



Štúdiá realizovateľnosti vrátane analýzy dopytu pre projekt Svätomariánska púť („Svetlo z východu“)

Máj 2020

Vážený pán
PaedDr. Milan Majerský, PhD.
Predseda Prešovského samosprávneho kraja (PSK)

Prešovský samosprávny kraj
Nám. mieru 2, 080 01 Prešov, Slovenská republika
IČO: 37 870 475

V Praze 3. 5. 2020

Vážený pán predseda,

dovoľujem si Vám predložiť draft „Štúdie realizovateľnosti vrátane analýzy dopytu pre projekt Svätomariánska púť („Svetlo z východu“).

Hlavným cieľom štúdie je zhodnotenie potenciálu pútnického turizmu na území Prešovského samosprávneho kraja a navrhnutie Svätomariánskej púte („Svetlo z východu,“) ako komplexného produktu cestovného ruchu s významnými pozitívnymi dopadmi pre celý región.

Štúdia sa skladá z troch základných častí. V prvej kapitole sú predstavené vybrané kultúrne trasy Európy a súčasné vývojové trendy v oblasti pútnického turizmu. Druhá kapitola obsahuje analýzu zdrojov a potenciálu cesty Svätomariánska púť. V rámci tretej kapitoly sú následne predstavené konkrétne návrhy opatrení a krokov vedúcich k úspešnému vybudovaniu cesty Svätomariánska púť.

Pevne veríme, že Vám táto štúdia poskytne užitočné informácie a bude hodnotným podkladom pre Vašu ďalšiu činnosť. V prípade Vášho záujmu sme pripravení Vám poskytnúť asistenciu pri používaní spracovaného materiálu či v rámci prípadnej budúcej spolupráce.

S pozdravom

Jiří Novobilský
CEO
CE-Traffic, a.s.

Kľúčové kontaktné osoby:

Jiří Novobilský
CEO
Tel: +420 606 677 504
jiri.novobilsky@ce-traffic.com

Ondřej Špaček
Senior Manager
Tel: +420 602 265 851
ondrej.spacek@ce-traffic.com

Jan Sedlár
Senior Consultant
Tel: +420 775 072 188
jan.sedlar@ce-traffic.com

CE-Traffic, a.s.
Prvního pluku 621/8a, Karlín
186 00 Praha 8
IČO: 28082656

Obsah

Východiská štúdie realizovateľnosti vrátane analýzy dopytu pre projekt Svätomariánska púť („Svetlo z východu“)	4
Analýza vybraných kultúrnych trás Európy a súčasných vývojových trendov v oblasti pútnického turizmu	7
Analýza vybraných kultúrnych trás Európy	8
Analýza súčasných vývojových trendov v oblasti pútnického turizmu	20
Analýza zdrojov a potenciálu cesty Svätomariánska púť a vymedzenie územia	24
Analýza zdrojov a potenciálu cesty Svätomariánska púť	25
Identifikácia a popis cieľových trhov, definovanie zákazníckych segmentov cesty Svätomariánska púť	70
Vymedzenie trasy Svätomariánskej púte	89
Identifikácia kľúčových spolupracujúcich subjektov a popis ich rolí	111
Návrh opatrení a krokov vedúcich k úspešnému vybudovaniu cesty Svätomariánska púť	123
Návrh produktovej stratégie cesty Svätomariánska púť	124
Návrh organizačno-riadiaceho modelu cesty Svätomariánska púť	165
Návrh modelu spolupráce s projektovými partnermi	177
Návrh ekonomického modelu produktu Svätomariánska púť	189

Východiská štúdie realizovateľnosti vrátane analýzy dopytu pre projekt Svätomariánska púť („Svetlo z východu“)

Ciele spracovávanej štúdie

I. Analýza vybraných kultúrnych trás Európy a súčasných vývojových trendov v oblasti pútnického turizmu

- Charakteristika vybraných kultúrnych ciest Európy s dôrazom na pútnický turizmus vrátane týchto aspektov:
 - a) dôvody, motivácia, očakávania vzniku trasy,
 - b) spôsob vytvorenia trasy ako turistického produktu,
 - c) spôsob financovania,
 - d) nástroje na dosiahnutie udržateľnosti,
 - e) ekonomický prínos pre daný región.

