úroveň ako nástroj riešenia „globálnych výziev a problémov“. Silnou orientáciou na udržateľnosť sa ustupuje od tradičného vnímania cestovného ruchu ako nástroja ekonomickej konkurencieschopnosti (dôrazu na investičné akcie bez ohľadu na dlhodobé dopady na sociálne a environmentálne prostredie). Preto bude v tomto období oveľa dôležitejší spôsob prevedenia aktivít a ich príspevok k vyšším spoločenským cieľom a od toho sa bude odvíjať aj podpora financovania cestovného ruchu z externých verejných zdrojov.

Tabuľka 2: Zhrnutie kľúčových strategických dokumentov na národnej a regionálnej úrovni ako východisko Koncepcie rozvoja turistickej destinácie Liptov na roky 2023-2027 (s výhľadom do roku 2030)

Úroveň	Typ dokumentu	Názov dokumentu	Gestor
Národná	Rámcový strategický dokument	Vízia a stratégia rozvoja Slovenska do roku 2030 - dlhodobá stratégia udržateľného rozvoja Slovenskej republiky – Slovensko 2030	MIRRI
	Strategický dokument integrovaného územného rozvoja podporovaného územnými nástrojmi EU	Partnerská dohoda Program Slovensko	Úrad vlády
	Tematický dokument v cestovnom ruchu	Stratégia rozvoja udržateľného cestovného ruchu Slovenska do roku 2030 (v príprave)	MDSR
Krajská	Rámcový strategický dokument	Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja 2021+	Úrad ŽSK
	Strategický dokument integrovaného územného rozvoja podporovaného územnými nástrojmi EU	Integrovaná územná stratégia a akčné plány (Okresy LM a RK, ktoré tvoria destináciu Liptov, sú jedným zo štyroch strategicko-plánovacích regiónov ŽSK – SPR Liptov).	Úrad ŽSK
	Tematický dokument v cestovnom ruchu	Koncepcia rozvoja cestovného ruchu destinácie Žilinský turistický kraj na roky 2022-2026 (Liptov je jedna z destinácií v rámci Žilinského kraja)	KOCR ŽTK
Regionálna - lokálna (okres LM,RK)	Rámcové strategické dokumenty	Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja mesta Liptovský Mikuláš na roky 2015- 2022 s výhľadom do roku 2030 Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja Mesta Ružomberok na roky 2015-2022	Mesto Liptovský Mikuláš Mesto Ružomberok
	Strategický dokument integrovaného územného rozvoja podporovaného územnými nástrojmi EU	Liptov 2030: Strategický plán udržateľného mestského rozvoja (Súčasťou sú aj PHRSR mesta Liptovský Mikuláš a mesta Ružomberok do roku 2030 - jadrových miest územia UMR a integrovaná územná stratégia IÚS UMR Liptov 2030)	
	Tematický dokument v cestovnom ruchu	Koncepcia rozvoja turistickej destinácie Liptov na roky 2023-2027 (s výhľadom do roku 2030) Koncepcia rozvoja cykloturistiky v regióne Liptov na obdobie rokov 2020 až 2025	OOCR REGION LIPTOV

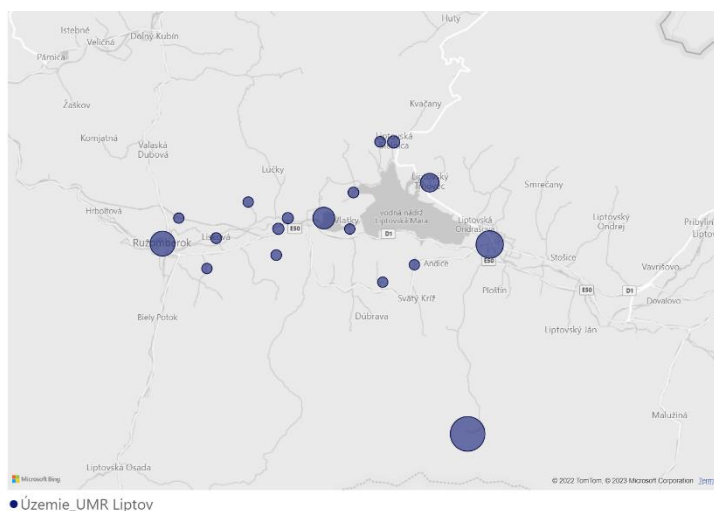
Spojených národov v roku 2015 a vyzýva štáty k spoločnému koordinovanému postupu pri riešení globálnych výziev. Definuje 17 priorít, pričom Svetová organizácia cestovného ruchu (UNWTO) zdôrazňuje, že cestovný ruch, priamo alebo nepriamo prispieva k všetkým, avšak len v prípade, že ide o udržateľný cestovný ruch z ekonomického ale najmä environmentálneho a sociálneho hľadiska (Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR, 2022; United Nations, 2015. Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development).

¹⁰ Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR, 2020. Vízia a stratégia rozvoja Slovenska do roku 2030 - dlhodobá stratégia udržateľného rozvoja Slovenskej republiky – Slovensko 2030.

Strategické dokumenty sociálneho a hospodárskeho rozvoja na krajskej a miestnej úrovni (PHSR a dokumenty integrovaného územného rozvoja) obsahujú výzvy, opatrenia, aktivity a nástroje aj pre oblasť cestovného ruchu, avšak len udržateľného cestovného ruchu v nadväznosti na národné a medzinárodné dokumenty. V rámci nich sú:

- na krajskej úrovni (ŽSK) okresy Liptovský Mikuláš a Ružomberok označované ako Strategicko-plánovací región Liptov (SPR Liptov je totožné územie s destináciou Liptov),
- na miestnej úrovni je spádové územie dvoch jadrových miest Liptovský Mikuláš a Ružomberok s 18 ďalšími obcami označované ako územie udržateľného mestského rozvoja (UMR – Liptov), ide teda samostatné menšie územie vo vnútri SPR/destinácie Liptov, ktoré je takto vymedzené za účelom čerpania samostatnej alokácie z prostriedkov fondov EÚ na integrované územné investície, preto má aj na to určený samostatný strategický dokument - Liptov 2030.

Mapa 2: Obce UMR Liptov



UMR Liptov je územie udržateľného mestského rozvoja medzi mestami Ružomberok a Liptovský Mikuláš ako jedno z troch mestských funkčných oblastí udržateľného rozvoja ŽSK a jedno z 18 oblastí na Slovensku, **so samostatnou alokáciou na čerpanie európskych štrukturálnych a investičných fondov (EŠIF) na roky 2021 – 2027** predbežne určených ministerstvom investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie na 25 miliónov eur.

UMR Liptov tvorí územie 18 samospráv, a to:

mesto Ružomberok a 8 obcí: Likavka, Lisková, Turík, Liptovská Teplá, Bešeňová, Štiavnička, Liptovské Sliače, Ivachnová,

mesto Liptovský Mikuláš a 8 obcí: Bobrovník, Demänovská Dolina, Galovany, Gôtovany, Liptovská Sielnica, Liptovský Trnovec, Vlachy, Prosiek.

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa Liptov 2030: Strategický plán udržateľného mestského rozvoja.

Účel spracovania Koncepcie rozvoja destinácie Liptov

Koncepcia rozvoja turistickej destinácie Liptov na roky 2023-2027 (s výhľadom do roku 2030) je strategickým plánovacím dokumentom, ktorý bližšie špecifikuje oblasti a potreby rozvoja destinačného manažmentu a marketingu tak, aby reflektovali na územné potreby a kompetencie pri spravovaní Liptova ako turistickej destinácie.

Hlavným impulzom pre spracovanie tejto koncepcie je:

- koncepcie realizovať širokú škálu rozvojových a marketingových aktivít OOCR REGION LIPTOV v nadväznosti na jej úlohu ako strešnej organizácie destinačného manažmentu v regióne Liptov,
- realizovať aktivity, ktoré sú v súlade s jasne definovanou filozofiou OOCR a oblasťami jej pôsobenia v rozvoji destinácie,
- aktivitami prispievať k rozvoju destinácie Liptov a tým aj k napĺňaniu cieľov formulovaných v strategických dokumentoch na regionálnej úrovni (najmä PHSR ŽSK 2021+).

[Príloha: 2.1 Súlad koncepcie so strategickými dokumentmi na národnej a regionálnej úrovni].

2.2 Spravovanie destinácie Liptov

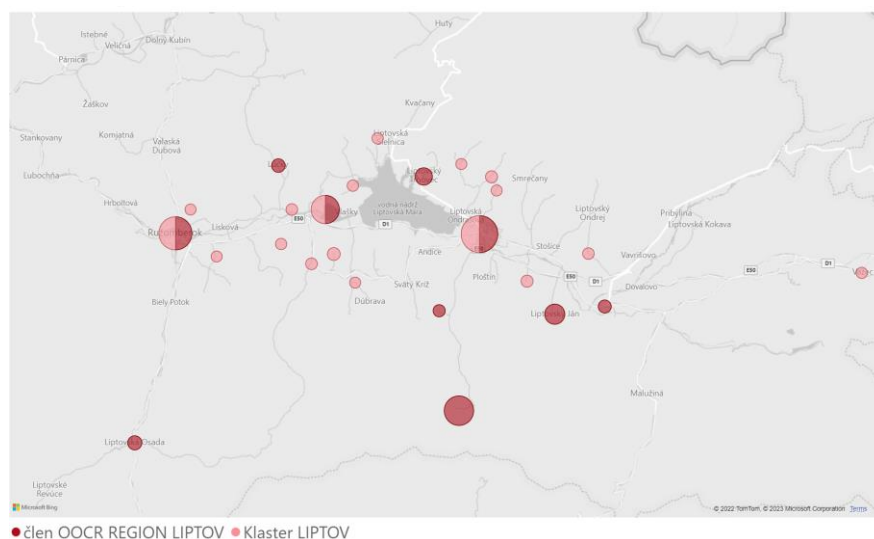
Liptov bol prvou destináciou na Slovensku, v ktorej sa začali uplatňovať princípy koordinovaného rozvoja cestovného ruchu prostredníctvom spolupráce na princípoch verejno-súkromného partnerstva, ktorého výsledkom bola aj tvorba destinačnej značky (branding) po vzore krajín s rozvinutým cestovným ruchom. V súčasnosti patrí táto destinácia medzi tri najrozvinutejšie destinácie na Slovensku, so silnou orientáciou nielen na domáci, ale aj zahraničný trh.

OOCR REGION LIPTOV

Strešnou manažérskou organizáciou v rozvoji cestovného ruchu v destinácii je Oblastná organizácia cestovného ruchu REGION LIPTOV (OOCR REGION LIPTOV). Táto OOCR vznikla podľa Zákona 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov vo februári 2012 a jej hlavnou úlohou je zlepšovanie organizácie destinačného manažmentu, vytváranie pozitívneho imidžu regiónu Liptov, budovanie jeho atraktívnosti a potrebnej turistickej infraštruktúry a podpora predaja regiónu, aby sa Liptov stal TOP destináciou na trhu horského turizmu na Slovensku a v krajinách V4. Členskými subjektmi OOCR REGION LIPTOV je 10 samospráv (v tom všetky tri mestá v regióne), 8 podnikateľských subjektov a 2 iné subjekty. Jedným z nich je aj Klaster LIPTOV.

Klaster LIPTOV je organizácia, ktorá v regióne pôsobí rovnako ako OOCR na princípoch destinačného manažmentu¹¹. OOCR REGION LIPTOV a Klaster LIPTOV vzájomne spolupracujú a majú prerozdelené činnosti. Klaster LIPTOV je platformou na združovanie samospráv s nižšou vybranou daňou z ubytovania a zariadení poskytujúcich ubytovacie, reštauračné služby a ďalšie služby v cestovnom ruchu. Klaster LIPTOV je servisná organizácia, ktorá poskytuje služby pre oblasťnú organizáciu. Členovia klastra, ktorí uhradia členské príspevky vyššie ako 1000 eur, získavajú výhody podľa výšky vložených členských príspevkov akoby boli členmi OOCR REGION LIPTOV. Klaster LIPTOV je členom OOCR REGION LIPTOV, aby bola dosiahnutá vyššia synergia činností¹². Klaster združuje 31 členských subjektov (z toho 18 samospráv).

Mapa 3: Členské samosprávy OOCR REGION LIPTOV a Klastra LIPTOV (stav sieťovania)



Spojenie OOCR REGION LIPTOV s Klastrom LIPTOV (ktorý je rovnako organizáciou fungujúcou na princípoch destinačného manažmentu) umožní vytvárať širšiu sieť subjektov, ktoré sa v cestovnom ruchu spoločne podieľajú na rozvoji Liptova ako turistickej destinácie, vrátane financovania.

Tým, že je partnerský vzťah OOCR a klastra formalizovaný členstvom klastra v OOCR, je vytvorený jasný systém spravovania destinácie.

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa interných materiálov OOCR REGION LIPTOV a Klastra Liptov, 2023.

[Príloha: 2.2 Členské subjekty OOCR REGION LIPTOV a Klastra LIPTOV].

¹¹ Klaster LIPTOV - združenie cestovného ruchu je združením právnických osôb zaregistrované 8.8.2008, kedy mu bolo pridelené IČO a bolo zapísané do registra záujmových združení právnických osôb.

¹² Klaster LIPTOV požiadal o vstup do OOCR REGION LIPTOV a stal sa jej členom dňa 17.7.2018.

OOOR REGION LIPTOV je organizácia destinačného manažmentu a marketingu, t.j. organizáciou, ktorá sa venuje marketingovým, ale aj rozvojovým aktivitám v zmysle predmetu činnosti, ktorý je obsiahnutý aj v jej Stanovách - stanovách organizácie. Tá je zriadená v súlade so Zákomom o podpore cestovného ruchu.

OOOR REGION LIPTOV pravidelne realizuje návštevnícky prieskum (prieskum spokojnosti návštevníkov počas letnej sezóny v roku 2020 a 2015). V rámci strategického plánovania a rozvoja má vypracovanú Konceptciu rozvoja cykloturistiky v regióne Liptov na obdobie rokov 2020 až 2025 a analytický dokument Turistika na Liptove (2015).

Na krajskej úrovni pôsobí krajská organizácia cestovného ruchu Žilinský turistický kraj (KOCR ŽTK), ktorej je OOOR REGION LIPTOV členom od roku 2012. Ďalšími OOOR, ktoré sú členskými subjektmi, sú Rajecká dolina, Klaster Orava, Malá Fatra, Organizácia cestovného ruchu Kysuce, Turiec. Rovnecenným členským subjektom je aj Žilinský samosprávny kraj.

Koordinácia rozvoja cestovného ruchu v regióne Liptov a ostatných destináciách Žilinského kraja na princípoch kolektívneho líderstva

Inštitucionálny model spolupráce v cestovom ruchu v Žilinskom kraji navrhnutý v strategickom dokumente KOCR Žilinský turistický kraj¹³ vníma z dlhodobého hľadiska OOOR ako „tvorcov a zástupcov subjektov“ a KOCR ako „lídra a koordinátora rozvoja“. Pozíciu lídra a koordinátora rozvoja destinácie Liptov zastáva OOOR REGION LIPTOV.

Všetky členské organizácie KOCR sú nezávislé a s vlastnou právnou subjektivitou a s rovnocenným hlasovacím právom v rámci činnosti KOCR (každý člen má jeden hlas). Činnosť KOCR Žilinský turistický kraj ako subjektu „partnerstva“ OOOR v Žilinskom kraji a Žilinského samosprávneho kraja upravujú stanovy. Obsahujú aj zhadu členov na hlavnom účele KOCR, ktorým je v zmysle tohto dokumentu „podpora cestovného ruchu na území svojich členov, aktívne vytváranie podmienok a realizácia aktivít zameraných na rozvoj cestovného ruchu na území svojich členov a chránenie záujmov svojich členov“ (čiže OOOR a ŽSK)¹⁴. OOOR REGION LIPTOV má ako člen KOCR právo podieľať sa na plnení úloh krajskej organizácie, tak ako ho majú aj ďalšie členské subjekty. Z tohto hľadiska by mal byť rozvoj cestovného ruchu na úrovni kraja riadený formou kolektívneho líderstva (collective leadership), ku ktorému ho predurčuje právna forma, stanovy KOCR, aj závislosť tejto organizácie od existencie, koordinačných aktivít a činnosti OOOR na svojom území. Tie sú prirodzene spojené s líderstvom OOOR v regiónoch.

¹³ Žilinský turistický kraj, 2021. Konceptcia rozvoja cestovného ruchu destinácie Žilinský turistický kraj na roky 2022-2026.

¹⁴ Žilinský turistický kraj, 2012. Stanovy krajskej organizácie cestovného ruchu Žilinský turistický kraj.

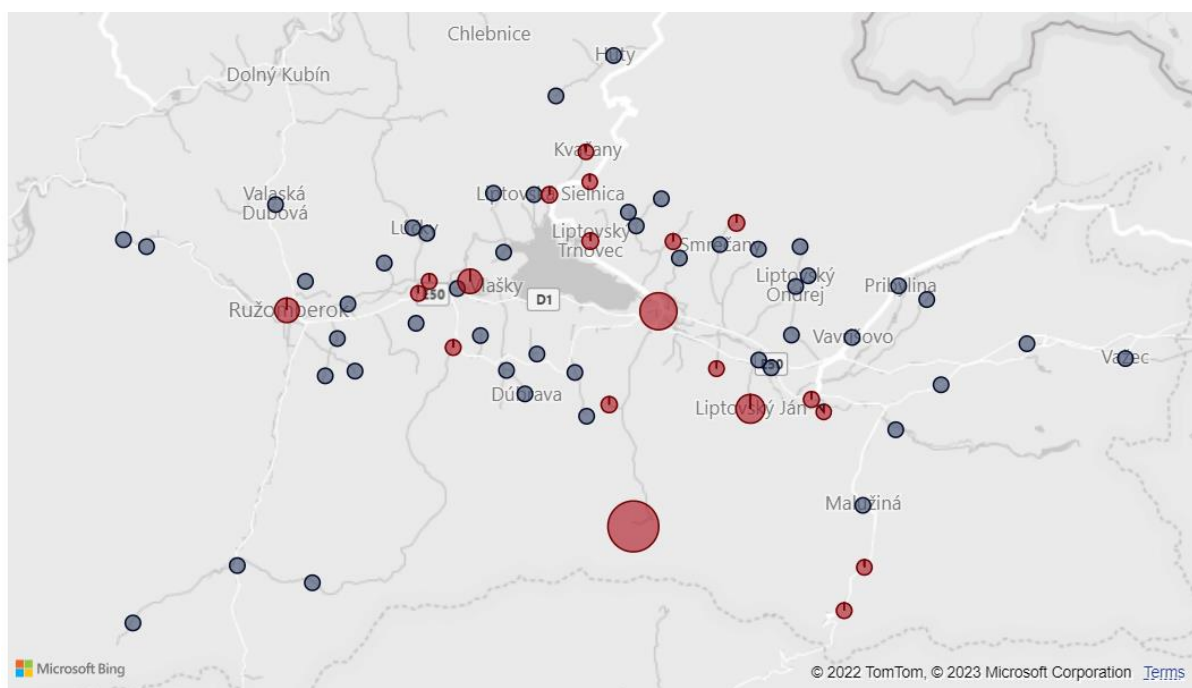
3 Výkonnosť destinácie Liptov

Región Liptov patrí medzi najnavštevovanejšie destinácie na Slovensku¹⁵. Liptov má najvyššiu návštevnosť v rámci piatich regiónov Žilinského kraja (Liptov, Horné Považie, Turiec, Kysuce, Orava) a v regióne Liptov je realizovaná väčšina prenocovaní v kraji. Podiel regiónu Liptov na prenocovaniach v Žilinskom kraji bol v roku 2022 na úrovni 61 %¹⁶.

Východiskami pre zhodnotenie výkonnosti destinácie Liptov sú údaje o ubytovacej štatistike, preto ju možno v súčasných podmienkach hodnotiť len vo vzťahu k pobytovému cestovnému ruchu a výkonom ubytovacích zariadení evidovaných ŠÚSR. Podstatné však pre rozvoj cestovného ruchu v destinácii Liptov, tak ako aj v iných slovenských destináciách, zostáva, že hlavným motívom návštevy sú široké možnosti trávenia voľného času počas dovolenky, víkendových pobytov aj jednodňových výletov. Rozvinutosť potenciálu a územia z pohľadu poskytovaných služieb, vrátane podmienok pre aktivity ako je turistika a športy, letná rekreácia pri vode, cykloturistika, aj spoznávanie kultúrneho a historického potenciálu preto zostávajú dôležitým atribútom konkurencieschopnosti destinácie, aj keď ich nemožno v súčasnosti komplexne a porovnateľne v rámci Slovenska výkonovo vyhodnotiť.

V destinácii Liptov je spolu 68 obcí, v ktorých boli podľa údajov ŠÚSR evidované ubytovacie zariadenia v období od roku 2017 do roku 2022. Z nich malo však len 22 obcí¹⁷ zverejnené údaje o prenocovaniach počas tohto obdobia aspoň za jeden z uvedených rokov.

Mapa 4: Obce v destinácii Liptov, v ktorých sú realizované prenocoovania podľa evidencie ŠÚSR



ŠÚSR ● diskretný údaj ● zverejnený údaj

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR za roky 2017 až 2022.

Vo väčšine obcí, pre ktoré nie sú zverejnené údaje ŠÚSR (ubytovacia štatistika), je počet prenocovaní veľmi nízky alebo zanedbateľný. Patria tu však aj obce, ktoré sa na prenocovaniach v regióne významne podieľajú, napr. kúpeľná obec Lúčky.

¹⁵ V roku 2022 bol podiel dvoch zo 79 okresov Slovenska, ktoré tvoria destináciu Liptov (okres Liptovský Mikuláš a Ružomberok) na prenocovaniach na Slovensku 13,5 %.

¹⁶ V roku 2020, kedy sa najvýraznejšie prejavili dopady Covid-19, sa Liptov podieľal na prenocovaniach v Žilinskom kraji 59 %.

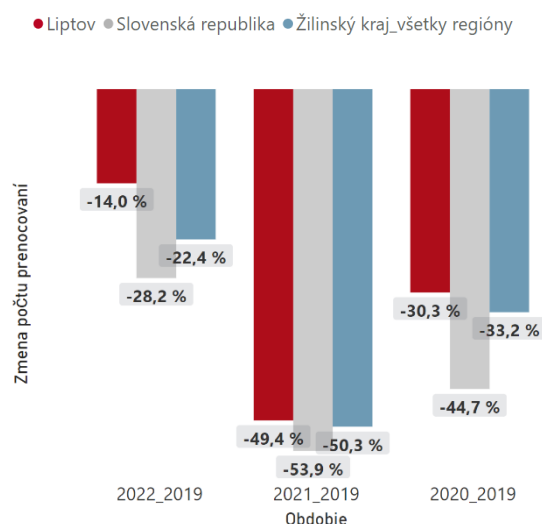
¹⁷ Pre rok 2021 je dostupný údaj na úrovni obcí len za 2 obce, a to Demänovskú Dolinu a mesto Liptovský Mikuláš.

3.1 Vývoj počtu návštevníkov a prenocovaní

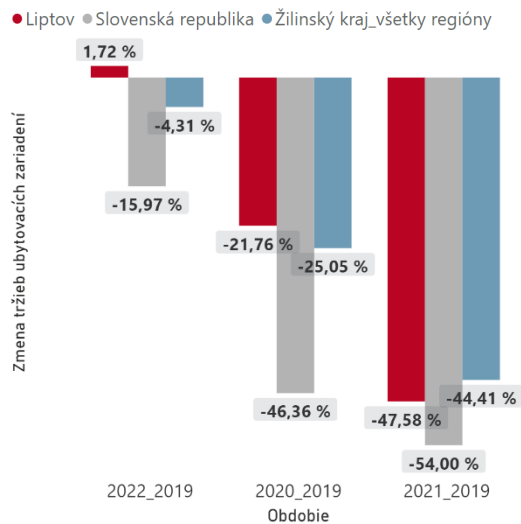
Cestovný ruch na Slovensku zaznamenával od roku 2014 rast, a to až do roku 2019, kedy dosiahol na Liptove viac ako 2 milióny prenocovaní (2 002 947). V rokoch 2020 a 2021 sa prejavili dopady opatrení spojených s pandémiou COVID-19 a počet prenocovaní na Liptove poklesol medziročne až o 30 %.

V roku 2022 došlo k celoslovenskému oživeniu cestovného ruchu a výkony ubytovacích zariadení sa začali medziročne po dvoch rokoch zvyšovať. Liptov navštívilo v roku 2022 spolu 643 326 návštevníkov, ktorí tu zrealizovali 1 721 649 prenocovaní. Medziročne, v porovnaní s rokom 2021, sa počet prenocovaní na Liptove zvýšil o 70 % a toto tempo rastu bolo výraznejšie ako v ostatných regiónoch Žilinského kraja (rast o 39 %), aj ako v ostatných regiónoch Slovenska (na ostatnom území SR okrem regiónu Liptov sa počet prenocovaní zvýšil o 56 %). Výkony Liptova dosiahli v roku 2022 úroveň roku 2018 (o 14 % nižšie ako v roku 2019), pričom na návštevnosti sa prejavilo aj pretrvávanie proti pandemickým opatrení v prvých mesiacoch roka (napr. obmedzenia prevádzky aquaparkov a i.).

Graf 1: Zmena prenocovaní návštevníkov ubytovacích zariadení od roku 2019 do roku 2022



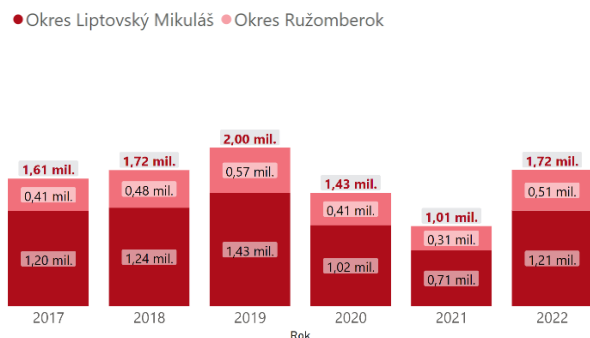
Graf 2: Zmena tržieb ubytovacích zariadení od roku 2019 do roku 2022



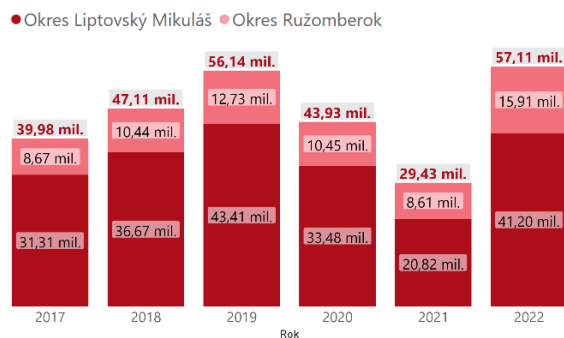
Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

V roku 2020 bol pokles návštevnosti na Liptove (-30 %) menej výrazný ako celoslovenský priemer (-45 %; ovplyvnený najmä poklesom zahraničných návštevníkov v mestských destináciách ako Bratislava a Košice). V roku 2022 bol počet prenocovaní na Liptove už len o 14 % nižší ako v roku 2019. V tomto období dosahovali napriek nižšiemu počtu prenocovaní ubytovacie zariadenia na Liptove vyššie tržby, čo je však pravdepodobne čiastočne spojené s rýchlo rastúcou infláciou.

Graf 3: Vývoj počtu prenocovaní v destinácii Liptov



Graf 4: Vývoj tržieb ubytovacích zariadení v destinácii Liptov (v EUR)



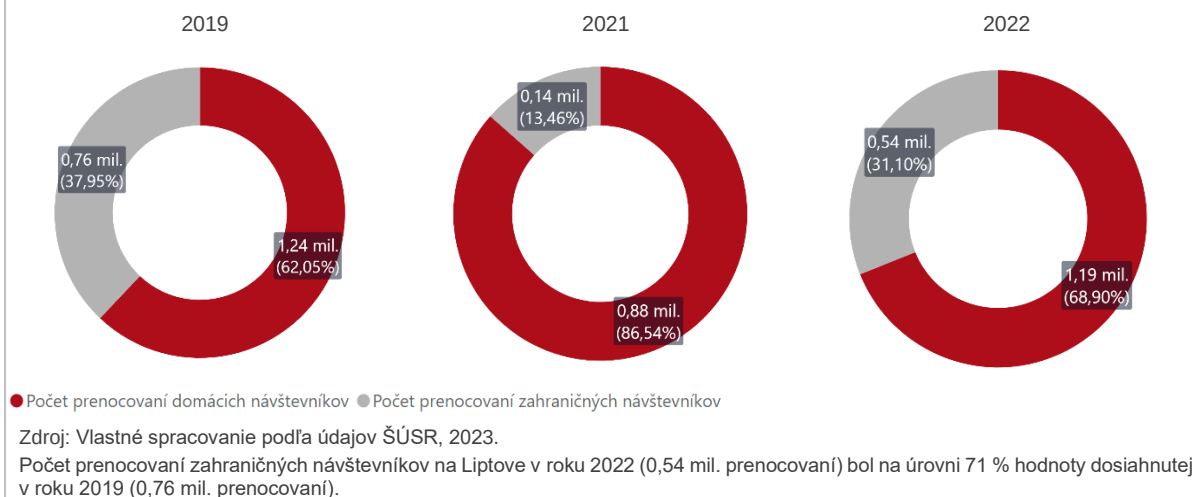
Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

Počet prenocovaní v okrese Ružomberok bol v roku 2022 takmer na úrovni roku 2019 (len o 11 % nižší) a jeho podiel na celkovom počte prenocovaní na Liptove sa zvýšil v porovnaní s rokom 2017 o necelých 5 % (v roku 2017 sa okres Ružomberok podieľal na prenocovaniach Liptova 25,4 %, v roku 2022 to bolo 30 %).

[Príloha: 3.1 Ročná návštevnosť Liptova podľa okresov]

Pandémia mala vplyv na pokles zahraničných návštevníkov. V roku 2019 zrealizovali zahraniční návštevníci na Slovensku 35 % z celkového počtu prenocovaní, na Liptove tvorili 38 % z celkového počtu prenocovaní. V roku 2021 to bolo na Slovensku len 18 % a na Liptove 14 % z celkového počtu prenocovaní. **V roku 2022** sa medziročne v porovnaní s rokom 2021 zvýšil počet prenocovaní zahraničných návštevníkov na Liptove takmer štvornásobne (zo 136 551 na 535 501) a ich podiel na celkovom počte prenocovaní v destinácii dosiahol 31 %.

Graf 5: Počet prenocovaní domácich a zahraničných návštevníkov Liptova



Graf 6: Priemerná dĺžka pobytu návštevníkov Liptova (priemerný počet prenocovaní)

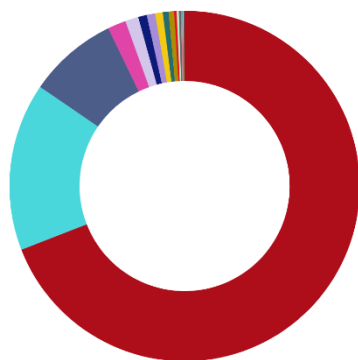


Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

Pre obdobie počas pandémie COVID-19 (2020 a 2021) je z hľadiska štatistických ukazovateľov viditeľná vyššia priemerná dĺžka pobytu ako pred týmto obdobím (2019) aj po tomto období (2022). To možno pripísať aj tomu, že počas pandémie boli v mimo sezónnom období otvorené najmä kúpeľné zariadenia (s vyššou priemernou dĺžkou pobytu) a tiež tomu, že opatrenia boli pre ostatné zariadenia uvoľnené najmä počas hlavných dovolenkových sezón. Vyššia priemerná dĺžka pobytu v roku 2020 a 2021 je teda výsledkom toho, že v mimosezónnom období neboli realizované kratšie, najmä víkendové pobyty, ktoré sú pre ekonomickú udržateľnosť destinácie a rovnomerné rozloženie dopytu v čase kľúčové (viac v časti sezónnosť).

Oživenie cestovného ruchu v roku 2022 sa prejavilo na medziročnom raste počtu aj podielu zahraničných návštevníkov, avšak bezprostredne po pandemickom období sa na vývoji aktívneho zahraničného cestovného ruchu podpísal začiatok vojny na Ukrajine vo februári 2022. Nestabilita geopolitického prostredia vyústila do celosvetovo spoločensky nepriaznivej situácie aj energetickej krízy, ktorej dôsledky možno v súčasnosti len ťažko predvídať. Okrem poklesu počtu návštevníkov z Ukrajiny, ide aj o rastúcu infláciu (cenovú úroveň všetkých tovarov a služieb), ktorá sa môže prejavovať v obmedzení spotreby služieb v cestovnom ruchu, nie len v domácom ale aj medzinárodnom cestovnom ruchu. Prirodzene flexibilnejšie zareagovali na otvorenie cestovného ruchu v roku 2022 okolité krajiny V4.

Graf 7: Štruktúra návštevníkov Liptova podľa krajiny pôvodu v roku 2022



Skupina	Počet prenocovaní (podiel)
Slovenská republika	69,08%
Česká republika	15,49%
Poľsko	8,25%
Maďarsko	1,69%
Ostatné krajiny EÚ (samostatne neuvedené spolu)	1,22%
Ukrajina	0,80%
Litva	0,77%
Izrael	0,71%
Nemecko	0,54%
Rumunsko	0,50%
Rakúsko	0,23%
Krajiny Beneluxu (Belgicko, Holandsko, Luxembursko)	0,21%
Ostatné európske krajiny (samostatne neuvedené spolu)	0,20%
Spojené štáty americké	0,10%
Ostatné ázijské krajiny	0,08%
Švajčiarsko	0,03%
Rusko	0,03%
Ostatné severoamerické krajiny	0,02%
Iné (Austrália, Oceánia, Nový Zéland)	0,02%
Ostatné africké krajiny	0,02%
Ostatné americké krajiny	0,01%
Ostatné juhoamerické štáty	0,01%
Čínska ľudová republika	0,00%
Ostatné stredoamerické krajiny	0,00%

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

V roku 2022 zrealizovali domáci návštevníci v regióne 1,19 mil. prenocovaní (v roku 2019 to bolo 1,24 mil prenocovaní). Návštevníci z ČR sú dlhodobo v poradí druhým hlavným zdrojovým trhom po domácich návštevníkoch, a v roku 2022 tvorili s počtom 0,27 mil. prenocovaní 16 % na návštevnosti Liptova (v roku 2019 to bolo 17 %). Ďalšími v poradí sú návštevníci z Poľska. S približne rovnakým počtom prenocovaní nasleduje Maďarsko, Ukrajina, Litva a Izrael, ktorý bol do roku 2019 tretím zahraničným trhom po ČR a Poľsku.

Rast v roku 2019 v porovnaní s rokom 2017 zaznamenali prenocovania návštevníkov z tradičných, ale aj nových zahraničných trhov, čo bolo podporené aj kampaňami realizovanými OOCR REGION LIPTOV. Počet prenocovaní návštevníkov z Českej Republiky sa zvýšil v tomto období o 14 % (v roku 2021 však dosahoval len 82 tisíc prenocovaní, čo je na úrovni jednej štvrtiny pred-pandemického obdobia). Počet prenocovaní návštevníkov z Poľska bol v roku 2019 v porovnaní s rokom 2017 vyšší o 16 %.

Tabuľka 3: Počet prenocovaní na Liptove návštevníkov zo zahraničných trhov v roku 2022 a 2019

Krajina pôvodu zahraničných návštevníkov	Počet prenocovaní návštevníkov v roku 2022	Poradie v 2022	Počet prenocovaní návštevníkov v roku 2019	Poradie v 2019	Zmena v roku 2022 v porovnaní s rokom 2019
Česká republika	265 981	1.	335 501	1.	-20,72 %
Poľsko	141 737	2.	191 895	2.	-26,14 %
Maďarsko	29 028	3.	27 387	5.	+ 5,99 %
Ukrajina	13 653	4.	31 737	4.	-56,98 %
Litva	13 229	5.	15 654	7.	-15,49 %
Izrael	12 189	6.	34 777	3.	-64,95 %
Nemecko	9 220	7.	17 123	6.	-46,15 %
Rumunsko	8 506	8.	11 666	8.	-27,09 %
Rakúsko	3 881	9.	5 106	11.	-23,99 %
Belgicko	3 172	10.	6 425	10.	-50,63 %
Rusko	565	11.	10 947	9.	-94,84 %
Holandsko	362	12.	4 561	12.	-92,06 %

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

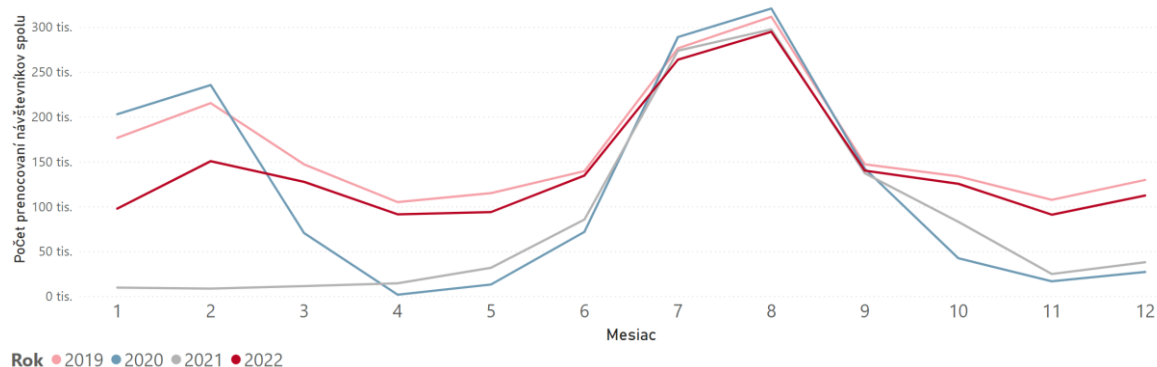
Najmenej výrazný rozdiel zaznamenali v roku 2022 v porovnaní s rokom 2019 krajiny V4, Litva a Rumunsko. Naopak vzdialenejšie trhy, najmä Izrael, zaznamenali v roku 2022 pomalší rast, čo ale môže byť spojené aj s tým, že ide o vzdialenejší trh ako krajiny V4 aj tým, že boli počas prvých mesiacov roka zatvorené prevádzky akvaparkov. Jediná krajina, z ktorej bolo zrealizovaných viac prenocovaní v roku 2022 ako v roku 2019 bolo Maďarsko (o 6 %).

[Príloha: 3.2 Vývoj počtu prenocovaní na Liptove návštevníkov zo zahraničných trhov]

3.2 Sezónnosť

Najvyšší počet prenocovaní je v regióne zrealizovaný počas letných prázdnin v mesiaci júl a august. Najsilnejším mesiacom zimnej turistickej sezóny je február, ďalej nasleduje počtom prenocovaní január a marec (rovnako spojené s prázdninami).

Graf 8: Vývoj počtu prenocovaní počas roka v regióne Liptov od roku 2019 do roku 2022



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

Mimosezónu tvoria mesiace druhého kvartálu roka (apríl až jún) a štvrtého kvartálu (október až december). Do roku 2019 sa počet prenocovaní zvyšoval aj v mesiacoch mimo hlavných turistických sezón, v priemere medziročne o 15 %¹⁸, pričom výraznejšie rástol pred koncom roka, čo súviselo najmä so skorším začiatkom lyžiarskej sezóny od začiatku decembra. Pokles počtu prenocovaní v mesiacoch mimo hlavnej turistickej sezóny v roku 2020 o 76 % a v roku 2021 o 62 % v porovnaní s rokom 2019 bol spojený s opatreniami počas Pandémie COVID-19 a výrazne sa prejavil na celkovom ročnom počte prenocovaní v regióne. Ani počas roka 2022 nedosiahla mimosezóna taký počet prenocovaní, ako v roku 2019, avšak rozdiel bol už iba 11 %.

Tabuľka 4: Vývoj počtu prenocovaní v regióne Liptov mimo hlavnej turistickej sezóny

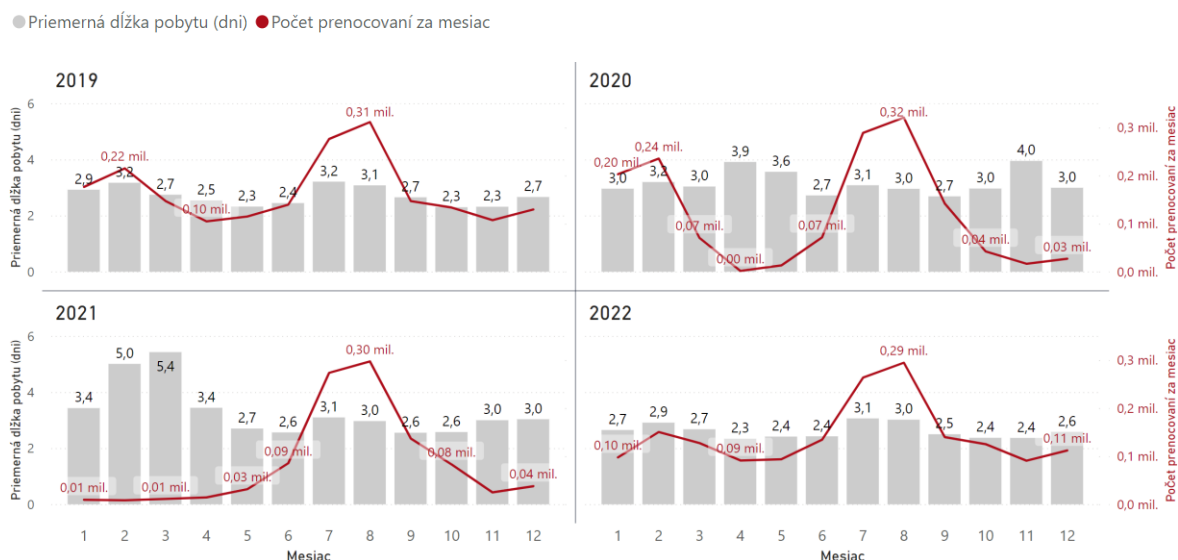
ROK	Mesiace	Počet prenocovaní	Medziročná zmena počtu prenocovaní do roku 2019	Zmena počtu prenocovaní v porovnaní s rokom 2019
2017	apríl až jún	292 809		
2018	apríl až jún	307 406	+ 5 %	
2019	apríl až jún	359 226	+17 %	
2020	apríl až jún	86 496		- 76 %
2021	apríl až jún	131 477		- 63 %
2022	apríl až jún	319 606		- 11 %
2017	október až december	261 711		
2018	október až december	300 317	+ 15 %	
2019	október až december	370 487	+ 23 %	
2020	október až december	85 979		- 77 %
2021	október až december	145 595		- 61 %
2022	október až december	328 300		- 11 %
2017	2 Q a 4 Q spolu	554520		
2018	2 Q a 4 Q spolu	607723	+ 10 %	
2019	2 Q a 4 Q spolu	729713	+ 20 %	
2020	2 Q a 4 Q spolu	172475		- 76 %
2021	2 Q a 4 Q spolu	277072		- 62 %
2022	2 Q a 4 Q spolu	647 906		- 11 %

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

¹⁸ Od roku 2017 do roku 2019, pričom výraznejšie v roku 2019, kedy bol zaznamenaný aj najrýchlejší medziročný rast účasti na cestovnom ruchu v regióne aj na Slovensku.

Počas pandémie COVID-19 výrazne poklesol počet prenocovaní v mimosezónnom období. Vyššia priemerná dĺžka pobytu v roku 2020 a 2021 je spojená s tým, že pre kúpeľné zariadenia (kúpeľné pobyty) platili v určitých obdobiach menej prísne protipandemické opatrenia. Preto bola aj vyššia priemerná dĺžka pobytu najmä mimo hlavnej turistickej sezóny v okrese Ružomberok.

Graf 8: Vývoj priemernej dĺžky pobytu návštevníkov Liptova a počtu prenocovaní počas roka v období od roku 2019 do roku 2022



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

[Príloha: 3.3 Návštevnosť Liptova počas roka podľa okresov]

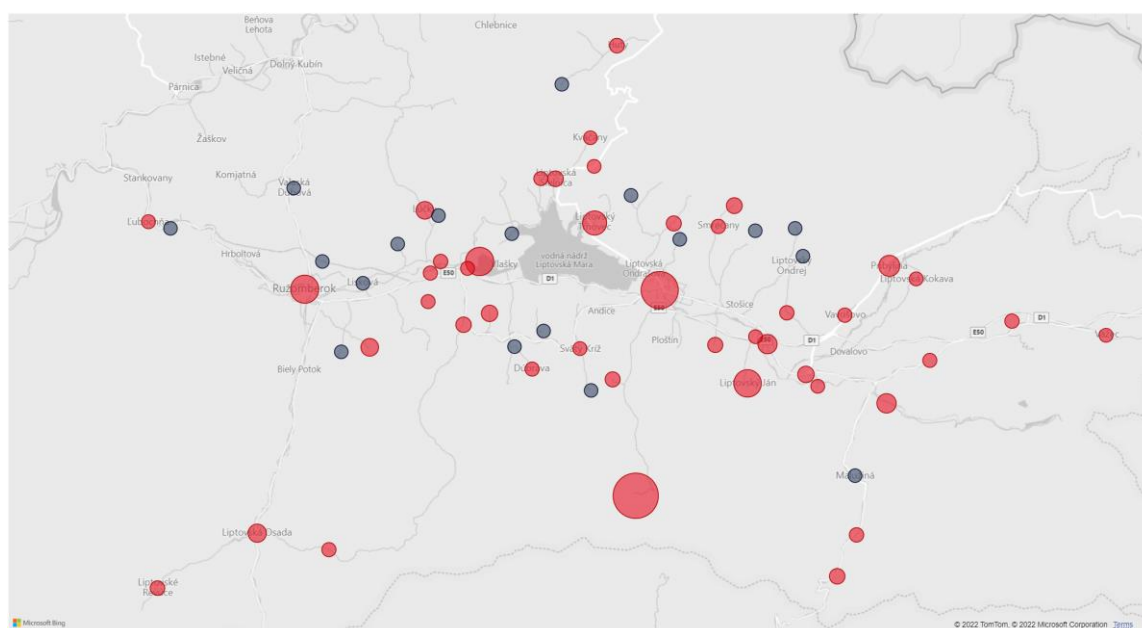
3.3 Kapacita, štruktúra a využitie ubytovacích zariadení

Na Liptove bolo ŠÚSR evidovaných v roku 2022 spolu 642 ubytovacích zariadení s kapacitou 26,9 tisíc stálych lôžok (vrátane kempingových miest). Vzhľadom na to, že nie všetky zariadenia poskytujúce ubytovacie služby návštevníkom sú evidované na ŠÚSR, odhadovaná kapacita aj počet zrealizovaných prenocovaní na Liptove je vyššia. Údaje ŠÚSR plnia aj porovnávaciu funkciu.

Priemerná kapacita jedného ubytovacieho zariadenia je 42 stálych lôžok. V porovnaní s rokom 2019 sa kapacita zariadení zvýšila o 6,5 % (1 634 lôžok v 47 ubytovacích zariadeniach).

V siedmych samosprávach (Demänovská Dolina, Liptovský Mikuláš, Bešeňová, Ružomberok, Liptovský Ján, Liptovský Trnovec, Pribylina) disponujú ubytovacie zariadenia kapacitou vyššou ako tisíc stálych lôžok. V týchto samosprávach je spolu až 17 411 stálych lôžok, t.j. dve tretiny celkovej ubytovacej kapacity Liptova.

Mapa 5: Obce podľa počtu stálych lôžok (vrátane kempingových miest) k dispozícii podľa evidencie ŠÚSR



ŠÚSR ● diskretný údaj ● zverejnený údaj

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2022.

Najviac lôžok je v Demänovskej Doline, a to až takmer jedna pätina kapacity zariadení Liptova (18,5 %). V roku 2022 disponovali zariadenia v tejto obci 4 742 lôžkami. Priemerná veľkosť zariadenia je 53 lôžok a čisté využitie stálych lôžok v ubytovacích zariadeniach je na úrovni 35,2 %.

V meste Liptovský Mikuláš sa nachádza 14 % kapacity stálych lôžok Liptova (3 533 lôžok). Ďalšími v poradí z hľadiska počtu lôžok sú obec Bešeňová (2 199 lôžok), mesto Ružomberok (2 180 lôžok) a Liptovský Ján (2 072 lôžok), Liptovský Trnovec (1 575 lôžok) a Pribylina (1 110 lôžok).

Čisté využitie stálych lôžok v ubytovacích zariadeniach bolo roku 2022 v okrese Liptovský Mikuláš na úrovni 30,4 % a 34,4 % v okrese Ružomberok.

Tabuľka 5: Kapacita a využitie ubytovacích zariadení v obciach na Liptove v roku 2022

Obec	Počet ubytovacích zariadení	Celkový počet stálych lôžok (vr. kempingových miest) k dispozícii	Priemerná veľkosť zariadenia (počet stálych lôžok)	Čisté využitie stálych lôžok v zariadeniach (v %)	Podiel na celkovej kapacite regiónu
Demänovská Dolina	92	4 846	53	33,6 %	18,0 %
Liptovský Mikuláš	99	3 541	36	30,7 %	13,2 %
Bešeňová	43	2 227	52	D	8,3 %
Ružomberok	58	2 180	38	27,7 %	8,1 %
Liptovský Ján	36	2 072	58	35,5 %	7,7 %
Liptovský Trnovec	28	1 575	56	39,1 %	5,9 %
Pribylina	19	1 110	58	D	4,1 %
Podtureň	6	901	150	D	3,3 %
Kráľova Lehota	4	864	216	D	3,2 %
Liptovská Štiavnica	4	847	212	D	3,1 %
Liptovská Osada	9	734	82	D	2,7 %
Lúčky	12	629	52	D	2,3 %
Liptovský Hrádok	12	437	36	D	1,6 %
Malatíny	4	423	106	D	1,6 %
Partizánska Ľupča	17	387	23	13,7 %	1,4 %
Žiar	18	355	20	17,2 %	1,3 %
Liptovská Sielnica	7	321	46	34,8 %	1,2 %
Vyšná Boca	9	292	32	20,6 %	1,1 %
Závažná Poruba	13	231	18	14,4 %	0,9 %
Pavčina Lehota	14	225	16	D	0,8 %
Bobrovec	7	225	32	20,8 %	0,8 %
Huty	3	170	57	D	0,6 %
Liptovské Revúce	8	165	21	D	0,6 %
Liptovská Teplá	7	128	18	10,3 %	0,5 %
Nižná Boca	7	123	18	14,9 %	0,5 %
Smrečany	10	121	12	D	0,4 %
Jamník	4	120	30	D	0,4 %
Východná	8	109	14	D	0,4 %
Vavrišovo	4	109	27	D	0,4 %
Iné obce s celkovou kapacitou zariadení nižšou ako 100 lôžok ¹⁹	54	764	14	n/a	2,8 %
Ostatné obce	27	689	27	n/a	2,6 %
LIPTOV SPOLU	642	26 920	42	n/a	100,0 %
z toho okres:					
Liptovský Mikuláš	472	19 543	41	30,4 %	72,6 %
Ružomberok	170	7 377	43	34,4 %	27,4 %

D – diskretný/nezverejnený údaj ŠÚSR

n/a - nedostupný údaj

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

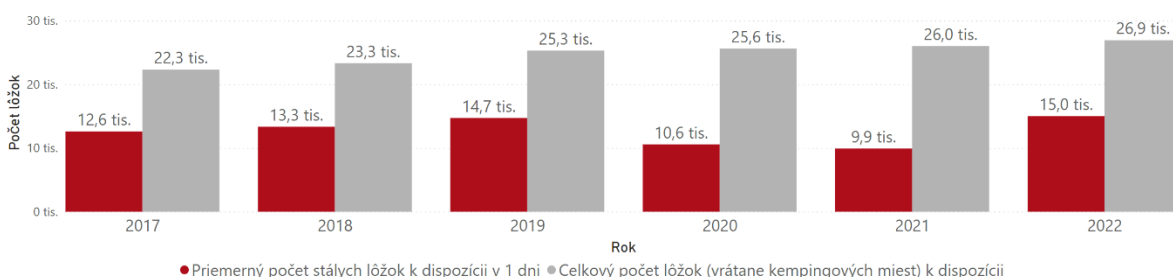
Na prevádzke ubytovacích zariadení sa každoročne prejavuje sezónnosť, avšak v roku 2021 to boli aj opatrenia prijaté v súvislosti s pandemiou COVID-19.

Priemerný počet lôžok, ktoré boli návštevníkom na Liptove k dispozícii v 1 dni²⁰ v roku 2022, bol na úrovni 15 tis. lôžok, čo predstavovalo 56 % celkovej kapacity ubytovacích zariadení (celkového počtu lôžok vrátane kempingových miest). Počas pandémie COVID-19 to bolo len 41 % kapacity v roku 2020 a 38 % celkovej kapacity v roku 2021.

¹⁹ Liptovská Lúžna, Ivachnová, Dúbrava, Hybe, Liptovské Sliače, Prosiek, Ľubochňa, Liptovský Michal, Liptovská Kokava, Važec, Svätý Kríž, Uhorská Ves, Liptovská Porúbka, Liptovské Matiašovce, Kvačany

²⁰ Podľa metodiky ŠÚSR ide o priemerný počet stálych lôžok, ktoré sú k dispozícii návštevníkom v 1 dni za sledované obdobie (štvrtrok, polrok, rok) vypočítaný počtom kalendárnych dní.

Graf 9: Priemerný počet lôžok k dispozícii v 1 dni a celkový počet lôžok k dispozícii na Liptove



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

Tabuľka 6: Podiel priemerného počtu lôžok k dispozícii v 1 dni na celkovej kapacite ubytovacích zariadení* na Liptove a v SR

Rok	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Územie						
Liptov	57 %	57 %	58 %	41 %	38 %	56 %
SR	60 %	59 %	60 %	45 %	44 %	59 %

* na celkovom počte lôžok (vrátane kempingových miest) k dispozícii

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

Štruktúra ubytovacích zariadení z hľadiska hlavných kategórií sa v roku 2022 v porovnaní s rokom 2017 výrazne nezmenila. Zo 642 zariadení evidovaných ŠÚSR bolo na Liptove v roku 2022:

- 64 hotelov, v prípade ktorých ide najmä o veľkokapacitné zariadenia. Ich priemerná veľkosť je až 152 stálych lôžok na zariadenie, čo je o tretinu viac ako priemerná veľkosť tejto kategórie v SR (107 stálych lôžok na hotel). Na celkovej kapacite stálych lôžok na Liptove sa hotely podieľajú 36 % a priemerná cena za prenocovanie je na úrovni 40,4 €;
- 86 penziónov s priemernou kapacitou 36 lôžok (priemerná veľkosť tejto kategórie v SR je 32 lôžok). Na celkovej kapacite stálych lôžok na Liptove sa penzióny podieľajú 12 % a priemerná cena za prenocovanie je 27 €;
- 492 ubytovacích zariadení v ostatných kategóriách, ktoré zahŕňajú aj sezónne ubytovacie zariadenia vrátane kempingových miest. Na celkovej kapacite zariadení na Liptove sa podieľajú 52 % a priemerná cena za prenocovanie je na úrovni 22,5 €.

Tabuľka 7: Kapacita ubytovacích zariadení na Liptove podľa kategórie

Kategória ubytovacieho zariadenia	Počet ubytovacích zariadení	Celkový počet stálych lôžok (vr. kempingových miest) k dispozícii	Priemerná veľkosť zariadenia (počet stálych lôžok)	Priemerný počet stálych lôžok k dispozícii v 1 dni a podiel na celkovej kapacite k dispozícii v %
Hotely (motely, botely)	64	9702	152	6 400 lôžok (66 %)
Penzióny	86	3110	36	1 943 lôžok (63 %)
Ostatné inde neuvedené	492	14108	29	6 655 lôžok (47 %)

LIPTOV SPOLU	642	26 920	42	14 997 (56 % kapacity)
---------------------	------------	---------------	-----------	-------------------------------

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

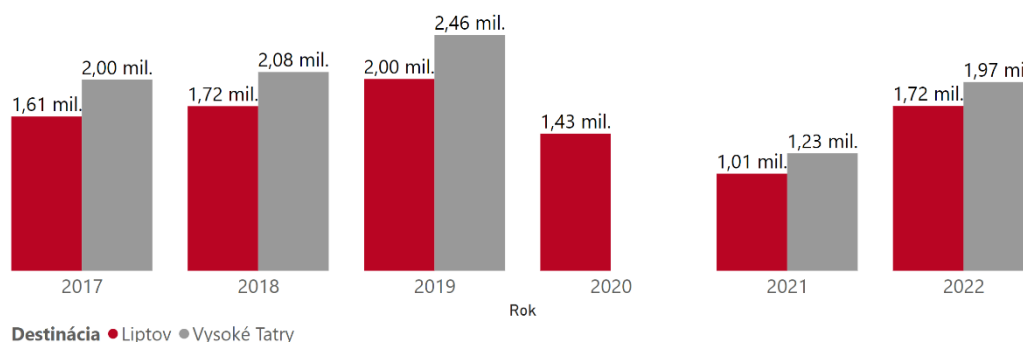
[Príloha: 3.4 Výkony ubytovacích zariadení na Liptove podľa kategórie zariadení]

3.4 Priestorová komparácia vybraných ukazovateľov výkonnosti destinácie

Porovnateľnou destináciou v rámci Slovenska s turistickou destináciou Liptov, najmä z hľadiska podmienok pre rozvoj, úrovne ponuky a z toho vyplývajúcej výkonnosti, je región **Vysoké Tatry**²¹, ktorý susedí s regiónom Liptov z východnej strany. Obe destinácie patria medzi územia s najvyššou návštevnosťou na Slovensku po hlavnom meste Bratislava.

Komparatívnou výhodou Vysokých Tatier v porovnaní s Liptovom, ale aj inými slovenskými destináciami, je bezpochyby skutočnosť, že Vysoké Tatry sú a vždy budú symbolom slovenských veľhôr. V rámci Slovenska patria medzi historicky najstaršie územia rozvoja cestovného ruchu. Destinácia Liptov dosahuje zhruba o jednu pätinu nižší počet prenocovaní ako Vysoké Tatry, avšak v tempe rozvoja za Vysokými Tatrami nezaostáva. Tempo rastu počtu prenocovaní oboch destinácií do roku 2019 bolo na približne rovnakej úrovni a rovnako zaznamenali aj podobný pokles počas obdobia pandémie COVID-19. V roku 2019 bol počet prenocovaní návštevníkov Vysokých Tatier vyšší ako na Liptove o 23 % (460 tis.), v roku 2022 bol vyšší už len o 14,6 % (251 tis.)

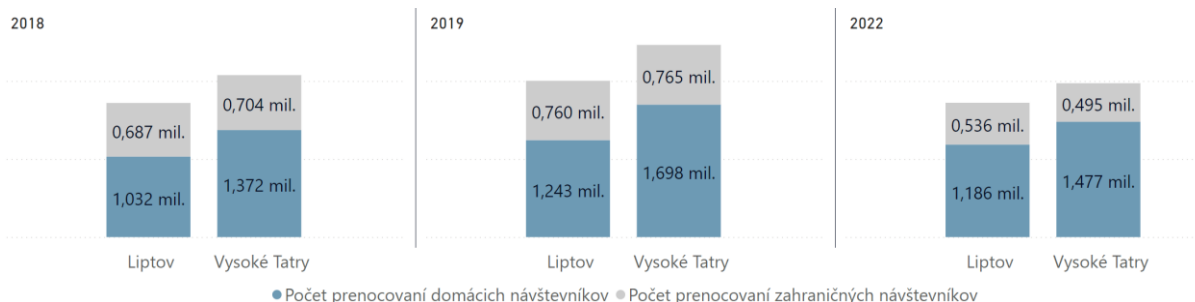
Graf 10: Porovnanie vývoja počtu prenocovaní návštevníkov destinácie Liptov a Vysoké Tatry



n/a – nedostupný údaj

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2022.

Graf 11: Porovnanie počtu prenocovaní domácich a zahraničných návštevníkov destinácie Liptov a Vysoké Tatry v roku 2019



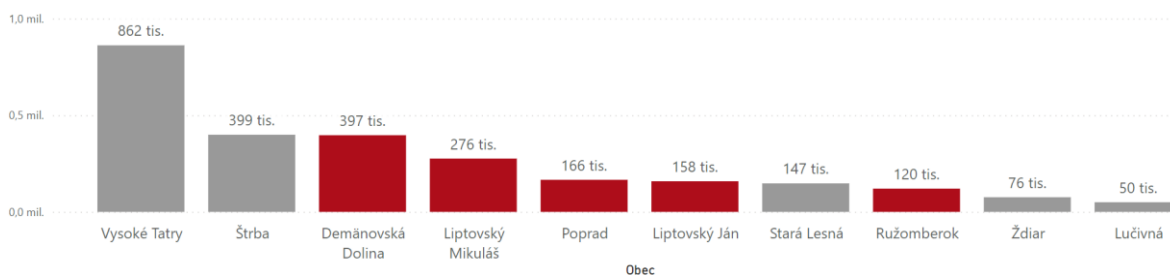
Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2022.

Priemerné medziročné tempo rastu počtu prenocovaní do roku 2019 bolo na Liptove aj vo Vysokých Tatrách približne rovnaké a v oboch nad priemerom rastu v SR. Od roku 2017 do roku 2019 sa v priemere medziročne zvýšil počet prenocovaní na Liptove o 11,5 %, vo Vysokých Tatrách o 11,1 % a na Slovensku o 8,9 %. V oboch destináciách bol podobný aj pokles počtu prenocovaní v roku 2021 v porovnaní s rokom 2019 (na Liptove o 49,4 %, vo Vysokých Tatrách o 50,2 %).

V oboch destináciách je pobytový cestovný ruch intenzívne rozvíjaný v niekoľkých obciach, najmä na vstupných bodoch do národných parkov a stredísk. V porovnaní s Vysokými Tatrami sú prenocovania na Liptove o niečo rovnomernejšie priestorovo rozložené z hľadiska koncentrácie v okresných mestách. Okresné mestá Liptovský Mikuláš a Ružomberok mali v roku 2022 viac ako dvojnásobne vyšší počet prenocovaní (396 tis.) ako mesto Poprad a Kežmarok spolu (184 tis.).

²¹ Pre potreby porovnania výkonnosti koncepcia vychádza z dostupných dát ŠÚSR pre Vysoké Tatry ako turistickú destináciu, ktorú tvoria okresy Poprad a Kežmarok.

Graf 12: Mestá a obce s najvyšším počtom prenocovaní v destinácii Vysoké Tatry a Liptov v roku 2022

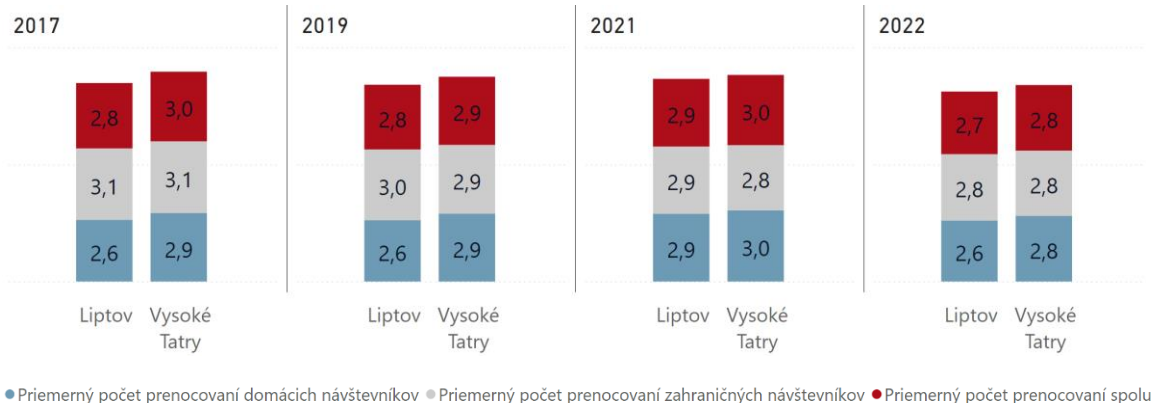


Zdroj: ŠÚSR, 2022.

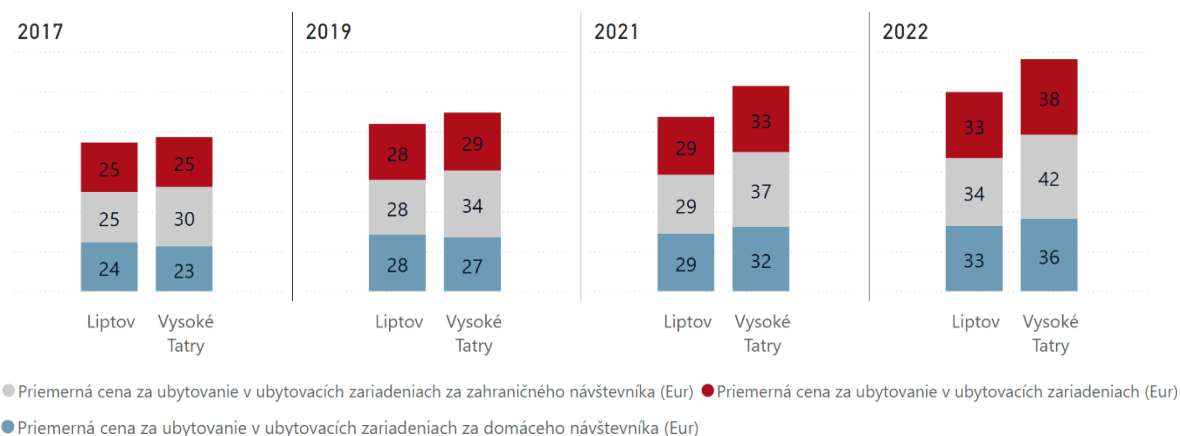
Až 44 % prenocovaní v destinácii Vysoké Tatry bolo v roku 2019 aj 2022 zrealizovaných v meste Vysoké Tatry (1,1 mil. roku 2019 a 862 tis. v roku 2022)²². Za obe destinácie sú ďalšie v poradí s porovnateľným počtom prenocovaní v oboch rokoch obec Štrba vo Vysokých Tatrách a Demänovská Dolina na Liptove. Okresné mesto Liptovský Mikuláš má o 66 % prenocovaní viac ako mesto Poprad.

Destinácie sa odlišujú z hľadiska štruktúry domácich a zahraničných návštevníkov. Napriek tomu, že je celkový počet prenocovaní na Liptove nižší ako vo Vysokých Tatrách (v roku 2022 už len o 14,6 %), počet prenocovaní zahraničných návštevníkov bol v roku 2022 vyšší na Liptove o 8 % (40,4 tis.). Podiel prenocovaní zahraničných návštevníkov na Liptove bol takmer 31 %, vo Vysokých Tatrách bol na úrovni 25 %. V roku 2022 sa vo Vysokých Tatrách výraznejšie zvýšila priemerná cena v ubytovacích zariadeniach, ktorá bola na úrovni 38 €, pričom na Liptove bola na úrovni 33 €.

Graf 13: Porovnanie priemerného počtu prenocovaní návštevníkov na Liptove a vo Vysokých Tatrách



Graf 14: Porovnanie priemernej ceny za ubytovanie na Liptove a vo Vysokých Tatrách (v Eur)



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

²² Po meste Bratislava je obec Vysoké Tatry v poradí druhou obcou s najvyššou návštevnosťou na Slovensku

4 Trendy v riadení destinácií

Liptov je jedna z prvých destinácií na Slovensku, v ktorej boli zavedené princípy destinačného manažmentu a marketingu. Zámerom OOCR REGION LIPTOV je reagovať na súčasné **trendy v riadení destinácií** a vytvárať tak lepšie podmienky pre rozvoj ucelenej destinačnej ponuky a efektívne realizovať s tým súvisiace marketingové aktivity, vrátane branding a komunikačných aktivít.

Zahraniční lídri reagujú destinačným manažmentom a marketingom nielen na dlhodobé trendy, ako je rýchly rozvoj technológií, zmeny v preferenciách návštevníkov v trávení voľného času a pod., ale aj na potrebu čo najlepšie pripraviť územie na riziká vo vonkajšom prostredí, ako sú klimatická a energetická kríza, nestabilná geopolitická situácia, aj dopady nepredvídateľných okolností, na ktorých citlivosť odvetvia cestovného ruchu poukázala situácia počas pandémie COVID-19.

Z hľadiska udržateľnosti odvetvia cestovného ruchu sa témou stáva nielen zvyšovanie konkurencieschopnosti destinácií, ale najmä ich odolnosť voči spomínaným faktorom. Z dlhodobého hľadiska ide o vytváranie kvalitných podmienok pre pobyt návštevníka, aj formovanie destinácie ako kvalitného miesta pre život obyvateľov, ktorí sa podieľajú na tvorbe ponuky.

Súčasné trendy a zmeny vo vonkajšom prostredí, na ktoré reagujú iné destinácie, najmä v krajinách s rozvinutým cestovným ruchom sú:

1. Potreba zvyšovania odolnosti destinácií, ktoré sú miestom pre život obyvateľov	→ trend uplatňovania komplexného prístupu „správneho spravovania/SMART riadenia destinácie“, ktorý zahŕňa aj: • starostlivosť o lokálne zdroje vrátane domáceho obyvateľstva, • posilňovanie vnútornej identity destinácie v rámci spravovania, najmä premietnuté do destinačnej značky, • manažment návštevníka v rámci spravovania destinácie, • zohľadnenie potreby autenticity, estetiky a funkčnosti prostredia destinácie v strategickom plánovaní a rozvoji (vrátane prístupu členských samospráv).
2. Rýchly rozvoj mobilných technológií	• trendy v dostupnosti a atraktivnosti online obsahu prostredníctvom destinačných webov a ďalších komunikačných nástrojov, • trendy súvisiace so zmenami poskytovania informačného servisu/transformácia informačných centier na návštevnícke centrá regionálneho významu v rámci riadenia destinácie.

4.1 Trendy v správnom spravovaní/SMART riadení destinácie

SMART riadenie je komplexný prístup v destinačnom manažmente, ktorý je silne orientovaný na riadiaci proces s cieľom zvyšovať udržateľnosť destinácie ako miesta života obyvateľov. Cestovný ruch je odvetvie, ktoré má prinášať sociálny a hospodársky rozvoj a zvyšovať životnú úroveň v regiónoch.

Jedným z kľúčových trendov v riadení destinácií je tzv. správne spravovanie v súlade s princípmi udržateľného rozvoja („destination governance conformed by the principles of sustainable development“), resp. jeho vyššia úroveň „SMART destination governance“. Pojem SMART je v súčasnosti v slovenských podmienkach spájaný najmä s modernými informačnými technológiami a prvkami. Ide však o komplexný prístup k riadeniu s cieľom rozvoja inteligentných regiónov a destinácií, nie len z hľadiska technológií, ale **najmä procesov**.

**Presun od marketingu k rozvoju v destinačných organizáciách budúcnosti.**

Medzinárodné organizácie aj celosvetovo renomované konzultačné spoločnosti odporúčajú a nabádajú organizácie destinačného manažmentu, bez ohľadu na stupeň rozvoja destinácie, prevziať na seba v kontexte zvyšovania odolnosti regiónov širšie rozvojové úlohy. Pre mnohé strešné destinačné organizácie to znamená výrazný posun od dominantnej orientácie na destinačný marketing k manažmentu, vytváraniu podmienok pre rozvoj a tvorbe ponuky a teda vyvažovanie rozvojových a marketingových aktivít²³.

Starostlivosť o lokálne zdroje a ich udržateľné využívanie

SMART riadenie zohľadňuje skutočnosť, že na rozvíjané územie treba myslieť z dlhodobého hľadiska, pretože má byť aj v budúcnosti kvalitným miestom pre život. Preto je kladený silný dôraz na vplyv rozvojových aktivít na sociálne a environmentálne aspekty prostredia, ktoré sú silným atribútom kvality života obyvateľov. Rastie tak dôraz na udržateľný rozvoj vnútorného potenciálu a **vytváranie možností pre trávenie voľného času nielen návštevníkov, ale aj domácich obyvateľov v prírodných aj iných lokalitách, vrátane rozvoja infraštruktúry, ktorá zvyšuje kvalitu života obyvateľov miest.**

Zvyšuje sa záujem o trávenie voľného času v prírode, rastúcim trhom je „adventure tourism“. Okrem aktivít ako je pešia turistika, aktivity a produkty v prírodnom cestovnom ruchu, zahŕňa aj široké spektrum dobrodružných športových a športovo-rekreačných aktivít, vrátane cykloturistiky, aktívneho spoznávania kultúrneho dedičstva, aktivít pri vode a iných.

Medzi aktivity dobrodružného cestovného ruchu počas zimnej sezóny, ktorých ponuka sa už dlhodobo vyvíja vo vysoko konkurenčnom prostredí, patrí lyžovanie a snowboarding v rôznych formách (vrátane lyžovania vo voľnom teréne). Tento trh sa v podmienkach medzinárodného cestovného ruchu stal príkladom ponuky „dobrodružstvo cez deň, luxus v noci“, s ponukou kvalitného ubytovania a reštaurácií²⁴. Lyžovanie je zároveň najviac ohrozenou aktivitou dobrodružného cestovného ruchu v kontexte nezvratiteľných dôsledkov klimatickej zmeny, ktorá sa prejavuje v posúvaní hranice nadmorskej výšky so snehovou pokrývkou. Podľa najnovších štúdií výrazne ovplyvní klimatická zmena v horizonte niekoľkých desaťročí aj lyžovanie v nižších nadmorských výškach na Liptove a je ohrozením pre nižšie položené menšie strediská (viac v časti B.1.2).

Destinácie po celom svete už dlhšie obdobie investujú do rozvoja cyklistickej a cykloturistickej infraštruktúry, a to nielen v súvislosti s rastúcim záujmom o cyklistiku takmer všetkých vekových skupín, ale aj v súvislosti s potrebou znížiť uhlíkovú stopu ako reakciou na zmenu klímy, potrebou rozširovania možností trávenia voľného času v mimosezónnom období, v ktorom sa prejavuje rast priemernej teploty vzduchu aj potrebou diverzifikácie možností dopravy obyvateľov najmä v zaťažených lokalitách (zabezpečenie udržateľnej mobility pre každodenné dochádzanie do práce a do školy aj v rámci fungovania destinácií ako miest pre život obyvateľov). Cykloturistika je podľa štúdií environmentálne, sociálne a ekonomicky udržateľná aktivita; menej závislá od leteckej dopravy. Rozptyľuje návštevníkov do oblastí zdanlivo menej atraktívnych pre rozvoj cestovného ruchu a preto podporuje rozvoj zamestnanosti a miestnej ekonomiky²⁵.

Na tento trend reflektujú aj aktivity OOCR REGION LIPTOV formovaním **Cyklóregiónu Liptov** - rozvojovej aj produktovej línie s komplexne navrhnutými a realizovanými aktivitami v rámci Konceptcie rozvoja cykloturistiky v regióne Liptov na obdobie rokov 2020 až 2025, vrátane súladu s komunikačnou identitou destinácie.

Klimatické zmeny sa premietajú do zvyšovania priemernej teploty vzduchu aj úbytku vzácnych vodných zdrojov. Predpokladá sa, že práve v súvislosti s globálnym otepľovaním v budúcnosti vzrastie dopyt po letnej rekreácii pri vode v kombinácii s náročnejšími aj menej náročnými športovými aktivitami v prírode, či spoznávaním kultúrneho dedičstva (soft adventure tourism, hard adventure tourism a iné formy). Z tohto dôvodu sú lokálne zdroje (napr. vodné plochy, rieky a pod.) a starostlivosť o ne kľúčové pre tvorbu destinačnej ponuky.

²³ The DMO of the Future; Destination Marketing Becomes Destination Management; From marketing to managing.

²⁴ World Tourism Organization (UNWTO), 2015. Global Report on Adventure Tourism.

²⁵ World Tourism Organization (UNWTO), 2015. Global Report on Adventure Tourism.

Zapájanie širokého spektra aktérov, vrátane domáceho obyvateľstva, je kľúčovým prvkom správneho spravovania/SMART riadenia destinácií. Domáci obyvatelia sa podieľajú na rozvoji konkurencieschopnej destinácie reagujúcej na výzvy vonkajšieho prostredia. Posilňovanie súdržnosti a vnútornej identity aj prostredníctvom cestovného ruchu a prírodných a kultúrnych zdrojov, ktoré jeho ponuka reprezentuje, prispieva k vyššej kvalite služieb v destinácii a posilňuje destinačný marketing.

Posilňovanie jednotnej vnútornej a vonkajšej identity destinácie v rámci spravovania zahŕňa premietnutie rozvojových aktivít a „lokálneho“ rozmeru do destinačnej ponuky, značky a komunikačných aktivít. Tie komunikačne sprostredkujú destinačnú ponuku na domacom a zahraničnom trhu cestovného ruchu, ale aj vnútornú identitu regiónu (poskytovateľov služieb, ale aj jedinečných prírodných, kultúrnych a ľudských zdrojov).

Na tieto trendy reflektujú aktivity OOCR REGION LIPTOV v osvetovom a vzdelávacom projekte **Nepoznaný Liptov, ktorý prezentuje jedinečné prírodné a kultúrne zdroje destinácie** a vytvorením systému kvality lokálnych produktov **Produkt Liptova**.

Medzi často využívané komunikačné aktivity aj v niektorých destináciách na Slovensku patrí prezentácia prostredníctvom ambasádorov z radov miestnych obyvateľov, rodinných podnikov s tradíciou, športovcov a pod., ktorá asocuje prísľub pohostinnosti (toho, že návštevník je v destinácii vítaný) a odzrkadľuje zodpovedný prístup k prírodným a kultúrnym zdrojom, ktoré tu návštevník môže objavovať, ochutnať, zažiť. OOCR REGION LIPTOV využíva v súčasnosti komunikáciu prostredníctvom ambasádorov v ponuke produktu **Cykloregión Liptov**. Príležitosťou je v budúcnosti využívať v komunikácii ambasádorov aj pre ďalšie produkty/ produktové línie regiónu Liptov a pre destináciu ako celok.

Estetická destinácia s funkčným zázemím

Estetizácia prostredia turistických destinácií je proces, ktorý sa snaží o zlepšenie vizuálnej atraktivity a prítlačivosti turistických destinácií. Cieľom estetizácie je vytvoriť pôsobivý a pútavý vzhľad, ktorý zaujme cestovateľov, prispeje k vyššej kvalite ich pobytu, čo sa prejaví aj na ich vnímaní destinácie (celkovom dojme). Táto téma zahŕňa viacero aspektov a zameriava sa na rôzne infraštruktúrne prvky a zázemie v destinácii, predovšetkým však verejnosti prístupnú infraštruktúru (verejné priestranstvá, lokality, zázemie pre poskytovanie informačného a návštevníckeho servisu). Zahŕňa napríklad úpravu a starostlivosť o krajinu najmä prostredníctvom prírode blízkych opatrení (zelenej a modrej infraštruktúry), citlivú obnovu historických budov, a iné zdokonaľovanie verejného priestoru (dizajnový a funkčný mobiliár, turistický navigačný systém, osvetlenie a iné prvky). Estetizácia prostredia je s ohľadom na zvyšujúce sa potreby ochrany a udržateľného využívania prírodných a kultúrnych zdrojov spojená najmä s obnovou kultúrneho dedičstva, ochranou prírodných zdrojov, adaptačnými opatreniami na zmenu klímy, kvalitným, atraktívnym a k prostrediu citlivým dizajnom, aj využívaním prezentácie umenia vo verejnom priestore. Zároveň predpokladá značné zníženie reklamného a vizuálneho smogu. V estetickom a funkčnom prostredí trávi čas návštevník aj domáci, preto opatrenia a aktivity v tejto oblasti prispievajú aj k vyššej kvalite života domácich obyvateľov.

Vizuálny smog a vonkajšia reklama zakrývajú skutočnú krásu Liptova



Rozmáhajúci sa vizuálny a reklamný smog veľmi negatívne vplýva na estetickú stránku regiónu Liptov a jeho celkový imidž v očiach obyvateľov a návštevníkov. Reklamné stavby a zariadenia sú významným zásahom do kvality verejných priestorov a obrazu mesta a krajiny. Usilujú sa priestoru dominovať, nie ho dopĺňať. Množstvo vonkajšej reklamy v mestách a obciach presiahlo únosnú mieru estetiky, ale aj efektivity (potenciálny prijímateľ reklamy ju pri tom množstve už nevníma). Reklama svojím množstvom, nevhodným tvarom, prevedením a umiestnením narúša celkový obraz a atmosféru miest a obcí Liptova a v neposlednom rade odvádza pozornosť účastníkov cestnej premávky. V konečnom dôsledku sa to negatívne odráža nielen na psychike občana, ktorý sa v spleti reklamy nevie orientovať, ale aj na atraktivite historických centier pre občanov ako konzumentov či turistov. Časť reklamného smogu mesto Liptovský Mikuláš už odstránilo.

Faktom je, že len málokteré samosprávy dokážu tomuto problému efektívne čeliť. Novelizovaná legislatíva je však pomerne jednoznačná. Samosprávam prikazuje nelegálne reklamné stavby likvidovať, no stavebné úrady častokrát nemajú kapacity na to, aby zistili, aký je aktuálny stav vonkajšej reklamy na území ich obce/mesta. Nevedia, koľko reklamných stavieb a zariadení sa celkovo v ich katastri nachádza, a ktoré z nich sú nelegálne. V niektorých prípadoch dokonca ani nevedia, či sa niektoré nelegálne reklamné stavby nenachádzajú priamo na ich vlastných pozemkoch, z ktorých by ich mohli jednoducho odstrániť. Likvidáciou nelegálnej a rapídny znížením intenzity ostatnej vonkajšej reklamy je možné zachrániť prírodné krásy a celkový obraz liptovskej krajiny.

Zdroj: TO DO Liptov, o.z., 2020.

4.2 Trendy vyvolané rozvojom mobilných technológií, online priestoru a komunikácie

S rýchlym rozvojom technológií (vrátane pokrývania celého sveta mobilnou sieťou) sa prirodzene zvyšuje aj ich využívanie návštevníkmi. Hlavné cieľové skupiny návštevníkov z hľadiska veku sú generácie s dobrými zručnosťami pre používanie mobilných technológií (okrem mladej generácie tu patrí aj generácia 55+). Aj preto mnohé organizácie zodpovedné za destinačný manažment v krajinách, ktoré sú lídrami v medzinárodnom cestovnom ruchu, pristúpili k prehodnoteniu tradičných nástrojov a procesov.

Dostupnosť, aktuálnosť ale aj atraktivnosť online obsahu je z hľadiska poskytovania informácií rozhodujúca. Z uvedených dôvodov prístupujú zahraničné destinácie posledných niekoľko rokov k zásadným zmenám aj v poskytovaní informačných služieb.

Webstránky turistických destinácií

Webové stránky sú dnes neodmysliteľnou súčasťou každej turistickej destinácie. Bez kvalitnej webovej stránky získava zákazník - cestovateľ - návštevníka konkurenčná destinácia. Typický návštevník získava informácie v rámci procesu rozhodovania sa o dovolenkovom ciele z množstva webových stránok. Proces objavovania, plánovania dovolenky/výletu a proces rezervácie a nákupu služieb je preto veľmi rozdrobený. To je úskalie, ktoré sťažuje niektorým destinačným webstránkam zostať relevantnými - ale súčasne je to aj príležitosť, aby sa oficiálne webové stránky destinácie (spravované OOCR) stali pre návštevníka čo najdôveryhodnejším zdrojom informácií a obsahu. Ak destinácia chce, aby jej webové stránky cielili na moderného spotrebiteľa, musí poznať, aké sú trendy v jeho spotrebiteľskom správaní a nákupných preferenciách.