II. Analýza zdrojov a potenciálu cesty Svätomariánska púť a vymedzenie územia, ktoré táto cesta zahŕňa

- Analýza materiálnych i nemateriálnych zdrojov a potenciálu cesty Svätomariánska púť
- Identifikácia a popis cieľových trhov, definovanie zákazníckych segmentov + profil zákazníka, analýza konkurencie a prieskum konkurenčných produktov. SWOT analýza produktu "Svätomariánska púť"
- Vymedzenie trasy Svätomariánskej púte (podľa „Stratégie rozvoja pútnickej cesty na poľsko-slovenskom pohraničí“)
- Identifikácia kľúčových spolupracujúcich subjektov potrebných na rozvoj produktu Svätomariánska púť a popis ich rolí

III. Návrh opatrení a krokov vedúcich k úspešnému vybudovaniu cesty Svätomariánska púť

- Návrh produktovej stratégie cesty Svätomariánska púť
- Návrh organizačno-riadiaceho modelu cesty Svätomariánska púť na podporu ďalšieho rozvoja produktu a značky a zabezpečenie jeho trvalej udržateľnosti
- Návrh ekonomického modelu produktu Svätomariánska púť

Projekt Svätomariánska púť („Svetlo z východu“)

„Pútnik sa líši od turistu tým, že na svojej ceste po vyznačených miestach neutonie iba v obdivovaní krás a pamiatok, ale snaží sa prežiť a sprítomniť si dobu svätých, ktorí zanechali na miestach, po ktorých sa on uberá, nemiznúce stopy.“

Peter Tirpák, Duchovný odkaz SMC pre turistu - pútnika

- Svätomariánska púť („Svetlo z východu“) je vlajkový projekt programu Interreg V-A Poľsko-Slovensko v rámci Prioritnej osi 1: Ochrana a rozvoj prírodného a kultúrneho dedičstva cezhraničného územia
- Cieľom projektu je dobudovanie turistickej infraštruktúry a ponuky nového uceleného produktu turizmu. Poľsko-slovenské pohraničie má potenciál pre rozvoj pútnického turizmu. Projekt je inšpirovaný pútnickou trasou do Santiaga de Compostela a vyzdvihuje všetky kultúrne, prírodné, historické, spoločenské a duchovné hodnoty slovanských národov, vzťahujúce sa k posolstvu a k mariánskym tradíciám.
- Na projekte spolupracuje 13 partnerov z Poľska a Slovenska, vedúcim partnerom je Prešovský samosprávny kraj.
- **Výstupy projektu:**
 - Vytvorenie nového turistického produktu
 - Vznik medzisektorovej koordinačnej skupiny
 - Dobudovanie potrebnej drobnej infraštruktúry
 - Šírenie myšlienky Svätomariánskej púte



Svätomariánska púť
WWW.SVATOMARIANSKA-PUT.SK

Analýza vybraných kultúrnych trás Európy a súčasných vývojových trendov v oblasti pútnického turizmu

Analýza vybraných kultúrnych trás Európy

Svätojakujská cesta

Svätojakujská cesta, alebo tiež Camino de Santiago, je súbor dvanástich pútnických ciest, ktoré vedú k hrobu svätého Jakuba Staršieho v katedrále v Santiagu de Compostela v španielskej Galícii. Svätojakujská cesta je najznámejšia púť v Európe a v roku 1993 bola zapísaná ako pamiatka Svetového dedičstva UNESCO. Podľa oficiálnych štatistík kancelárie Oficina de Acogida al Peregrino navštívilo mesto Santiago de Compostela v roku 2019 celkom 347 578 pútnikov.