Trendy v oblasti webstránok turistických destinácií sa sústreďujú na zlepšenie užívateľského zážitku a zvýšenie prehľadnosti informácií. To sa dosahuje prostredníctvom moderných dizajnov a interaktívnych

prvkov, ako sú napríklad digitálne mapy, virtuálne prehliadky a možnosť rezervácie služieb online. Tiež sa už bežne využíva mobilná verzia webstránok, aby boli informácie dostupné pre cestovateľov kedykoľvek a kdekoľvek. Využívanie sociálnych sietí, influencerov a vytváranie obsahu založeného na používateľoch sa tiež stalo populárnym spôsobom, ako prilákať a udržať návštevníkov.

Hlavný destinačný web má najvýznamnejšie postavenie v hierarchii online komunikácie a webstránok s obsahom pre cieľovú skupinu návštevník. Kvalita iných webstránok s cieľovou skupinou domáci obyvatel' je rovnako dôležitá, a na týchto stránkach je kľúčové najmä presmerovanie na komplexný obsah informácií o destinačnej ponuke na hlavnom návštevníckom webe.

Niekoľko spôsobov, ako zaujať a udržať cestovateľa na webstránke turistickej destinácie:

- použitie atraktívneho a profesionálneho dizajnu, ktorý vychádza z vizuálnej identity destinácie resp. jej značky. Dizajn by mal byť čistý, jednoduchý a prehľadný, vrátane grafiky hlavného menu a použitých fontov/typografie, tak, aby poskytoval kvalitný užívateľský zážitok;
- moderné a vizuálne nápadné predstavenie ponuky regiónu na homepage v štýle „scroll down“ stránky, ktoré nie je príliš dlhé a zdôrazňuje najpodstatnejšie (TOP) informácie. Využíva kvalitný fotografický a video materiál z destinácie, ktorý pomôže cestovateľovi lepšie si predstaviť, ako by mohla vyzeráť jeho návšteva;
- pravidelná aktualizácia a obmieňanie vizuálneho obsahu a autentických fotografií, napr. podľa sezón;
- poskytnutie dôležitých informácií na hlavnej stránke, pretože hlavná stránka (homepage) je vizitkou a najdôležitejšou časťou webstránky a má spravidla aj najviac návštev. Rozhoduje o tom, či používateľ na webstránke zostane alebo z nej odíde. Homepage by teda mala upútať jeho pozornosť a zároveň by mu mala poskytnúť informácie o obsahu a štruktúre webu. Cestovatelia by cez homepage mali byť schopní nájsť informácie o tom, ako sa dostať do destinácie, kde sa môžu ubytovať, čo môžu vidieť a ako tráviť čas počas návštevy a pod.;
- použitie interaktívnych prvkov, ako sú mapy, virtuálne prehliadky, a možnosť rezervácie služieb online pomáha cestovateľom/návštevníkom pri plánovaní pobytu a zvyšuje prehľadnosť informácií;
- použitie sociálnych médií a ich integrácia na webstránke pomôže cestovateľom/návštevníkom získať prístup k recenziám a zážitkom;
- personalizácia obsahu, ktorá znamená poskytnutie nástrojov na plánovanie a personalizovaného obsahu na základe preferencií cestovateľa, pomáha udržať jeho záujem a zvyšuje pravdepodobnosť, že návštevník príde do destinácie;
- mobilná verzia webstránky, ktorá umožňuje poskytovanie informácií pre návštevníkov, ktorí využívajú mobilné zariadenia pri plánovaní a hľadaní informácií o destinácií. Preto je kľúčové, aby webstránka bola responzívna a dostupná pre mobilné zariadenia.

Časté chyby a nedostatky destinačných webstránok:

- stránka nie je vizuálne zaujímavá (slabý prvý dojem) - 8-10 sekúnd na zachytenie záujmu od jej otvorenia. Ak webstránka destinácie neprináša skvelý prvý dojem, je pravdepodobné, že návštevníci z nej rýchlo odídu a nikdy sa nevrátia, starý alebo neatraktívny dizajn môže odradiť a signalizovať, že webstránka nie je aktuálna alebo dôveryhodná,
- zastaralý dizajn, ktorý nespĺňa požiadavky mobilných zariadení,
- vizuálny obsah je zastaraný alebo nekonkrétny (napr. neaktuálne fotografie podujatí, ilustračné všeobecné fotografie z fotobáň namiesto autentických destinačných a pod.),
- webová stránka je len zoznam (adresár) služieb a atrakcií - návštevníci hľadajú odporúčania a nie zoznamy a rozsiahle texty. Destinácia musí návštevníka lákať na vizuálne príbehy, príbehy miestnych ľudí, sprievodcov okolím, ktoré ho inšpirujú a motivujú k návšteve,
- webstránka ponúka iba tie najznámejšie a najnavštevovanejšie turistické miesta - neuvádza tipy na skryté „poklady“, menej známe výletné miesta, atraktívne a príjemné verejné priestory a architektúru, umenie vo verejnom priestore a pod.,
- fotky na webstránke vyzerajú príliš dokonale - sú príliš štylizované, neprirodzené a nezobrazujú skutočnosť,
- ťažko navigovateľná stránka - ak návštevníci nemôžu ľahko nájsť informácie, ktoré potrebujú alebo očakávajú, je pravdepodobné, že webstránku opustia,
- webstránka neposkytuje návštevníkom relevantné a aktuálne informácie - napr. neaktuálne informácie o otváracích hodinách, cenách, neexistujúce odkazy na webové stránky,
- webstránka neponúka jazykové mutácie - prekážka pre cestovateľov z iných krajín,
- nefunkčné alebo neexistujúce vyhľadávanie na webstránke - ak návštevník nemôže jednoducho vyhľadať informácie o destinácii, ktoré ho zaujímajú, môže to viesť k frustrácii a odchodu z webstránky,
- obsahuje zmiešaný B2B/B2C obsah – napr. informácie o OOCR (zverejňovanie, kontakty, štatistiky cestovného ruchu) a B2B informácie (pre ubytovateľov, partnerov), ako aj obsah pre médiá (tlačové správy a pod.) sa prelína s obsahom pre návštevníka,
- návštevníci nepoznajú webstránku destinácie (hlavný destinačný portál)- nedostatočné umiestnenie vo výsledkoch vyhľadávania, SEO neoptimalizovaná, absencia na sociálnych sieťach a pod. Častou príčinou nedostatočného využitia potenciálu hlavnej webstránky destinácie, aj napriek kvalitnému obsahu a funkcionalitám, je aj chýbajúce alebo nedostatočné zdieľanie obsahu členskými subjektmi a ďalšími aktérmi v rozvoji cestovného ruchu v regióne, vrátane presmerovania na destinačný portál s kvalitným obsahom.

Zmena úlohy informačných centier pri poskytovaní návštevníckeho servisu

Prieskumy a analýzy potvrdzujú, že spôsob, akým si návštevníci plánujú svoje cesty pred, ale aj počas pobytu v destinácii, dramaticky zmenil najmä mobilný internet. Smartfóny dnes zaplňajú informačnú medzeru dôkladnejšie a pohodlnejšie, ako to dokážu informačné centrá. Finančná udržateľnosť centier aj efektívnosť nových investícií do vybavenia sa z dlhodobého hľadiska stávajú zásadnou otázkou v riadení destinácií.

Medzi trendy patrí transformácia informačných centier na návštevnícke zážitkové miesta regionálneho významu, ktoré zohľadňujú tieto atribúty:

- lokalizácia v centrách s najvyššou frekvenciou návštevníkov a zameranie na širšie informačné pokrytie z hľadiska územia (prezentácia širšieho regiónu, nielen mesta alebo lokality). Ide o centrá s najvyššou koncentráciou návštevníkov v regióne, pričom úlohu poskytovania informačného servisu v miestach s nižšou návštevnosťou (lokálneho významu z hľadiska návštevnosti) na seba v spolupráci s organizáciami destinačného manažmentu preberajú miestni poskytovatelia služieb, kultúrne inštitúcie a iné turistické body záujmu;
- vnútorná, ale aj vonkajšia vizuálna atraktivita a schopnosť zaujať návštevníka vzhľadom aj službami (počet návštevníkov, ktorí budú cieľene vyhľadávať informačné centrá, sa bude aj naďalej znižovať, preto musia okrem atraktívneho sprostredkovania informácií plniť aj doplnkové funkcie zabezpečujúce ich prevádzkovú udržateľnosť);
- bezbariérovosť a funkčné vybavenie pre široké cieľové skupiny (vrátane znevýhodnených návštevníkov, cykloturistov a iných), v rámci informačných služieb čo najširšie využitie najnovších technológií na prezentáciu regiónu zážitkovou formou a sprostredkovanie informácií aj pre zdravotne znevýhodnených návštevníkov;
- atraktívne a estetické otvorené priestory s kvalitnou klientskou zónou, otvoreným priestorom pre pohyb a oddych návštevníkov,
- poskytovanie doplnkových služieb tak, aby tu návštevník, ktorý príde, strávil čas, čo znamená aj čiastočný presun od informačných služieb, ktoré sú dostupné online, k iným doplnkovým službám pre návštevníkov (napr. návštevnícke centrum ako miesto, ktoré prezentuje umenie,



komunitné priestory využívané pre poskytovanie tvorivých dielní s lokálnymi remeselníkmi, ktorí nemajú iné priestory, poskytovanie otvorených a živých komunitných, vzdelávacích alebo prezentačných priestorov s partnermi);

- reflektovanie „DNA“ mesta a destinácie, ktorej je lokalita súčasťou v prostredí centra;
- predaj kvalitných produktov, ktoré posilňujú identitu destinácie, aj miestnych producentov;
- z hľadiska riadenia je v zahraničí trendom organizačné začlenenie informačných centier regionálneho významu pod strešnú organizáciu destinačného manažmentu ako súčasť spravovania destinácie.

Prístup ku zmene v poskytovaní informačného a návštevníckeho servisu v Škótsku

V roku 2017 VisitScotland oznámilo zatvorenie 39 zo svojich 65 informačných centier po tom, čo zaznamenali desaťročný pokles návštevnosti o 58 % z dôvodu rastu používateľov internetu. Na prevzatie a čiastočné zastrešenie funkcií informačných bodov sú oslovované turistické body záujmu ako jednotlivé atraktivity, múzeá, ale aj miestni poskytovatelia služieb.

Zachované informačné centrá majú prežiť „informačnú revolúciu“ zmenou na nové regionálne návštevnícke centrá, od ktorých sa očakáva podpora oveľa širších oblastí ako doteraz²⁶ (informačné pokrytie oveľa širšieho územia a zároveň širšie pokrytie úloh/služieb). Škótsko dlhodobo predbieha zvyšok Spojeného kráľovstva v raste návštevníkov.

Zachovanie informačných centier transformáciou na moderné návštevnícke centrá sa dotklo 26 lokalít, ktoré sú v miestach väčšieho dopytu návštevníkov. Zatvorenie centier sa týkalo lokalít, ako sú letiská v Edinburghu a Glasgowe, aj destinácií Drumnadrochit, Aberfeldy, Loch Ness, Dunfermline, Lanark, Callander, Inverary a Dunkeld.

²⁶ The Scotsman, 2017. VisitScotland to shut 60% of tourist information offices.

B. ROZVOJOVÝ POTENCIÁL A DESTINAČNÁ PONUKA LIPTOVA

Vnútorňý rozvojový potenciál a podmienky pre tvorbu destinačnej ponuky

Služby a informačný a návštevnícky servis

Produktové témy a ich marketing

1 Vnútrotný rozvojový potenciál a podmienky pre tvorbu destinačnej ponuky

Liptov patrí medzi destinácie, ktoré sú miestom trávenia hlavnej zimnej aj letnej dovolenky, víkendových pobytov aj jednoduchých výletov. Podmienky pre tvorbu destinačnej ponuky na Liptove formuje vnútrotný (endogénny) potenciál, ktorý tvoria prírodné a kultúrne zdroje a infraštruktúra (služby a zázemie), ktoré umožňujú pobyt v destinácii. V porovnaní s inými destináciami je infraštruktúra zariadení cestovného ruchu na Liptove rozvinutá.

1.1 Prírodné a kultúrne dedičstvo a zdroje

Prírodné prostredie je v súčasnosti pri tvorbe destinačnej ponuky regiónu Liptov najviac využívanou zložkou vnútrotného rozvojového potenciálu. Prírodný charakter určujú najmä chránené územia, ktoré sú aj najvyhľadávanejšími lokalitami pre vykonávaných voľnočasových aktivít počas dovolenky. Návšteva národného parku a pobyt v prírode boli podľa návštevníckeho prieskumu zrealizovaného v roku 2020 hlavným dôvodom návštevy Liptova až u 12 % návštevníkov, pričom v prieskume v roku 2015 tento hlavný dôvod uviedlo len 1,5 % respondentov. Priemerná dĺžka pobytu návštevníkov, ktorí tu z tohto dôvodu strávili hlavnú letnú dovolenku, bola v roku 2020 na úrovni 5,2 dňa.

Kultúrne dedičstvo a ponuka kultúrnych inštitúcií na Liptove je zatiaľ hlavným dôvodom návštevy necelých 5 % návštevníkov Liptova.

Prírodné a kultúrne zdroje majú vo väzbe na cestovný ruch a aj na iné aktivity špecifickú pozíciu v rámcových strategických dokumentoch na medzinárodnej aj národnej úrovni, pretože ich zachovanie a udržateľný rozvoj patria medzi verejné záujmy²⁷. Okrem podmienok pre rozvoj prírodného a kultúrne-poznávacieho cestovného ruchu sa podieľajú aj na tvorbe ponuky športovo-rekreačného cestovného ruchu.

Chránené územia a prírodné zdroje

- ✓ 4 veľkoplošné chránené územia – národné parky,
- ✓ 90 maloplošných chránených území,
- ✓ 13 jaskýň, z toho 5 sprístupnených pre verejnosť,
- ✓ 15 prírodných vodopádov.

Medzi chránené územia medzinárodného významu na Liptove patrí Ramsarská lokalita - Jaskyne Demänovskej doliny²⁸ a Biosférická rezervácia Tatry²⁹.

Z národnej sústavy chránených území - veľkoplošných chránených území - má najväčší podiel Národný park Nízke Tatry a jeho ochranné pásmo, Tatranský národný park (časť Západných Tatier) a Národný park Veľká Fatra. Na hranici s regiónom Orava tu čiastočne zasahuje Národný park Malá Fatra.

V regióne sa nachádza 90 maloplošných chránených území (MCHÚ) s rozlohou viac ako 15 tis. ha, ktoré sú rovnako ako veľkoplošné chránené územia v pôsobnosti samostatných Správ národných parkov ako organizácií ochrany prírody. Správcami MCHÚ sú samostatné Správy národných parkov Správa slovenských jaskýň³⁰. [Príloha: 4.1 Maloplošné chránené územia podľa územnej pôsobnosti organizácie ochrany prírody]

²⁷ V rámcovom strategickom dokumente Slovensko 2030 je kultúrne a prírodné dedičstvo obsiahnuté najmä v Rozvojovom programe II. Udržateľné využívanie zdrojov, ale aj v Rozvojovom programe I. Ochrana a rozvoj zdrojov. Z nich vychádza aj podpora aktivít aktérov spravujúcich prírodné a kultúrne dedičstvo aj v prepojení na cestovný ruch z prostriedkov fondov Európskej únie s predpokladom ich financovania v tomto období.

²⁸ Ramsarské lokality sú mokrade medzinárodného významu, ktorých ochrana si vyžaduje zvýšenú pozornosť najmä z hľadiska vodného vtáctva. Zapísané sú do svetového Zoznamu mokradí medzinárodného významu v zmysle Ramsarského dohovoru (Ministerstvo životného prostredia SR, 2021. Územia medzinárodného významu)

²⁹ Biosférická rezervácia Tatry je bilaterálnou biosférickou rezerváciou, ktorá pozostáva z TANAPu a jeho ochranného pásma, na území Slovenskej republiky a TPN v Poľsku. Biosférické rezervácie sú územia suchozemských, pobrežných, morských ekosystémov, alebo ich kombináciou, ktoré sú medzinárodne uznané v Programe UNESCO Človek a biosféra (MAB) (Štátna ochrana prírody Slovenskej republiky, Správa Tatranského národného parku, 2002. Biosférická rezervácia Tatry).

³⁰ Správa Národného parku Nízke Tatry (24 MCHÚ), Správa Tatranského národného parku (22 MCHÚ), Správa Národného parku Veľká Fatra (29 MCHÚ) a Správa Národného parku Malá Fatra (2 MCHÚ), Správa slovenských jaskýň (13 MCHÚ – jaskýň).

Jaskyne v regióne Liptov sú z hľadiska ochrany prírodnými pamiatkami alebo národnými prírodnými pamiatkami. Päť jaskýň je prístupných pre verejnosť. Národná prírodná pamiatka Demänovské jaskyne na severnej strane Nízkych Tatier je najdlhším jaskynným systémom na Slovensku. Pre návštevníkov je Správou slovenských jaskýň (SSJ) sprístupnená Demänovská jaskyňa slobody (najviac navštevovaná sprístupnená jaskyňa na Slovensku) a Demänovská ľadová jaskyňa. Prevádzkovaná SSJ je aj menšia Važecká jaskyňa³¹. Jedinou celoročne sprístupnenou jaskyňou pre návštevníkov na Liptove je malá Stanišovská jaskyňa³² v Liptovskom Jáne a celoročne verejnosti voľne prístupná je jaskyňa Kamenné mlieko na turistickej trase zo Závažnej Poruby na Poludnicu³³.

Vodopády sú rovnako ako jaskyne chránenými úzermi (väčšina z nich sa nachádza v chránených územiach, resp. niektoré z nich aj majú štatút maloplošného chráneného územia). Najbohatšia na vodopády je Prosiecka dolina a Kvačianska dolina v Tatranskom národnom parku (Západné Tatry), a lokality v okolí obcí Liptovská Lúžna, Liptovské Revúce a Ružomberok v Národnom parku Veľká Fatra a Národnom parku Nízke Tatry.

Kultúrny a historický potenciál a ponuka

- ✓ 4 múzeá so 17 samostatnými lokalitami so sprístupnenými expozíciami, 5 múzejných zariadení, 2 galérie,
- ✓ široké tematické zameranie ponuky kultúrnych inštitúcií vyplývajúce z bohatej histórie regiónu,
- ✓ 252 nehnuteľných národných kultúrnych pamiatok a 458 pamiatkových objektov,
- ✓ Svetové dedičstvo UNESCO – Pamiatková rezervácia ľudovej architektúry Vlkolíneec,
- ✓ uchované nehmotné kultúrne dedičstvo,
- ✓ tradície pastierstva a salašníctva.

Ponuka v kultúrno-poznávacom cestovnom ruchu na Liptove je zastúpená rôznymi typmi lokalít, vrátane 3 hradov so sprístupnenými expozíciami³⁴, sakrálnymi stavbami, bývalými banskými lokalitami a i. Zo zriaďovaných kultúrnych inštitúcií, ktoré uchovávajú kultúrne dedičstvo a majú potenciál rozvíjať destinačnú ponuku, pôsobi na Liptove 14³⁵. [Príloha: 4.2 Kultúrne inštitúcie pôsobiace na Liptove].

Tabuľka 8: Rámcové tematické zameranie ponuky v kultúrno-poznávacom cestovnom ruchu

Rámcové tematické zameranie ponuky	Vybrané múzeá, múzejné zariadenia a iné lokality
Významné osobnosti národných dejín, umeleckého, literárneho, cirkevného a duchovného života.	Múzeá: Múzeum Janka Kráľa (Liptovský Mikuláš), Liptovské múzeum (viaceré lokality v regióne). Múzejné zariadenia: Múzeum Ladislava Matyasovského (Liptovský Mikuláš), Dom Andreja Hlinku (Ružomberok) a iné TBZ Galérie: Galéria Ľudovíta Fullu (Ružomberok), Liptovská galéria Petra Michala Bohúňa v Liptovskom Mikuláši, Iné: objekty a lokality zaradené do prehliadky Historický kompas (Liptovský Mikuláš)
Tradície, remeslá, tradičná ľudová architektúra a osídlenia, tradičný spôsob života a obhospodarovania (vrátane histórie ovčiarstva a salašníctva)	Múzeá: Liptovské múzeum (viaceré lokality v regióne), Múzejné zariadenia: Múzeum ľudových tradícií (Važec) Iné: Vlkolíneec (Pamiatková rezervácia ľudovej architektúry Vlkolíneec, kde je aj Dom Unesco Vlkolíneec), Vodné mlyny Oblazy (Kvačianska dolina), Likavský mlyn (Likavka), Východná a iné.
Archeológia	Múzeá: Liptovské múzeum (Archeologické múzeum v prírode NKP Liptovská Mara – Havránok) Iné: Liptovský hrad - archeologická expozícia v prírode

³¹ Správa slovenských jaskýň, 2022. Sprístupnené jaskyne SSJ.

³² Stanišovská jaskyňa, 2022.

³³ Jaskyňa sa nachádza na žltej turistickej trase zo Závažnej Poruby na Poludnicu. Počas druhej svetovej vojny v nej našlo úkryt 40 židov zo Slovenska a Poľska, preto je miestnymi označovaná tiež ako Židovská jaskyňa.

³⁴ Hrad Likava (expozícia Liptovského múzea), Liptovský hrad (najvyššie položený hrad na Slovensku s archeologickou expozíciou v prírode) a zrúcanina Hradu Hrádok spolu s príslušným kaštieľom, ktoré sú dominantou Liptovského Hrádku so sprevádzanými prehliadkami.

³⁵ múzeá a galérie zapísané v zozname múzeí a galérií MKSR, osvetové zariadenia, múzejné zariadenia v evidencii SNM.

Rámcové tematické zameranie ponuky	Vybrané múzeá, múzejné zariadenia a iné lokality
História jaskyniarstva a iné oblasti prírodného dedičstva a objavovania prírody	Múzeá: Slovenské múzeum ochrany prírody a jaskyniarstva (Liptovský Mikuláš) a iné (napr. história turistiky a značenia zatiaľ neobsiahnutá v samostatnej expozícii). Múzejné zariadenia: Skautské múzeum Václava Rubeša (Ružomberok) a iné TBZ. Iné: sprístupnené jaskyne s odborným výkladom
Baníctvo	Múzeá: Liptovské múzeum (Banícky dom Vyšná Boca, Múzeum baníctva a hutníctva Maša Liptovský Hrádok) Múzejné zariadenia: Banský skanzen Salvátor Vyšná Boca, Iné: Žiarska dolina – štôľňa/ Medvedia štôľňa Sv. Barborka – jediné sprístupnené staré banské dielo na Liptove (Žiar), Magurský zlatý chodník (Chata Magurka) v Partizánskej Ľupči a ďalšie lokality v obciach Východná, Hybe, Nižná Boca (vrátane náučných chodníkov a lokalít)
Ďalšie témy spojené s históriou regiónu (napr. židovská história, poštové holubárstvo a i.), vrátane histórie výrobných odvetví (napr. výroba papiera)	Múzeá: Liptovské múzeum (viaceré expozície v regióne, pričom histórii výroby papiera je venovaná papiernická expozícia v Ružomberku) Múzeum Janka Kráľa (Synagoga, Expozícia poštového holubárstva na Slovensku v Liptovskom Mikuláši a iné)

Najširšie regionálne tematické zameranie ponuky v kultúrno-poznávacom cestovnom ruchu zastrešuje **Liptovské múzeum** s regionálnou pôsobnosťou so sídlom v Ružomberku, ktoré je aj členským subjektom OOCR REGION LIPTOV. Má expozície v desiatich lokalitách v oboch okresoch, pričom svojimi pracoviskami vytvára tematickú ponuku (produktovo cestu folklóru, cestu poznania, cestu rytierov a cestu baníctva). V meste Liptovský Mikuláš je špecializované múzeum pre oblasť ochrany a prírody s celoštátnou pôsobnosťou - **Slovenské múzeum ochrany prírody a jaskyniarstva**, ktoré má dve expozície a knižnicu. S prevažujúcou lokálnou návštevnosťou pôsobí **Múzeum Janka Kráľa**, s potenciálom rozvoja kultúrno-poznávacieho cestovného ruchu v meste Liptovský Mikuláš (má sedem expozícií v piatich lokalitách rozmiestnených v meste).

Na Liptove je v Ústrednom zozname pamiatkového fondu zapísaných 252 nehnuteľných národných kultúrnych pamiatok so 458 pamiatkovými objektami³⁶. Významné zastúpenie má architektúra, technika aj ľudové staviteľstvo, ktoré reprezentuje aj pamiatková rezervácia ľudovej architektúry Vlkolíneec.

Pamiatková rezervácia ľudovej architektúry Vlkolíneec zapísaná aj na Zoznam svetového dedičstva UNESCO v roku 1993 patrí medzi najnavštevovanejšie lokality kultúrneho dedičstva na Liptove. Vlkolíneec tvorí miestnu časť mesta Ružomberok. Riadenie lokality je usmerňované manažmentovým plánom a koordinované mestom Ružomberok v úzkej spolupráci s Krajským pamiatkovým úradom Žilina, pracovisko Ružomberok³⁷ a Liptovským múzeom v Ružomberku. Pre zaistenie účinnej ochrany lokality a zlepšenie verejného povedomia o jej hodnotách schválilo mesto Ružomberok jej špecifický štatút³⁸.

Na Reprezentatívnom zozname nehmotného kultúrneho dedičstva Slovenska je zapísaných viacero tradícií, ktoré boli typické okrem iných častí Slovenska aj pre región Liptov. Okrem tradičnej ľudovej kultúry ide aj o tradície spojené s rozvojom cestovného ruchu, ako je „Značkovanie turistických trás“ zapísané v roku 2022 alebo „Vysokohorské nosičstvo“ zapísané v roku 2018, spojené s kultúrnym priestorom viacerých lokalít Nízkych Tatier, Vysokých Tatier a Veľkej Fatry, pričom kontinuita kultúrneho fenoménu v týchto horských oblastiach trvá až do súčasnosti³⁹.

Osvetové zariadenia majú potenciál spolupracovať s OOCR pri rozvoji kultúrno-poznávacieho cestovného ruchu, aktivít pri tvorbe produktu a jeho komunikácii, aj v rámci osvetových aktivít zameraných na vnútorný rozvoj destinácie (napríklad spolupráca pri odbornej príprave a spracovaní materiálov a pod.). V regióne Liptov je s regionálnou pôsobnosťou jedno osvetové zariadenie - Liptovské kultúrne stredisko v Liptovskom Mikuláši (zriadené ŽSK), s ktorými má OOCR REGION LIPTOV nadviazanú odbornú spoluprácu v rámci projektu „Nepoznaný Liptov“. S lokálnou pôsobnosťou, t.j. len na území obcí, sú zriadené tri osvetové zariadenia (Dom kultúry v Liptovskom

³⁶ 111 NNKP a 225 PO v okrese Ružomberok a 141 NNKP a 233 PO v okrese LM (Pamiatkový úrad SR, 2022. Register národných kultúrnych pamiatok).

³⁷ Pamiatkový úrad Slovenskej republiky. Rezervácia ľudovej architektúry Vlkolíneec.

³⁸ Ružomberok. Štatút Mestskej časti Ružomberok- Vlkolíneec.

³⁹ Centrum pre tradičnú ľudovú kultúru, 2022. Zoznam nehmotného kultúrneho dedičstva.

Mikulášmi mestom Liptovský Mikuláš a Kultúrny dom zriadený mestom Liptovský Hrádok a Dom kultúry Andreja Hlinku v Ružomberku).

Galérie, ktoré plnia výstavnú, kultúrno-výchovnú, publikačnú, zbierkotvornú aj ochrannú funkciu a ponúkajú širokú škálu aktivít pre svojich návštevníkov, sú na Liptove dve. V Ružomberku sa nachádza Galéria Ľudovíta Fullu (vysunuté pracovisko Slovenskej národnej galérie, ktorej zriaďovateľom je MKSR). Okrem výstav a vernisáží má v ponuke možnosti aktívneho trávenia času v ateliéri, edukačné programy, hudobný a filmový program a iné. Prostredníctvom e-shopu ponúka publikácie a suveníry (napr. pohľadnice inšpirované umeleckými dielami a iné)⁴⁰. Liptovská galéria Petra Michala Bohúňa v Liptovskom Mikuláši, ktorej zriaďovateľom je ŽSK, má okrem pracoviska v Liptovskom Mikuláši aj pracovisko Galériu Kolomana Sokola a vo Važci Dom Jána Hálu. Vznikla v roku 1955 a je treťou najstaršou galériou svojho druhu na Slovensku. V jej zbierkach je približne 5 300 umeleckých diel. Na výstavách sú prezentovaní aj významní novodobí umelci Slovenska i zahraničia. Pre návštevníkov vytvára edukačné animačné programy k výstavám a stálym expozíciám, komentované prehliadky, tvorivé dielne, má vytvorenú ponuku odbornej knižnice a e-shop, vrátane predaja drobných umeleckých predmetov (magnetky s umeleckými dielami, brošne inšpirované dielami umelcov a i.)⁴¹.

V destinácii zatiaľ nie je vytvorený spoločný produkt kultúrnych inštitúcií, napríklad prostredníctvom spoločnej vstupenky alebo s využitím turistickej karty (viac v časti Marketing - Destinačná karta – Liptov Region Card).

Regionálna produkcia a tradičná výroba v destinačnej ponuke

Tradície Liptova sú súčasťou jeho kultúrnej identity. Okrem kultúrnych inštitúcií uchovávajú v regióne kultúrne dedičstvo (vrátane agrárnej kultúry, napríklad salašníctva a pastierstva) viaceré subjekty a medzi nimi aj výrobcovia. Špecificky z územia Liptova boli zaregistrované v rámci Politiky kvality EÚ v roku 2021 **Liptovské droby** ako chránené zemepisné označenie pôvodu (CHZO/PGI⁴²).

V roku 2021 vytvorila OOCR REGION LIPTOV, združenie cestovného ruchu Klaster LIPTOV, Miestna akčná skupina Dolný Liptov a Miestna akčná skupina Horný Liptov spoločne značku regionálnych produktov – značku kvality s názvom Produkt Liptova.

Produkt Liptova

Je systém kvality regionálnych poľnohospodárskych produktov, potravinárskych výrobkov a tradičných remeselných výrobkov, ktorého zámerom je podporovať jedinečnú vnútornú kultúrnu identitu Liptova a zvyšovať kvalitu destinačnej ponuky.

Koordinátorom systému regionálneho značenia je OOCR REGION LIPTOV a jeho cieľom je:

- ✓ združovať prvotriedne liptovské produkty pod jedným označením,
- ✓ podporiť lokálnych producentov a ich zapojenie do destinačnej ponuky a rozvoj udržateľného cestovného ruchu,
- ✓ udržať zanosť a lásku, s ktorou lokálni producenti vyrábajú svoje výrobky,
- ✓ motivovať lokálnych výrobcov k zachovaniu tradičných výrobných procesov odovzdávaných z generácie na generáciu,
- ✓ ponúknuť spotrebiteľom, domácim obyvateľom a návštevníkom regiónu kvalitný produkt, ktorý ich poteší ako darček či suvenír z dovolenky, alebo ozvláštni ich kuchyňu a jedlá liptovskými ingredienciami.



www.visitliptov.sk/produkt-liptova/

⁴⁰ Galéria Ľudovíta Fullu v Ružomberku, 2022.

⁴¹ Galéria P.M. Bohúňa v Liptovskom Mikuláši, 2022.

⁴² CHZO (chránené zemepisné označenie)/PGI (Protected Geographical Indication) vyjadruje súvislosť medzi konkrétnym zemepisným regiónom a názvom výrobku. Zemepisné označenie výrobku je názov určitého miesta, používaný na označenie výrobku pochádzajúceho z tohto miesta, ak má tento výrobok určitú kvalitu, povosť alebo iné vlastnosti, ktoré mu môžu byť pripísané a výroba, spracovanie alebo príprava tohto výrobku sa uskutočňuje vo vymedzenom mieste (eAmbrosia- EÚ geografical indications register, File number: PGI-SK-02370, 2022; Úrad priemyselného vlastníctva SR, 2022).

1.2 Podmienky pre športovo-rekreačné využívanie územia

Trasy	Strediská a centrá rekreácie
Turistické trasy (viac ako 1180 km) Cykloturistické trasy (viac ako 850 km) Trasy pre bežecké lyžovanie Skialpinistické trasy Lezecké trasy a lokality Nordic-waling Vodná turistika/splavovanie/rafting Náučné chodníky a zariadenia	1 lyžiarske stredisko medzinárodného významu, 1 národného významu a 8 stredísk regionálneho významu 1 významná vodná plocha (Liptovská Mara / nevyužitý potenciál) 1 areál vodného slalomu 2 medzinárodne významné vodné parky

Potenciál destinačnej ponuky v kontexte klimatických zmien

Cykloturistika a cyklobilita sú najzásadnejším trendom súčasnosti. Aj keď sa budovanie infraštruktúry v týchto oblastiach týka dvoch odlišných cieľových skupín, zásadne spolu súvisia. Cykloturistika je forma aktívnej rekreácie. Cyklobilita (cyklodoprava) sa zameriava na používanie bicykla ako prostriedku na každodennú dopravu. Jej cieľom je znižovať emisie skleníkových plynov a byť udržateľnou alternatívou k motorovým vozidlám. Vo vzťahu k plneniu klimatických cieľov má cyklobilita zásadnejší vplyv, preto je na ňu v súčasnom programovom období pre financovanie prostriedkov fondov EÚ vyčlenená podstatne vyššia alokácia⁴³. Preto má napojenie cykloturistických trás na cyklobilitné veľký potenciál prispieť k rozvoju cestovného ruchu, aj keď nie sú tieto prostriedky na cestovný ruch v súčasnosti v takej miere smerované. Cyklobilitné projekty (projekty líniových stavieb) sú náročné na projektovú prípravu a inžiniering a ich rozvoj je najmä v kompetencii samospráv.

Cykloturistika sa v posledných rokoch, aj vzhľadom na situáciu a obmedzenia spôsobené pandémiou COVID-19, stala ešte atraktívnejšou formou rekreácie a trendom aj na Slovensku. Zároveň došlo aj k výraznému rozvoju infraštruktúry pre cykloturistiku, vrátane značených cyklotrás, cyklostanov, odpočívadiel pre cyklistov, cyklobusov či iných služieb pre cyklistov. Okrem toho sa častejšie konajú aj cyklistické podujatia, aj preto si stále viac ľudí vyberá cyklistiku ako spôsob rekreácie a objavovania krás regiónov.

V regióne Liptov je rozvinutá najmä cykloturistika, keďže región disponuje rozsiahlou sieťou viac ako 850km značených cykloturistických trás všetkých náročností. Taktiež sa tu nachádza najväčší bikepark na Slovensku v lokalite Hrabovo-Malinô Brdo a viaceré ďalšie väčšie či menšie lokality s čoraz populárnejšími singletrailami. Početná je preto aj ponuka požičovní bicyklov a e-bikov, ktoré si návštevník vie prenajať v rámci všetkých kútov regiónu.

Cez Liptov a vôbec celý Žilinský kraj však nevedú žiadne medzinárodné cyklotrasy Eurovelo. Ambíciu napojiť Liptov a celý kraj na trasy Eurovelo má Vážska cyklomagistrála, ktorá by v budúcnosti mohla napojiť severoslovenské regióny na Eurovelo E6 a potenciálne aj na Eurovelo E11. Severne je do budúcnosti možné napojenie na Eurovelo 4. V súčasnosti jediné priame a funkčné napojenie Liptova na cezhraničné cyklotrasy predstavuje projekt Historicko-prírodno-kultúrnej cyklotrasy okolo Tatier. Na poľskú stranu sa tak z Liptova dá dostať prostredníctvom Liptovskej a Oravskej cyklomagistrály cez Trstenú, prípadne opačnou stranou cez Popradskú magistrálu a Kežmarok ďalej na sever.

Vážska cyklomagistrála popri koryte rieky Váh je strategický projekt Žilinského samosprávneho kraja a po dobudovaní bude tvoriť tzv. chrbticu budúcej kostrovej siete cyklodopravných trás v regióne nakoľko sa na ňu budú pripájať jednotlivé obce situované pozdĺž tejto cyklomagistrály. Čo sa týka rozvoja a budovania vnútromestských cyklobilitných trás, tam liptovské samosprávy, asi len s výnimkou mesta Liptovský Mikuláš, za slovenským štandardom aktuálne zaostávajú (stav dokončených k 12/2022 v

⁴³ Podpora v rámci Plánu obnovy a odolnosti je primárne určená na rozvoj infraštruktúry mestskej a prímestskej cyklistickej dopravy ako aj jej prepojenie na verejnú osobnú, hlavne železničnú dopravu. Dôvodom je, že v minulosti alokované prostriedky na rozvoj cyklistickej infraštruktúry smerovali vo veľkej miere do budovania nových cyklotrás v extraviláne miest a obcí, čím síce došlo k podpore cykloturistiky a voľnočasového bicyklovania, avšak nedošlo k výraznému nárastu využívania cyklistickej dopravy ako alternatívy k neudržateľnej individuálnej automobilovej doprave pri dochádzke do zamestnania a škôl smerom k naplneniu vízie dosiahnutia 10 % podielu cyklistickej dopravy na celkovej delbe prepravnej práce.

LM:12,8km vrátane vyznačených cyklopruhov a cyklokoridorov na existujúcich komunikáciách / LH: 0,7km / RK: 0,2km).

Rozvoj cykloturistiky je systematicky uchopený prostredníctvom tematického strategického dokumentu Koncepcia rozvoja cykloturistiky v regióne Liptov na obdobie rokov 2020 až 2025. Manažment tejto oblasti zahŕňa všetky potreby od rozvoja a tvorby ponuky (trás a inej doplnkovej infraštruktúry na trasách a pod.) až po marketing Cykloregiónu Liptov ako samostatnej produktovej línie regiónu.

Cykloregión Liptov

Rozvoj tejto produktovej línie je príkladom sústredenia sa v prvých fázach tvorby ponuky z hľadiska výdavkov na tvorbu produktu (zázemia, trás, infraštruktúry a rozvoj spolupráce s poskytovateľmi služieb, samosprávami a ďalšími aktérmi, budovanie informačnej infraštruktúry a materiálov pre návštevnícky servis ako sú mapy a pod.) s menším podielom výdavkov na marketingovú komunikáciu. Cieľom bolo sústrediť sa na obsah a kvalitu ponuky a až potom na jej komunikáciu návštevníkovi.



Zdroj: <https://www.cykloreregion.sk/> a <https://www.visitliptov.sk/zazitky/cyklistika/>

Súčasná ponuka na Liptove je bezprostredne ovplyvnená zmenou klímy, pričom najviac ohrozenou je zimná turistická sezóna a podmienky pre lyžovanie. Vyplývajú z najnovšej štúdie Inštitútu environmentálnej politiky Ministerstva životného prostredia SR, budú koncom 21. storočia pravdepodobne prevádzkyschopné iba vysoko položené lyžiarske strediská. Teplejšie zimy sa majú stupňovať do roku 2030 aj neskôr⁴⁴. Na Liptove je ohrozená najmä prevádzkyschopnosť menších stredísk v nižšej nadmorskej výške. Preto by sa mali postupne vytvárať podmienky pre vykonávanie aj iných zimných aktivít (beh, bežecké lyžovanie a pod.), ktoré nie sú do takej miery závislé od snehových podmienok a investične a prevádzkovo náročnej infraštruktúry a zároveň ich rozvoj nie je v rozpore

⁴⁴ Inštitút environmentálnej politiky. Ministerstvo životného prostredia SR. 2023. Lyžovačka na blate. Dostupné na: https://www.minzp.sk/files/iep/2023_01_lyzovanie.pdf

s udržateľnosťou. Patria tu najmä športové voľnočasové aktivity na trasách aj produkty v prírodnom cestovnom ruchu.

So zvyšovaním priemernej teploty v budúcnosti ešte viac **vzrastie dopyt po letnej rekreácii pri vode aj popularita týchto aktivít v mimosezónnom období**. V tejto oblasti má Liptov veľmi dobré podmienky vďaka prítomnosti prírodných termálnych a minerálnych zdrojov a už rozvinutej destinačnej ponuke pre rekreáciu pri vode v strediskách. V súčasnosti nevyužitý potenciál má **vodná nádrž Liptovská Mara**, ktorá môže túto ponuku rozšíriť a z dlhodobého hľadiska do roku 2030 až 2050 môže nadobudnúť ako rozvojový pól strategický význam pre región Liptov.

Vodná plocha Liptovská Mara

Liptovská Mara je vodné dielo o ploche 22 km². Hlavným dôvodom výstavby priehrady bola protipovodňová ochrana, vylepšenie prietoku vody vo Váhu v ročných a viacročných cykloch, zabezpečenie dostatočného množstva vody pre priemysel na dolnom toku Váhu. Priehrada zároveň slúži aj na výrobu elektrickej energie a je súčasťou systému priehrad a vodných elektrární Vážskej kaskády. Polostrov Ratkovie s príslušnými vodami je chráneným územím. Taktiež je známou dendrologickou a ornitologickou lokalitou; je arborétom (zbierka živých drevín, resp. botanická záhrada špecializujúca sa na výskum a pestovanie drevín) s náučným chodníkom.

Pláž má dĺžku 250 m/10 tis.m², plocha vody na kúpanie je 7000 m². Na prevádzkovej pláži je maximálna denná kapacita 1000 kúpajúcich sa osôb. Rekrečná funkcia prírodného kúpaliska je v súčasnosti značne poddimenzovaná⁴⁵.

Zázemie pre letnú rekreáciu pri vode je veľmi zastaralé. Aj napriek tomu, že je počas letnej turistickej sezóny Liptovská Mara jedným z pólov rozvoja, zázemie pre letnú rekreáciu je v súčasnosti zastaralé. Do budúcnosti má potenciál ponúknuť oveľa viac aj vhodným napojením na príslušné cyklomobilitné trasy územia mestského rozvoja, ktorého je táto lokalita súčasťou.

V rámci rozvoja cykloturistiky boli v produktovej línii Cykloregión Liptov navrhnuté tematické trasy venované tejto lokalite.

1.3 Nerekreačné formy využívania územia v cestovnom ruchu (non-leisure)

Obchodný cestovný ruch/MICE⁴⁶

Ponuka kongresových služieb, vrátane priestorov nad 500 účastníkov
Dopravná dostupnosť leteckou dopravou (Poprad, v budúcnosti potenciál letiska Žilina)

Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch

Kúpele Lúčky, Liptovský Ján

⁴⁵ Regionálny úrad verejného zdravotníctva so sídlom v Liptovskom Mikuláši, 2019. Liptovská Mara – internetový profil vody určenej na kúpanie. Dostupné na: https://www.uvzsr.sk/docs/info/kupaliska/p_nove/Liptovska_Mara.pdf.

⁴⁶ skratka z anglického slova Meetings, Incentives, Conference/Congresses, Events/Exhibitions, čiže stretnutia, incentíva, kongresy/konferencie, podujatia

2 Informačný a návštevnícky servis

Návštevnícky servis je komplexom nielen informačných služieb a sprostredkovania kultúrnych služieb (prehliadok mesta a pod.), ale miesto, ktoré návštevník (aj domáci) rád pravidelne navštevuje, čo je dané atraktivitou priestoru a širokou škálou tu poskytovaných služieb. Nejde však len o realizáciu prehliadok mesta alebo informovanie, ale vytvorenie funkčného kultúrneho a estetického priestoru, ktorý je v súlade s DNA mesta či destinácie.

2.1 Turistické informačné centrá

V destinácii je prevádzkovaných osem informačných centier členskými subjektmi OOCR REGION LIPTOV⁴⁷ (z toho šesť samosprávami a dve podnikateľským subjektom).

Tabuľka 9: Informačné centrá v destinácii Liptov

Názov TIK/lokalizácia	Zriaďovateľ/ prevádzkovateľ/ stručná charakteristika
Informačné centrum Liptovský Mikuláš	Mesto Liptovský Mikuláš Informačné centrum s najširšou ponukou služieb so zameraním na informačné služby a tematické kultúrno-poznávacie prehliadky.
Informačné centrum Liptovský Hrádok	Mesto Liptovský Hrádok Budova Mestského úradu v Liptovskom Hrádku – Odbor kultúry, 1. poschodie, č. dverí 106 (poskytnutie základných máp a informačných materiálov).
Kultúrne centrum Liptovský Ján	Obec Liptovský Ján Informačné centrum poskytuje informácie o službách, ponuke kultúrnych inštitúcií, podujatiach a lokalitách (vrátane materiálov, máp a pod.).
Informačné centrum Tatralandia	Tatry Mountain Resorts, a.s. Infocentrum sa nachádza pri vstupe do areálu Vodného parku Tatralandia v meste Liptovský Mikuláš. Poskytuje informácie o podujatiach a dani v areáli.
Informačné centrum Jasná Biela Púť	Tatry Mountain Resorts, a.s. Infocentrum sa nachádza v najväčšom lyžiarskom stredisku Jasná Nízke Tatry, v rovnomennej údolnej stanici lanovky, v budove spolu s pokladňami pri nástupnej stanici novej lanovky Biela púť. Poskytuje informácie o prevádzkach a dani v horskom stredisku, poveternostných podmienkach, o stave zjazdoviek a vlekov.
Informačné centrum Ružomberok	Mesto Ružomberok Vzniklo ako súčasť Kultúrneho informačného centra, ktoré v minulosti zabezpečovalo najmä ponuku kultúrneho vyžitia v meste. Zabezpečuje sprístupnenie DOMU UNESCO vo Vlkolínci.
Informačné centrum Vlkolíne	Mesto Ružomberok Súčasť Domu UNESCO.
Informačné centrum Lúčky	Obec Lúčky TIC sa nachádza vedľa budovy obecného úradu, poskytuje informácie o turistických výletoch v okolí Lúčok, propagačné materiály o zaujímavostiach v Lúčkach, okrese Ružomberok a Liptovský Mikuláš, ako aj celom regióne Liptov a Orava, (informácie o jaskyniach, aquaparkoch, cyklochodníkoch, aj environmentálne publikácie).

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2022.

Informačné centrum v kúpeľnej obci Lúčky je lokalizované vo významnej lokalite z hľadiska návštevnosti aj pre aktivity v prírodnom aj vidieckom prostredí.

Informačné centrum v UNESCO lokalite Vlkolíne (mestská časť Ružomberka) sa špecializuje na návštevníka UNESCO lokality a sprostredkovanie jej jedinečných hodnôt v Dome Unesco. V prípade tohto centra sa javí s výhľadom do roku 2030 potreba realizácie opatrení na usmernenie/

⁴⁷ Šesť informačných centier je prevádzkovaných členskými samosprávami a dve podnikateľským subjektom; päť informačných centier sa nachádza v okrese Liptovský Mikuláš a tri v okrese Ružomberok.

presmerovanie návštevníkov, najmä aby sa predchádzalo preťaženiu tejto pamiatkovo-chránenej lokality.

Informačné centrum v obci Liptovský Ján a meste Liptovský Hrádok, ako významných lokalitách pre vstup do Národného parku Nízke Tatry, sa na cykloturistické trasy v okolí Západných Tatier zatiaľ neprofilujú a plnia len funkciu sprostredkovania základných informácií.

Informačné centrum Jasná Biela Púť a Informačné centrum Tatralandia sa už dnes svojou ponukou profilujú na návštevníkov stredísk, pri ktorých sú lokalizované (vrátane informácií o aktivitách a službách, ktoré sú v prevádzkovaných zariadeniach návštevníkom poskytované a s tým súvisiaci manažment). V súčasnosti už v súvislosti s prevádzkou atraktivít, ktoré sú motívom návštevy, realizujú niektoré opatrenia manažmentu návštevníka (systém pravidelných informácií na obrazovkách o stave zjazdoviek, akciách a pod.).

Informačné centrá v okresných mestách (Informačné centrum Liptovský Mikuláš a Informačné centrum Ružomberok) majú najväčší potenciál profilácie na moderné návštevnícke centrá regionálneho významu po vzore rozvinutých destinácií.

Z tohto dôvodu boli v rámci spracovania Koncepcie analyzované obe informačné centrá podľa detailných kritérií nastavených podľa najaktuálnejších destinačných trendov (15 kritérií zameraných na dopravnú a informačnú dostupnosť a 13 kritérií pre rozsah a kvalitu poskytovaných služieb, zázemie, vzhľad a identitu prostredia) [Príloha:4.4 Analýza informačných centier v hlavných administratívnych centrách (okresných mestách)].

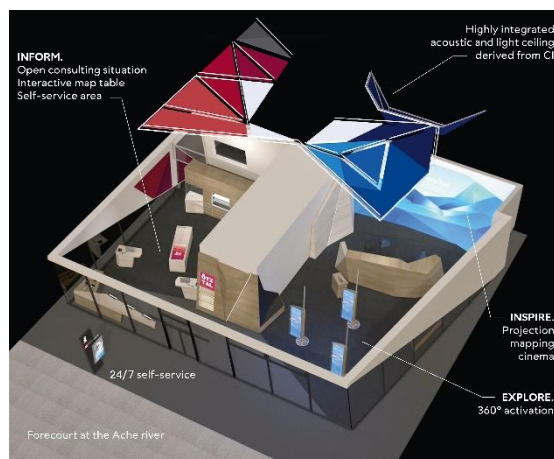
Výstupom analýzy je, že Informačné centrum Liptovský Mikuláš ani Informačné centrum Ružomberok nie sú prispôbené na poskytovanie atraktívneho **návštevníckeho servisu** v súlade s destinačnými trendmi, čo je však len minimum informačných centier na Slovensku.

Vzhľadom na potenciál prostredia (frekvenciu pohybu návštevníkov, počet obyvateľov mesta aj priame napojenie na destinačnú ponuku) zaostávajú za modernými a konkurencieschopnými destináciami. V súčasnosti nemajú v podstate žiadnu identitu (čo sa týka prostredia, v ktorom sú služby poskytované), a teda nereflektujú ani na tzv. „DNA“ miest (komunikačne sa snažia profilovať v rozvoji mestského cestovného ruchu, čo ale nie je segment pre mesto Liptovský Mikuláš ani Ružomberok, pretože vzhľadom na veľkosť týchto miest pôjde vždy len o návštevníkov v kultúrno/ kultúrno-poznávacom cestovnom ruchu širšieho územia, t.j. destinácie Liptov).

ÖTZTAL 360 - Návštevnícke centrum novej generácie

Akú pridanú hodnotu môžete návštevníkom ponúknuť? V návštevníckom centre novej generácie ÖTZTAL 360 sú zážitky a emócie rovnako dôležité ako poskytovanie informácií. Holistický zážitok návštevníka pozostáva z prvkov informovania, inšpirácie a skúmania tak, aby tu návštevník strávil príjemný čas.

- ✓ Reflektovanie „DNA“ mesta a destinácie v estetickom a vizuálne atraktívnom prostredí
- ✓ Funkčné vybavenie pre široké cieľové skupiny
- ✓ Otvorené priestory pre pohyb a posedenie podporujú komunikáciu medzi návštevníkmi a miestnymi odborníkmi (zamestnancami centra)
- ✓ Široké využitie najnovších technológií na prezentáciu regiónu zážitkovou formou
- ✓ Interaktívne exponáty a príbehy od autentických miestnych obyvateľov prezentujú inšpiratívne spôsoby, ako stráviť dovolenku v destinácii, čím predlžujú pobyt návštevníka



Video a zdroj: <https://www.youtube.com/watch?v=svtvuh0Ro6A>

2.2 Turistický informačný a navigačný systém

Turistický informačný a navigačný systém (TINS) je systém, ktorý poskytuje návštevníkom informácie a pomoc pri navigácii po cieľovom mieste či regióne. Tieto systémy môžu byť kombináciou fyzických informačno-navigačných prvkov a digitálnych nástrojov, ako sú navigačné tabule a smerovky, mapy, informačné panely, aplikácie pre mobilné telefóny a webové stránky. Cieľom TINS je pomôcť návštevníkom orientovať sa v cieľovom regióne a uľahčiť im plánovanie a trávenie ich dovolenky. Informácie poskytované v TINS zahŕňajú informácie o kultúrnych a historických pamiatkach, múzeách a galériách, atraktivitách a službách v cestovnom ruchu, športových areáloch, občianskej vybavenosti, doprave, počasi a pod.

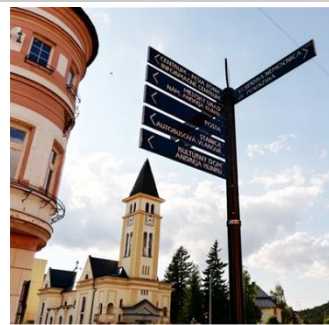
Hnedé tabule pri cestných komunikáciách (vrátane diaľnic) sú súčasťou TINS. Tieto tabule sú spravidla umiestnené na hlavných komunikáciách a významných turistických trasách. Poskytujú informácie o blízkosti historických a prírodných zaujímavostí, preto plnia navigačnú úlohu. Často sú označované ako "turistické informačné tabule".

Modernizácia TINS v mestách Liptova

Súčasný TINS mesta Liptovský Mikuláš je zastaraný, nekompletný, obsahovo, dizajnovo aj konštrukčne roztrieštený a v nevyhovujúcom technickom stave. Preto si v roku 2020 dalo mesto Liptovský Mikuláš vypracovať nový dizajn-manuál moderného jednotného mestského nekomerčného navigačno-informačného systému pre peších aj motoristov a v roku 2023 plánuje pristúpiť k jeho komplexnej rekonštrukcii.

Mesto Ružomberok zrealizovalo v rámci modernizácie TINS v roku 2018 výmenu a doplnenie uličného navigačno-informačného systému / smerovej navigácie pre peších. Jednotný nekomerčný TINS pre motoristov zatiaľ na území mesta absentuje.

Mesto Liptovský Hrádok nemá v súčasnosti na svojom území osadený žiadny samostatný navigačno-informačný systém.



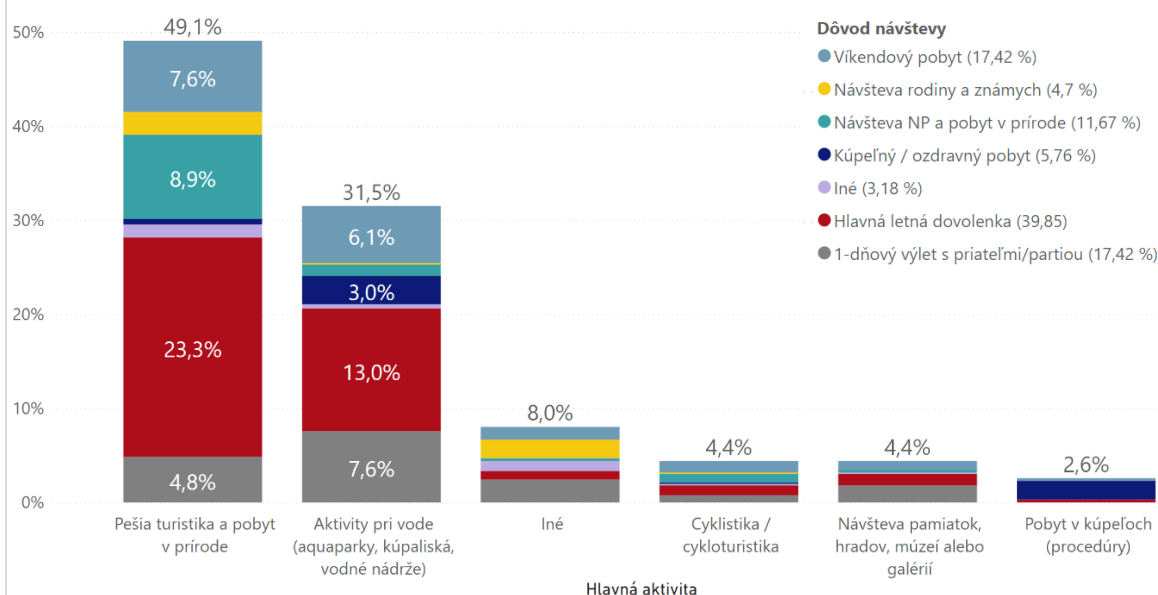
Zdroj: TO DO Liptov, o.z., ARD systém

3 Produktové témy a ich marketing

Hlavné aktivity návštevníkov počas letnej sezóny sú outdoorové športovo-rekreačné aktivity spojené s pobytom v prírode (najmä pešia turistika, ale aj skalolezenie a iné), aktivity pri vode (vo vodných parkoch a pri vodnej nádrži Liptovská Mara). Je to aj kombinácia turistiky, cykloturistiky a rekreácie pri vode (v akvaparkoch, kúpeľoch a wellness zariadeniach) a počas aktívnej dovolenky aj návšteva jaskýň, pamiatok, múzeí a iných lokalít spojených s históriou a tradíciami regiónu v mestskom aj vidieckom prostredí.

Hlavné aktivity návštevníkov počas zimnej sezóny sú lyžovanie (zjazdové, lyžovanie vo voľnom teréne, bežecké lyžovanie a skialpinizmus), zimná turistika a ostatné zimné športy s relaxom v kúpeľoch a akvaparkoch.

Graf 15: Hlavná aktivita podľa dôvodu návštevy Liptova počas letnej turistickej sezóny 2020



Zdroj: Návštevnícky prieskum OOCR REGION LIPTOV zrealizovaný počas hlavnej letnej turistickej sezóny 2020, 2020.

Podľa návštevníckeho prieskumu zrealizovaného počas letnej turistickej sezóny v roku 2020 bola **hlavná letná dovolenka dôvodom návštevy až 40 % respondentov**, ktorých priemerná dĺžka pobytu bola 6,2 dňa. Víkendový pobyt bol dôvodom návštevy Liptova u 17 % respondentov a pre rovnaký podiel návštevníkov bol dôvodom návštevy jednodňový výlet s rodinou/partiou alebo priateľmi. Návšteva národného parku a pobyt v prírode boli hlavným dôvodom návštevy takmer u 12 % respondentov.

Hlavné vykonávané aktivity návštevníkov počas letnej sezóny boli podľa tohto prieskumu pešia turistika a pobyt v prírode (49,6 % návštevníkov), aktivity pri vode (aquaparky, kúpaliská, vodné nádrže) (32,1 % návštevníkov), cyklistika/cykloturistika (4,45 % návštevníkov), návšteva pamiatok, hradov, múzeí alebo galérií (4,45 % návštevníkov), pobyt v kúpeľoch (procedúry) (2,6 %). Iné aktivity (vrátane účasti na podujatiach, športových tréningoch, rodinných a pracovných stretnutiach a i.) boli hlavnou aktivitou počas návštevy Liptova pre 8 % návštevníkov.

V súvislosti s klimatickou krízou, ktorá sa prejavuje na zvyšovaní priemernej teploty vzduchu aj úbytku zrážok, sa v dlhodobom horizonte predpokladá, že pre viaceré hlavné aktivity vykonávané počas letnej turistickej sezóny vo vonkajšom prostredí budú vhodné podmienky aj v mimosezónnych obdobiach (predlžovanie cykloturistickej sezóny, možnosti trávenia voľného času pri vodných plochách a pod.).

Z hľadiska druhov cestovného ruchu má Liptov predpoklady a podmienky pre rozvoj najmä:

- športovo-rekreačného cestovného ruchu (vysoký potenciál),
- kultúrno-poznávacieho cestovného ruchu v mestách aj vo vidieckych oblastiach (vysoký potenciál),
- gastronomického cestovného ruchu, najmä v rámci aktivít v kultúrno-poznávacom cestovnom ruchu (dobrý potenciál),
- kúpeľného a zdravotného cestovného ruchu (dobrý potenciál),
- obchodného cestovného ruchu (dobrý potenciál).

3.1 Produktové témy

Liptov navštevujú všetky cieľové skupiny z hľadiska veku. Počas letnej aj zimnej sezóny/hlavnej dovolenky aj víkendových pobytov sú **ťažiskovým segmentom rodiny s deťmi** (rodinný cestovný ruch). Mládežnícky cestovný ruch tvoria školské výlety a lyžiarke kurzy. Seniori trávia dovolenku najmä v kúpeľoch a liečivých zdrojoch.

Tabuľka 10: Zhrnutie aktivít podľa druhov cestovného ruchu a návrh ich zaradenie do produktovej témy

DRUH CESTOVNÉHO RUCHU	AKTIVITY	ZARADENIE DO PRODUKTOVEJ TÉMY KOČR	NÁVRH PRODUKTOVEJ TÉMY/LÍNIE LIPTOVA
Športovo-rekreačný cestovný ruch <i>Športové a športovo-rekreačné aktivity</i>	Športy na Liptove • Zjazdové lyžovanie • Skialpinizmus • Bežecké lyžovanie • Turistika a nordic-walking • Skalolezenie	AKTÍVNA REKREÁCIA A ZDRAVÝ ŽIVOTNÝ ŠTÝL	ŠPORTOVÉ ZÁŽITKY NA HORÁCH A V PRÍRODE
	• Cykloturistika (vrátane spoznávanie regiónu prostredníctvom tematických cykloturistických trás)		CYKLOREGIÓN
	• Aktivity vo vodných parkoch a pri Liptovskej Mare (vrátane vodných športov) • Vodná turistika/ rafting		ZÁŽITKY PRI VODE
Prírodný cestovný ruch	• Návšteva jaskýň • Spreádzané produkty v prírodnom cestovnom ruchu (pozorovania fauny a flóry, edukačné programy pre malé skupiny a i. aktivity realizované aj s využitím náučných zariadení v prírode a online aplikácií).	PRÍRODA A ZÁŽITKY Z HÔR	SPREVÁDZANIE PRÍRODOU (POTULKY PRÍRODOU) /Nepoznaný Liptov/
Kultúrno-poznávací cestovný ruch v mestách aj vo vidieckych lokalitách	Ponuka kultúrnych inštitúcií a iných subjektov v tematických oblastiach: • Významné osobnosti dejín, umeleckého, literárneho, cirkevného a duchovného života • Tradície, remeslá, tradičná ľudová architektúra a osídlenia, tradičný spôsob života a obhospodarovania (vrátane ovčiarstva a salašníctva) • Archeológia • História jaskyniarstva a iné oblasti prírodného dedičstva • Baníctvo • Ďalšie témy spojené s históriou regiónu (napr. židovská história a i.)	KULTÚRNO-POZNÁVACIE ZÁŽITKY	ZÁŽITKOVÉ SPOZNÁVANIE HISTÓRIE, TRADÍCIÍ A UMENIA (produkty/trasy podľa identifikovaných tematických oblastí) /Nepoznaný Liptov/
Tradičná gastronómia	• Zážitky spojené so spoznávaním a ochutnávaním miestnych gastronomických špecialít		/Produkt Liptova Liptovské droby/
Wellness, kúpeľný a zdravotný cestovný ruch	• Relaxačné, wellness a ozdravné pobyty v kúpeľoch a produkty u iných poskytovateľov služieb (ubytovacích zariadeniach, vodných parkoch a i.)	WELLNESS, ZDRAVIE A POHODA	WELLNESS, ZDRAVIE A POHODA
Obchodný cestovný ruch/MICE ⁴⁸	• Kongresy, konferencie a iná ponuka zariadení a poskytovateľov pre obchodnú klientelu/cestujúcich • Teambuildingové aktivity spojené so športovými aktivitami a spoznávaním prírody a histórie zážitkovou formou, • Potenciál pre širšie pokrytie ponuky Bleasure tourism (business&pleasure)	PRÉMIOVÉ OBCHODNÉ PODUJATIA	PRÉMIOVÉ BUSINESS PODUJATIA (PREMIUM BUSINESS & LEASURE)

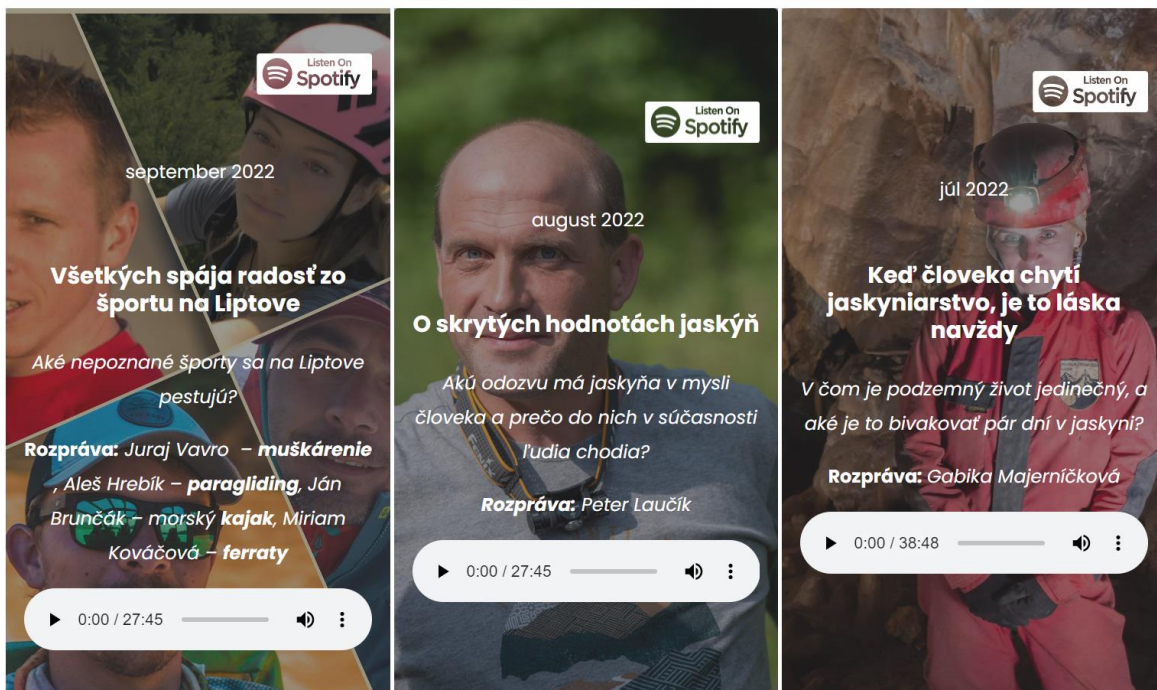
⁴⁸ skratka z anglického slova Meetings, Incentives, Conference/Congresses, Events/Exhibitions, čiže stretnutia, incentíva, kongresy/konferencie, podujatia

Liptov s deťmi

Je komplexná destinačná ponuka, ktorá zahŕňa široké spektrum aktivít v športovo-rekreačnom aj kultúrno-poznávacom cestovnom ruchu. Je založený na plánovači dovolenky rodín s deťmi podľa ich špecifických požiadaviek, potriedený na oblasti: „výlety do prírody“ a „náučné výlety“, „vodné a zábavné parky“, „lyžiarske radovánky“, „fajnoty“ (stravovacie zariadenia prispôbené požiadavkám rodín s deťmi vrátane programu), možnosti „keď je zlé počasie“, aktivity atraktívne „pre staršie deti“, možnosti pre „prechádzky s kočíkmi“.

Nepoznaný Liptov

V rámci posilnenia vzťahu ku kultúrnemu a prírodnému dedičstvu regiónu Liptov je samostatnou líniou projekt nepoznaný Liptov. Zahŕňa širokú škálu osvetových aktivít pretavených do kvalitne uchopeného komunikačného konceptu voči cieľovej skupine návštevníkov vyhľadávajúcich netradičné a nekomerčné miesta a lokality a spoznávanie. Významnou cieľovou skupinou sú aj miestni obyvatelia so zámerom budovať ich vzťah k regiónu a podnietiť ich k starostlivosti o lokálne zdroje, ktoré sú základom rozvoja udržateľného cestovného ruchu. Táto línia nenahrádza ponuku v produktovej téme športové zážitky na horách a v prírode ale vyberá z nich špecificky tie, ktoré majú príspevok k zvyšovaniu environmentálneho povedomia. Preto je v komunikačných a informačných aktivitách nevyhnutné ich oddeľovať.



<https://www.visitliptov.sk/nepoznany-liptov/>

3.2 Marketingové aktivity

Výstavy, veľtrhy, prezentácie

- prezentácia na podujatiach v regióne,
- účasť na výstavách a veľtrhoch, primárne na nových trhoch.

Infocesty, fam a press tripy

- nástroje na zabezpečenie mediálnej prezentácie v celoslovenských médiách;

- spolupráca s influencermi, ktorých sila komunikácie výrazne naberá na význame a oslovuje najmä mladú generáciu v produktívnom veku, ktorá považuje takúto formu reklamy za vierohodnejšiu ako sú klasické formy.

Marketingové kampane

- mediálne kampane s využitím optimálneho mediálneho mixu pre čo najefektívnejší zásah cieľovej skupiny, prioritne orientované na domáci cestovný ruch a tradičné trhy;
- cielené aj na predstavenie destinácie na nových trhoch.

Propagačné a informačné materiály

- tvorba propagačných a prezentačných materiálov využívaných na zvyšovanie informovanosti návštevníkov a prezentáciu regiónu na podujatiach, výstavách a v online komunikácii;
- propagačné predmety a merchandising produkty, ktoré dopĺňajú marketingovú komunikáciu a sú využívané na prezentáciu destinácie na výstavách, počas infociest, obchodných rokovaní, tlačových konferencií a počas podujatí či poskytované do súťaží.

Posilňovanie vnútornej identity a komunikácie prostredníctvom moderného merchandisingu značky Liptov

V nadväznosti na súčasné trendy je potrebné posilňovať značku Liptova a v prípade propagácie produktu je účinný aj merchandise subbrandov produktových línií. V produktovej línii Cykloregión Liptov je vytvorený, v nadväznosti na Konceptiu rozvoja cykloturistiky, aj moderný merchandising, ktorý je určený pre cyklistickú komunitu návštevníkov aj domácich obyvateľov. Tieto aktivity nadväzujú na moderné trendy produktového marketingu.

Podobnú funkciu plnia aj regionálne produkty označené značkou „Produkt Liptova“ s osobitným príspevkom k podpore uchovávaní tradícií a kultúrnej identity.

Tvorba foto a video obsahu

- tvorba, aktualizácia a rozširovanie imidžovej fotobanky a videobanky regiónu;
- tvorba promo videí v rôznych formátoch vrátane reels, ktoré sú novým trendom na sociálnych sieťach.

Online marketing

- najdôležitejšia forma komunikácie na nového, ako aj existujúceho zákazníka/návštevníka
- webstránka a mobilná aplikácia
- sociálne médiá a aktívne on-line kampane

Webstránka visitliptov.sk, ktorú spravuje OOCR REGION LIPTOV, je hlavným komunikačným kanálom destinácie. Má viac ako 1 mil. zobrazení ročne. V roku 2019 zrealizovala OOCR kompletný redizajn tejto stránky a hlavného menu tak, aby reagovala na potreby a požiadavky návštevníkov aj aktuálne trendy. Predstavuje intuitívny a interaktívny web, ktorého cieľom je atraktívny a kvalitný obsah, prehľadnosť pre návštevníka, rýchly prístup k informáciám, čo zabezpečuje dlhšie zotrvanie návštevníka na stránke.

Kritériá hodnotenia webstránky zahŕňajú posúdenie jej dizajnu, užívateľského rozhrania, obsahu, funkčnosti ako aj bezpečnosti. Objektívne zhodnotenie silných a slabých stránok webstránky môže pomôcť destinácii zlepšiť jej kvalitu, prilákať na ňu viac návštevníkov a udržať ich tam dlhšiu dobu.

Tabuľka 11: Hodnotenie kritérií destinačného portálu visitliptov.sk

Moderný / atraktívny vizuál homepage	Responzívna verzia pre smartfóny / tablety	Odkazy na sociálne siete regiónu na homepage	Fulltextové vyhľadávanie v hlavičke / Hl. menu	Oddelený B2C a B2B (OOCR) obsah	Oddelená ponuka pre MICE segment	Jazykové mutácie webstránky	Možnosť zdieľať obsah stránok na soc. sieťach	Imidžová fotogaléria regiónu na homepage	Videoobsah (vlastný / zdieľaný)
✓	✓	✓	✓	X	X	EN / PL	✓	✓	✓
Audio obsah / Podcasty	Tipy na výlety	Plánovač dovolenky / Plánovač trás	Chatbot / autom. konverzačná služba	Zvýraznenie TOP regiónu (atraktivity / podujatia)	Vizuálna inšpirácia TOP regiónu	Vyznačenie POI v digitálnych mapách	Virtuálne prehliadky	Príbehy miestnych ľudí	Zdieľaný UGC (obsah vytvorený návštevníkmi)
✓	✓	✓ / X	X	✓ / ✓	X	X	✓	✓	X
Novinky / Destinačný blog	Zoznam služieb a tur. infraštruktúry	Kalendár podujatí s vyhľadávacími filtrami	Ponuka ubytovania s vyhľadávacími filtrami	Rezervačný systém ubytovania / služieb	E-shop suvenírov a merchandisu	Informácie v reálnom čase (počasie / živé kamery)	Kontakty na turistické informačné centrá	Brožúry a prospekty na stiahnutie	Informácie o cookies a ochrane súkromia
✓ / ✓	✓	✓ / ✓	✓ / ✓	✓ / X	X	✓	✓	✓	✓

Legenda: ✓ spĺňa, ✓ spĺňa čiastočne/s výhradami, X skôr nespĺňa, X nespĺňa

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2022.

Snahou OOCR REGION LIPTOV je neustále zlepšovať obsah aj funkčnosť webstránky visitliptov.sk. Zabezpečenie online komunikácie voči rôznym cieľovým skupinám závisí aj od veľkosti tímu (personálnych kapacít). Efektívnosť webstránky je však priamo závislá aj od prístupu členských subjektov k tomuto distribučnému a informačnému kanálu.

Pri súčasnom počte zobrazení stránky (viac ako 520 tis.) a viac ako 193 tis. používateľoch na ňu prichádza len 0.82 % používateľov zo stránok členských a spolupracujúcich subjektov.

Chýbajúce prepojenie na kvalitný destinačný portál pri komunikácii individuálnych aktivít aktérov na vlastných webových sídlach a sociálnych sieťach, môže mať za následok slabú informovanosť návštevníka o možnostiach trávenia dovolenky v regióne, používateľsky priateľských formách rezervácie, kvalitných službách a pod. a môže viesť k tomu, že si návštevník destináciu vôbec nevyberie za cieľ dovolenky a v lepšom prípade, že región navštívi, ale na kratší čas ako by urobil, keby mal v čase rozhodovania o výbere miesta dovolenky viac informácií o regióne z hlavného destinačného webu.

Onepage webstránka cykloreģion.sk vizuálne pútavým a prehľadným spôsobom sumarizuje dôvody na návštevu a objavovanie regiónu Liptov zo sedla bicykla a slúži primárne ako kampaňová landing page produktovej línie Cykloreģion Liptov a odrazový mostík do plnohodnotnej sekcie cykloturistiky na hlavnej webstránke destinácie visitliptov.sk.

Mobilná aplikácia Liptov fungujúca na oboch platformách (iOS a Android), je jedným z dôležitých nástrojov na prezentáciu pestrej ponuky regiónu a zároveň slúži aj ako sprievodca pre návštevníka nachádzajúceho sa už priamo v regióne. Jej cieľom je poskytnúť návštevníkovi destinácie jednoduchý prístup k informáciám a uľahčiť im plánovanie a pobyt v destinácii. Obsahová časť mobilnej aplikácie je neustále aktualizovaná a dopĺňaná o nové atrakcie, gastro prevádzky, podujatia, trasy, ponuku destinačnej zľavovej karty a iné. Počas zimnej sezóny je možné vyhľadanie spojenia ekologickej formy dopravy Ski&Aqua busu na prepravu medzi hlavnými lyžiarskymi strediskami v regióne.

Tabuľka 12: Hodnotenie kritérií mobilnej aplikácie Liptov - Nízke Tatry

Android / iOS verzia	Jazykové mutácie	Moderný / atraktívny vizuál homescreen	Vyhľadávanie v hlavičke / hl. menu	Vizuálna inšpirácia / Imidžová foto a videogaléria	Zvýraznenie TOP regiónu	Tipy na výlety pre jednotlivé cieľové skupiny	Novinky / Aktuality z regiónu	Adresár / zoznam služieb a tur. infraštruktúry	Kalendár podujatí s vyhľadávacími filtermi
✓ / ✓	EN	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓
Vyznačenie POI / trás v digitálnych mapách	Možnosť uloženia obľúbených POI / trás	Navigácia po turistických / cyklo trasách	Plánovač trás / Tracking pohybu	Možnosť uloženia off-line map	Prepojenie dát s webom v jednotnej databánke	Špeciálne funkcionality (cez vnorený web browser)	Destinačná karta v mobile	Ponuka ubytovania s vyhľadávacími filtermi	Rezervácia ubytovania / služieb
✓ / ✓	X	X	X / X	X	X	✓	✓	X	X / X
Informácie v reálnom čase (počasie / živé kamery)	Kontakty na turistické informačné centrá	E-shop suvenírov a merchandisu	Odkazy na sociálne siete, podcasty regiónu	Dôležité / núdzové telefónne čísla	Informácie o prevádzkach, kontakty	Informácie o ochrane os. údajov	Rýchlosť / odozva aplikácie	Hodnotenie aplikácie na Google Play	Hodnotenie aplikácie na App Store
✓ / X	✓	X	X	X	X	X	✓	3.5/5	3.1/5

Legenda: ✓ spĺňa, ✓ spĺňa čiastočne/s výhradami, X skôr nesplňa, X nesplňa

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2022.

Komunikačný koncept a rozvoj destinačnej značky a identity

Na Liptove je uplatňovaný moderný destinačný branding od roku 2008. Značka destinácie Liptov „Treba Zažiť“ rozvíja vizuálnu identitu destinácie rozširovaním komunikačného konceptu (vrátane postupného co-brandingu produktových/rozvojových línií). V roku 2020 bol vytvorený koncept pre produktovú líniu Cykloregión Liptov a v roku 2021 pre označenie kvalitnej regionálnej produkcie a systému kvality Produkt Liptova.



Destinačná karta – Liptov Region Card

Destinačná alebo aj turistická zľavová karta je typ karty, ktorá poskytuje zľavy na rôzne turistické atrakcie a služby v cestovnom ruchu, doprave či gastronómii na území cieľového miesta/regionu. V závislosti od nastavenia konceptu môže slúžiť aj ako predplatená all-inclusive karta s časovo obmedzenou platnosťou, príp. ako výhodná spoločná vstupenka do viacerých múzeí, galérií a iných kultúrnych inštitúcií. Cieľom všetkých týchto kariet je tak podporiť cestovný ruch a umožniť návštevníkom vidieť a zažiť viac za menej peňazí.

Liptov Region Card je úspešný dlhoročný projekt, ktorý bol prvý krát predstavený verejnosti a návštevníkom Liptova v roku 2009 ako prvý svojho druhu na Slovensku. Projekt prezentuje jednotlivé atrakcie regiónu a ponuku kvalitných služieb v cestovnom ruchu a v neposlednom rade napomáha k eliminácii nelegálneho ubytovania. Personalizovaná zľavová karta je bezplatne poskytovaná tým klientom, ktorí sú ubytovaní v registrovaných ubytovacích zariadeniach na území členských obcí OOCR a platia tak daň z ubytovania. Karta je taktiež za nízky poplatok ponúkaná aj domácim obyvateľom regiónu alebo neubytovaným návštevníkom prostredníctvom výdajných miest, ako sú napr. turistické informačné centrá a to buď vo fyzickej (plastovej) alebo elektronickej forme (e-mailom/v mobilnej aplikácii Liptov).

Tabuľka 13: Prínosy destinačnej karty podľa cieľovej skupiny

Držiteľia karty	Ubytovacie zariadenia	Zmluvní partneri
✓ zvýšenie dostupnosti niektorých služieb výhodnejšou cenou pre segment návštevníkov, pre ktorých sú dané služby za plnú cenu nedostupné ✓ tlačný / on-line sprievodca s komplexnou ponukou regiónu ako neoddeliteľná súčasť každej karty ✓ možnosť výhodne si „poskladať“ dovolenku podľa svojich preferencií	✓ ponúknutá pridaná hodnota pre hosťa ✓ odbremenenie od individuálneho vyjednávania zliav ✓ komplexná ponuka benefitov a zliav vrátane mapy uvedenej v tlačnom / on-line sprievodcovi ku karte ušetrí čas pracovníkom recepcie s individuálnym vysvetľovaním pre každého hosťa ✓ v prípade spokojnosti hosťa a opätovná návšteva ubytovacieho zariadenia	✓ priamy a efektívny marketing nacielený na hosťa už ubytovaného v regióne, resp. návštevníka prichádzajúceho do regiónu ✓ rýchlejší a efektívnejší predaj produktov a služieb = zvýšenie tržieb ✓ v prípade spokojnosti klienta opätovný nákup ✓ štatistické dáta o štruktúre klientov využívajúcich zľavy
Územie destinácie/Manažérska organizácia v cestovnom ruchu ✓ moderný, spoločný regionálny produkt v odvetví cestovného ruchu ✓ nástroj pre podporu predaja a predĺženie pobytu návštevníka v regióne a tým zvýšenie počtu prenocovaní ✓ nástroj na evidenciu počtu prenocovaní, potláčanie nelegálneho ubytovania, vďaka čomu dochádza k nárastu vybranej dane z ubytovania u samospráv ✓ nástroj pre dlhodobé získavanie štatistík a relevantných dát využiteľných pre ciele a systémové marketingové opatrenia a aktivity (marketingový manažment)		

4 Zhrnutie silných a slabých stránok, príležitostí a ohrození (SWOT)

Silné stránky

Pestrosť ponuky regiónu - každý deň iný zážitok

- Horská destinácia - veľmi dobré predpoklady pre zimné športy, turistiku a iné vysokohorské športy,
- veľmi dobré prírodné predpoklady pre rozvoj iných trendových športovo-rekreačných aktivít (najmä cykloturistiku) aj rekreáciu pri vode,
- bohatý prírodný a kultúrno – historický potenciál regiónu pre rozvoj prírodného cestovného ruchu a kultúrno-poznávacieho (vrátane miest),
- lokality s nepoškodenou prírodou,
- vybudovaná infraštruktúra zariadení (supraštruktúra CR),
- silné podnikateľské subjekty,
- etablované podujatia a značky národného a medzinárodného významu,
- zavedený systém zapojenia menších regionálnych producentov (Produkt Liptova),
- koncepcia - systematický rozvoj produktu cykloturistiky, vrátane už zrealizovaných aktivít (Cykloregión Liptov),
- silná a rozpoznateľná destinačná značka na domácom trhu a trhu V4, (systematický prístup k jej rozvoju a rozvoju vizuálnej identity),
- rozvinutý systém destinačného manažmentu a marketingu (organizácia s najdlhšou tradíciou uplatňovania na Slovensku).

Slabé stránky

- Nevyužitý potenciál rozvoja pobytu a rekreácie pri vodnej nádrži Liptovská Mara a zastarané zázemie,
- slabé povedomie o možnostiach cykloturistiky, nedobudovaná cyklodopravná infraštruktúra (vrátane nevybudovaných podmienok pre rozvoj udržateľnej mobility v rámci spádového územia mestského rozvoja Liptov); absencia cyklotrasy okolo Liptovskej Mary a pozdĺž Váhu
- mikoregionálne rozdiely v rozvoji CR (horný, dolný a stredný Liptov), nízka atraktivnosť menej známych a navštevovaných lokalít a nedostatočne využívaný kultúrno-historický potenciál miest, nedostatok aktérov v rozvoji a správe prírodného a kultúrneho dedičstva zapojených do destinačnej siete (z kľúčových aktérov je členom len Liptovské múzeum),
- prevláda individuálna realizácia aktivít obcí/ subjektov bez ohľadu na ich prínos pre širší región a dlhodobú udržateľnosť,
- nesystematická a neefektívna marketingová komunikácia viacerých členov, vrátane nevyužívania silnej značky Liptov a jej vizuálnej identity členskými subjektmi
- destinačná centrála nemá priamy kontakt s klientom. Chýba užšia spolupráca medzi OOCR a IC pri poskytovaní informačného servisu a predaji merchandisu
- investičný boom, rozostavanosť, neesteticky realizované rozvojové aktivity, poškodenie imidžu Demänovskej doliny, znečistenie okolia Liptovskej Mary poškodzujú imidž regiónu,
- nedostatočné napojenie na priame lety
- nedoriešená dopravná dostupnosť destinácie a vysoké zaťaženie osobnou automobilovou dopravou v centrách rozvoja (strediskách) najmä v TOP obdobiach (dopravné kolapsy, nedostatok parkovacích kapacít, nevyriešený integrovaný systém udržateľnej mobility),
- negatívne vnímanie cestovného ruchu rezidentmi, ktorí pociťujú nevýhody jeho rozvoja (vysoké ceny, preťažená doprava, problémy s parkovaním a iné). Nízke povedomie miestnych o aktivitách OOCR a prínosoch rozvoja udržateľného cestovného ruchu. Neexistuje systém benefitov pre lokálnych obyvateľov napríklad prostredníctvom regionálnej karty.