Dôvody, motivácia, očakávania vzniku trasy

- **Základné informácie:** Súbor dvanástich pútnických ciest pretína územie niekoľkých štátov. Na Slovensku je cesta značená na turistických chodníkoch, ktoré spravuje Klub slovenských turistov, na cyklotrasách v správe Slovenského cykloklubu a v historických centrách miest. Najviac pútnikov sa vydáva na francúzske cestu (Camino Francés, ze Saint Jean Pied de Port).
- **Účel trasy:** Trasy vedú do Santiagu de Compostela v Španielsku, kde sa nachádza hrob svätého Jakuba.
- **Vznik:** prví pútníci pred 1200 rokmi
- **Zakladateľ:** -
- **Prevádzkovateľ:** mnoho subjektov
- **Sezónnosť:** celoročná, v zime niektoré ubytovne uzavreté, v lete je dosť teplo a mnoho turistov, odporúčané mesiace máj, jún, september, október
- **Marketingová prezentácia a propagácia:** filmy (The Way), knihy (Putovanie svätojakujskou cestou, Tři cesty do Santiagu a mnoho ďalších), mnoho videí a blogov cestovateľov a pútnikov, marketingová prezentácia súvisiaca s UNESCO, ULTREIA - spolek českých svätojakujských pútníků
- **Nutnosť registrácie:** Registrácia pútníkov nie je povinná, doporučuje sa však zabezpečiť si oficiálny papierový preukaz pútníka (Credencial del peregrino), do ktorého sa zbierajú pečiatky a na konci sa kontroluje pre vydanie diplomu.
- **Možnosť ubytovania:** ÁNO, pútnické ubytovne, bez rezervácie predom
- **Cieľová skupina:** Na Svätojakujskú cestu sa vydávajú pútníci z celej Európy, jednotlivci i organizované skupiny. Cieľovou skupinou sú nie len veriaci, ale i bežní turisti.



CAMINO DE SANTIAGO



Svätojakubská cesta

Spôsob vytvorenia trasy ako turistického produktu

- **Roly hlavného organizátora:** V Španielsku je správou poverená organizácia Council of St. James (Consejo Jacobeo), ktorá zaisťuje a zodpovedá za spoluprácu medzi jednotlivými inštitúciami (španielskou vládou a vládami autonómnych oblastí).
- **Prepojenie s ďalšími subjektmi:** Oficina de Agocida al Peregrino vedie štatistiky pútnikov, komunikuje s nimi v prípade problémov, vydáva certifikáty po absolvovaní púte a taktiež slúži ako turistické informačné centrum.

Spôsob financovania

- Svätojakubská cesta prechádza územím mnohých štátov a jednotlivé úseky sú financované z rôznych zdrojov. V pohraničných regiónoch je možné čerpať z grantov EÚ (Interreg, Európsky fond regionálneho rozvoja). Napríklad Svätojakubská cesta na južnej Morave je financovaná z Fondu malých projektov južná Morava – Dolné Rakúsko v rámci projektu "Svätojakubská cesta na južnej Morave, CZ0115" a "Rozvoj pešej turistiky pozdĺž svätojakubskej cesty, CZ0251" a "Pútnický turizmus na južnej Morave a vo Weinvierteli, KPF-02-040"

Nástroje na dosiahnutie udržateľnosti

- Svätojakubská cesta sa počas sezóny stáva masovou záležitosťou. Na webových stránkach a blogoch je apelované na pútnikov, aby po sebe upratovali odpadky a neničili prírodu. Camino con Correos tiež ponúka možnosť stať sa "ekopoutníkom" a zbierať odpadky pozdĺž trasy. Dôležitým rozvojovým dokumentom je Master and strategic plan of St. James Way in Galicia 2015-2021, ktorý sa zaoberá administratívnou spoluprácou a koordináciou, ochranou a propagáciou "dedičstva" cesty, konzerváciou a údržbou cesty, udržateľnosťou z hľadiska životného prostredia, zlepšením infraštruktúry v meste Santiago de Compostela, propagáciou všetkých trás svätojakubskej cesty a tiež zlepšovaním jej kvality. Poslednou témou dokumentu je správna komunikácia a zjednotenie značenia cesty na území Galície.

Ekonomický prínos pre daný región v rôznych parametroch

- Vďaka prílivu pútnikov sa ožívujú odľahlejšie a skôr turisticky menej zaujímavé regióny. Pútnici využívajú ubytovacie a stravovacie zariadenia, a tým zvyšujú prílev finančných prostriedkov do regiónu. Vďaka veľkej popularite svätojakubskej cesty profitujú na pútnikoch a turistoch tiež cestovné kancelárie a sprievodcovia. Podľa štúdie spracovanej Galicia Tourism a univerzitou Santiago de Compostela pútnici ožívujú mestá a vďaka multiplikačnému efektu zlepšujú celkovú ekonomiku regiónu, podporujú zamestnanosť a podporujú lokálnu produkciu. Navyše sa zvyšuje ich záujem o región a pútnici sa v budúcnosti vracajú na rovnaké miesto, ale ako turisti.

Cyrlometodská cesta

Európska kultúrna cesta sv. Cyrila a Metoda spája pútnické miesta spojené s pôsobením misionárov Cyrila a Metoda. Motívom putovania tak nie je len viera, ale aj poznávanie histórie a prírody. Cesta prináša informácie o kultúrnom dedičstve raného stredoveku a umožňuje navštíviť sakrálne pamiatky a Veľkomoravské hradiská. Pre túto štúdiu je relevantná, pretože je navrhnutá na rovnakom koncepte spájania pútnických miest, a zároveň medzi partnermi v združení dochádza k cezhraničnej spolupráci. Cyrlometodská cesta je oficiálnym kandidátom na certifikáciu "Kultúrna cesta Rady Európy".

Dôvody, motivácia, očakávania vzniku trasy

- **Základné informácie:** Cyrlometodská cesta prezentuje súbor značených trás, ktoré spájajú Pustevny a Velehrad (131 km), Vranov a Velehrad (100 km), Skalka nad Váhom (SK) – Velehrad (86 km). Trasy využívajú značenie Klubu českých a slovenských turistov a sú určené prevažne pre chodcov.
- **Účel trasy:** Trasa nie je zameraná iba nábožensky, ale snaží sa návštevníkov vzdelávať a ukázať im krásy z histórie a prírody. Podporuje cyrlometodský odkaz a hodnoty.
- **Vznik:** Združenie bolo založené v roku 2013 pri príležitosti osláv 1150. výročia príchodu Cyrila a Metoda na Veľkú Moravu.
- **Zakladateľ:** Záujmové združenie právnických osôb Európska kultúrna cesta sv. Cyrila a Metoda, ktoré spája partnerov z Česka, Slovenska a ďalších krajín.
- **Prevádzkovateľ:** Záujmového združenia právnických osôb Európska kultúrna cesta sv. Cyrila a Metoda.
- **Sezónnosť:** celoročná
- **Marketingová prezentácia a propagácia:** vlastné webové stránky cesty, webové portály o pútnických cestách v Európe, webová stránka Putujme bez hraníc, brožúry a tlačoviny združenia
- **Nutnosť registrácie:** NIE
- **Možnosť ubytovania:** rôzne
- **Cieľová skupina:** Cieľovou skupinou sú nielen pútnici, ale aj turisti, ktorí sa zaujímajú o históriu, kultúru a prírodu.



Cyrlometodská cesta

Spôsob vytvorenia trasy ako turistického produktu

- **Roly hlavného organizátora:** Hlavnou činnosťou Zájmového združenia právnických osôb Európska kultúrna cesta sv. Cyrila a Metoda je koordinácia činností, publicita a marketing v rámci rozvoja trás. Činnosť združenia sa nezaobíde bez nadväzovania a rozvíjania spolupráce v oblastiach: Kooperácia vo výskume a vývoji, Posilnenie vedomia, histórie a európskeho kultúrneho dedičstva, Kultúrna a vzdelávacia výmena mladých Európanov, Súčasný kultúrny a umelecký prax, Kultúrny cestovný ruch a udržateľný rozvoj kultúry.
- **Prepojenie s ďalšími subjektmi:** Trasa je vyznačená na mapy.cz a taktiež na turistických smerovníkoch KČT.

Spôsob financovania

- Projekt podporujú Zlínsky kraj, Centrála cestovného ruchu Východnej Moravy, o.p.s., Zájmové združenie právnických osôb Európska kultúrna cesta sv. Cyrila a Metoda.

Nástroje na dosiahnutie udržateľnosti

- **Projekt Partnerstvo CMS:** Projekt reaguje na potreby zavedenia systematického prístupu do rozvoja Cyrlometodskej cesty. Základom projektu je spolupráca partnerov a multidisciplinárnych odborníkov budujúcich 4 nosné piliere (ciele projektu). Akčné plány využívajúce proces plánovania zdola so zapojením miestnych obyvateľov, subjektov verejného a súkromného sektora (cieľových skupín) budú podporou podnikania, investícií a rozvoja cestovného ruchu v pohraničí.
- **Projekt Cyrlometodská tradícia v novodobých československých dejinách:** Predmetom skúmania odborníkmi na konferencii, predmetom školských besied s Veľkomoravanom, školskej výtvarnej súťaže aj študentského fóra s odborníkmi je, ako sa "dary" misionárov premietli do histórie našich národov ako v období Veľkej Moravy, tak do založenia nového štátu v roku 1918.