Príležitosti

Kvalitatívny rozvoj

- rastúci záujem o cestovanie a aktivity v rámci „adventure tourism“ z európskych trhov, najmä aktivít v prírode a spojených so spoznávaním kultúrneho dedičstva - prezentácia málo známych a jedinečných lokalít Liptova a rozvoj kultúrno-poznávacej ponuky v mestách,
- rastúci záujem o nové, menej navštevované destinácie vo svete ako je SK a orientácia aj na nové a rýchlo rastúce trhy,
- vytváranie podmienok pre rozvoj letných sezónnych aktivít aj mimo hlavnej turistickej sezóny (cykloturistika, rekreácia pri vode) najmä v súvislosti so zvyšovaním priemernej teploty a úbytkom zrážok v dlhodobom horizonte, rozvoj cykloturistickej infraštruktúry aj v súvislosti so zvyšovaním kvality života a udržateľnej mobility,
- zavádzanie princípov SMART riadenia do spravovania destinácie a orientácia na zvyšovanie kvality ponuky (kvalitatívny rast).
- komplexný marketingový manažment zameraný na všetky cieľové skupiny, ktorý reaguje na zmeny a najnovšie trendy, integrovaná marketingová komunikácia,
- predaj destinácie na nových trhoch prostredníctvom CK REGION TATRY TRAVEL.

Nízka odolnosť destinácie - vysoká citlivosť na zmeny

Ohrozenia

- rýchlo sa meniace prostredie, nestabilná geopolitická situácia a s ňou súvisiaca energetická kríza, vojna na Ukrajine,
- klimatické zmeny a kríza zdrojov,
- zatvorené menšie lyžiarske strediská, obmedzené podmienky v zimnej sezóne, odchod lyžiarov do Álp a iných destinácií,
- záujem dovolenkárov po pandémie opäť cestovať k moru alebo na poznávacie zájazdy do nových destinácií,
- odchod ľudí v produktívnom veku z regiónu a pokles záujmu pracovať v cestovnom ruchu s vplyvom na kvalitu poskytovaných služieb v destinácii, hrozba rastúcich nákladov zamestnávateľov na získavanie a rozvoj zamestnancov pri zvyšujúcej sa fluktuácii,
- znižovanie konkurencieschopnosti destinácie v dôsledku narušenia kvality prostredia vrátane straty autenticity, narušenia vzhľadu destinácie (extenzívna a nekoordinované zvyšovanie zastavanosti územia v rozvinutých lokalitách, neriešenie zaťaženia verejnou osobnou dopravou, a i.)
- rastúca inflácia, znižovanie dopytu po cestovnom ruchu v dôsledku rastu cien základných tovarov a služieb a zároveň zvyšovanie dôrazu spotrebiteľov na pomer kvalita a cena; hrozbou je znižovanie cenovej konkurencieschopnosti destinácie Liptov aj v porovnaní s inými destináciami (zaostávanie kvality za cenou - nepriaznivý pomer kvalita a cena);
- zvyšovanie konkurencie a profesionalizácia činností aj konkurenčných destinácií (dobiehanie destinácie Liptov) a s tým súvisiaca potreba realizácie aktivít v súlade s trendmi (vrátane riadenia a marketingového manažmentu).
-

C. STRATEGICKÝ RÁMEC DESTINÁCIE LIPTOV

Vízia rozvoja cestovného ruchu na Liptove do roku 2030

Hlavný cieľ a strategické ciele

Špecifické ciele, opatrenia a zameranie aktivít na roky 2023 až 2027

Súlad strategického rámca s koncepciou na krajskej úrovni

Strategický rámec destinácie Liptov

Pandémia COVID-19 ukázala vysokú citlivosť cestovného ruchu na vonkajšie zmeny nielen na Slovensku, ale aj v zahraničí. Bezprostredne po tomto období čelia slovenské regióny ďalším výzvam vyvolaným nestabilnou geopolitickou situáciou a s ňou spojenou energetickou krízou so zásadným dopadom na činnosť a fungovanie podnikateľských subjektov a samospráv pri zabezpečovaní ich základných kompetencií. Predpokladá sa, že sa energetická, ale aj klimatická kríza výrazne a dlhodobo odzrkadlia v ekonomickom a environmentálnom prostredí a dotknú sa kvality života obyvateľov (vrátane dopadov rýchlo rastúcej inflácie). Preto sa ako kľúčová v súčasnosti javí potreba zvyšovania odolnosti na vonkajšie zmeny regiónov, ktoré sú nielen miestom pobytu návštevníkov, ale aj miestom života obyvateľov, ktorí sa na ponuke cestovného ruchu podieľajú a benefitujú z nej vyššou životnou úrovňou. Čo sa týka strategického nastavenia rozvoja turistickej destinácie Liptov v budúcnosti, pôjde skôr o kvalitatívny rast ako kvantitatívny rast turistickej ponuky v regióne a profilácia na nového bonitnejšieho návštevníka z nových príjazdových trhov⁴⁹. Realizované rozvojové aktivity by sa mali sústreďovať na vytváranie podmienok pre udržateľnú destinačnú ponuku v kontexte klimatickej zmeny, v zaťažených lokalitách aj na odstraňovanie negatívnych dopadov rozvoja cestovného ruchu.

Vízia rozvoja cestovného ruchu na Liptove do roku 2030

„Liptov bude v roku 2030 konkurencieschopná rozpoznateľná destinácia na domácom a zahraničnom trhu, v ktorej cestovný ruch prispieva k zvyšovaniu kvality života jej obyvateľov“.

Stotožnenie s víziou – pohľadom na to, aký má byť Liptov v roku 2030, je pre implementáciu stratégie kľúčové. V nadväznosti na víziu je formulovaný aj dlhodobý cieľ OOCR REGION LIPTOV, ktorá je strešnou organizáciou v destinačnom manažmente v regióne.



Hlavný dlhodobý cieľ OOCR REGION LIPTOV

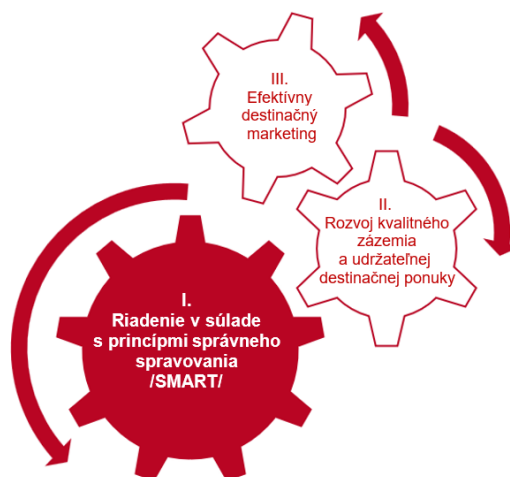
„Formovať Liptov ako konkurencieschopnú a odolnú turistickú destináciu, s kvalitnými službami a zázemím pre návštevníkov a podmienkami pre život obyvateľov, ktorí sa podieľajú na tvorbe udržateľnej destinačnej ponuky a aktívne tu trávia čas.“



Strategické ciele

Napĺňanie hlavného cieľa a približovanie sa k vízii je postavené na troch vzájomne previazaných strategických cieľoch (oblastiach), ktoré vyjadrujú, aké aktivity sú kľúčové, ale aj to, akým spôsobom majú byť realizované.

1. strategický cieľ je pre rozvoj prostredníctvom OOCR najzásadnejší. Je založený na uplatňovaní komplexného prístupu k správaniu spravovaniu, ktorý zahŕňa implementáciu princípov SMART, teda silnú orientáciu na riadiace a koordinačné procesy v destinácii (vrátane strategického plánovania a rozvoja). Správne spravovanie priamo ovplyvňuje 2. strategický cieľ zameraný na rozvoj zázemia a ponuky a 3. strategický cieľ, ktorý súvisí s umiestňovaním vytvorenej ponuky na trhu cestovného ruchu (destinačným marketingom).



Prierezové princípy pri implementácii strategického rámca

Príspevok k zvyšovaniu odolnosti destinácie Liptov je prierezovým princípom uplatňovaným v rámci strategického rámca. V cieľoch je zohľadnený príspevok k dosahovaniu udržateľného rozvoja (horizontálne princípy), pričom navrhované aktivity berú ohľad na kompetencie a možnosti OOCR REGION LIPTOV. **Základnou potrebou pre napĺňanie komplexného strategického rámca je posilnenie a budovanie personálnych kapacít.**

⁴⁹ Liptov 2030: Strategický plán udržateľného mestského rozvoja

1 Liptov → destinácia riadená v súlade s princípmi správneho spravovania

Strategický cieľ: 1. Zavádzať a uplatňovať princípy správneho spravovania v riadení destinácie Liptov /SMART riadenie/

Problémové oblasti a kľúčové potreby, na ktoré cieľ reaguje:	
Potreba koordinovaného rozvoja cestovného ruchu (sieťovania, silných partnerstiev pri tvorbe destinačnej ponuky, výmeny informácií, upevňovania líderskej pozície OOCR ako strešnej manažérskej organizácie v udržateľnom rozvoji cestovného ruchu na Liptove).	Špecifický cieľ 1.1 Rozvíjať a posilňovať partnerstvá a sieťovanie v udržateľnom rozvoji cestovného ruchu regiónu Liptov Opatrenia: 1.1.1 Rozvíjať a posilňovať sieťovanie a partnerstvá v cestovnom ruchu v destinácii 1.1.2 Rozvíjať spoluprácu v destinačnom manažmente na krajskej a národnej úrovni
Nedostatok informácií pre strategické plánovanie a realizáciu rozvojových aktivít (vrátane dát na lokálnej úrovni, monitorovacích a iných dát). Potreba koncepčného prístupu pri realizácii rozvojových potrieb (zohľadnenia účelnosti, udržateľnosti a dlhodobého dopadu aktivít).	Špecifický cieľ 1.2 Rozvíjať strategické plánovanie a koncepčný prístup k rozvojovým aktivitám v cestovnom ruchu v regióne Liptov Opatrenia: 1.2.1 Uplatňovať nástroje pre strategické plánovanie a rozhodovanie v cestovnom ruchu 1.2.2 Odborná participácia na strategických zámeroch regionálneho a nadregionálneho významu s vplyvom na rozvoj cestovného ruchu na Liptove

1.1 Silné partnerstvá a siete

Špecifický cieľ: 1.1. Rozvíjať a posilňovať sieťovanie a partnerstvá v cestovnom ruchu v destinácii

Opatrenia: 1.1.1 Rozvíjať siete a strategické partnerstvá v destinácii Liptov
1.1.2 Rozvíjať spoluprácu v destinačnom manažmente na krajskej a národnej úrovni

Zameranie opatrení a aktivít pre obdobie 2023 až 2027

Opatrenie 1.1.1 Sieťovanie a partnerstvo v cestovnom ruchu v destinácii

Opatrenie sa zameriava na rozvoj sieťovania na Liptove v cestovnom ruchu a nadväzných oblastiach s príspevkom ku tvorbe destinačnej ponuky, čo je aj základným princípom destinačného manažmentu. Aktivita sa zameriavajú na:

- rozvoj spolupráce a prepájanie aktérov, ktorí sa podieľajú na tvorbe destinačnej ponuky, najmä aktérov regionálneho významu, ktorí spravujú prírodné a kultúrne zdroje (Správy národných parkov na území Liptova, Správa slovenských jaskýň, kultúrne inštitúcie), miestnych akčných skupín a i., vrátane rozširovania členstva v OOCR/Klastri Liptov⁵⁰,
- vytváranie a posilňovanie partnerstiev prostredníctvom konkrétnych projektov spolupráce (vrátane nadviazania na realizované aktivity v predošlom strategicko-plánovacom období),
- výmenu informácií medzi aktérmi v cestovnom ruchu, zvyšovanie informovanosti vo vnútri regiónu (v nadväznosti na aktivity realizované v rámci vnútorného marketingu – strategický cieľ 3),

⁵⁰ v súčasnosti je členom OOCR REGION LIPTOV len Liptovské múzeum.

- koordináciu zámerov v rozvoji cestovného ruchu na území Liptova tak, aby prispievali k formovaniu udržateľnej destinačnej ponuky a sociálnemu a hospodárskemu rozvoju (vrátane informačných a konzultačných aktivít, ktoré pomáhajú koordinovať rozvojové aktivity tak, aby v budúcnosti nevznikali bariéry pri rozvoji nosných produktových tém, aj aby nemali negatívny vplyv na kvalitu života obyvateľov⁵¹),
- rozvíjať a posilňovať spoluprácu vo vnútri organizácie (medzi členskými subjektmi) a súdržnosť OOCR v rozvoji udržateľného cestovného ruchu,
- posilňovanie líderskej pozície OOCR ako profesionálnej strešnej manažerskej/koordinačnej organizácie v cestovnom ruchu v destinácii Liptov (okrese Liptovský Mikuláš a Ružomberok).

Opatrenie 1.1.2 Spolupráca v destinačnom manažmente na krajskej a národnej úrovni

Opatrenie sa zameriava na posilňovanie spolupráce OOCR REGION LIPTOV s organizáciami, ktoré tvoria kostru destinačného manažmentu v iných regiónoch. Aktivity sa zameriavajú na výmenu informácií, skúseností, príkladov dobrej praxe, vzdelávanie v destinačných trendoch, spoločné presadzovanie záujmov alebo konkrétne spoločné projekty s:

- OOCR na území Žilinského kraja a KOCR Žilinský turistický kraj,
- OOCR, ktoré spravujú destinácie hraničiace s Liptovom v Žilinskom kraji aj iných krajoch, napr. pri prepájaní destinácií prostredníctvom cykloturistických, peších a iných trás (vrátane rozvoja doplnkovej infraštruktúry na trasách na hraniciach destinácií),
- inými organizáciami cestovného ruchu na Slovensku a profesnými združeniami (vrátane sektoru HORECA), MDSR (sekciiu cestovného ruchu) a inými inštitúciami najmä prostredníctvom členstva v Asociácii organizácií cestovného ruchu Slovenska (AOOCR),
- inými subjektmi na regionálnej, krajskej a národnej úrovni podľa potrieb destinácie.

1.2 Strategické plánovanie a koncepčný prístup k rozvojovým potrebám

Špecifický cieľ	1.2 Rozvíjať strategické plánovanie a koncepčný prístup k rozvojovým aktivitám v cestovnom ruchu v regióne Liptov
Opatrenie:	1.2.1 Uplatňovať nástroje pre strategické plánovanie a rozhodovanie v cestovnom ruchu
	1.2.2 Odborne participovať na strategických zámeroch regionálneho a nadregionálneho významu s dosahom na rozvoj cestovného ruchu na Liptove

Uplatňovanie koncepčného prístupu ako prierezového princípu znamená zohľadniť pri plánovaní a realizácii rozvojových aktivít:

- ✓ účelnosť aktivity (relevantnosť aktivity, príspevok aktivity k riešeniu rozvojovej potreby – produktovej témy, naliehavosť riešenia, príspevok aktivity k zvyšovaniu odolnosti destinácie a iné),
- ✓ súčasné trendy a udržateľnosť aktivity,
- ✓ budúce (očakávané) dopady na prostredie destinácie, vrátane trendov pri zabezpečovaní estetického prostredia a funkčného zázemia pre pobyt návštevníkov (znamená napríklad nepodporovať realizáciu aktivít, ktoré narúšajú estetiku prostredia, degradujú vzhľad, prírodný alebo historický charakter krajiny, narúšajú prostredie pre život obyvateľov, môžu prispieť k znižovaniu kvality života, najmä komerčných aktivít).

⁵¹ napríklad potrebu zohľadnenia pri rozvoji infraštruktúry budúce priestorové obmedzenia pre budovanie cyklistických komunikácií zapojením do tematických pracovných skupín pri príprave územných dokumentov, konzultáciami s členskými samosprávami a pod.

Zameranie opatrení a aktivít pre obdobie 2023 až 2027

Opatrenie 1.2.1 Nástroje pre strategické plánovanie a rozhodovanie

Opatrenie sa zameriava na uplatňovanie nástrojov pre strategické plánovanie a rozhodovanie v cestovnom ruchu na regionálnej úrovni (destinácie Liptov), mikroregionálnej úrovni, aj lokálnej úrovni (zoskupenia obcí v rámci pólů rozvoja). Ide o nástroje, ktorých účelom je efektívne nasmerovať financovanie rozvojových potrieb, ktoré majú z dlhodobého hľadiska najvyšší význam a schopnosť prispieť k dlhodobému udržateľnému rozvoju.

Opatrenie reaguje na potrebu plánovania a realizácie rozvojových aktivít na základe relevantných dát a informácií. Zahŕňa aktivity zamerané na zabezpečenie strategických, koncepčných a analytických materiálov a dokumentov, štatistík a prieskumov, vrátane:

- mapovacích štúdií, tematických strategických dokumentov a konceptov pre realizáciu rozvojových aj marketingových aktivít v jednotlivých produktových líniiach alebo prierezočných oblastiach rozvoja a marketingového manažmentu (vrátane marketingového plánovania a s tým súvisiacich strategických dokumentov ako je marketingová stratégia, komunikačná stratégia a iné)⁵²;
- mapovania potrieb a rozvojových aktivít na mikroregionálnej a lokálnej úrovni, monitoringu rozvojových zámerov;
- realizáciu návštevníckych a iných prieskumov spotrebiteľského správania;
- prieskumov zameraných na zistenie vzťahu domáceho obyvateľstva k rozvoju cestovného ruchu v destinácii (vrátane záujmu o prácu v odvetví cestovného ruchu, motivujúcich faktorov pre prácu v službách, vnímania smerovania destinácie a i.);
- existujúcich nástrojov v rámci zberu dát o návštevníkoch (napr. prostredníctvom regionálnej turistickej karty);
- iné nástroje a spôsoby zberu a vyhodnocovania dát v spolupráci s partnermi v destinácii, partnermi na regionálnej a národnej úrovni (zber dát o vybranej dani za ubytovanie, zavedenie programu evidencie ubytovaných návštevníkov v spolupráci so štátnymi orgánmi ako napr. e-visitor, prípadne iné).

Opatrenie 1.2.2 Odborné zapojenie do prípravy a realizácie strategických zámerov

Opatrenie sa zameriava na participáciu na strategických zámeroch regionálneho a nadregionálneho významu s dosahom na rozvoj cestovného ruchu na Liptove. Reaguje na potrebu odborného zapojenia a výmeny informácií pri plánovaní a realizácii aktivít v cestovnom ruchu inými subjektmi v regionálnom rozvoji na území destinácie Liptov. Zahŕňa aktivity:

- odborná participácia/zapojenie do tematických pracovných skupín pri príprave rámcových strategických dokumentov hospodárskeho a sociálneho rozvoja, integrovaného územného rozvoja podporovaného územnými nástrojmi EÚ a iných strategických akcií na úrovni kraja a národnej úrovni⁵³ s dosahom na rozvoj cestovného ruchu na Liptove;
- konzultácie a spolupráca pri implementácii CLLD stratégií a nástrojov miestnych akčných skupín (zapojenie do procesu prípravy stratégií miestneho rozvoja a ich implementácie s cieľom prispieť k vyššej efektívnosti nástrojov a udržateľnosti projektov)⁵⁴.

Rozsah zrealizovaných aktivít v rámci opatrenia závisí od ochoty aktérov v regionálnom rozvoji zapájať OOCR ako strešnú odbornú a profesnú organizáciu v cestovnom ruchu v regióne Liptov do plánovacích a realizačných procesov, od vytvorených partnerstiev a sietí (preto priamo súvisí s opatreniami v špecifickom ciele 1.1).

⁵² Ide o dokumenty, ktoré detailnejšie rozpracúvajú konkrétnu rozvojovú oblasť, napríklad aj prostredníctvom akčných plánov. Príkladom spracovaného tematického strategického dokumentu je Konceptcia rozvoja cykloturistiky v regióne Liptov na obdobie rokov 2020 až 2025, príkladom konceptu sú napríklad Zásady značky produkt Liptova (pravidlá systému regionálneho značenia). Patrí tu aj marketingová stratégia a iné podľa potrieb destinácie a OOCR.

⁵³ OOCR REGION LIPTOV je v súčasnosti zapojená v rámci prípravy a realizácie Liptov 2030 a i.

⁵⁴ CLLD prístup znamená komunitne vedený miestny rozvoj (z angl. Community-led Local Development) a ide o prístup zdola nahor k rozvoju, ktorý povzbudzuje miestnych ľudí, aby vytvorili Miestnu akčnú skupinu (MAS) ako partnerstvo, ktoré navrhuje a implementuje integrovanú stratégiu rozvoja pre ich územie. Implementácia stratégie je financovaná prostredníctvom rôznych nástrojov a programov z fondov EÚ.

2 Liptov → destinácia s kvalitným zázemím a udržateľnou ponukou

Strategický cieľ: 2. Vytvárať podmienky pre rozvoj udržateľnej destinačnej ponuky pre pobyt návštevníka aj kvalitný život miestnych obyvateľov v destinácii Liptov

Problémové oblasti a kľúčové potreby, na ktoré cieľ reaguje:	
Potreba tvorby ponuky autentických zážitkov, rozvoja kvalitného a prístupného zázemia a zlepšovanie podmienok pre pobyt návštevníka, potreba prístupu k lokalitám z hľadiska udržateľnosti a ich budúcich dopadov na sociálne a environmentálne prostredie, ktoré ovplyvňuje kvalitu života obyvateľov.	Špecifický cieľ 2.1 Udržateľne rozvíjať vnútorný potenciál a zázemie pre tvorbu destinačnej ponuky Opatrenia: 2.1.1 Rozvíjať destinačnú ponuku v nosných produktových témach 2.1.2 Vytvárať podmienky pre znižovanie zaťaženia destinácie individuálnou automobilovou dopravou
Nedostatok pracovnej sily v regióne pre prácu v cestovnom ruchu s dopadom na kvalitu a udržateľnosť služieb. Potreba vytvárania príležitostí pre realizáciu miestnych obyvateľov a zvyšovanie atraktivity práce v odvetví, posilňovania spoločenskej zodpovednosti, vnútornej súdržnosti a kultúrnej identity, ktorá je základom rozvoja udržateľnej destinácie.	Špecifický cieľ 2.2 Zvyšovať kvalitu destinačnej ponuky, produktov a služieb vytváraním podmienok pre rozvoj miestnych zdrojov Opatrenia: 2.2.1 Zvyšovať atraktivitu odvetvia cestovného ruchu, najmä záujem miestnych obyvateľov o prácu v službách na Liptove 2.2.2 Rozvíjať systémy kvality lokálnych produktov a služieb 2.2.3 Rozvíjať miestne ľudské zdroje v cestovnom ruchu v regióne v rôznych oblastiach destinačných trendov (vrátane inovácií)
Potreba reagovať na vonkajšie zmeny pri poskytovaní informačného servisu, vrátane zosúladovania s destinačnými trendmi po vzore svetových destinácií (rozvoj atraktívneho a udržateľného návštevníckeho servisu).	Špecifický cieľ 2.3 Poskytovať kvalitný informačný a návštevnícky servis v súlade s najnovšími trendmi Opatrenia: 2.3.1 Rozvíjať komplexný a udržateľný systém návštevníckeho servisu 2.3.2 Rozvíjať atraktívny a funkčný turistický informačný a navigačný systém

2.1 Vnútorný potenciál a zázemie pre udržateľnú destinačnú ponuku

Špecifický cieľ: 2.1. Udržateľne rozvíjať vnútorný potenciál a zázemie pre tvorbu destinačnej ponuky

Opatrenia: 2.1.1 Rozvíjať autentickú destinačnú ponuku v nosných produktových témach
2.1.2 Vytvárať podmienky pre znižovanie zaťaženia destinácie individuálnou automobilovou dopravou

Zameranie opatrení a aktivít pre obdobie 2023 až 2027

Opatrenie 2.1.1 Destinačná ponuka v nosných produktových témach

Opatrenie sa zameriava na rozvoj destinačnej ponuky založenej na zážitkoch a aktivitách v nosných produktových témach. Zahŕňa aktivity zamerané najmä na tvorbu autentických produktov a podporu atraktivít:

- rozvoj trás pre udržateľné športovo-rekreačné aktivity, najmä doplnkovej a verejnosti prístupnej infraštruktúry na týchto trasách (na peších turistických trasách, trasách pre bežecké lyžovanie a iných, ktoré sprístupňujú atraktivity a turistické body záujmu, vytvárajú tematické okruhy, rozvíjajú tematické trasy založené na kultúrno-historickom a prírodnom potenciáli),
- komplexný rozvoj ponuky v produktovej línii - cykleregiónu Liptov⁵⁵,
- dobudovanie nevyhnutnej infraštruktúry cestovného ruchu vrátane doplnkových služieb akými sú napr. hygienické zariadenia, parkovacie a logistické systémy,
- skvalitnenie obslužnosti verejnou a doplnkovou infraštruktúrou centier rozvoja (kúpeľných lokalít, lokalít s termálnou a minerálnou vodou, stredísk letnej rekreácie (najmä Liptovskej Mary) ruchu a iných športových, adrenalínových a rekreačných lokalít);
- podporu projektov starostlivosti o lokality, ktoré zvyšujú kvalitu pobytu návštevníka v destinácii a rozširujú možnosti trávenia voľného času,
- zatraktívnenie miest vhodných pre nenáročnú turistiku najmä pre rodiny s deťmi, rozvoj detských zón a mestečiek v blízkosti centier miest a turistických obcí,
- budovanie vyhlídkových bodov na zelených trasách (greenways), prírodných náučných chodníkoch, tematických kultúrnych trasách, peších turistických a vychádzkových trasách,
- projekty rozvoja a starostlivosti o oddychové miesta, parky a záhrady v hlavných centrách rozvoja (najmä s využitím prírody blízkyh opatrení), projekty rozvoja verejnosti prístupnej infraštruktúry v centrách rozvoja, ktorá doplní ponuku outdoorových športových aktivít a iné aktivity, ktoré súvisia so skvalitnením obslužnosti verejnou, doplnkovou infraštruktúrou. Patrí sem aj systematické zveľaďovanie a podpora budovania stravovacích prevádzok, oddychových miest, infobodov, fotopointov, systémov zberu a triedenia odpadu a hygienického zázemia na najnavštevovanejších turistických bodoch záujmu, vrátane tých, ktoré nemajú správcu alebo správcu na to sám nestačí ako napr. okolie kostolíka na Liptovskej Mare a ďalšie a vybaviť ich potrebnou turistickou infraštruktúrou,
- revitalizácia lokalít poškodených rozvojom cestovného ruchu a realizácia iných aktivít, ktoré pomáhajú formovať a posilňovať vzťah k prírodným a kultúrnym hodnotám územia so zameraním na rôzne cieľové skupiny (najmä deti a mládež).
- **Vytváranie ucelených tematických produktov založených na využívaní autentického kultúrneho, historického a prírodného dedičstva regiónu;**
- sprístupnenie atraktivít v kultúrno-poznávacom cestovnom ruchu a tvorba ucelenej tematickej destinačnej ponuky v spolupráci s kultúrnymi inštitúciami (napríklad spoločnej vstupenky do múzeí a galérií s využitím Liptov Card alebo iných nástrojov); projekty, ktoré rozvíjajú mestskú infraštruktúru a prostredie pre cestovný ruch, prípadne mestský cestovný ruch; vrátane tvorby nových tematických prehliadkových trás historickými centrami miest venovaných rôznym oblastiam histórie a súčasnosti,
- tvorba a inovácie autentických produktov v historických centrách miest a na turistických bodoch záujmu, ktorá umožní rozptýlenie návštevníkov z najfrekvencovanejších lokalít do menej navštevovaných miest a poskytne pestrý a hodnotný zážitok,
- implementáciu manažmentového plánu UNESCO lokality Vikolíneč a doplnenie novej turistickej infraštruktúry pre túto lokalitu (zázemie pre organizovanie podujatí, záchranné parkovisko, ai), ktorá bude realizovaná výlučne mimo lokality UNESCO,
- rozvoj udržateľnej infraštruktúry (najmä MDI) pre tvorbu zážitkových foriem spoznávania prírody (napr. náučných zariadení v prírode – náučných chodníkov, náučných lokalít); udržateľné sprístupňovanie významných lokalít prírodného dedičstva pre návštevníka,
- využívanie SMART riešení pri tvorbe a sprístupňovaní destinačnej ponuky (audio sprievodcovia, mobilné aplikácie, e-produkty, a pod. vrátane digitalizácie interpretácie prírody, kultúry, technických pamiatok, verejných priestranstiev a objektov),
- aktivity zamerané na rozptýl a manažment návštevníka,
- tvorba/sprístupňovanie destinačnej ponuky pre znevýhodnené skupiny návštevníkov,
- v spolupráci s partnermi rozširovanie ponuky produktov pre rodiny s deťmi o kultúrne a spoločenské podujatia zamerané aj na detského diváka,
- iné atraktivity, vrátane vývoja a realizácie turisticky atraktívnych podujatí, športových a tradičných podujatí na zvýšenie atraktívnosti destinácie a udržanie počtu prenocovaní pre rôzne cieľové skupiny.

⁵⁵ v nadväznosti na Koncepciu rozvoja cykloturistiky

→ **Vytváranie podmienok pre rozvoj:**

- ponuky kongresového a incentívneho cestovného ruchu najmä v medzisezónnom období; priestorov na poskytovanie vzdelávania a organizovanie seminárov, firemných stretnutí, konferencií a kongresov
- ponuky a služieb vo vidieckom cestovnom ruchu, agroturistike, prírodnom a ekologickom cestovnom ruchu;
- gastronomickej ponuky založenej na regionálnych špecialitách a tradičných regionálnych výrobkoch
- a iných udržateľných služieb v súlade s potenciálom a stupňom rozvoja infraštruktúry, tak, aby bol zabezpečený kvalitatívny nie kvantitatívny rast destinácie.

→ iné aktivity v súlade s trendmi v udržateľnom rozvoji destinačnej ponuky.

Opatrenie 2.1.2 Znižovanie zaťaženia destinácie individuálnou automobilovou dopravou

Opatrenie sa zameriava na vytváranie podmienok pre znižovanie zaťaženia destinácie individuálnou automobilovou dopravou (udržateľnú mobilitu návštevníkov medzi turistickými bodmi záujmu). Aktivita OOCR sa zameriavajú najmä na:

- realizáciu nepravidelnej prepravy návštevníkov („skibusy“, „aquabusy“ „cyklobusy“ a i.),
- vytváranie podmienok a spolupráca pri zabezpečení iných možností ekologickej dostupnosti turistických bodov záujmu a spolupráca pri vybudovaní celoročného integrovaného dopravného systému orientovaného na prepravu turistov medzi jednotlivými turistickými destináciami;
- vytváranie iných podmienok pre udržateľnú mobilitu návštevníkov medzi turistickými bodmi záujmu (napríklad napájanie cykloturistických trás na kostrovú sieť cyklistickej dopravy/mobility a iné).

2.2 Kvalita destinačnej ponuky, produktov a služieb

Špecifický cieľ:	2.2 Zvyšovať kvalitu destinačnej ponuky, produktov a služieb vytváraním podmienok pre rozvoj miestnych zdrojov
Opatrenia:	2.2.1 Zvyšovať atraktivitu odvetvia cestovného ruchu, najmä záujem miestnych obyvateľov o prácu v službách na Liptove
	2.2.2 Rozvíjať systémy kvality lokálnych produktov a služieb
	2.2.3 Rozvíjať miestne ľudské zdroje v cestovnom ruchu v regióne v rôznych oblastiach destinačných trendov (vrátane inovácií)

Zameranie opatrení a aktivít pre obdobie 2023 až 2027

Opatrenie 2.2.1 Atraktivita odvetvia cestovného ruchu a záujem miestnych o región a prácu v službách

Opatrenie reaguje na dlhodobý trend poklesu záujmu o prácu v cestovnom ruchu a nedostatok pracovnej sily v regióne v službách. Aktivita sa zameriavajú na vytvorenie motivačných nástrojov, osvetových a vzdelávacích aktivít v spolupráci s partnermi v regióne, napr.:

- vytvorenie systému benefitov pre miestnych obyvateľov, ktorí sa podieľajú na tvorbe destinačnej ponuky, pracujú v službách v destinácií (zľavnené vstupy a zvýhodnené využívanie služieb v rámci rekreácie a voľnočasových aktivít zamestnancov aj s využitím Liptov Region Card);
- spolupráca na projektoch, ktoré prepájajú miestnych zamestnávateľov so študentmi počas štúdia na hotelových akadémiách a iných školách (pre lepšie uplatnenie absolventov na trhu práce priamo v regióne).

Aktivity priamo súvisia aj s nízkym povedomím miestnych o aktivitách OOCR REGION LIPTOV a potrebou zvyšovania povedomia o jej aktivitách, prínosoch rozvoja cestovného ruchu a príležitostiach

pre miestnych. Preto je nevyhnutné podporiť tento cieľ aj zahrnutím do obsahu komunikácie (priama väzba na opatrenie 3.3).

Opatrenie 2.2.2 Systémy kvality lokálnych produktov a služieb

Aktivity v tomto opatrení sú zamerané najmä na:

- rozvoj systému regionálneho značenia/systému kvality „Produkt Liptova“ - rozširovanie destinačnej ponuky o produkty, ktoré majú vysokú kvalitu, prezentačnú schopnosť a prispievajú k udržateľnému využívaniu miestnych zdrojov a posilňovaniu identity regiónu (vrátane systému predajných miest v regióne, ich zaradenia do marketingových aktivít organizácie, vrátane propagácie domácich výrobcov mimo región);
- využívanie iných nástrojov monitorovania a hodnotenia kvality podľa aktuálnych potrieb v destinácii (napr. Liptovská hviezda a i., vrátane systémov hodnotenie/monitorovania stav trás a inej infraštruktúry a služieb a zberom s tým súvisiacich dát).

Opatrenie 2.2.3 Rozvoj ľudských zdrojov v oblastiach destinačných trendov

Opatrenie sa zameriava na rozvoj miestnych ľudských zdrojov, s dôrazom na destinačné trendy (vrátane procesných a produktových inovácií). Zahŕňa aktivity ako napríklad:

- účasť na odborných podujatiach na aktuálne témy, študijných cestách;
- vzdelávacie a osvetové aktivity zamerané na destinačné trendy, procesné aj produktové inovácie v rôznych oblastiach (vrátane školení a seminárov zameraných na zvyšovanie zručností pre prácu s novými technickými a technologickými riešeniami implementovanými v destinácii, trendov a riešení pri estetizácii prostredia, a i.);
- rozvoj zručností pre prácu s rôznymi cieľovými skupinami (vrátane znevýhodnených skupín návštevníkov);
- vzdelávacie a osvetové aktivity pre širokú verejnosť zamerané na zvyšovanie povedomia v rôznych oblastiach globálnej transformácie smerom k udržateľnosti a spoločenskej zodpovednosti (napríklad projekt Nepoznaný Liptov, osveta v oblasti udržateľnej mobility a i.);
- v spolupráci s profesijnými členskými subjektmi a partnermi v destinácii⁵⁶ realizácia vzdelávacích aktivít zameraných na trendy v kvalitnej gastronómii (vrátane využívania lokálnych surovín a konceptu „from farm to table“), gastronomických zážitkoch, aj o príspevku tradičných špecialít k uchovávaniu kultúrnej identity regiónu;
- iné aktivity zamerané na zvyšovanie kvalitnej, dostupnej a udržateľnej destinačnej ponuky a služieb.

2.3 Kvalitný informačný a návštevnícky servis

Špecifický cieľ:	2.3	Poskytovať kvalitný informačný a návštevnícky servis v súlade s najnovšími trendmi
Opatrenia:	2.3.1	Rozvíjať komplexný a udržateľný systém návštevníckeho servisu
	2.3.2	Rozvíjať atraktívny a funkčný turistický informačný a navigačný systém

Zameranie opatrení a aktivít pre obdobie 2023 až 2027

Opatrenie 2.3.1 Komplexný a udržateľný systém návštevníckeho servisu

Opatrenie sa zameriava na vytvorenie komplexného a udržateľného systému návštevníckeho servisu (v spolupráci s partnermi v destinácii), v rámci ktorého budú realizované aktivity, ktoré reflektujú na destinačné trendy vrátane využitia návštevníckeho servisu pri uplatňovaní manažmentu návštevníka. Patrí sem napríklad:

⁵⁶ Napr. Hotelovou akadémiou Liptovský Mikuláš, Cechom združení cestovného ruchu a poskytovateľmi stravovacích služieb.

- návrh a realizácia pilotného projektu spolupráce mestského centra a regionálneho centra a implementácia tohto modelu v spolupráci s partnermi v ďalších centrách rozvoja,
- Navrhnuť model spolupráce a zapojenia informačných a návštevníckych centier a ďalších aktérov do manažmentu návštevníka lokalít prírodného a kultúrneho dedičstva (vrátane zapojenia správ národných parkov) tak, aby sa znižovalo zaťaženie týchto lokalít a zvyšoval sa komfort návštevníka a zabezpečila sa autenticnosť destinačnej ponuky (napr. UNESCO lokality Vlkolínec vo vybraných obdobiach, Prosiecka dolina, trasa na Žiarsku chatu, Jánska kaďa prípadne iné podľa analýzy a monitoringu).
- Rozvoj systému kvalitného poskytovania základných informácií o regióne u poskytovateľov služieb (zjednodušeného informačného servisu).
 - rozvoj aktívnej siete poskytovateľov služieb,
 - zmapovanie dostupnosti a kvality poskytovaných informácií o regióne a potreby poskytovateľov (zabezpečenia informačnými materiálmi, a pod.) a podľa potreby (výsledkov mapovania) realizovať krátke informačné stretnutia/školenia zamestnancov prvého kontaktu o regióne,
 - využívať newsletter o aktuálnej destinačnej ponuke a iné nástroje (premietnuté aj do komunikácie v komunikácii poskytovateľov služieb s klientom v nadväznosti na opatrenia v strategickom ciele 3).

Opatrenie 2.3.2 Atraktívny a funkčný TINS

Opatrenie sa zameriava na rozvoj turistického informačného a navigačného systému (vrátane navigačných systémov v mestách) tak, aby zohľadňoval produktové témy destinácie Liptov a vývoj nových produktov (najmä tematických trás). V rámci kompetencií OOCR ide o rozvojové aj koordinačné aktivity zamerané na rozvoj TINS s dôrazom na riešenia, ktoré prispievajú k zvyšovaniu prehľadnosti informácií pre návštevníka, estetike prostredia, podporujú vizuálnu a komunikačnú identitu destinácie aj tematickej destinačnej ponuky. Patria tu všetky aktivity spojené so zlepšovaním prístupu ku kultúrnym pamiatkam, prírodným pamiatkam a iným turistickým bodom záujmu, jednotná navigácia, jednotné značenie, hnedé tabule a i.).

Odporúčania na dizajn fyzických prvkov TINS

- architektonický a konštrukčný návrh vychádzajúci z overených a funkčných riešení;
- tmavé podkladové farby konštrukcií – podľa aktuálnych štandardov moderných európskych miest;
- jednotný vizuálny štýl - typografia a piktogramy/ikony vytvorené na mieru;
- nápisy na smerových tabuliach s veľkým písmenom len na začiatku slova nasledujú aktuálne odporúčania pre informačné systémy cestnej dopravy (slová sú rýchlejšie identifikovateľné, nové dopravné značenie na slovenských diaľniciach/cestách sa riadi rovnakými princípmi);
- nesie aj znaky vizuálnej identity mesta/obce (farebnosť, logo);
- stanovenie maximálneho počtu cieľov / smerových tabúl na jednom stanovišti, aby ich prílišné množstvo navigáciu ešte viac nespriehľadňovalo, nastavenie rozsahu textu v jazykových mutáciách, prípadne využívanie piktogramov podľa typu prvku navigačného systému a čitateľnosti obsahu.

3 Liptov → destinácia s komplexným vonkajším a vnútorným marketingom

Strategický cieľ: 3. Uplatňovať komplexný hodnotovo a výkonnostne orientovaný destinačný marketing v súlade s najnovšími trendmi

Problémové oblasti a kľúčové potreby, na ktoré cieľ reaguje:	
Potreba rozvoja komplexnej vizuálnej identity destinácie ako východiska efektívnej komunikácie voči všetkým cieľovým skupinám (návštevníkom, B2B klientele aj miestnym obyvateľom).	Špecifický cieľ 3.1 Komplexne rozvíjať destinačnú značku a vizuálnu identitu destinácie Liptov Opatrenia: 3.1.1 Integrovať destinačnú značku a identitu do rozvojových aktivít pri tvorbe autentickej ponuky v nosných produktových témach 3.1.2 Posilňovať imidž a atraktivitu pri poskytovaní informačného a návštevníckeho servisu prostredníctvom vizuálnej identity
Potreba zvyšovania rozpoznateľnosti destinácie v rýchlo sa meniacom prostredí (vrátane zmien, ktoré ovplyvňujú distribúciu ponuky na tradičné a nové trhy) prostredníctvom komunikačného mixu.	Špecifický cieľ 3.2 Realizovať efektívne, kreatívne a inovatívne komunikačné aktivity a distribúciu destinačnej ponuky na domácom trhu cestovného ruchu a zahraničných trhoch Opatrenia: 3.2.1 Rozvíjať online marketing a digitalizáciu služieb v súlade s najnovšími trendmi 3.2.2 Efektívne uplatňovať tradičné aj moderné nástroje v komunikácii a podpore predaja destinačnej ponuky
Potreba zlepšovania imidžu odvetvia a práce v cestovnom ruchu v regióne, ako aj vnútornej súdržnosti aktérov s príspevkom k zvyšovaniu odolnosti destinácie.	Špecifický cieľ 3.3 Posilňovať spoluprácu, udržateľný rozvoj, vnútornú identitu a súdržnosť v odvetví cestovného ruchu v regióne prostredníctvom komunikačných a iných marketingových aktivít. Opatrenia: 3.3.1 Navrhnuť a realizovať komunikačné aktivity so zameraním na partnerov, ktorí sú súčasťou vnútornej destinačnej siete 3.3.2 Navrhnuť a realizovať komunikačné aktivity so zameraním na domácich obyvateľov.

Súčasťou aktivít OOCR REGION LIPTOV je realizácia marketingového manažmentu, ktorého cieľom je umiestňovanie destinačnej ponuky na trhu aj jej ďalší rozvoj.

Vo vzťahu k navrhnutým cieľom v oblasti riadenia destinácie (strategický cieľ 1) aj rozvojovým aktivitám (strategický cieľ 2) ide o tri rámcové cieľové skupiny marketingového manažmentu destinácie Liptov, ktoré v sebe zahŕňajú ďalšie podskupiny a segmenty.

Uplatňovanie zásad efektívnej komunikácie pri medializácii výstupov OOCR a partnermi v destinácii voči všetkým cieľovým skupinám je jedným zo základných predpokladov účinného destinačného marketingu a ide najmä o:

- označovanie destinácie a/alebo OOCR pri medializácii výstupov a realizovaných projektov v destinácii a najmä v prípade projektov podporených OOCR REGION LIPTOV v príspevkoch podporených partnerov na sociálnych sieťach, webstránkach, blogoch a inom online prostredí a pod.

Návrh cieľových skupín a podskupín marketingového manažmentu destinácie Liptov (s výhľadom komplexného uchopenia všetkých skupín do roku 2030, v závislosti od nastavenia marketingovej stratégie):

Cieľová skupina I NÁVŠTEVNÍCI DESTINÁCIE (tradičný segment B2C, C2C)	Cieľová skupina II PARTNERI ORGANIZÁCIE (tradičný segment B2B)	Cieľová skupina III ŠIROKÁ VEREJNOSŤ DOMÁCICH OBÝVATEĽOV
Opis cieľovej skupiny a podskupín	Opis cieľovej skupiny a podskupín	Opis cieľovej skupiny a podskupín
Cieľové trhy návštevníkov Liptova z hľadiska krajiny pôvodu: - domáci návštevníci (Slovenská republika), - zahraniční návštevníci z krajín s dlhodobou najvyššou návštevnosťou (ČR, Poľsko), - zahraniční návštevníci z rastúcich trhov, najmä Izrael, Nemecko, Maďarsko, Rumunsko, krajiny Pobaltia, - zahraniční návštevníci z ďalších trhov, napr. krajín Beneluxu, Škandinávie a iných, podľa aktuálneho vývoja dopravnej dostupnosti, geopolitickej situácie a iných faktorov.	Aktéri, ktorí sa podieľajú na rozvoji destinačnej ponuky: A. domáce a zahraničné cestovné kancelárie, agentúry a touroperátori, ktorí distribuujú destinačnú ponuku, B. partneri, ktorí sú súčasťou vnútornej destinačnej siete (poskytovatelia služieb, samosprávy, vzdelávacie inštitúcie, kultúrne inštitúcie, združenia v rozvoji trás, Správy národných parkov a i., členské aj partnerské subjekty).	Domáci obyvatelia (všetky vekové skupiny): A. všetky skupiny domácich obyvateľov, ktorí sa zaujímajú o aktuálne dianie a aktivity v regióne, v destinácii realizujú jednoduchové výlety, využívajú infraštruktúru pre návštevníkov a počas výletov; je alebo môžu byť aj spotrebiteľmi služieb, B. ľudia v produktívnom veku ale aj mladá/nová generácia s perspektívou pre umiestnenie na trhu práce v cestovnom ruchu v regióne (študenti, žiaci).
Cieľ/dôvod komunikácie:	Cieľ/dôvod komunikácie:	Cieľ/dôvod komunikácie:
Zvyšovanie návštevnosti a spotreby autentických produktov/zvyšovanie prenocovaní a príjmov z cestovného ruchu v destinácii.	B. Posilnenie prezentácie voči domácim a zahraničným partnerom (vrátane CK, CA) a rozširovanie distribučných ciest B. Posilňovanie súdržnosti v odvetví cestovného ruchu v destinácii aj spolupráce s nadväznými oblasťami (napr. kultúra, vzdelávacie inštitúcie a i.), zvyšovanie informovanosti vo vnútri destinácie, posilnenie prezentácie organizácie, koordinačnej a líderskej úlohy a prezentácie aktivít partnerov.	A. Cielená práca s obyvateľstvom pre generovanie dopytu po ponuke cestovného ruchu v regióne. Zvyšovanie povedomia o význame udržateľného rozvoja cestovného ruchu pre región a o jeho celospoločenských prínosoch, B. Zvyšovanie záujmu domácich obyvateľov o prácu v cestovnom ruchu a vnútorný rozvoj regiónu.
Obsah komunikácie (rámcovo):	Obsah komunikácie (rámcovo):	Obsah komunikácie (rámcovo):
Destinačná ponuka - destinácia (produkty/služby/autentické zážitky) podľa produktových tém a detailnejšieho členenia cieľových skupín (okrem krajiny aj veku a pod.).	A. Destinačná ponuka a možnosti spolupráce/programy s CK/CA a pod. B. Prezentácia plánovaných a zrealizovaných aktivít organizácie a partnerov, otvorené dáta pre plánovanie a rozhodovanie (výsledky mapovaní, vyhodnotení vývoja, strategické dokumenty a i.), destinačné trendy a pod.	A. Destinačná ponuka - možnosti trávenia voľného času v regióne, kde žijú, produkty a služby vrátane zvýhodnenej ponuky pre domácich obyvateľov a pod. (v súlade s prezentáciou destinačnej ponuky voči ostatným cieľovým skupinám), B. Plánované aj zrealizované aktivity, s dôrazom na prezentáciu možností a výhod zapojenia miestnych, vzdelávania a zvyšovania kompetencií, výhod práce v cestovnom ruchu (vrátane vernostného programu pre pracovníkov v cestovnom ruchu).
PRIENIKY OBSAHU KOMUNIKÁCIE		

3.1 Destinačná značka a komunikačná identita

- Špecifický cieľ: 3.1 Komplexne rozvíjať destinačnú značku a vizuálnu identitu destinácie Liptov
- Opatrenia: 3.1.1 Integrovať destinačnú značku a identitu do rozvojových aktivít pri tvorbe autentickej ponuky v nosných produktových témach
- 3.1.2 Posilňovať imidž a atraktivitu pri poskytovaní informačného a návštevníckeho servisu prostredníctvom vizuálnej identity.

Zameranie opatrení a aktivít pre obdobie 2023 až 2027

Opatrenie 3.1.1 Integrácia destinačnej značky a identity do rozvojových aktivít a ponuky

Opatrenie sa zameriava na integráciu identity destinácie Liptov do rozvojových projektov (vrátane verejnosti prístupnej infraštruktúry), ktorá sa podieľa na tvorbe destinačnej ponuky. Reaguje na potrebu vizuálne atraktívnym spôsobom posilňovať rozpoznateľnosť destinácie, nielen v rámci marketingových aktivít, ale aj počas pobytu v destinácii a zároveň esteticky rozvíjať prostredie.

Zahŕňa aktivity zamerané napríklad na:

- rozvoj značky a vizuálnej identity Liptov pri budovaní značenia cykloturistických, tematických trás (vrátane kultúrno-poznávacích) a iných trás a verejnosti prístupnej infraštruktúry na týchto trasách (okrem grafických tlačných prvkov aj v rámci architektúry prvkov mobiliáru a inej malej drobnej infraštruktúry, ako sú lavičky, odpočinkové miesta a pod.);
- profesionálne používanie vizuálnej identity vo všetkých komunikačných aktivitách (rozvoj architektúry a dizajnu voči všetkým cieľovým skupinám, vrátane prostriedkov podpory predaja, pri produkcii vlastných reklamných predmetov/merkantilu a i., v produktovom marketingu) a profesionalizácia používania vizuálnej identity a destinačnej značky v komunikačných aktivitách členov;
- branding produktových línií, prípadne co-branding komplexných rozvojových aj produktových tém (napríklad značka Produkt Liptova a Cykloregión Liptov),
- vytvorenie systémového rámca (integrovanej) marketingovej komunikácie prostredníctvom zadefinovania typológie a previazaného systému územných značiek a destinačnej značky, ktorý bude podporovať synergiu marketingovej komunikácie regiónu (napríklad v prípade tvorby subdestinačných značiek, brandingu lokalít a centier rozvoja, vrátane zabezpečenia ich súladu so systémom marketingovej komunikácie a vizuálnou identitou).

Opatrenie 3.1.2 Posilnenie imidžu a atraktivity pri poskytovaní informačných služieb a návštevníckeho servisu

Opatrenie reaguje na potrebu budovania zázemia pre návštevníkov a informačnej infraštruktúry v súlade s najnovšími trendmi a možnosťami, ktoré destinačná značka a vizuálna identita vytvára pri posilňovaní imidžu lokalít a centier, v ktorých je servis poskytovaný. Reaguje na možnosti formovania identity miest, ktoré sprostredkujú informácie, tak aby sa tu odrážala aj DNA lokality/mesta a boli splnené aj ostatné požiadavky návštevníkov na vzhľad a funkčnosť prostredia a iné (viď kritériá pre hodnotenie informačných centier podľa súčasných trendov). Patria tu aj aktivity zamerané napríklad na:

- rozvoj siete jednotných a imidžotvorných miest prvého kontaktu s návštevníkom v regióne (infobodov, informačných terminálov a i.).
- zavedenie jednotných vizuálnych štandardov v centrách miest na umiestňovanie vývesných tabúl a označení na fasády historických budov s cieľom eliminovať vizuálny smog
- iné, vrátane mobilného vybavenia na podujatia organizované v regióne a pod.

3.2 Marketing na domácom a medzinárodnom trhu cestovného ruchu

Špecifický cieľ:	3.2	Realizovať efektívne, kreatívne a inovatívne komunikačné aktivity a distribúciu destinačnej ponuky na domácom trhu cestovného ruchu a zahraničných trhoch
Opatrenia:	3.2.1	Rozvíjať online marketing a digitalizáciu služieb v súlade s najnovšími trendmi
	3.2.2	Efektívne uplatňovať tradičné aj moderné nástroje v komunikácii a podpore predaja destinačnej ponuky

Zameranie opatrení a aktivít pre obdobie 2023 až 2027

Opatrenia a aktivity v tomto ciele sa zameriavajú na cieľovú skupinu **I. NÁVŠTEVNÍCI DESTINÁCIE** (B2C a C2C) a cieľovú skupinu **II.A CESTOVNÉ KANCELÁRIE A AGENTÚRY/TOUOPERÁTORI** (B2B). Účelom aktivít je podporiť rozpoznateľnosť regiónu Liptov na domácom trhu cestovného ruchu a primárnych, rýchlo sa rozvíjajúcich a iných zahraničných trhoch podľa aktuálnej situácie, ktorú ovplyvňuje spotrebiteľské správanie a iné faktory. Súčasťou marketingového manažmentu je marketingové plánovanie na základe relevantných dát a analýz, ktoré je aktivitou OOCR v oblasti riadenia (cieľa 1.2 Uplatňovať nástroje pre strategické plánovanie a rozhodovanie v cestovnom ruchu).

Rozsah aktivít a konkrétne nástroje vo vzťahu k cieľovej skupine II. je nevyhnutné nastaviť v detailnejšej marketingovej stratégii, koncepte alebo akčnom pláne podľa možností CK REGION TATRY TRAVEL. Osobitne je potrebné venovať pozornosť osloveniu nových trhov v segmente MICE.

Opatrenie 3.2.1 Online marketing a digitalizácia služieb

Aktivity opatrenia nadväzujú na trend digitalizácie produktov, ale aj informačných a komunikačných aktivít. Patrí tu napríklad:

- správa a prípadný redizajn destinačného webu v súlade s trendmi, tak aby plnil úlohu efektívneho nástroja komunikácie voči cieľovým skupinám (návštevníckym segmentom); vrátane vytvorenia vhodných deliacich línií pre komunikáciu obsahu B2B klientele;
- komunikácia na sociálnych sieťach;
- podpora digitalizácie destinačných služieb a zavádzanie nových technológií na zlepšenie komunikácie s návštevníkom počas jeho pobytu v destinácii (gamifikácia, mobilné aplikácie, chatboty ai),
- Realizácia kreatívnych, efektívnych a inovatívnych kampaní pre cieľové návštevnícke segmenty na cieľových trhoch v online prostredí (s využitím crowdsourcing a user generated content a pod.), on-line kampane (google adwords reklamy, facebookové reklamy, instagramové reklamy iné);
- iné aktivity v nadväznosti na moderné nástroje v komunikácii a podpore predaja destinačnej ponuky (virtuálna infocesta) a ich efektívneho presunu do online prostredia (napríklad kombinovanie online a offline magazínu s informáciami o turistickej ponuke a dianí v destinácii určený pre návštevníkov).

Príklad odlišenia komunikačného kanálu v online prostredí v destinácii Ötztal podľa cieľovej skupiny (B2C a B2B)

Destinácia: Ötztal

Organizácia destinačného manažmentu: Ötztal Tourismus

Destinačný web:

<https://www.oetztal.com>

Organizačný/korporálny web:

<https://www.oetztaltourismus.com/de/oetztal-intern/>

Komunikácia a informácie
cielené na návštevníkov
destinácie

Komunikácia je cieleňá na partnerov v destinácii aj domácich obyvateľov, ktorí majú záujem o viac informácií o zrealizovaných aktivitách, nielen o možnostiach trávenia voľného času (produktov).

Komunikuje informácie partnerom v destinácii aktívom, ktorí cestovný ruch priamo rozvíjajú - informácie o príprave strategických dokumentov, plány aktivít, aká infraštruktúra sa v destinácii buduje, vyhodnocovanie vývoja (prenocovaní) a iné informácie ostatným

skupinám domácich obyvateľov o ponuke (vrátane produktov, služieb IC, zliav/destinačnej karty pre domácich – totožný obsah s destinačným webom, resp. prelink).

Opatrenie 3.2.2 Inovatívne a efektívne komunikačné a predajné nástroje

Opatrenie sa zameriava na uplatňovanie tradičných aj moderných nástrojov v komunikácii a podpore predaja destinačnej ponuky. Ide o reklamné nástroje, ktoré sú v rôznej miere v tradičnej forme alebo čiastočne alebo úplne umiestňované aj v online prostredí (preto súvisia s predchádzajúcim opatrením).

Patria sem aktivity ako napr.:

- tvorba propagačných a prezentačných materiálov, propagačných predmetov a merchandising produkty, vrátane imidžových predmetov v produktových líniách (napr. Cykloregión, Produkt Liptova a iné),
- Liptov Region Card a iné nástroje podpory predaja,
- Infocesty, fam a press tripy (vrátane spolupráce s influencerami),
- účasť na veľtrhoch a výstavách,
- newsletter, súťaže a iné nástroje práce s verejnosťou,
- efektívne nastavené mediálne a iné kampane pre čo najúčinnnejšie oslovenie cieľovej skupiny a zvyšovanie rozpoznateľnosti destinácie, prioritne orientované na domáci cestovný ruch, tradičné a nové trhy a iné formy komunikácie pre udržanie vzťahov na tradičných trhoch,
- C2C viral comms na základe prepracovaného a unikátneho projektu/aktivity, ktorá sa stane virálnou
- ďalšie aktivity v nadväznosti na trendy a nastavenie marketingovej/komunikačnej stratégie.

Hodnotovo a esteticky orientovaný prístup k umiestňovaniu vonkajšej reklamy

Opatrenie súvisí aj s implementáciou koncepčného prístupu pri umiestňovaní vonkajšej reklamy, a to len na strategické miesta s dôrazom na jej efektívnosť a znižovanie jej negatívneho dopadu na estetiku prostredia. Znamená aj znižovať objem vonkajšej reklamy tak, aby svojim množstvom, nevhodným tvarom, prevedením a umiestnením nenarúšala celkový obraz a atmosféru miest a obcí Liptova (veľkoplošné reklamné nosiče, ako napr. plachty a bannery, ktoré zakrývajú architektúru; billboardy a iné reklamné plochy, ktoré zakrývajú výhľady na liptovskú prírodu a krajinu a pod.).

V spolupráci s členskými subjektmi a inými aktérmi v destinácii sa aktivity zameriavajú napríklad aj na:

- zvyšovanie povedomia (osvetu) o potrebách zohľadnenia dopadu vonkajšej reklamy na estetiku prostredia, celkový vzhľad destinácie a jej vplyv na vnímanie zo strany návštevníka,
- realizáciu aktivít zameraných na výmenu skúseností, pomoc pri návrhoch opatrení na estetizáciu prostredia a znižovanie vizuálneho smogu pre členské subjekty (v nadväznosti na oparenie 2.3.3),
- návrh kampaní s miestnymi aktérmi zameranými na estetizáciu prostredia a znižovanie vizuálneho smogu a iné aktivity. (vrátane estetického priestoru s využitím mural painting a i.).

3.3 Marketingová komunikácia do vnútra destinácie

Špecifický cieľ: 3.3 Posilňovať spoluprácu, udržateľný rozvoj, vnútornú identitu a súdržnosť v odvetví cestovného ruchu v regióne prostredníctvom komunikačných a iných marketingových aktivít.

Opatrenia: 3.3.1 Navrhnuť a realizovať komunikačné aktivity so zameraním na partnerov, ktorí sú súčasťou vnútornej destinačnej siete
3.3.2 Navrhnuť a realizovať komunikačné aktivity so zameraním na domácich obyvateľov.

Zameranie opatrení a aktivít pre obdobie 2023 až 2027

Opatrenie 3.3.1 Marketing a komunikácia cielené na partnerov v destinácii

Opatrenie sa zameriava na aktivity, ktoré pracujú s cieľovou skupinou **II.B PARTNERI** - najmä partneri, ktorí sú súčasťou vnútornej destinačnej siete (široká skupina aktérov, ktorí rozvíjajú cestovný ruch, ako sú samosprávy, podnikateľské subjekty, kultúrne inštitúcie, Správy národných parkov a iní), komunikujú:

- plánované a zrealizované aktivity OOCR a partnerov (výmena informácií navzájom),
- sprístupňujú otvorené dáta pre plánovanie a rozhodovanie (výsledky mapovaní, vyhodnotení vývoja, strategické dokumenty a i.), ktoré pomáhajú v strategickom plánovaní a rozhodovaní OOCR aj partnerov,
- destinačné trendy ako aj aktivity OOCR, ktoré sú v oblasti vzdelávania v destinácii realizované
- iné aktivity podľa nastavenia stratégie.

Základným nástrojom je online marketing, napr. vytvorenie samostatného korporátneho profilu OOCR pre zdieľanie a komunikáciu obsahu (prípadne posilnenie aj prostredníctvom profilov na sociálnych sieťach).

Opatrenie 3.3.1 Marketingová komunikácia cielená na domáce obyvateľstvo

Opatrenie sa zameriava na aktivity, ktoré umožnia systematickú prácu s cieľovou skupinou **III. MIESTNI OBYVATELIA**, a to dvoma podskupinami:

III.A DOMÁCI OBYVATELIA, prispievajú ku generovaniu miestneho dopytu po ponuke cestovného ruchu (zlepšiť informovanosť obyvateľov o turistickej ponuke v regióne, spotrebu a prístup k rozvoju cestovného ruchu). Patrí tu napríklad aj

- vernostný systém pre obyvateľov Liptova, ktorý bude motivovať miestnych spoznávať zaujímavosti vlastného regiónu
- podpora systému mobility žiakov ZŠ a SŠ z regiónu v rámci regionálnej výchovy po kultúrnych inštitúciách a ku kultúrnych pamiatkach.
- osvetové kampane a iné aktivity.

III.B Domáci obyvatelia v produktívnom veku a mladšia generácia s perspektívou pre umiestnenie na trhu práce v cestovnom ruchu v regióne (študenti, žiaci). Ide o zameranie na aktivity, ktoré informujú ale aj motivujú pracovať v cestovnom ruchu v regióne (napr. mini kampane na sociálnych sieťach s domácimi poskytovateľmi, prezentácia a práca so školami a pod.);

Na stavenie komunikačných nástrojov závisí od navrhutej stratégie, vrátane návrhu technického riešenia komunikačných kanálov (napr. zahrnutia pod korporátny web a čiastočne aj prepojenia s destinačným webom, newsletter a pod.).

4 Súlad strategického rámca destinácie Liptov s konceptom na krajskej úrovni

Strategický rámec destinácie Liptov je v súlade s koncepčným smerovaním Žilinského kraja v strednodobom horizonte nastaveným KOČR Žilinský turistický kraj, pričom strategický rámec Liptova v detailnejšej miere reflektuje na špecifické potreby destinácie Liptov, ktorá je nielen najrozvinutejšou destináciou Žilinského kraja, ale aj jednou z najkonkurencieschopnejších destinácií na Slovensku. Zároveň strategický rámec a zámery Liptova adresnejšie reagujú na potreby zvyšovania odolnosti destinácií pre kvalitný život obyvateľov, čo súvisí aj so životným cyklom destinácie v porovnaní s inými destináciami v kraji a na Slovensku a medzinárodnými trendami v prístupe v riadení destinácií.

Rámec Koncepcie rozvoja cestovného ruchu destinácie Žilinský turistický kraj na roky 2022-2026⁵⁷

VÍZIA KOČR ŽILINSKÝ TURISTICKÝ KRAJ O STREDNOBOM SMEROVANÍ V ROZVOJI CESTOVNÉHO RUCHU V KRAJI

„Žilinský kraj je v stredoeurópskom priestore **konkurencieschopná** destinácia zameraná na športovo-rekreačný a kultúrno-poznávací cestovný ruch, podporujúca autentické prvky, **udržateľný** rozvoj cestovného ruchu a osobný zážitok.“

Strategický zámer 1

Zabezpečenie inštitucionálnej podpory rozvoja cestovného ruchu v kraj

Strategický zámer 2

Koordinácia tvorby a distribúcie autentických a udržateľných produktov

Strategický zámer 3

Podpora integrovanej marketingovej komunikácie a rozpoznateľnej značky destinácie



Rámec Koncepcie rozvoja turistickej destinácie Liptov na roky 2023-2027 (s výhľadom do roku 2030)

VÍZIA LIPTOVA V ROKU 2030

„Liptov je v roku 2030 konkurencieschopná destinácia na domácom a zahraničnom trhu, v ktorej cestovný ruch prispieva k zvyšovaniu kvality života jej obyvateľov.“

HLAVNÝ DLHODOBÝ CIEĽ KOČR REGION LIPTOV

„Formovať Liptov ako **konkurencieschopnú a odolnú** turistickú destináciu, **s kvalitnými podmienkami pre život obyvateľov**, ktorí sa podieľajú na tvorbe **udržateľnej** destinačnej ponuky a aktívne tu trávia čas.“



Strategický cieľ 1

Zavádzať a uplatňovať princípy správneho spravovania v riadení destinácie Liptov /SMART riadenie/

Špecifické ciele:

1.1 Rozvíjať a posilňovať partnerstvá, sieťovanie

1.2 Rozvíjať strategické plánovanie a koncepčný prístup k rozvojovým aktivitám



Strategický cieľ 2

Vytvárať podmienky pre rozvoj udržateľnej destinačnej ponuky pre pobyt návštevníka aj kvalitný život miestnych obyvateľov v destinácii Liptov

Špecifické ciele

2.1 Udržateľne rozvíjať vnútorný potenciál a zázemie pre tvorbu destinačnej ponuky

2.2 Zvyšovať kvalitu produktov a služieb vytváraním podmienok pre rozvoj miestnych zdrojov

2.3 Poskytovať kvalitný informačný a návštevnícky servis v súlade s najnovšími trendmi



Strategický cieľ 3

Uplatňovať komplexný hodnotovo a výkonnostne orientovaný destinačný marketing v súlade s najnovšími trendmi.

Špecifické ciele

3.1 Rozvoj destinačnej značky a komunikačnej identity.

3.2 Realizovať efektívne, kreatívne a inovatívne komunikačné aktivity a distribúciu destinačnej ponuky na domácom trhu cestovného ruchu a zahraničných trhoch

3.3 Posilňovať spoluprácu, udržateľný rozvoj, vnútornú identitu a súdržnosť v odvetví cestovného ruchu v regióne prostredníctvom komunikačných a iných marketingových aktivít.

OČAKÁVANÉ VÝSLEDKY STRATEGICKÝCH CIEĽOV VO VZŤAHU K VÍZII A HLAVNÉMU CIEĽU

✓ destinácia riadená v súlade s princípmi správneho spravovania

✓ destinácia s kvalitným zázemím a udržateľnou ponukou

✓ destinácia s komplexným vonkajším a vnútorným marketingovým manažmentom

⁵⁷ Žilinský turistický kraj, 2021. Koncepcia rozvoja cestovného ruchu destinácie Žilinský turistický kraj na roky 2022-2026.

Riziká pri naplňaní strategických cieľov

- Neochota aktérov podporiť koordinovaný rozvoj územia posilnením personálnych kapacít OOCR.
- Nízke povedomie aktérov o destinačných trendoch a potrebách zvyšovania odolnosti Liptova a z toho vyplývajúca neochota prioritizovať systémové a udržateľné rozvojové aktivity s príspevkom k širšiemu rozvoju regiónu ako aj neochota zvýšiť podiel výdavkov na udržateľné rozvojové aktivity na úkor finančne náročných marketingových kampaní.
- Nedostatok dát, vrátane informácií a indikátorov naplňania cieľov stratégie, čo priamo súvisí s nedostatkom porovnateľných dát na národnej úrovni.

PRÍLOHY

Príloha 1

1.1 Územné vymedzenie destinácie Liptov	73
1.2 Dopravná infraštruktúra destinácie Liptov	74

Príloha 2

1.1 Územné vymedzenie destinácie Liptov	76
NÁRODNÁ ÚROVEŇ	76
REGIONÁLNA/KRAJSKÁ ÚROVEŇ	77
2.2 Členské subjekty OOCR REGION LIPTOV a Klastra LIPTOV	79

Príloha 3

3.1 Ročná návštevnosť Liptova podľa okresov	80
3.2 Vývoj počtu prenocovaní na Liptove návštevníkov zo zahraničných trhov	82
3.3 Návštevnosť Liptova počas roka podľa okresov	84
3.4 Výkony ubytovacích zariadení na Liptove podľa kategórie zariadení	85

Príloha 4

4.1 Maloplošné chránené územia podľa územnej pôsobnosti organizácie ochrany prírody	86
4.2 Kultúrne inštitúcie pôsobiace na Liptove	90
4.3 Náučné zariadenia v prírode	92
4.4 Analýza informačných centier v hlavných administratívnych centrách (okresných mestách)	94

Príloha 1

1.1 Územné vymedzenie destinácie Liptov

Obrázok 1: Historické vymedzenie Liptovskej stolice



Zdroj: Slovenské hrady, 2022. Dostupné na: <https://www.hrady.sk/stolica/liptov>.

Liptovská stolica, ktorá bola vytvorená na území dnešného Regiónu Liptov hraničila na východnej strane so Spišskou stolicou a zasahovala aj na územie niekoľkých obcí okresu Poprad, ktoré patria do susediaceho historického regiónu Spiš (územia, ktoré sa profiluje na trhu cestovného ruchu ako destinácia Vysoké Tatry).

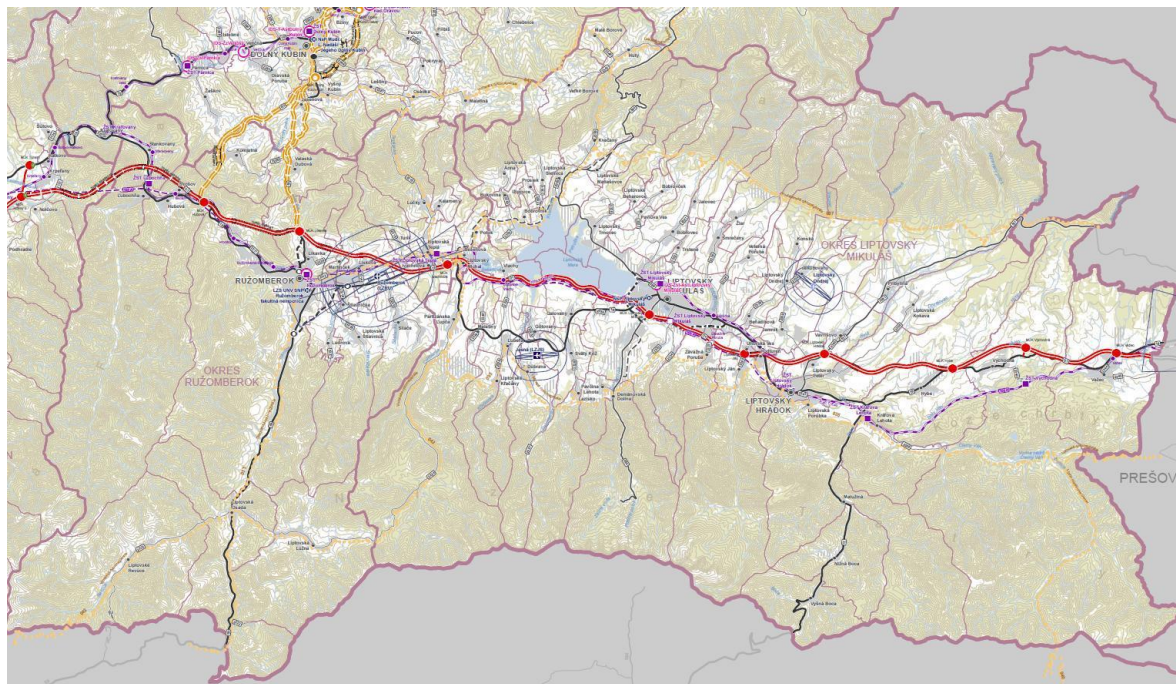
Tabuľka 14: Zoznam samospráv na území destinácie Liptov

Okres Liptovský Mikuláš			Okres Ružomberok	
Beňadiková	Liptovská Anna	Partizánska Ľupča	Bešeňová	Ružomberok
Bobrovček	Liptovská Kokava	Pavčina Lehota	Hubová	Liptovské Sliače
Bobrovec	Liptovská Porúbka	Pavlova Ves	Ivachnová	Stankovany
Bobrovník	Liptovská Selnica	Podtureň	Kalameny	Štiavnička
Bukovina	Liptovské Beharovce	Pribylina	Komjatná	Švošov
Demänovská Dolina	Liptovské Kľačany	Prosiek	Likavka	Turík
Dúbrava	Liptovské Matiašovce	Smrečany	Liptovská Lúžna	Valaská Dubová
Galovany	Liptovský Hrádok	Svätý Kríž	Liptovská Osada	
Gôtovany	Liptovský Ján	Trstené	Liptovská Štiavnica	
Huty	Liptovský Mikuláš	Uhorská Ves	Liptovská Teplá	
Hybe	Liptovský Ondrej	Vavrišovo	Liptovské Revúce	
Ižipovce	Liptovský Peter	Vážec	Liptovský Michal	
Jakubovany	Liptovský Trnovec	Veľké Borové	Lisková	
Jalovec	Ľubľa	Veterná Poruba	Ľubochňa	
Jamník	Malatíny	Vlachs	Lúčky	
Kráľova Lehota	Malé Borové	Východná	Ludrová	
Konská	Malužiná	Výšná Boca	Martinček	
Kvačany	Nižná Boca	Závažná Poruba	Potok	
Lazisko		Žiar		

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa ŠÚSR, 2022.

1.2 Dopravná infraštruktúra destinácie Liptov

Obrázok 2: Existujúca a plánovaná dopravná infraštruktúra regiónu Liptov



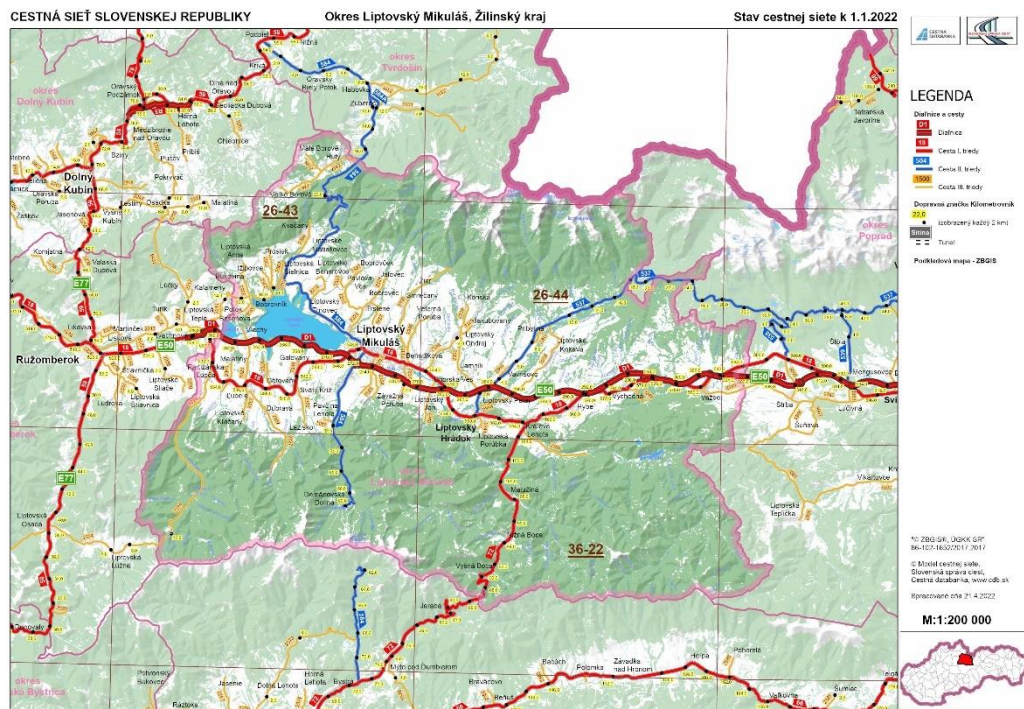
Zdroj: Žilinský samosprávny kraj, 2022. Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja 2021+, str. 143.

Tabuľka 15: Cestná sieť na území destinácie Liptov

Dĺžka siete	Okres Liptovský Mikuláš	Okres Ružomberok	Spolu
Cesty I. triedy	72,251 km	91,563 km	163,814 km
Cesty II. triedy	64,254 km	0,000 km	64,254 km
Cesty III. triedy	173,680 km	59,660 km	233,34 km
Cesty I., II., III. triedy spolu	310,185 km	151,223 km	461,408 km
Diaľnice D	44,925 km	2,936 km	47,861 km
Diaľnice R	0,000 km	0,000 km	0,000 km
Diaľnice /D,R/ a cesty spolu	355,110 km	154,159 km	509,269 km
"TEN-T" koridory	44,925 km	51,378 km	96,303 km
Hustota cestnej siete	0,265 km/km ²	0,238 km/km ²	-

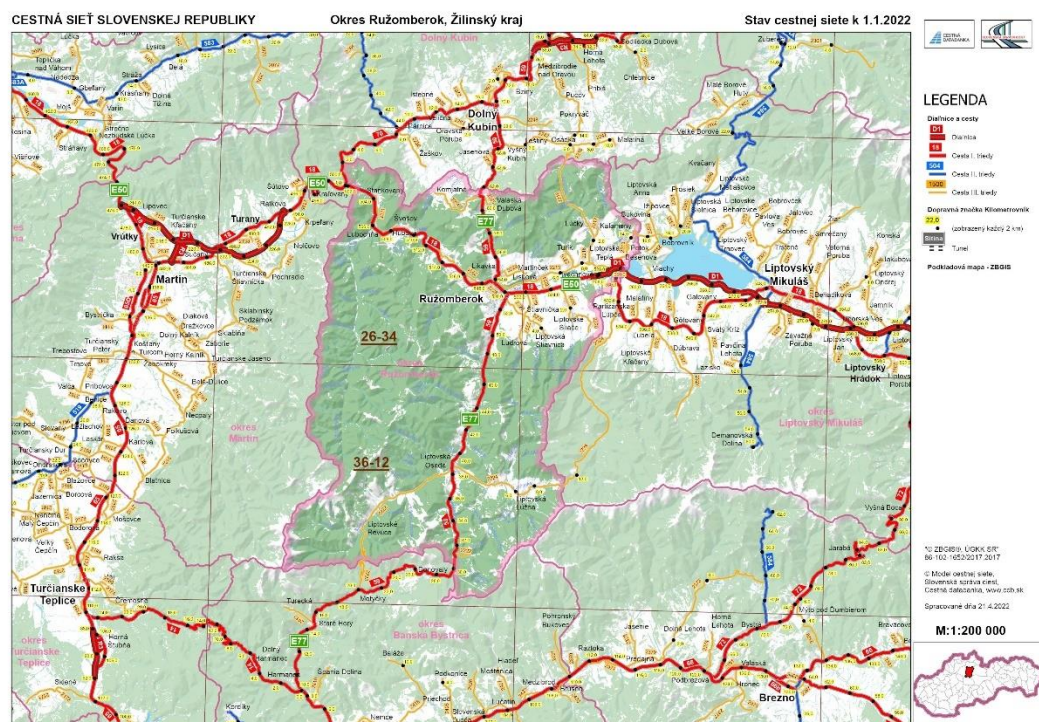
Zdroj: Slovenská správa ciest. 2022. Základné údaje o cestnej sieti v členení podľa okresov. Dostupné na: https://www.cdb.sk/files/documents/cestna-databanka/infolisty-k_mapam/rk.pdf, https://www.cdb.sk/files/documents/cestna-databanka/infolisty-k_mapam/lm.pdf.

Mapa 6: Cestná sieť okresu Liptovský Mikuláš



Zdroj: Slovenská správa ciest. 2022. Dostupné na: <https://www.cdb.sk/Files/Galleries/mapyokresov/liptovsky-mikulas.jpg>

Mapa 7: Cestná sieť okresu Ružomberok



Zdroj: Slovenská správa ciest. 2022. Dostupné na: <https://www.cdb.sk/Files/Galleries/mapyokresov/ruzomberok.jpg>

Príloha 2

2.1 Súlad koncepcie so strategickými dokumentmi na národnej a regionálnej úrovni

NÁRODNÁ ÚROVEŇ

Rámcový strategický dokument	Vízia a stratégia rozvoja Slovenska do roku 2030 - dlhodobá stratégia udržateľného rozvoja Slovenskej republiky – Slovensko 2030	Gestor: MIRRI
Zhrnutie hlavných výziev a opatrení relevantných pre oblasť cestovného ruchu: Orientácia len na aktivity, ktoré podporujú udržateľný cestovný ruch prostredníctvom: ✓ efektívneho a udržateľného manažmentu kultúrnych a prírodných zdrojov ✓ využitie procesu adaptácie na zmenu klímy na vývoj nových produktov ROZVOJOVÝ PROGRAM I. OCHRANA A ROZVOJ ZDROJOV CIEĽ: ZABEZPEČIŤ EFEKTÍVNY A UDRŽATEĽNÝ MANAŽMENT KULTÚRNYCH ZDROJOV (I.6) ✓ Posilniť úlohy kultúrneho dedičstva v živote spoločnosti a začleniť ochranu kultúrneho dedičstva do komplexných plánovacích programov. Klásť dôraz na prevenciu pred fyzickou degradáciou hmotnej podstaty pamiatkových objektov, vzdelávanie, osvetu a budovanie povedomia obyvateľov, zveľaďovanie kultúrneho a životného prostredia, podporu občianskych aktivít, vytváranie efektívnych metód integrácie pamiatkového fondu do procesu územného plánovania, regionálneho a miestneho rozvoja, premietnutie cieľov ochrany a rozvoja kultúrneho dedičstva do územného plánovania; ✓ Zvýšiť konkurencieschopnosť SR v rámci cestovného ruchu – zatriktívniť lokality kultúrneho dedičstva a ich previazanosť na budovanie doplnkových služieb v rámci udržateľného kultúrneho turizmu; ✓ Zvýšiť rast spotreby kultúry na Slovensku; ✓ Zlepšiť interpretáciu, prezentáciu, manažment a marketing verejných kultúrnych hodnôt ako súčasti formovania kvalitného prostredia; ✓ Maximálne využívať najnovšie technologické a technické možnosti (digitalizácie) prezentácie kultúrneho dedičstva; ✓ Posilniť vzťah ku krajine a k jej kultúrno-historickým hodnotám a životnému prostrediu. ROZVOJOVÝ PROGRAM II. UDRŽATEĽNÉ VYUŽÍVANIE ZDROJOV CIEĽ: PODPORIŤ ROZVOJ SILNÝCH INOVAČNE ZALOŽENÝCH REGIONÁLNYCH EKONOMÍK (II.1) ✓ Podporiť rozvoj kreatívneho priemyslu osobitne vo väzbe na zvýšenie pridanej hodnoty v priemysle a cestovnom ruchu; ✓ Využiť proces prevencie a adaptácie na zmenu klímy pre vývoj a výrobu nových produktov technológií, procesov a služieb v sektore pôdohospodárstva, priemyselnej výroby, či cestovného ruchu; CIEĽ: ZLEPŠIŤ UDRŽATEĽNOSŤ A ODOLNOSŤ NÁRODNEJ A REGIONÁLNYCH EKONOMÍK (II.2) ✓ Maximalizovať pokrytie domáceho dopytu po produktoch a službách vlastnou regionálnou produkciou, predovšetkým v oblasti potravinárskej produkcie, energetike, a oblasti služieb vrátane cestovného ruchu; ROZVOJOVÝ PROGRAM III. ROZVOJ KOMUNIT CIEĽ: POSILNIŤ EKONOMICKÚ UDRŽATEĽNOSŤ KOMUNIT OBCÍ, MIEST A REGIÓNŮV (III.2) ✓ Stabilizovať pracovné miesta v regiónoch vybudovaním kvalitnej verejnej technickej, dopravnej a výskumno-vývojovej infraštruktúry podporujúcej ekonomické zhodnotenie lokálneho/regionálneho ľudského a prírodného kapitálu a vysokú pridanú hodnotu regionálneho produktu.		
Strategický dokument integrovaného územného rozvoja podporovaného územnými nástrojmi EU	Partnerská dohoda Program Slovensko	Gestor: Úrad vlády
Samostatná oblasť CP 5: Zlepšovanie manažmentu, služieb a infraštruktúry podporujúcich udržateľný cestovný ruch zameraná na rozvoj endogénneho potenciálu regiónov, destinačného manažmentu a zvyšovania povedomia a informovanosti návštevníkov. Pre uchovávanie a rozvoj potenciálu je kladený vysoký dôraz na kultúrne a prírodné dedičstvo = zahŕňa aj efektívnejšie a intenzívnejšie využívanie národných kultúrnych pamiatok, historických lokalít a pamiatkových objektov s dôrazom na popularizáciu tradícií a histórie, s prepojením na prezentáciu súčasného umenia a kultúry s cieľom posilniť ich edukatívny potenciál, cestovný ruch, zatriktívnenie regiónov a zvýšenie záujmu o kultúru a umenie.		