Ekonomický prínos pre daný región v rôznych parametroch

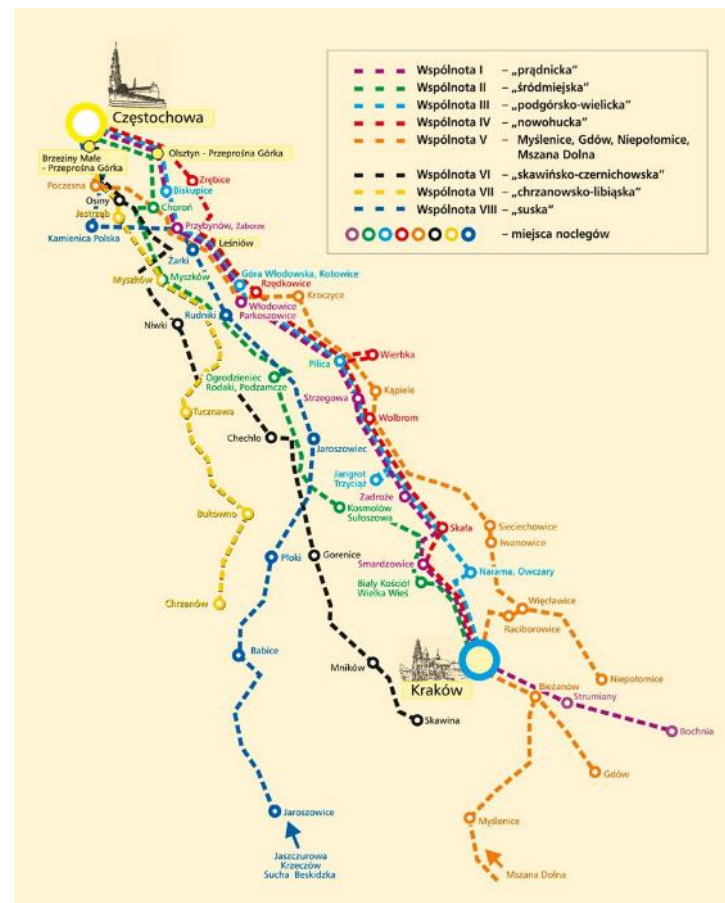
- Na príprave projektu sa podieľalo viacero partnerov z rôznych krajín, projekt teda prispieval k zamestnanosti v určitých regiónoch. Okrem mapovania a značenia trás je potreba vyrobiť tlačoviny a brožúry a spravovať webové stránky a sociálne siete. Následkom zvýšenia záujmu o Moravskoslezský kraj bude zvýšenie počtu českých i zahraničných turistov. Chodník tiež predĺži hlavnú turistickú sezónu. Chodník má pozitívny vplyv na rozvoj kultúrnych, cirkevných, ubytovacích a stravovacích zariadení, čo prispeje ekonomike celého kraja v podobe príjmov do verejných rozpočtov.

Pútnická cesta do Čenstochovej

Poľské mesto Čenstochová (Częstochowa) patrí medzi najvýznamnejšie pútnické miesta v Európe. Obec má dlhú históriu, pričom prvé zmienky pochádzajú už z 13. stor. Dnes Čenstochovú navštevujú milióny pútnikov ročne, najmä kvôli návšteve paulinského kláštora na Jasnej Hore, kde je vystavený obraz Čiernej Madony.

Dôvody, motivácia, očakávania vzniku trasy

- **Základné informácie:** Najčastejšie sa pútnici vydávajú na cestu z Krakova, zo Svätého kopečka v Olomouci (250km) a z Varšavy (300km). Niektoré skupiny absolvujú trasu i na bicykli.
- **Účel trasy:** Hlavným cieľom je Paulinský kláštor na Jasnej Hore. Dôležitá je ale púť samotná, počas ktorej sa pútnici modlia, zhovárajú s kňazmi a sestrami a navštevujú omše.
- **Vznik:** 1981 (pod organizáciou Wielka tajemnica wiary-Krakowska diecezja), ale samotné miesto má dlhú históriu.
- **Zakladateľ:** -
- **Prevádzkovateľ:** Pútnici sa vydávajú na cestu väčšinou v skupinách pod záštitou rôznych farností a inštitúcií (medzi nimi napríklad Wielka tajemnica Wiara, rektor Kościół Akademickiego św. Anny w Warszawie).
- **Sezónnosť:** Najviac púť je organizovaných v júni a auguste.
- **Marketingová prezentácia a propagácia:** Púť propagujú jednotlivé farnosti na vlastných webových stránkach. V roku 2019 vydaná kniha "Nasze miasto Często/Chow od autoriek Julia Paprotną a Joann Ambroz, na ktorých sa podieľali svojimi príbehmi aj miestni obyvatelia. O Čenstochovej tiež rozpráva film „Tú bije serce narodov“.
- **Nutnosť registrácie:** ÁNO
- **Možnosť ubytovania:** ÁNO
- **Cieľová skupina:** Cieľovou skupinou sú kresťanskí pútnici, prevažne Poliaci. Mesto je menej populárne pre neveriacich turistov, pretože ponúka hlavne sakrálne pamiatky.



Pútnická cesta do Čenstochovej

Spôsob vytvorenia trasy ako turistického produktu

- **Roly hlavného organizátora:** Jednotlivé organizácie a farnosti vytýčia trasu a jej jednotlivé úseky, informujú pútnikov o jej priebehu a o sprievodných akciách, zaisťujú lekársku pomoc, prevoz batožiny, dohodnú ubytovanie, spravujú registrácie a vydávajú pasy pútnikov.
- **Prepojenie s ďalšími subjektmi:** Čenstochovú už šesťkrát navštívil pápež Ján Pavol II. a následne i jeho nástupca Benedikt XVI.

Spôsob financovania

- Pútnici platia jednotlivým organizáciám registračný poplatok (napr. Rektor Kościół Akademickiego św. Anny w Warszawie vyberá registračný poplatok 100 zlotých a 70 zlotých za batožinu).

Nástroje na dosiahnutie udržateľnosti

- V roku 2016 zástupcovia strany nowoczesne z Radomska navrhli výstavbu cyklistickej trasy "Paulínska-Dominikański szlak rowerowy" s dĺžkou 96-117 km s cieľom v Čenstochovej. Trasa bude zahŕňať kláštory v Radomsku, Wielgomłyn, Gidle, Svätej Anne, svätyni v Mstowě a bude zakončená v Jasnej Hore.

Ekonomický prínos pre daný región v rôznych parametroch

- Účast' veľkých organizovaných skupín prináša do regiónu finančné prostriedky v podobe príjmov pre ubytovacie a stravovacie zariadenia a poskytovateľom ďalších doplnkových služieb. Pútnici tiež generujú príjmy obchodom, ktoré predávajú drobné pamätné a náboženské predmety.
- Pútnici ožívujú aj menej známe regióny a mestá. Vďaka multiplikačnému efektu prinášajú do Poľska príjmy do verejných rozpočtov.

Mariazell

Rakúske pútnické miesto Mariazell sa nachádza v spolkovej republike Štajersko a pochádza už z 12. storočia. Cieľom putovania do Mariazell je soška Panny Márie Magna Mater Austriae, ktorá je uchovávaná v tamojšej bazilike a ktorej sú prisudzované liečebné schopnosti. Púte majú tradíciu trvajúcu už niekoľko storočí. Do Mariazell vedú rôzne trasy, ale najznámejšia z nich je Via Sacra vedúca z Viedne. Mariazell navštevuje cez milión pútnikov ročne.

Dôvody, motivácia, očakávania vzniku trasy

- **Základné informácie:** Z Viedne vedú do Mariazelli dve trasy. Jedna je historická Via Sacra (121 km) a druhou je novšia a náročnejšia Wiener Wallfahrerweg 06 (110 km). Z Českej republiky (Svätá Hora pri Příbrami) vedie do Rakúska pútnická cesta Via Nova. Z Mariazell môžu pútnici ďalej pokračovať na pútnickú cestu Via Maria do bavorského Altöttingu.
- **Účel trasy:** Cieľom Via Sacra je návšteva pútnického mesta Mariazell, kde sa nachádza soška Panny Márie. Zdôrazňovaný je tiež ozdravný význam cesty samotnej a chôdze.
- **Vznik:** Via Sacra pred viac než 800 rokmi, Wiener Wallfahrerweg 06 v roku 1975
- **Zakladateľ:** DMO Mostviertel Tourismus, spadajúci pod Niederösterreich-Werbung (DMO Dolného Rakúska, zaisťujúci marketing a organizáciu cestovného ruchu)
- **Prevádzkovateľ:** Mostviertel Tourismus, Alpenverein
- **Sezónnosť:** celoročná, odporúčané obdobie pre púť je apríl – október
- **Marketingová prezentácia a propagácia:** vlastné webové stránky, webové stránky Mostviertel Tourism a Niederösterreich, webové portály združujú informácie o pútnických cestách, sociálne siete, tlačený knižný sprievodca Via Sacra
- **Nutnosť registrácie:** NIE
- **Možnosť ubytovania:** ÁNO, nutné rezervovať vopred
- **Cieľová skupina:** Via Sacra nie je určená iba pútnikom s náboženskými motívmi, ale i všetkým turistom, ktorí si pešou chôdzou chcú vyčistiť hlavu a odpočinúť si. Ponúka sa aj možnosť vyraziť v organizovanej skupine cez CK.