REGIONÁLNA/KRAJSKÁ ÚROVEŇ

Rámcový strategický dokument	Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja 2021+ ⁵⁸	Gestor: Úrad ŽSK
Strategický dokument integrovaného územného rozvoja podporovaného územnými nástrojmi EU	Integrovaná územná stratégia Akčné plány	Gestor: Úrad ŽSK
Zhrnutie najrelevantnejších opatrení pre oblasť cestovného ruchu (vrátane regiónu Liptov): STRATEGICKÝ CIEĽ 5. ATRAKTÍVNE, KONKURENCIESCHOPNÉ, ODOLNÉ A UDRŽATEĽNÉ REGIÓNY: Orientácia len na aktivity, ktoré podporujú udržateľný cestovný ruch, t.j. ktoré: ✓ Rozvíjajú miestnu ekonomiku založenú na udržateľnosti ekosystémových služieb (špecifický cieľ 5.1) ✓ Posilňujú identitu územia, zachovávajú a zhodnocujú kultúrne dedičstvo a podporujú kreativitu a rozvíjajú živú kultúru (špecifický cieľ 5.2) Opatrenie: Zvýšiť podiel udržateľného cestovného ruchu v miestnej ekonomike (opatrenie 5.1.3) ✓ vypracovať štandardy a odporúčania pre systémový rozvoj udržateľného cestovného ruchu pre špecifické územia Žilinského kraja (chránené územia, strediská CR, vodné plochy a ich zhodnocovanie, prírodný turizmus,...) ✓ navrhnuť systémové kroky, aby sa cestovný ruch stal hybnou silou, akcelératorom a integrátorom miestnej ekonomiky (spotreba miestneho obyvateľstva a návštevníkov územia) – napr. spracovanie odporúčaní pre rozvoj udržateľného cestovného ruchu v súlade s princípmi fungovania udržateľnej miestnej ekonomiky ✓ vytvárať a posilňovať partnerstvá aktérov územnej spolupráce v oblasti CR a prepojení na ďalšie odvetvia miestnej ekonomiky ✓ systémovo dobudovať nevyhnutnú infraštruktúru CR vrátane doplnkových služieb, akými sú napr. hygienické zariadenia, parkovacie a logistické systémy, doplnková infraštruktúra pohybových trás, návštevnícke, edukačné a animačné centrá a pod. ✓ rozvíjať sieť cyklotrás a doplnkové siete rôznorodých zimných a letných pohybových trás ✓ podporovať digitalizáciu destinačných služieb a zavádzanie nových technológií vrátane digitalizácie interpretácie prírody, kultúry, technických pamiatok, verejných priestranstiev, objektov,... ✓ znižovať negatívne dopady nadmerného cestovného ruchu zvlášť v chránených a hodnotných prírodných územiach, zavádzať systémy manažmentu návštevníka a odporúčacie systémy, zavádzať ekologickú dopravu v exponovaných centrách cestovného ruchu (Demänovská dolina a pod.), pri významnejších investíciách pripravovať vopred komplexné dopadové štúdiá a uplatňovať integrované plánovanie. Opatrenie: Zhodnocovať hmotné a nehmotné kultúrne dedičstvo s dôrazom na jeho udržateľnosť, ochranu a digitalizáciu súvisiacich služieb (opatrenie 5.2.1 - výber najrelevantnejších aktivít pre CR): ✓ vypracovať systém záchrany a obnovy kultúrneho dedičstva ako súčasť produktov cestovného ruchu a miestnej ekonomiky, dôraz bude kladený na lokálnu jedinečnosť s previazaním na posilňovanie konkurencieschopnosti, atraktivity a identity daného územia – miesta ✓ zabezpečiť medziodvetvovú spoluprácu a prepájať živú kultúru s komunitným životom a produktami cestovného ruchu ✓ zavádzať nové a inovatívne formy poskytovania kultúrnych zážitkov Opatrenie: Posilňovať identitu územia, hospodárskych a sociálnych sektorov, komunit a občana (opatrenie 5.2.3, výber najrelevantnejších aktivít pre CR) ✓ harmonizovať a vytvoriť systémový rámec (integrovaný) marketingovej komunikácie prostredníctvom zariadenia typológie a previazaného systému tematických, územných a destinačných značiek (značky „regiónov“ a/vs. značky destinácií cestovného ruchu – regiónov, mikroregiónov, stredísk cestovného ruchu, bodov záujmu, služieb, kvality,... a prevencia „kanibalizácie značiek“) a navrhnuť odporúčania pre územia, aktérov a správcov rôznych typov značiek Očakávaná zmena súvisiaca s cestovným ruchom – dopad opatrení: Cestovný ruch bude vytvárať nové inovatívne produkty prepájajúce miestne „genius loci“ s kultúrou, miestnymi socio-ekonomickými aktivitami s orientáciou na udržateľný turizmus. Identita územia je posilňovaná vytváraním štandardov v súvisiacich odvetviach, akými sú napr. architektúra, urbanizmus, tvorba verejných priestorov a obnova krajiny a je podporovaná transparentným a zrozumiteľným systémom územných a tematických značiek reprezentujúcich jedinečnosť a kvalitu služieb a zážitkov.		

⁵⁸ Žilinský samosprávny kraj, 2022. Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja 2021+

Tematický dokument
v cestovnom ruchu

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu destinácie Žilinský
turistický kraj na roky 2022-2026⁵⁹

Gestor: KOČR Žilinský
turistický kraj

Vízia kraja v rozvoji jeho destinácií:

Žilinský kraj je v stredoeurópskom priestore konkurencieschopná destinácia zameraná na športovo-rekreačný a kultúrno-poznávací cestovný ruch, podporujúca autentické prvky, udržateľný rozvoj cestovného ruchu a osobný zážitok.

Strategické zámery, ciele a opatrenia na dosiahnutie vízie:

Strategické zámery	Čiastkové ciele	Opatrenia
1. Zabezpečenie inštitucionálnej podpory rozvoja cestovného ruchu v kraji	C1: Vykonávať činnosti na základe zákona 91/2010 Z. z. a prenesených kompetencií zo Žilinského samosprávneho kraja C2: Posilniť podporu rozvoja cestovného ruchu v regiónoch a koordináciu zainteresovaných subjektov	O1. Zabezpečenie úloh rozvoja cestovného ruchu v kraji O2. Upevnenie líderskej pozície KOČR v koordinácii rozvoja cestovného ruchu
2. Koordinácia tvorby a distribúcie autentických a udržateľných produktov	C3: Zvýšiť podiel autentických a udržateľných produktov cestovného ruchu C4: Zvýšiť zapojenie lokálnych zainteresovaných subjektov do tvorby produktov pre správne cieľové trhy	O3. Definovanie nosných produktových tém pre regióny O4. Identifikovanie kľúčových aktérov a cieľových trhov v destináciách
3. Podpora integrovanej marketingovej komunikácie a rozpoznateľnej značky destinácie	C5: Integrovať marketingovú komunikáciu C6: Zvýšiť efektivnosť a inovatívnosť marketingových kampaní C7: Posilniť značku a budovať pozitívny imidž regiónu	O5. Zvýšenie prepojenia nástrojov digitálnej a tradičnej marketingovej komunikácie O6. Aplikácia inovatívnych marketingových kampaní O7. Posilnenie vizuálnej identity destinácie

⁵⁹ Koncepcia rozvoja cestovného ruchu destinácie Žilinský turistický kraj na roky 2022-2026, 2021. Žilinský turistický kraj. (online). Dostupné na: https://zilinskyturistickykraj.sk/wp-content/uploads/2022/02/Koncepcia_ZSK_Turistika_FINAL3.pdf

2.2 Členské subjekty OOCR REGION LIPTOV a Klastra LIPTOV

Tabuľka 16: Členské subjekty OOCR REGION LIPTOV a Klastra LIPTOV (stav sieťovania)

ČLENSKÉ SUBJEKTY OOCR REGION LIPTOV		ČLENSKÉ SUBJEKTY KLAŠTER LIPTOV	
Samosprávy (10): Liptovský Mikuláš Ružomberok Bešeňová Demänovská Dolina Liptovská Osada Liptovský Hrádok Liptovský Ján Liptovský Trnovec Lúčky Pavčina Lehota	Podnikateľské subjekty (8): Eurocom Investment, s.r.o. KÚPELE LÚČKY, a. s. Tatry mountain resorts, a. s. DEMS, spol. s r. o. YVEX, s. r. o. Maladinovo, s. r. o. DAMIAN JASNA, s. r. o. Skipark RK, s. r. o. Iné subjekty (2): Klastr LIPTOV – združenie cestovného ruchu Liptovské múzeum	Samosprávy(18): Liptovský Mikuláš Ružomberok Bešeňová Bobrovec Bobrovník Jamník Likavka Liptovská Teplá Liptovské Sliače Ľubňa Malatíny Partizánska Ľupča Pavlova Ves Prosiek Štiavnička Trstené Važec Závažná Poruba Pridružení členovia (2) Hotelová akadémia Liptovský Mikuláš, Čech združení cestovného ruchu	Podnikateľské subjekty (12): Demänová rezort Tatry mountain resorts, a.s. /Aquapark Tatralandia/ Eurocom Investment, s.r.o. /Bešeňová/ Tatry mountain resorts, a.s. /Jasná Nízke Tatry/ KÚPELE LÚČKY, a.s., Marina Liptov, a.s., Sojka s.r.o., Belida Services, s.r.o /Hotel Mních/ Koliba Gréta Ritterstein (Magurka) NVB Invest, a.s. - prevádzka Stará Zvonica Rezort pri jazere Podbanské, s.r.o. Villa Betula Resort*** (iconiX SE)

Príloha 3

3.1 Ročná návštevnosť Liptova podľa okresov

Tabuľka 17: Počet prenocovaní návštevníkov Liptova podľa okresov v roku 2022

Okres	Počet prenocovaní návštevníkov spolu	Počet prenocovaní zahraničných návštevníkov	Počet prenocovaní domácich návštevníkov	Priem. počet prenocovaní*
Okres Liptovský Mikuláš	1 209 725	377 314	832 411	2,6
Podiel na celkovom počte prenocovaní	70,3%	21,9%	48,3%	
Okres Ružomberok	511 924	158 187	353 737	2,9
Podiel na celkovom počte prenocovaní	29,7%	9,2%	20,5%	

LIPTOV SPOLU	1 721 649	535 501	1 186 148	2,7
Podiel na celkovom počte prenocovaní	100,0%	31,1%	68,9%	

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023. (* priemerný počet prenocovaní návštevníkov spolu).

Tabuľka 18: Počet prenocovaní návštevníkov Liptova podľa okresov v roku 2021

Okres	Počet prenocovaní návštevníkov spolu	Počet prenocovaní zahraničných návštevníkov	Počet prenocovaní domácich návštevníkov	Priem. počet prenocovaní*
Okres Liptovský Mikuláš	706 040	89 704	616 336	2,70
Podiel na celkovom počte prenocovaní	69,6%	8,8%	60,8%	
Okres Ružomberok	308 229	46 847	261 382	3,50
Podiel na celkovom počte prenocovaní	30,4%	4,6%	25,8%	

LIPTOV SPOLU	1 014 269	136 551	877 718	2,89
Podiel na celkovom počte prenocovaní	100,0%	13,5%	86,5%	

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2022. (n/a – nedostupný údaj)

Tabuľka 19: Počet prenocovaní návštevníkov Liptova podľa okresov v roku 2019

Okres	Počet prenocovaní návštevníkov spolu	Počet prenocovaní zahraničných návštevníkov	Počet prenocovaní domácich návštevníkov	Priem. počet prenocovaní*
Okres Liptovský Mikuláš	1 431 982	536 198	895 784	2,70
Podiel na celkovom počte prenocovaní	71,5%	26,8%	44,7%	
Okres Ružomberok	570 965	223 858	347 107	3,00
Podiel na celkovom počte prenocovaní	28,5%	11,2%	17,3%	

LIPTOV SPOLU	2 002 947	760 056	1 242 891	2,76
Podiel na celkovom počte prenocovaní	100,0%	37,9%	62,1%	

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2022. (n/a – nedostupný údaj)

Tabuľka 20: Počet prenocovaní návštevníkov Liptova podľa okresov v roku 2017

Okres	Počet prenocovaní návštevníkov spolu	Počet prenocovaní zahraničných návštevníkov	Počet prenocovaní domácich návštevníkov	Priem. počet prenocovaní*
Okres Liptovský Mikuláš	1 202 182	474 782	727 400	2,70
Podiel na celkovom počte prenocovaní	74,6%	29,5%	45,1%	
Okres Ružomberok	409 738	177 486	232 252	3,10
Podiel na celkovom počte prenocovaní	25,4%	11,0%	14,4%	

LIPTOV SPOLU	1 611 920	652 268	959 652	2,79
Podiel na celkovom počte prenocovaní	100,0%	40,5%	59,5%	

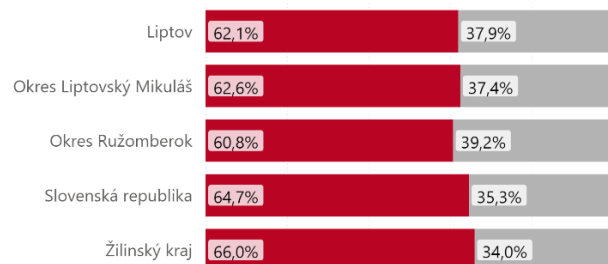
Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2022. (n/a – nedostupný údaj)

Graf 16: Podiel prenocovaní domácich a zahraničných návštevníkov Liptova podľa okresov

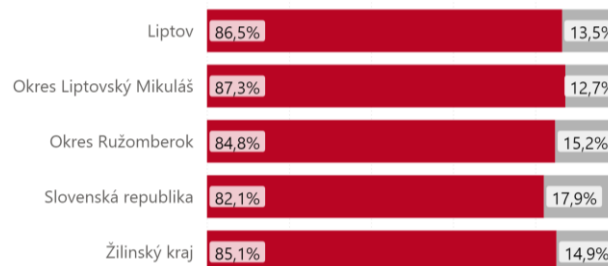
● Podiel prenocovaní domácich návštevníkov na celkovom počte prenocovaní
● Podiel prenocovaní zahraničných návštevníkov na celkovom počte prenocovaní

Rok | Územie:

2019 |



2021 |



2022 |



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2022.

Graf 17: Priemerná dĺžka pobytu návštevníkov Liptova podľa okresov

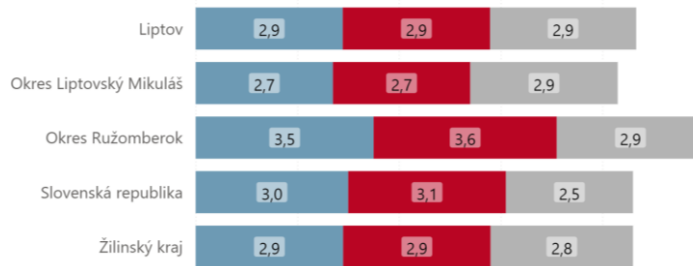
● Priemerný počet prenocovaní spolu
● Priemerný počet prenocovaní domácich návštevníkov
● Priemerný počet prenocovaní zahraničných návštevníkov

Rok | Územie:

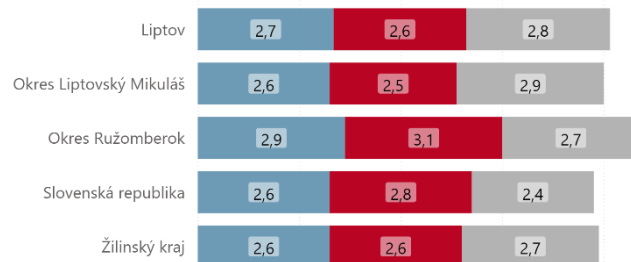
2019 |



2021 |



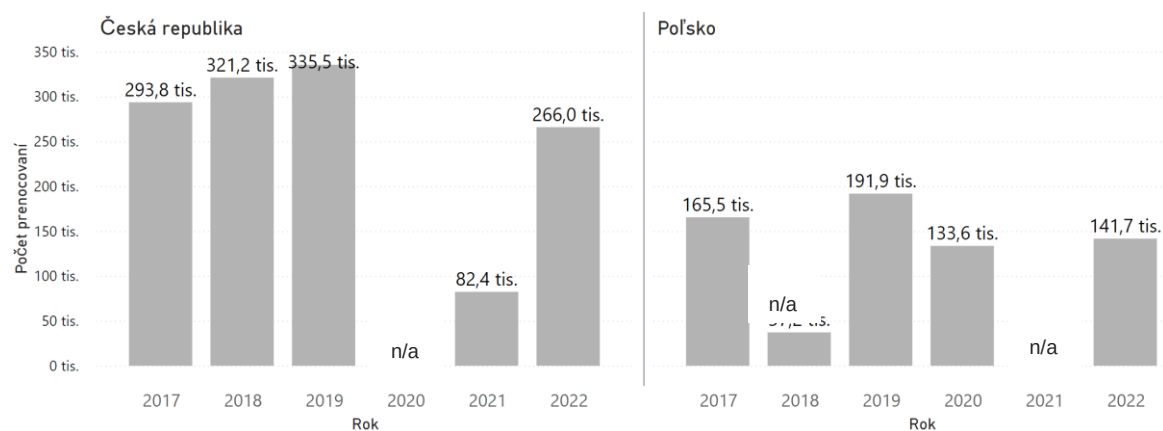
2022 |



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2022.

3.2 Vývoj počtu prenocovaní na Liptove návštevníkov zo zahraničných trhov

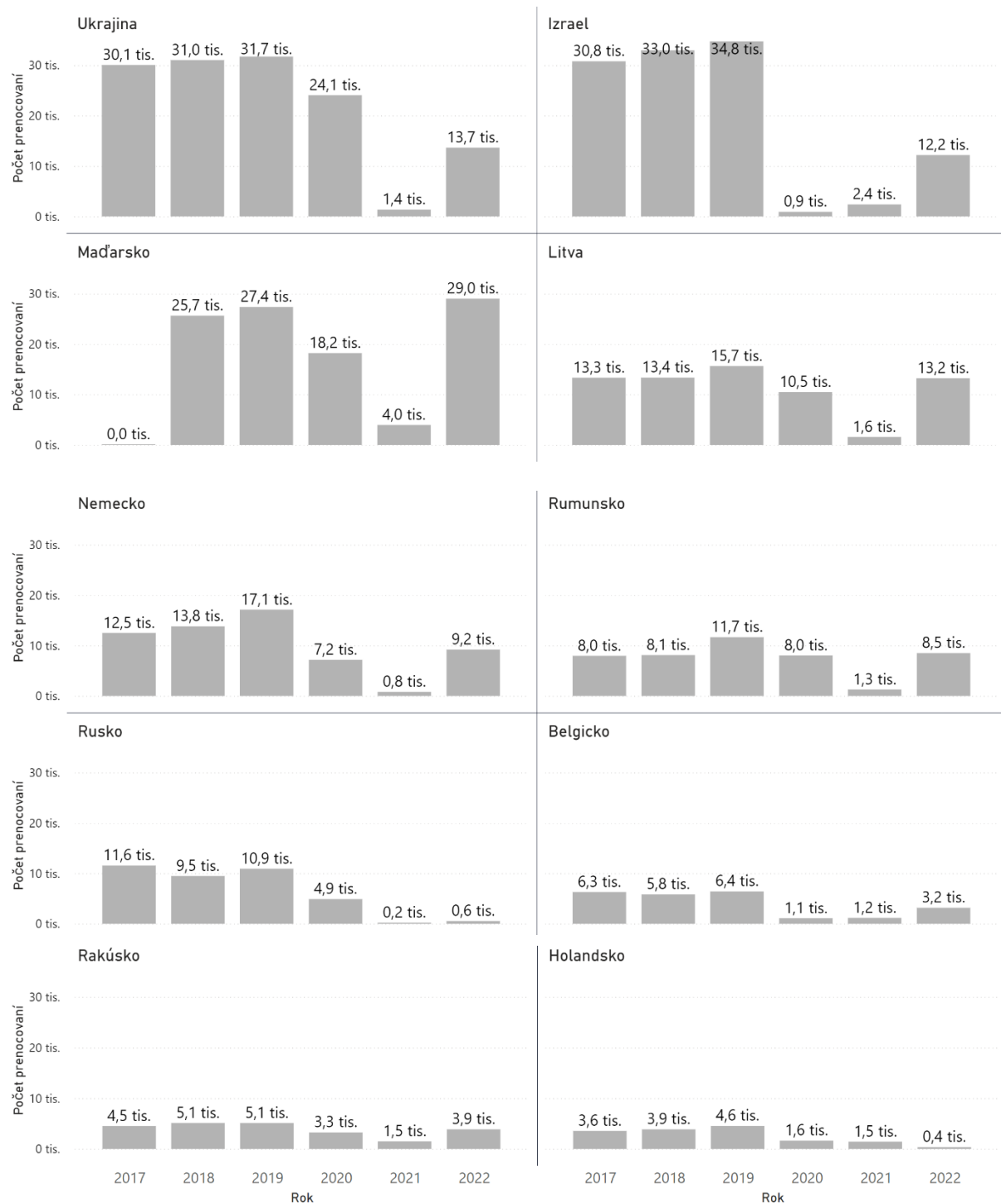
Graf 18: Vývoj počtu prenocovaní na Liptove návštevníkov z Českej republiky a Poľska od rok 2017 do roku 2022



n/a – nedostupný údaj,

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

Graf 19: Vývoj počtu prenocovaní na Liptove návštevníkov z iných zahraničných trhov od roku 2017 do roku 2022



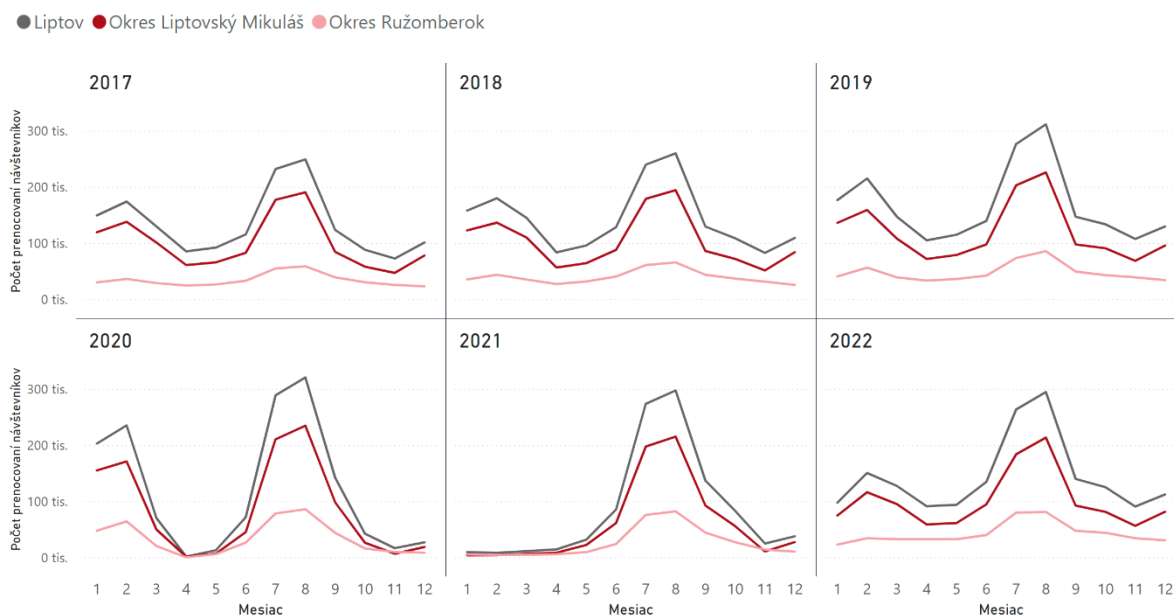
n/a – nedostupný údaj

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

Z krajín EÚ sa v roku 2019 v porovnaní s rokom 2017 zvýšil najvýraznejšie počet prenocovaní návštevníkov z Nemecka (o 37 %) a Rumunska (o 46 %). V roku 2019 sa prenocovania návštevníkov z krajín Beneluxu zvýšili o 10 % (z Holandska a Belgicka, podiel Luxemburska je zanedbateľný). O 13 % sa zvýšil počet prenocovaní návštevníkov z Izraela, ktorý bol v roku 2019 v poradí tretím zahraničným trhom Liptova po ČR a Poľsku. V rámci celej SR zaznamenal Izraelský trh v tomto období pokles. Medzi krajiny, ktoré zaznamenali najmenej výrazný pokles počas prvého roku Pandémie Covid-19 patrilo Maďarsko, Poľsko, Litva a Ukrajina.

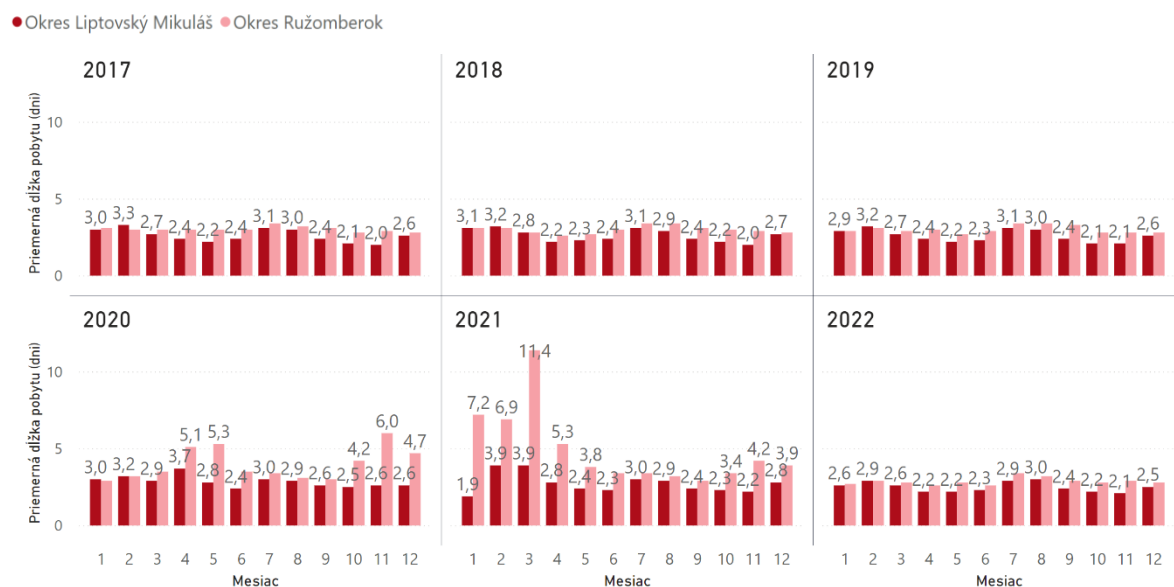
3.3 Návštevnosť Liptova počas roka podľa okresov

Graf 20: Vývoj počtu prenocovaní návštevníkov Liptova počas roka v období od roku 2017 do roku 2022 podľa okresu



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

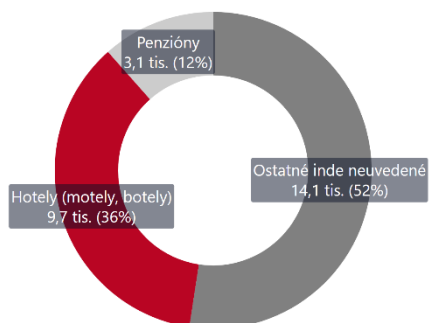
Graf 21: Vývoj priemernej dĺžky pobytu návštevníkov Liptova počas roka počas roka v období od roku 2017 do roku 2022 podľa okresu



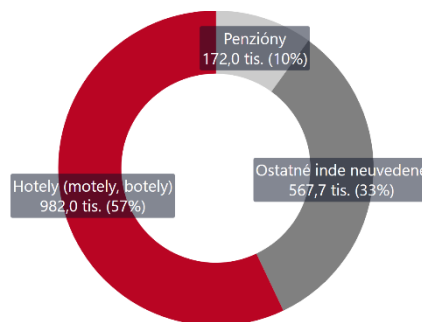
Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

3.4 Výkony ubytovacích zariadení na Liptove podľa kategórie zariadení

Graf 22: Kapacita ubytovacích zariadení na Liptove (celkový počet stálych lôžok k dispozícii) v roku 2022

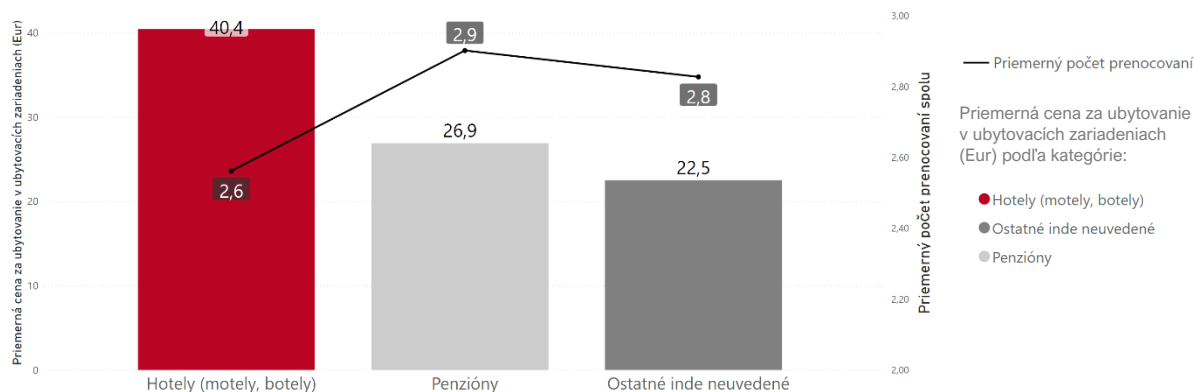


Graf 23: Podiel ubytovacích zariadení na prenocovaniach zrealizovaných na Liptove v roku 2022



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

Graf 24: Priemerná cena a priemerná dĺžka pobytu na Liptove podľa kategórie ubytovacieho zariadenia v roku 2022



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2023.

Príloha 4

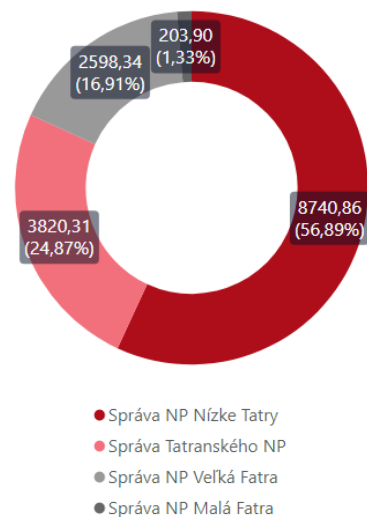
4.1 Maloplošné chránené územia podľa územnej pôsobnosti organizácie ochrany prírody

Tabuľka 21: Počet MCHÚ v regióne Liptov podľa pôsobnosti organizácie ochrany prírody a správcu

* vrátane MCHÚ lokalizovaných v OP a mimo NP

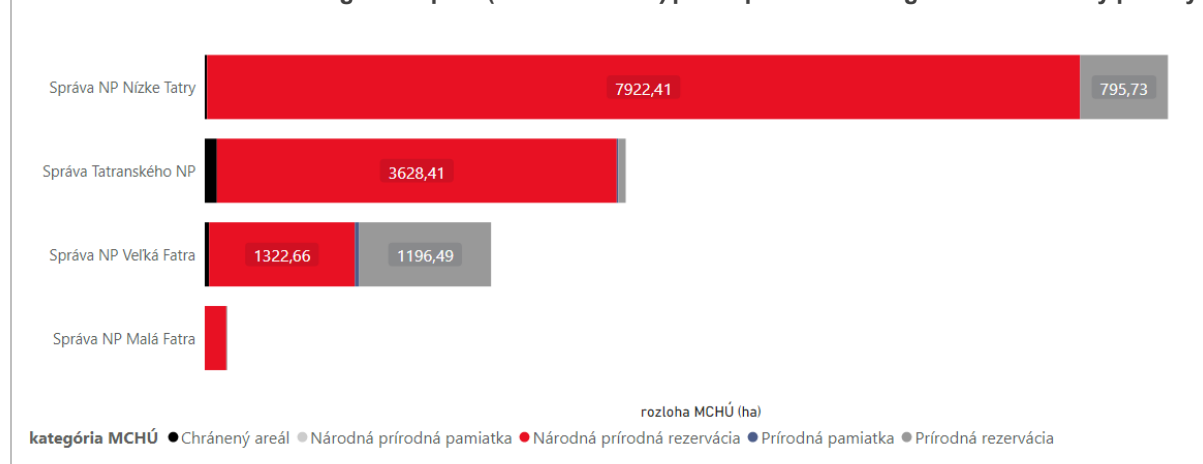
Veľkoplošné chránené územia/ územná pôsobnosť organizácie ochrany prírody	Maloplošné chránené územia (MCHÚ)*	Správca chráneného územia
Národný park Nízke Tatry/ Správa Národného parku Nízke Tatry	24 MCHÚ 11 MCHÚ – jaskýň (jedna verejnosti voľne prístupná)	Správa Národného parku Nízke Tatry ŠOP SR - Správa slovenských jaskýň
Tatranský národný park/ Správa Tatranského Národného parku	22 MCHÚ 2 MCHÚ – jaskyne	Správa Tatranského Národného parku ŠOP SR - Správa slovenských jaskýň
Národný park Veľká Fatra/ Správa Národného parku Veľká Fatra	29 MCHÚ	Správa Národného parku Veľká Fatra
Národný park Malá Fatra/ Správa Národného parku Malá Fatra	2 MCHÚ	Správa Národného parku Malá Fatra
Spolu	90 MCHÚ z toho 13 jaskýň (jedna verejnosti voľne prístupná)	

Graf 25: Rozloha a podiel MCHÚ v regióne Liptov podľa pôsobnosti organizácie ochrany prírody



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa Štátna ochrana prírody SR, 2022. Zoznam MCHÚ k 31.12.2021. Dostupné na: <https://www.sopsr.sk/web/?cl=114>

Graf 26: Rozloha MCHÚ v regióne Liptov (okres LM a RK) podľa pôsobnosti organizácie ochrany prírody



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa Štátna ochrana prírody SR, 2022. Zoznam MCHÚ k 31.12.2021. Dostupné na: <https://www.sopsr.sk/web/?cl=114>

Tabuľka 22: Počet a rozloha MCHÚ v regióne Liptov (okres LM a RK) podľa pôsobnosti organizácie ochrany prírody

Územná pôsobnosť organizácie ochrany prírody	Chránený areál	Prírodná rezervácia	Národná prírodná rezervácia	Prírodná pamiatka	Národná prírodná pamiatka	Spolu
Správa NP Nízke Tatry						
Počet	2	9	9	4	11	35
Rozloha (v ha)	20,24	795,73	7922,41	1,75	0,73	8740,76
Z toho jaskyne v správe ŠOP SR – Správa Slovenských jaskýň	0	0	0	2	9	11
Správa Tatranského NP						
Počet	3	6	6	6	3	24
Rozloha (v ha)	110,34	66,63	3628,41	14,94	0	3820,31
Z toho jaskyne v správe ŠOP SR – Správa Slovenských jaskýň	0	0	0	0	2	2
Správa NP Veľká Fatra						
Počet	2	12	7	8	0	29
Rozloha (v ha)	39,42	1196,49	1322,66	39,77	0	2598,34
Správa NP Malá Fatra						
Počet	0	1	1	0	0	2
Rozloha (v ha)	0	8,16	195,74	0	0	203,90
SPOLU						
Počet	7	28	23	18	14	90
Z toho počet jaskýň	0	0	2	2	9	13
Rozloha (v ha)	169,99	2067,01	13069,22	56,46	0,73	15363,41

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa Štátnej ochrany prírody SR, 2022. Zoznam MCHÚ k 31.12.2021. Dostupné na: <https://www.soprs.sk/web/?cl=114>

Tabuľka 23: MCHÚ v území pôsobnosti Správy Národného parku Nízke Tatry

Názov chráneného územia	Kategória MCHÚ	Správca chráneného územia	Poloha MCHÚ vo VCHÚ	Rozloha MCHÚ(ha)
Bodický rybník	CHA	Správa NP Nízke Tatry	OP NP	18,57
Demänovská slatina	CHA	Správa NP Nízke Tatry	OP NP	1,67
Jelšie	PR	Správa NP Nízke Tatry	OP NP	26,10
Kozí chrbát	PR	Správa NP Nízke Tatry	NP	37,43
Pralesy Slovenska - Hromisko	PR	Správa NP Nízke Tatry	NP	95,45
Pralesy Slovenska - Chmelinec	PR	Správa NP Nízke Tatry	NP	316,96
Pralesy Slovenska - Kolesová	PR	Správa NP Nízke Tatry	NP	71,32
Pralesy Slovenska - Nemecká	PR	Správa NP Nízke Tatry	NP	34,01
Pralesy Slovenska - Veľká Vápenica	PR	Správa NP Nízke Tatry	NP	64,75
Pralesy Slovenska - Zadná hoľa	PR	Správa NP Nízke Tatry	NP	142,71
Sliačske travertíny	PR	Správa NP Nízke Tatry	OP NP	7,02
Demänovská dolina	NPR	Správa NP Nízke Tatry	NP	836,88
Ďumbier	NPR	Správa NP Nízke Tatry	NP	2 043,76
Jánska dolina	NPR	Správa NP Nízke Tatry	NP	1 696,53
Ohnište	NPR	Správa NP Nízke Tatry	NP	852,26
Salatín	NPR	Správa NP Nízke Tatry	NP	2 385,98
Turková	NPR	Správa NP Nízke Tatry	OP NP	107,00
Kamenné mlieko	PP	ŠOP SR - Správa slovenských jaskýň	NP	0,00
Malá Stanišovská jaskyňa	PP	ŠOP SR - Správa slovenských jaskýň	NP	0,00
Mašiansky balvan	PP	Správa NP Nízke Tatry	OP NP	0,01
Meandre Lúžňanky	PP	Správa NP Nízke Tatry	OP NP	1,74

Názov chráneného územia	Kategória MCHÚ	Správca chráneného územia	Poloha MCHÚ vo VCHÚ	Rozloha MCHÚ(ha)
Brankovský vodopád	NPP	Správa NP Nízke Tatry	NP	0,00
Demänovské jaskyne	NPP	ŠOP SR - Správa slovenských jaskýň	NP	0,00
Jaskyňa zlomísk	NPP	ŠOP SR - Správa slovenských jaskýň	NP	0,00
Okno	NPP	ŠOP SR - Správa slovenských jaskýň	NP	0,00
Stanišovská jaskyňa	NPP	ŠOP SR - Správa slovenských jaskýň	NP	0,00
Starý hrad	NPP	ŠOP SR - Správa slovenských jaskýň	NP	0,00
Štefanová	NPP	ŠOP SR - Správa slovenských jaskýň	NP	0,00
Veľká ľadová priepasť	NPP	ŠOP SR - Správa slovenských jaskýň	NP	0,00
Vrbické pleso	NPP	Správa NP Nízke Tatry	NP	0,73
Zápoľná	NPP	ŠOP SR - Správa slovenských jaskýň	NP	0,00
Záskočská jaskyňa	NPP	ŠOP SR - Správa slovenských jaskýň	NP	0,00

Zdroj: Štátna ochrana prírody SR, 2022. Zoznam MCHÚ k 31.12.2021. Dostupné na: <https://www.sopsr.sk/web/?cl=114>