Mariazell

Spôsob vytvorenia trasy jako turistického produktu

- **Roly hlavného organizátora:** Mostviertel Tourismus propaguje chodník Via Sacra na webových stránkach a sociálnych sieťach. Ďalej tiež vydáva tlačoviny a brožúry a komunikuje s pútnikmi v prípade, že potrebujú pomoc či radu.
- **Prepojenie s ďalšími subjektmi:** spolupráca s prevádzkovateľmi ubytovacích zariadení

Spôsob financovania

- Projekt je spolufinancovaný zo zdrojov Dolného Rakúska (Niederösterreich) a z rakúskeho programu na rozvoj vidieka (Ländliche Entwicklung 14-20) pod Federálnym ministerstvom udržateľnosti a cestovného ruchu. Rozvoj vidieka (LE) je ústredným prvkom rakúskej poľnohospodárskej politiky. Podporuje modernú, efektívnu a trvalo udržateľnú výrobu, ale aj regionálnu ekonomiku a spoločensvá a stanoví sociálne priority. Súčasťou LE 14-20 je iniciatíva financovania LEADER Transnational Kultur 2014-2020. Projekt je tiež podporovaný z Európskeho poľnohospodárskeho fondu na rozvoj vidieka. Ďalšími partnermi sú organizácie destinačného manažmentu a turistické portály jednotlivých regiónov.

Nástroje na dosiahnutie udržateľnosti

- Nastavený systém tak, že motivácia zainteresovaných strán by mala podporovať svoju činnosť a činnosť komplexu. Zapojením subjektov so správnou motiváciou (provízie) projekt dosahuje udržateľnosti.

Ekonomický prínos pre daný región v rôznych parametroch

- Vďaka pútnikom dochádza v meste Mariazell a v okolitých obciach k prílivu finančných prostriedkov, a to napríklad prevádzkovateľom ubytovacích a stravovacích zariadení a následne prostredníctvom daní do verejných rozpočtov. Vďaka pútnickým chodníkom Via Sacra a Wallfahrerweg 06 dochádza k predĺženiu turistickej sezóny. Cesty tiež zvyšujú záujem o región a privádzajú viac návštevníkov aj v zimnej sezóne. Pre pútnikov sa pripravujú tlačoviny a organizujú sa akcie, a tým pútnické cesty prispievajú k zamestnanosti aj v doplnkových službách a službách nepriamo súvisiacich s cestovným ruchom.

Via de San Francesco

Pútnická cesta svätého Františka z Assisi (Via Francigena di San Francesco, Cammino di Francesco) je jedna z mladších pútnických trás v Európe. Jej trasa začína na významnom františkánskom pútnickom mieste – kláštore Santuario La Verna v toskánskych Apeninách a odtiaľ vedie cez mesto Assisi do Ríma. Pre túto štúdiu bola vybraná, pretože má inšpiratívny spôsob financovania.