Tabuľka 24: MCHÚ v území pôsobnosti Správy Tatranského národného parku

Názov chráneného územia	Kategória MCHÚ	Správca chráneného územia	Poloha MCHÚ vo VCHÚ	Rozloha MCHÚ(ha)
Hrádocké arborétum	CHA	Správa Tatranského NP	nie	7,24
Ratkovo	CHA	Správa Tatranského NP	nie	97,51
Sielnický borovicový háj	CHA	Správa Tatranského NP	nie	5,58
Ivachnovský luh	PR	Správa Tatranského NP	nie	10,04
Kunovo	PR	Správa Tatranského NP	nie	11,92
Machy	PR	Správa Tatranského NP	NP	25,61
Mohylky	PR	Správa Tatranského NP	nie	0,75
Švihrová	PR	Správa Tatranského NP	nie	5,65
Turické dubiny	PR	Správa Tatranského NP	nie	19,02
Choč	NPR	Správa Tatranského NP	nie	1 428,05
Kvačianska dolina	NPR	Správa Tatranského NP	nie	461,79
Mních	NPR	Správa Tatranského NP	NP	74,75
Prosiecka dolina	NPR	Správa Tatranského NP	nie	341,73
Suchá dolina	NPR	Správa Tatranského NP	NP	1 585,54
Tichá dolina	NPR	Správa Tatranského NP	NP	5 966,64
Bešeňovské travertíny	PP	Správa Tatranského NP	nie	0,73
Háje	PP	Správa Tatranského NP	nie	0,08
Hybická tiesňava	PP	Správa Tatranského NP	OP NP	11,18
Lúčanské travertíny	PP	Správa Tatranského NP	nie	2,93
Rojkovská travertínová kopa	PP	Správa Tatranského NP	nie	0,01
Skalná päť	PP	Správa Tatranského NP	nie	0,00
Choč	NPR	Správa Tatranského NP	nie	1 428,05
Kvačianska dolina	NPR	Správa Tatranského NP	nie	461,79
Mních	NPR	Správa Tatranského NP	NP	74,75
Prosiecka dolina	NPR	Správa Tatranského NP	nie	341,73
Suchá dolina	NPR	Správa Tatranského NP	NP	1 585,54
Tichá dolina	NPR	Správa Tatranského NP	NP	5 966,64

Zdroj: Štátna ochrana prírody SR, 2022. Zoznam MCHÚ k 31.12.2021. Dostupné na: <https://www.sopsr.sk/web/?cl=114>

Tabuľka 25: MCHÚ v území pôsobnosti Správy Národného parku Veľká Fatra

Názov chráneného územia	Kategória MCHÚ	Správca chráneného územia	Poloha MCHÚ vo VCHÚ	Rozloha MCHÚ(ha)
Háj pred Teplou dolinou	CHA	Správa NP Veľká Fatra	NP	0,20
Revúca	CHA	Správa NP Veľká Fatra	NP aj OP NP	39,22
Korbeľka	PR	Správa NP Veľká Fatra	OP NP	86,16
Pralesy Slovenska - Čierny kameň	PR	Správa NP Veľká Fatra	NP	140,95
Pralesy Slovenska - Jánošíkova kolkáreň	PR	Správa NP Veľká Fatra	NP	48,94
Pralesy Slovenska - Jarabinská	PR	Správa NP Veľká Fatra	NP	78,80
Pralesy Slovenska - Maďarovo	PR	Správa NP Veľká Fatra	NP	38,68
Pralesy Slovenska - Magurka	PR	Správa NP Veľká Fatra	NP	10,01
Pralesy Slovenska - Malá Smrekovica	PR	Správa NP Veľká Fatra	NP	72,50
Pralesy Slovenska - Raková	PR	Správa NP Veľká Fatra	NP	150,00
Pralesy Slovenska - Skalná Alpa	PR	Správa NP Veľká Fatra	NP	314,75
Pralesy Slovenska - Tanečnica	PR	Správa NP Veľká Fatra	NP	18,06
Rojkovské rašelinisko	PR	Správa NP Veľká Fatra	OP NP	2,88
Smrekovica	PR	Správa NP Veľká Fatra	NP aj OP NP	234,75
Čierny kameň	NPR	Správa NP Veľká Fatra	NP	34,40
Jánošíkova kolkáreň	NPR	Správa NP Veľká Fatra	NP	243,37
Kornietová	NPR	Správa NP Veľká Fatra	NP	84,05
Kundračka	NPR	Správa NP Veľká Fatra	NP	115,79
Rumbáre	NPR	Správa NP Veľká Fatra	NP	51,59
Skalná Alpa	NPR	Správa NP Veľká Fatra	NP	524,55
Suchý vrch	NPR	Správa NP Veľká Fatra	NP	288,74
Blatné	PP	Správa NP Veľká Fatra	NP	4,29
Bukovinka	PP	Správa NP Veľká Fatra	OP NP	1,80
Dogerské skaly	PP	Správa NP Veľká Fatra	OP NP	0,17
Jazierske travertíny	PP	Správa NP Veľká Fatra	OP NP	2,22
Krkavá skala	PP	Správa NP Veľká Fatra	OP NP	0,26
Matejkovský kamenný prúd	PP	Správa NP Veľká Fatra	OP NP	8,60
Prielom Teplého potoka	PP	Správa NP Veľká Fatra	NP	20,94
Vlčia skala	PP	Správa NP Veľká Fatra	OP NP	1,49

Zdroj: Štátna ochrana prírody SR, 2022. Zoznam MCHÚ k 31.12.2021. Dostupné na: <https://www.sopsr.sk/web/?cl=114>

Tabuľka 26: MCHÚ v území pôsobnosti Správy Národného parku Malá Fatra

Názov chráneného územia	Kategória MCHÚ	Správca chráneného územia	Poloha MCHÚ vo VCHÚ	Rozloha MCHÚ(ha)
Močiar	PR	Správa NP Malá Fatra	OP NP	8,16
Šíp	NPR	Správa NP Malá Fatra	OP NP	301,52

Zdroj: Štátna ochrana prírody SR, 2022. Zoznam MCHÚ k 31.12.2021. Dostupné na: <https://www.sopsr.sk/web/?cl=114>

4.2 Kultúrne inštitúcie pôsobiace na Liptove

Tabuľka 27: Kultúrne inštitúcie na Liptove a ich expozície podľa zriaďovateľa

Typ inštitúcie	Názov (obec)	Zriaďovateľ/Zakladateľ
Múzeum	Liptovské múzeum (Ružomberok) Expozície v 10 lokalitách v regióne: – Liptovské múzeum v Ružomberku – Múzeum Čierny orol Liptovský Mikuláš – Archeologické múzeum v prírode NKP Liptovská Mara – Havránok – Gotický kostol Všetkých svätých Ludrová – Kút – Hrad Likava – Národopisné múzeum Liptovský Hrádok – Múzeum liptovskej dediny Pribylina – Roľnícky dom a dvor Vlkolínec – Múzeum baníctva a hutníctva Maša Liptovský Hrádok – Banícky dom Vyšná Boca	Žilinský samosprávny kraj
Múzeum	Múzeum Janka Kráľa (Liptovský Mikuláš) Expozície v 5 lokalitách v meste: – Kapitoly z histórie mesta – Jánošíkova mučiareň – Tatrin – Rodný dom Rázusovcov – Synagóga – Historická knižnica – Expozícia poštového holubárstva na Slovensku	Mesto Liptovský Mikuláš
Múzeum	Slovenské múzeum ochrany prírody a jaskyniarstva (Liptovský Mikuláš)	Ministerstvo životného prostredia Slovenskej republiky
Múzeum	Ovčarske múzeum (Liptovský Hrádok)	Občianske združenie Spoločnosť priateľov Múzea liptovskej dediny
Galéria	Galéria Ľudovíta Fullu - Vysunuté pracoviská Slovenskej národnej galérie (Ružomberok)	Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky
Galéria	Liptovská galéria Petra Michala Bohúňa v Liptovskom Mikuláši (Liptovský Mikuláš) – Galéria P.M. Bohúňa – Galéria Kolomana Sokola – Dom Jana Hálu	Žilinský samosprávny kraj
Osvetové zariadenie	Liptovské kultúrne stredisko v Liptovskom Mikuláši (Liptovský Mikuláš)	Žilinský samosprávny kraj
Osvetové zariadenie	Dom kultúry Liptovský Mikuláš (Liptovský Mikuláš)	Mesto Liptovský Mikuláš
Osvetové zariadenie	Mesto Liptovský Hrádok - Oddelenie Odboru kultúry – Mestský úrad Liptovský Hrádok - Kultúrny dom (Liptovský Hrádok)	Mesto Liptovský Hrádok
Múzejné zariadenie	Múzeum Ladislava Matyasovského (Liptovský Mikuláš)	Rímskokatolícka cirkev, farnosť Okoličné
Múzejné zariadenie	Banský skanzen Salvátor Vyšná Boca (Liptovský Hrádok)	Občianskeho združenia Salvátor
Múzejné zariadenie	Múzeum ľudových tradícií (Važec)	Majiteľ a zberateľ : Ján K o v á č
Múzejné zariadenie	Dom Andreja Hlinku (Ružomberok-Černová)	Mesto Ružomberok
Múzejné zariadenie	Skautské múzeum Václava Rubeša (Ružomberok)	9. zbor skautov Laca Krónera Ružomberok

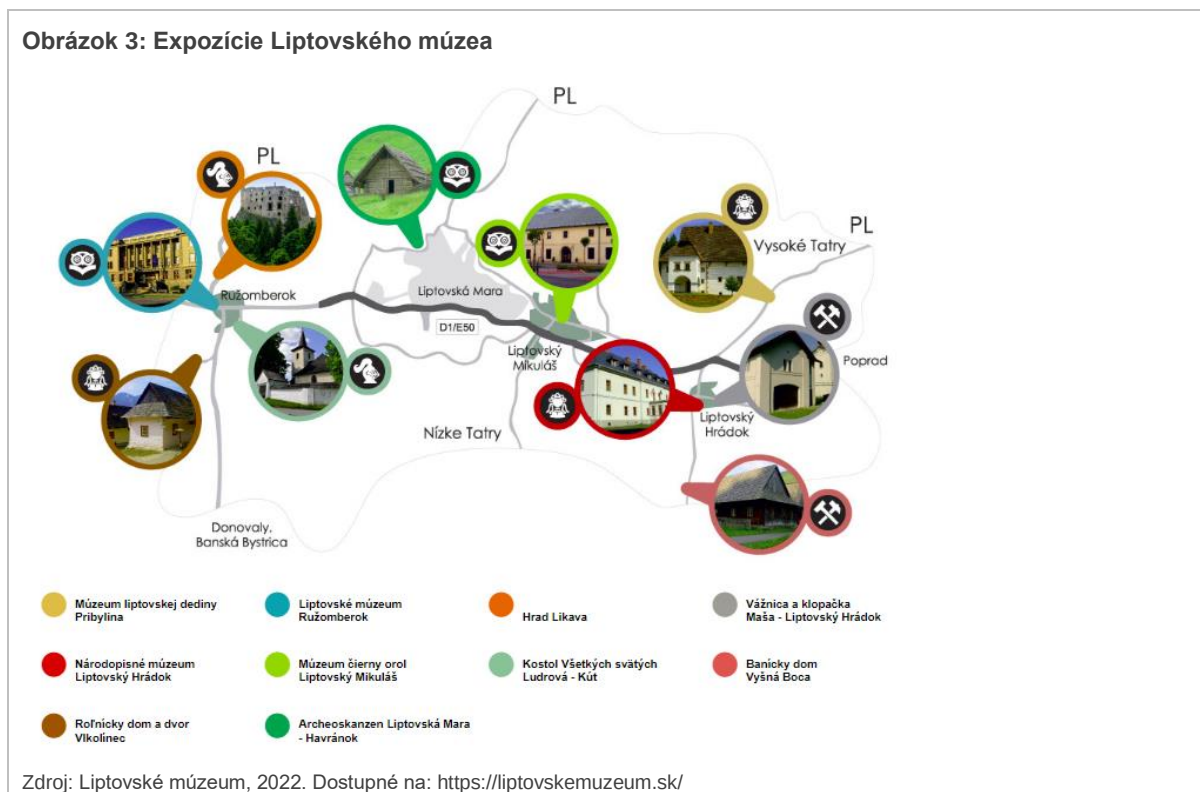
Zdroj: Ministerstvo kultúry SR. 2022. Register múzeí a galérií. Dostupné na: <https://www.culture.gov.sk/posobnost-ministerstva/kulturne-dedicstvo/muzea-a-galerie/register-muzei-a-galerii/> a Slovenské národné múzeum. 2022. Register múzejných zariadení (k 10. 10. 2022). Dostupné na: <https://www.snm.sk/odborne-pracoviska/muzeologicky-kabinet/muzejne-zariadenia>

Tabuľka 28: Regionálna tematická ponuka Liptovského múzea

Expozícia	Tematické zameranie ponuky	Cesta folklóru	Cesta poznania	Cesta rytierov	Cesta baníctva
Liptovské múzeum v Ružomberku			✓		
Múzeum Čierny orol Liptovský Mikuláš			✓		
Archeologické múzeum v prírode NKP Liptovská Mara – Havránok			✓		
Gotický kostol Všetkých svätých Ludrová – Kút			✓		
Hrad Likava				✓	
Národopisné múzeum Liptovský Hrádok		✓			
Múzeum liptovskej dediny Pribylina		✓			
Roľnícky dom a dvor Vlkolínec		✓			
Múzeum baníctva a hutníctva Maša Liptovský Hrádok					✓
Banícky dom Vyšná Boca					✓

Zdroj: Liptovské múzeum, 2022. Dostupné na: <https://liptovskemuzeum.sk/>

Obrázok 3: Expozície Liptovského múzea



Zdroj: Liptovské múzeum, 2022. Dostupné na: <https://liptovskemuzeum.sk/>

4.3 Náučné zariadenia v prírode

Tabuľka 29: Náučné chodníky na Liptove

Názov	Stručný opis	Aktéri	Tematické zaradenie ponuky
Magurský zlatý chodník Lokalita: NP Nízke Tatry/ Vstupný bod Ľubčianska dolina https://www.visitliptov.sk/zaujímavosti/magursky-zlatory-chodnik/	Banský náučný chodník je začlenený do projektu "Slovenská banská cesta", ktorý združuje náučné chodníky s banskou tematikou	Občianske združenie Priatelia Magurky Chata Magurka Správa NP Nízke Tatry	Liptov s deťmi – výlety do prírody
NCH Prosieckou a Kvačianskou dolinou Lokalita: Tatranský NP https://www.visitliptov.sk/zaujímavosti/prosiecka-a-kvacianska-dolina-liptov/	Prosiecka dolina je dlhá takmer 4 km a je hlboko zarezaná medzi masívy Lomna a Prosečného (1 372 m). Vede ňou modro značovaný turistický a zároveň náučný chodník. Viacero drevených panelov turistov oboznamuje s geologickými, geomorfologickými a pedologickými pomermi doliny, ako aj s jej flórou a faunou (zdroj)	Správa Tatranského NP	Liptov s deťmi – výlety do prírody
NCH Známa neznáma Čutkovská dolina. Lokalita: NP Veľká Fatra https://www.visitliptov.sk/zaujímavosti/jeleni-vodopad/	Chodník začína v ústí Čutkovskej doliny a sprístupňuje všetky najzaujímavejšie zákutia oblasti. Úsek pred vodopádom je kvôli náročnejšiemu terénu vybavený 84 schodmi. Nakoľko množstvo vody vo vodopáde v priebehu roka kolíše, najvhodnejšie je navštíviť ho na jar alebo v obdobiach po väčších dažďoch.	Správa NP Veľká Fatra	Liptov s deťmi – výlety do prírody Liptov s deťmi – Náučné výlety
Náučný chodník Demänovská dolina Lokalita: Demänovská dolina/Jasná	Túra v celej dĺžke sleduje náučný chodník Demänovská dolina s 12 informačnými panelmi (Jasná – Tri vody – Luková – Široká dolina – Lúčky)		Liptov s deťmi – Náučné výlety
Promenáda Lutonského Lokalita: Demänovská dolina/Jasná https://www.visitliptov.sk/trasa/promenada-lutonskeho/	Promenáda Lutonského spĺňa funkciu bezpečného prepojenia medzi lokalitami chata Bjorson – konečná stanica Biela Púť a zároveň je to náučný chodník histórie cestovného ruchu a lyžiarskeho strediska. Promenáda nadväzuje na historický stĺp lanovky a pamätník Lutonského realizovaný v predošlých rokoch. Celková dĺžka 692 m a plocha 1563,77 m ² . Pozdĺž chodníka sú vybudované jednotlivé zastávky promenády, ktoré sú venované histórii už od salašníctva, cez objavenie jaskýň a lyžovanie, ktoré položili základ rozvoju cestovného ruchu, ďalej významnému vizionárovi Alojzovi Lutonskému (zaslúžil sa o vybudovanie prvej lanovky a prepojenie Chopku sever a juh).		Liptov s deťmi – výlety do prírody
Náučný chodník Pavčina Lehota Lokalita: Demänovská dolina/Jasná https://www.visitliptov.sk/trasa/naucny-chodnik-pavcina-lehota/	Samotná trasa nie je len o turistike, ale aj o prekrásnych panorámach z vyhliadkovej veže, adrenalínu na bobovej dráhe v stredisku Žiarce, ale aj o zaujímavostiach uvedených na jedenástich tabuliach, ktoré lemujú tento náučný chodník. Každá z nich obsahuje text s informáciami o okolitej faune a flóre.	Združenie cestovného ruchu	Liptov s deťmi – Náučné výlety
Náučný ovčiarsky chodník v Račkovej doline	Začiatok náučného chodníka dlhého 7 km je umiestnený v ústí Úzkej doliny, prechádza starou ovčiarskou cestou cez Nižnú lúku,		Liptov s deťmi – Náučné výlety

Názov	Stručný opis	Aktéri	Tematické zaradenie ponuky
Lokalita: https://www.visitliptov.sk/trasa/naucny-ovciarsky-chodnik/	Sigoť, Prostredné a končí v závere Račkovej doliny pri kolibe pod Klinom. Na chodníku nájdeme 5 informačných tabúľ s informáciami a fotografiami o ovčiarskej kultúre a histórii, ktoré nás nasmerujú až ku najvyššie položenej kolibe na Slovensku. Znovuvybudovanie komárniku pred kolibou a zriadenie expozície fotografií umiestnených v interiéri koliby približuje verejnosti život bačov a pastierov oviec, ich prejavy v oblasti duchovnej kultúry a folklóru.		
Náučný chodník Príbeh vody Demänovská dolina	Hotel Bystrina – Stará Horáreň – Hotel Chopok – Demänovská ľadová jaskyňa – Riverside – Prameň pod studenou dierou – Demänovská jaskyňa slobody. nšpiráciou pre vznik náučného chodníka aj jeho hlavným prvkom je tunajšia riečka Demänovka. Chodník s názvom Príbeh vody, v dĺžke zhruba 4 kilometre, začína na vstupe do Demänovskej doliny a prechádzka pozdĺž riečky Demänovka, jeho nosná časť prechádzka popri Demänovskej ľadovej a Demänovskej jaskyni slobody. Názov „Dračí potok“ je inšpirovaný pôvodnou legendou o drakovi a vzniku doliny. Cieľom náučného chodníka je upútať pozornosť návštevníka na vodu, upozorniť na jej dôležitosť a silu, ktorá za dlhé veku vytvorila celú dolinu nad, aj pod zemou a utvára jej tvár dodnes. Chodník využíva trasu existujúceho turistického chodníka (zelená). Príbeh vody je moderný zážitkový chodník určený hlavne pre rodiny s deťmi.		Liptov s deťmi – Náučné výlety
Náučný chodník Žiarska dolina	Náučný chodník dotvára veľmi obľúbenú trasu na chatu v Žiarskej doline. Tvorí ho 15 tabúľ, ktoré návštevníkovi poskytnú informácie o miestnej histórii, faune a flóre či o miestnom športe. Súčasťou chodníka sú aj odpočívadlá s lavičkami a prístreškami pre prípad nepriaznivého počasia.		

4.4 Analýza informačných centier v hlavných administratívnych centrách (okresných mestách)

Informačné centrum Liptovský Mikuláš (ICLM)

A. DOSTUPNOSŤ

A.1 POLOHA	Spôsob hodnotenia kritérií	Hodnotenie TIKu
Vhodnosť lokality: Lokalizácia podľa súčasnej alebo predpokladanej frekvencie pohybu návštevníkov <i>(predpoklad pre efektívny manažment návštevníka a usmerňovanie návštevníckych tokov)</i>	1. TIK sa nachádza na najfrekvencovanejšom mieste pohybu návštevníkov (v centre diania/križovatke pohybu návštevníkov medzi atraktivitami –priamo pri/v významného bodu záujmu) 2. TIK nie je veľmi vzdialený od centra diania (ale sú aj vhodnejšie miesta pre efektívny manažment návštevníka a služby) 3. TIK sa nachádza na nevhodnom mieste (nie je predpoklad, že ho navštívi okolo-idúci návštevník)	1. IC LM je situované v modernej budove OC Central na Námestí mieru pri veľkom parkovisku v centre mesta na začiatku pešej zóny. Porovnateľná príp. mierne vhodnejšia poloha, čo sa týka frekvencie pohybu ľudí, by mohla byť ešte z južnej strany Námestia osloboditeľov v blízkosti kostola a dvoch parkovísk.
Možnosti parkovania → Priamo pri TIK (do 5 min.)	Áno (+ kapacita parkovacích miest)/ Nie	Áno, dostatočná kapacita, najväčšie parkovisko v centre mesta. Parkovisko je však platené bez možnosti odblokovať parkovací lístok pri návšteve Informačného centra, čo môže niektorých návštevníkov odradiť. Parkovací lístok je možné odblokovať v iných prevádzkach, ako napr. za konzumáciu v reštaurácii alebo pri nákupe v supermarkete.
→ Ak sa TIK nachádza na pešej zóne aká je vzdialenosť od najbližšieho verejného parkoviska	(km/čas chôdze)	—
Dostupnosť verejnej osobnej dopravy: → Vzdialenosť od autobusovej/vlakovej stanice	(km/ čas chôdze)	0,9 km / 10 min
→ Vzdialenosť od najbližšej autobusovej zastávky	(km/ čas chôdze)	0,5 km / 5 min



A.2 INFORMAČNÁ DOSTUPNOSŤ

Spôsob hodnotenia kritérií

Hodnotenie TIKu

Navigácia (off-line) pre motoristov z hlavnej cesty	Áno (uviesť kde, príp. zhodnotiť)/ Nie	Áno, z oboch smerov hlavného ťahu cesty 1. triedy č. 18, avšak neprehľadná navigácia strácajúca sa v zastaralom komerčnom informačnom systéme mesta. (Pripravený na realizáciu je nový moderný a prehľadný NIS LM pre motoristov.)
Navigácia (off-line) z hlavných dopravných uzlov (vlaková a autobusová stanica)		
→ pre peších turistov	Áno (uviesť kde, príp. zhodnotiť)/ Nie	Áno, v blízkosti železničnej a autobusovej stanice, avšak jedná sa už len o posledný pozostatok pôvodných navigačných lamiel zastaralého komerčného informačného systému mesta, po prvej informácii o smere k ICLM už v súčasnosti ďalšie smerovky nenadväzujú. (Pripravený na realizáciu je nový moderný prehľadný NIS LM pre peších.)
→ pre cykloturistov	Áno (uviesť kde, príp. zhodnotiť)/ Nie	Nie, resp. navigácia pre peších je smerodajná aj pre cykloturistov, keďže prvá tretina trasy z vlakovej / autobusovej stanice do centra je spoločný zmiešaný cyklopeší chodník.
Navigácia (off-line) na trasách prechádzajúcich mestom		
→ na KST	Áno (uviesť kde, príp. zhodnotiť)/ Nie	Nie, značená turistická trasa centrom mesta neprechádza.
→ na CTT	Áno (uviesť kde, príp. zhodnotiť)/ Nie	Nie, oficiálne značené cykloturistické trasy okolo ICLM nevedú a v pamiatkovej zóne, kadiaľ prechádza CTT aj vnútromestská cyklotrasa chýbajú smerovky, ktoré by na ICLM upozorňovali. Nachádzajú sa tu však mapy v mestských citylightoch, v ktorých je ICLM vyznačené.
Vzhľad vstupu do centra - celkový dojem (design)	1. Veľmi dobrý/originálny/štylový (upúta návštevníka) 2. Priemerný/ničím výnimočný/nemá osobitný štýl (vnímam neutrálne – len základné info) 3. Zlý – opotrebený vzhľad alebo neaktuálne informácie (neupúta návštevníka, keby išiel náhodne okolo asi nevstúpi)	2. Vstup nemá osobitný štýl, je súčasťou unifikovaného vzhľadu partera modernej budovy, nachádza sa však na rohu budovy, čiže je pomerne dobre viditeľný z viacerých smerov. Označenie prevádzky je taktiež priemerné, zohľadňujúce staršiu oranžovo-modrú vizuálnu identitu IC LM. Chýba veľké podsvietené zelené íčko, ktoré je medzinárodne rozpoznateľné.
Poskytnutie základných informácií na vstupe:		
→ Označenie inštitúcie na vstupe (vrátane info o prevádzkovateľovi)	Áno (príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Áno
→ Informácia o otváracích hodinách	Áno (príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Áno
→ Informácia o poskytovaných službách	Áno (príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Áno, ale len čiastočne. Zoznam poskytovaných služieb chýba resp. sa stráca v záplave iných plagátov a reklám.
→ Informácia pre imobilných alebo inak zdravotne znevýhodnených návštevníkov	Áno (príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Nie, ale prevádzka je plne bezbariérová.
→ Informácia o portáli, kde sú dostupné služby TIKu pre návštevníka online	Áno (uviesť web príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Áno, www.mikulas.travel na hlavnom vstupe aj súčasťou označenia prevádzky.
→ Presmerovanie na komplexný informačný servis o regióne dostupný online – VISITLIPTOV (relevantný portál s komplexnými informáciami o regióne - keď je TIK zatvorený)	Áno (uviesť web príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Nie

B. PONUKA SLUŽIEB A PROSTREDIE (ZÁZEMIE)

B.1 ROZSAH A KVALITA POSKYTOVANÝCH SLUŽIEB	Spôsob hodnotenia kritérií	Hodnotenie TIKu
→ Možnosť zakúpiť si sprevádzanú prehliadku mesta	Áno/Nie	Áno
→ Možnosť zakúpenie Liptov Card	Áno/Nie	Áno
→ Možnosť zakúpiť si vstupenku so zľavou	Áno (príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Nie, len bežný predaj vstupeniek na kultúrne, športové podujatia a cestovných lístkov. Priamy predaj vstupeniek do lokálnych pamiatok a múzeí so zľavou absentuje resp. je možný až v konkrétnej prevádzke cez zakúpenú LIPTOV Region Card. Karta nezahŕňa inclusiv vstupy a služby.
→ Voľná dostupnosť propagačných materiálov a informácií aj mimo otváracích hodín	Áno (príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Nie, pri vstupe sa nenachádza žiaden stojan / schránka so základným propagačným materiálom o meste / destinácii a taktiež absentuje aj digitálny kiosk.
→ Interaktivita poskytovania informácií a zážitok návštevníka	Zhodnotenie	Jedna touchscreen obrazovka s pripojením na Internet, býva však väčšinou vypnutá. Absentujú akékoľvek iné digitálne signálne panely, ktoré by prezentovali ponuku mesta a regiónu (imidžové a promo videá, fotografie, najbližšie podujatia, počasie, živé kamery a pod.).
Certifikácia kvality		
→ AICES	Áno (príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Áno
→ Vitajte cyklisti	Áno (príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Nie, v tesnej blízkosti sa však nachádzajú stojany na uzamknutie bicykla a do 150m od ICLM aj nabíjacia stanica elektrobicyklov so základným servisným náradím a vzduchovým kompresorom.

B.2 ZÁZEMIE, VZHĽAD A IDENTITA PROSTREDIA

Hodnotenie TIKu

Architektúra, vzhľad interiéru a vizuálna prívetivosť/ estetické prostredie	ICLM prešlo v roku 2018 v rámci rekonštrukcie objektu bývalého Domu služieb na OC Central kompletnou renováciou a výmenou vybavenia interiéru. Interiér je svetlý a pomerne priestorový, moderne vybavený. Jeho usporiadanie však pôsobí dojmom obchodu s čo najširšou ponukou rôznych suvenírov, ktoré sa snaží vystaviť na všetkých dostupných miestach, a celému priestoru skôr dominuje kvantita nad kvalitou, absentuje autenticita. Priamy kontakt s klientom je obmedzený uzavretými vyššími pultami, čo mohlo byť výhodou pri obmedzeniach v súvislosti s pandemiou covidu, ale priama interakcia s klientom s využitím aj informačných technológií je tým pádom obmedzená. Súčasný trend v architektúre informačných centier smerujú k premene informačných centier na zážitkové miesta s interaktívnymi prvkami prezentujúcimi destináciu a komunikáciou s klientom.
Príspevok k rozvoju identity destinácie/regiónu	
→ Vizuálne prepojenie s destináciou identitou	Čiastočne prostredníctvom vyobrazenia loga destinácie na označení pultu, kde poskytujú informácie o regióne a predaja brandovaných produktov.
→ Predaj kvalitného obrandovaného merchandisu	Áno, zatiaľ merchandise Cykloregión Liptov, pribudnúť do ponuky má nový merchandise Regiónu Liptov a mesta Liptovský Mikuláš.
→ Predaj regionálnych produktov so značkou	Áno, Produkt Liptova.
Otvorená/moderná klientska zóna	Nie
Oddychové zóny	Nie, iba stolík so stoličkami pre malé deti.
Vybavenie pre znevýhodnených návštevníkov	Nezistené, objekt je však plne bezbariérový.

Informačné centrum Ružomberok (ICRK)

A. DOSTUPNOSŤ

A.1 POLOHA	Spôsob hodnotenia kritérií	Hodnotenie TIKu
Vhodnosť lokality: Lokalizácia podľa súčasnej alebo predpokladanej frekvencie pohybu návštevníkov <i>(predpoklad pre efektívny manažment návštevníka a usmerňovanie návštevníckych tokov)</i>	1. TIK sa nachádza na najfrekventovanejšom mieste pohybu návštevníkov (v centre diania/križovatke pohybu návštevníkov medzi atraktivitami –priamo pri/v významného bodu záujmu) 2. TIK nie je veľmi vzdialený od centra diania (ale sú aj vhodnejšie miesta pre efektívny manažment návštevníka a služby) 3. TIK sa nachádza na nevhodnom mieste (nie je predpoklad, že ho navštívi okolo-idúci návštevník)	2. ICRK sa nachádza v budove Hotela Kultúra so samostatným vchodom z ulice na začiatku pešej zóny so západnej strany. V tesnej blízkosti IC sa nachádza menšie platené parkovisko, v okolí je parkovísk viacero. Poloha je výhodná, ale nejedná sa pravdepodobne o lokalitu s najvyšším pohybom návštevníkov v meste.
Možnosti parkovania → Priamo pri TIK (do 5 min.) → Ak sa TIK nachádza na pešej zóne aká je vzdialenosť od najbližšieho verejného parkoviska	Áno (+ kapacita parkovacích miest)/ Nie (km/čas chôdze)	Áno (menšie mestské platené parkovisko v centre mesta) 1 min
Dostupnosť verejnej osobnej dopravy: → Vzdialenosť od autobusovej/vlakovej stanice → Vzdialenosť od najbližšej autobusovej zastávky	(km/ čas chôdze) (km/ čas chôdze)	0,6 km / 8 min 0,3 km / 4 min

A.2 INFORMAČNÁ DOSTUPNOSŤ	Spôsob hodnotenia kritérií	Hodnotenie TIKu
Navigácia (off-line) pre motoristov z hlavnej cesty	Áno (uviesť kde, príp. zhodnotiť)/ Nie	Nie, smerová tabuľa z oboch strán hlavného ťahu cesty 1. triedy č. 18/E50 upozorňuje len na Hotel kultúra, v piktogramoch však abscentuje "i" na označenie informačného centra.
Navigácia (off-line) z hlavných dopravných uzlov (vlaková a autobusová stanica)		
→ pre peších turistov	Áno (uviesť kde, príp. zhodnotiť)/ Nie	Áno, od železničnej a autobusovej stanice navigujú návštevníka až k ICRK smerovky informačno-navigačného systému pre peších. Fyzické prvky tohto systému prešli pred pár rokmi kompletnou rekonštrukciou, avšak smerovky k ICRK na niektorých navigačných bodoch zanikajú v nadmerne veľkom počte ďalších uvedených cieľov.
→ pre cykloturistov	Áno (uviesť kde, príp. zhodnotiť)/ Nie	Nie, resp. navigácia pre peších je smerodajná aj pre cykloturistov, priamo v meste Ružomberok však nie sú vybudované žiadne cyklotrasy.
Navigácia (off-line) na trasách prechádzajúcich mestom		
→ na KST	Áno (uviesť kde, príp. zhodnotiť)/ Nie	Nie, značená turistická trasa centrom mesta neprechádza.
→ na CTT	Áno (uviesť kde, príp. zhodnotiť)/ Nie	Nie, oficiálne značené cykloturistické trasy okolo ICRK nevedú.
Vzhľad vstupu do centra - celkový dojem (design)	1. Veľmi dobrý/originálny/štylový (upúta návštevníka) 2. Priemerný/ničím výnimočný/nemá osobitný štýl (vnímam neutrálne – len základné info) 3. Zlý – opotrebený vzhľad alebo neaktuálne informácie (neupúta návštevníka, keby išiel náhodne okolo asi nevstúpi)	2. Vstup nemá osobitný štýl, je súčasťou bočnej časti budovy hotela, v pomerne tmavej vnorenej časti za stĺporadím. Označenie prevádzky je síce početné až nadbytočné, ale nekonzistentné, tabuľky a polepy sú rôzneho dizajnu a niektoré aj opotrebené.
Poskytnutie základných informácií na vstupe:		
→ Označenie inštitúcie na vstupe (vrátane info o prevádzkovateľovi)	Áno (príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Áno
→ Informácia o otváracích hodinách	Áno (príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Áno
→ Informácia o poskytovaných službách	Áno (príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Áno, čiastočne prostredníctvom piktogramov a nálepiek.
→ Informácia pre imobilných alebo inak zdravotne znevýhodnených návštevníkov	Áno (príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Nie a chýba aj bezbariérový prístup do prevádzky.
→ Informácia o portáli, kde sú dostupné služby TIKu pre návštevníka online	Áno (uviesť web príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Nie, visit.ruzomberok.sk nie je uvedený na hlavnom vstupe ani súčasťou označenia prevádzky.
→ Presmerovanie na komplexný informačný servis o regióne dostupný online – VISITLIPTOV (relevantný portál s komplexnými informáciami o regióne - keď je TIK zatvorený)	Áno (uviesť web príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Nie

B. PONUKA SLUŽIEB A PROSTREDIE (ZÁZEMIE)

B.1 ROZSAH A KVALITA POSKYTOVANÝCH SLUŽIEB	Spôsob hodnotenia kritérií	Hodnotenie TIKu
→ Možnosť zakúpiť si sprevádzanú prehliadku mesta	Áno/Nie	Áno
→ Možnosť zakúpenie Liptov Card	Áno/Nie	Áno
→ Možnosť zakúpiť si vstupenku so zľavou	Áno (príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Nie, len bežný predaj vstupeniek na kultúrne, športové podujatia a cestovných lístkov. Priamy predaj vstupeniek do lokálnych pamiatok a múzeí so zľavou absentuje resp. je možný až v konkrétnej prevádzke cez zakúpenú LIPTOV Region Card. Karta nezahŕňa inclusiv vstupy a služby.
→ Voľná dostupnosť propagačných materiálov a informácií aj mimo otváracích hodín	Áno (príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Nie, pri vstupe sa nenachádza žiaden stojan / schránka so základným propagačným materiálom o meste / destinácii a taktiež absentuje aj digitálny kiosk / obrazovka.
→ Interaktivita poskytovania informácií a zážitok návštevníka	Zhodnotenie	Absentujú akékoľvek digital signange panely, ktoré by prezentovali ponuku mesta a regiónu (imidžové a promo videá, fotografie, najbližšie podujatia, počasie, živé kamery a pod.).
Certifikácia kvality		
→ AICES	Áno (príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Áno
→ Vitajte cyklisti	Áno (príp. zhodnotiť ak odveci)/ Nie	Nie, ani sa v tesnej blízkosti nachádzajú stojany na uzamknutie bicykla.

B.2 ZÁZEMIE, VZHĽAD A IDENTITA PROSTREDIA	Hodnotenie TIKu
Architektúra, vzhľad interiéru a vizuálna prívetivosť/ estetické prostredie	ICRK v minulosti pôsobilo na viacerých miestach, v súčasnosti sídli v centre Ružomberka v polyfunkčnej budove Kultúrneho domu Andreja Hlinku, ktorému je prispôbená aj architektúra. Vstup nemá osobitný štýl, je súčasťou bočnej časti budovy, v pomerne tmavej vnorenej časti za stĺporadím, čo má za dôsledok obmedzený prístup denného svetla do interiéru. Interiér neprešiel dlhé obdobie renováciou ani výmenou vybavenia. Jeho usporiadanie, vybavenie a najmä dizajn či estetika a funkčnosť prostredia však nezodpovedá požiadavkám scestovaného klienta a trendom súčasných návštevníckych centier. Priestoru skôr dominuje kvantita vystavených ponúkaných súvenírov nad ich kvalitou. Priama interakcia s klientom s využitím aj moderných informačných technológií je taktiež obmedzená.
Príspevok k rozvoju identity destinácie/ regiónu	
→ Vizuálne prepojenie s destinačnou identitou	Nie ani v exteriéri ani v interiéru.
→ Predaj kvalitného obrandovaného merchandisu	Nie, len suvenírové predmety.
→ Predaj regionálnych produktov so značkou	Nie
Otvorená/moderná klientska zóna	Nie
Oddychové zóny	Nie, iba stolík s možnosťou využiť počítač s pripojením na Internet.
Vybavenie pre znevýhodnených návštevníkov	Nezistené, objekt nie je ani bezbariérový. Pred vstupom je potrebné prekonať min. 2 schody.

ZDROJE

- [1] Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI), 2023. The European market potential for adventure tourism. Dostupné na: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/adventure-tourism/adventure-tourism/market-potential#what-makes-europe-an-interesting-market-for-adventure-tourism>
- [2] Centrum pre tradičnú ľudovú kultúru, 2022. Zoznam nehmotného kultúrneho dedičstva. Dostupné na: <https://www.ludovakultura.sk/zoznam-nkd/>
- [3] eAmbrosia- EU geographical indications register, File number: PGI-SK-02370. 2022.
- [4] Galéria Ľudovíta Fullu v Ružomberku, 2022. Dostupné na: <https://www.sng.sk/ruzomberok>
- [5] Galéria P.M. Bohúňa v Liptovskom Mikuláši, 2022. Dostupné na: <https://www.galeriadm.sk/>
- [6] Liptov 2030: Strategický plán udržateľného mestského rozvoja. 2022. Dostupné na: <https://www.liptov2030.sk/>
- [7] Liptovský Mikuláš, 2015. Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja mesta Liptovský Mikuláš 2015-2022 s výhľadom do roku 2030. Dostupné na: http://www.mikulas.sk/filesII/mesto/phsr_dokument_0211.pdf
- [8] Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR, 2022. Dostupné na: <https://www.mirri.gov.sk/sekcie/investicie/agenda-2030/>
- [9] Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR, 2020. Vízia a stratégia rozvoja Slovenska do roku 2030 - dlhodobá stratégia udržateľného rozvoja Slovenskej republiky – Slovensko 2030. Dostupné na: <https://www.mirri.gov.sk/wp-content/uploads/2021/01/Slovensko-2030.pdf>
- [10] Ministerstvo životného prostredia SR, 2021. Územia medzinárodného významu. Dostupné na: <https://www.minzp.sk/ochrana-prirody/medzinarodne-dohovory/uzemia-medzinarodneho-vyznamu/>
- [11] Ministerstvo životného prostredia SR, 2021. Územia medzinárodného významu. Dostupné na: <https://www.minzp.sk/ochrana-prirody/medzinarodne-dohovory/uzemia-medzinarodneho-vyznamu/>
- [12] Pamiatkový úrad SR, 2022. Register národných kultúrnych pamiatok. Dostupné na: <https://www.pamiatky.sk/nkp-a-po/>
- [13] Pamiatkový úrad Slovenskej republiky. Rezervácia ľudovej architektúry Vlkolínec. Dostupné na: <https://www.pamiatky.sk/svetove-dedictvo/rezervacia-ludovej-architektury-vlkolinec/>
- [14] Ružomberok. Štatút Mestskej časti Ružomberok- Vlkolínec. Dostupné na: https://www.ruzomberok.sk/download_file_f.php?id=1399367.
- [15] Štatistický úrad Slovenskej republiky.
- [16] Štátna ochrana prírody Slovenskej republiky, Správa Tatranského národného parku, 2002. Biosférická rezervácia Tatry. Dostupné na: <https://www.sopsr.sk/tatry/>
- [17] The Scotsman, 2017. VisitScotland to shut 60% of tourist information offices. Dostupné na: <https://www.scotsman.com/arts-and-culture/visitscotland-shut-60-tourist-information-offices-1438042>
- [18] United Nations, 2015. Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development). Dostupné na: <https://sdgs.un.org/publications/transforming-our-world-2030-agenda-sustainable-development-17981>.
- [19] Úrad priemyselného vlastníctva SR, 2022.
- [20] World Tourism Organization (UNWTO), 2015. Global Report on Adventure Tourism. Dostupné na: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416622>
- [21] Zákon č.91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov
- [22] Zákon č.539/2008 Z. z. o podpore regionálneho rozvoja v znení neskorších predpisov
- [23] Zákon č.302/2001 Z.z. o samospráve vyšších územných celkov v znení neskorších predpisov
- [24] Zákon č.369/1990 Zb. o obecnom zriadení v znení neskorších predpisov
- [25] Zákon č.50/1976 Zb. o územnom plánovaní a stavebnom poriadku v znení neskorších predpisov
- [26] Žilinský samosprávny kraj, 2022. Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja 2021+. Dostupné na: https://www.zilinskazupa.sk/files/0_2022/10_oktober/11.10/phrsr-zsk-2021.pdf.

- [27] Žilinský turistický kraj, 2021. Koncepcia rozvoja cestovného ruchu destinácie Žilinský turistický kraj na roky 2022-2026. Dostupné na: https://zilinskyturistickykraj.sk/wp-content/uploads/2022/02/Koncepcia_ZSK_Turistika_FINAL3.pdf.
- [28] Žilinský turistický kraj, 2012. Stanovy krajskej organizácie cestovného ruchu Žilinský turistický kraj. Dostupné na: https://zilinskyturistickykraj.sk/wp-content/uploads/2017/04/Stanovy_KOCR_.pdf