Dôvody, motivácia, očakávaná vznik trasy

- **Základné informácie:** František bol synom bohatého obchodníka, ktorý sa však vzdal peňazí a majetku, aby mohol žiť skromný náboženský život pre lásku a v súlade s prírodou. Dva roky po jeho smrti ho pápež Gregor IX. vyhlásil za svätého. Pútnická cesta svätého Františka z Assisi vedie cez olivovníky a vinice, okolo starých románskych miest. Trasa je určená pre chodcov, cyklistov a pre jazdu na koňoch.
- **Účel trasy:** Návšteva miest spojených so životom svätého Františka z Assisi.
- **Vznik:** -
- **Zakladateľ:** regióny Umbria, Toscana, Lazio
- **Prevádzkovateľ:** regióny Umbria, Toscana, Lazio, dohoda na spoločnom značení cesty
- **Sezónnosť:** celoročná
- **Marketingová prezentácia a propagácia:** vlastné webové stránky, webové stránky jednotlivých regiónov, rádio, Facebook, stránky cestovných kancelárií, kniha Laudato si (Zdeněk Susa)
- **Nutnosť registrácie:** NIE, ale odporúča sa pre získanie credenciálu, do ktorého zbierajú pútnici pečiatky a na konci púte môžu získať testimonium
- **Možnosť ubytovania:** ÁNO, doporučené zarezervovať vopred. Pútnici môžu komunikovať priamo so správcami ubytovne ("hospitalero").
- **Cieľová skupina:** Pútnici, ktorí obdivujú Františkov spôsob života a nasledujú jeho odkaz. Púť má človeka opäť prepojiť s prírodou a viesť k hlbokému zamysleniu.



Via de San Francesco

Spôsob vytvorenia trasy ako turistického produktu

- **Roly hlavného organizátora:** Región Umbria spravuje webové stránky a ďalšie komunikačné kanály, zabezpečuje propagáciu a značenie trasy na území regiónu.
- **Prepojenie s ďalšími subjektmi:** Región Umbria spolupracuje s ďalšími regiónmi Lazio a Toscana, cez ktoré trasa vedie. V Ríme bola založená nezisková organizácia Associazione Aj Cammino di Francesco. Jej cieľom je zverejňovať a zhodnocovať skutočnosti a miesta, ktoré súvisia s históriou a náboženským životom Talianska i celej Európy, a tiež podporovať jej vyvážený a udržateľný sociálno-ekonomický rozvoj. Ďalším cieľom je zlepšovanie trasy a prepojenie s ďalšími medzinárodnými projektmi v Európe (napr. so Svätjakubskou cestou).

Spôsob financovania

- Pútnická cesta sv. Františka je financovaná z viacerých zdrojov. Zodpovedná osoba (a jej tím) intenzívne a aktívne vyhľadáva a koordinuje finančné zdroje, aktivuje krajské a regionálne zdroje a snaží sa aktivovať zdroje od subjektov, ktoré participujú na prevádzke pútnickej cesty. Zároveň aplikuje tlak na subjekty, aby neposkytovali nič zdarma a zarobili si na svoju prevádzku.
- Veľmi dôležité je tiež čerpanie rôznych grantov, či už celoštátnych alebo z Fondu EÚ pre regionálny rozvoj. Cesta je podporovaná z regionálneho operačného programu POR FESR 2014-2020 (Programa Operativo Regionale).

Nástroje na dosiahnutie udržateľnosti

- Vďaka vypracovanému systému financovania, obchodnému prístupu a za použitia správnej motivácie v podobe provízií bude zabezpečený dostatok financií a bude tak zaistené fungovanie a zlepšovanie pútnickej cesty i do budúcnosti.

Ekonomický prínos pre daný región v rôznych parametroch

- Rovnako ako ďalšie pútnické cesty, úseky pútnickej cesty sv. Františka prechádzajú menej známymi turistickými regiónmi Talianska a ekonomicky ich oživujú. Vďaka pútnikom sú generované príjmy správcom ubytovní a poskytovateľom ďalších služieb. Vďaka multiplikačnému efektu pútnici prispievajú do ekonomiky regiónov a generujú príjmy do verejných rozpočtov. Dlhodobou tiež zvyšujú záujem o región.

Sumár

Pútnická cesta	Zakladateľ	Prevádzkovateľ	Cieľová skupina	Úloha hlavného organizátora
Svätojacobská cesta	N/A	Mnoho subjektov	Pútníci z celej Európy, jednotlivci i organizované skupiny, cieľovou skupinou sú nie len veriaci, ale i bežní turisti	Council of St. James (Consejo Jacobeo) zaisťuje a zodpovedá za spoluprácu medzi jednotlivými inštitúciami (španielskou vládou a vládami autonómnych oblastí)
Cyrlometodská cesta	Záujmové združenie právnických osôb Európska kultúrna cesta sv. Cyrila a Metoda	Záujmové združenie právnických osôb Európska kultúrna cesta sv. Cyrila a Metoda	Cieľovou skupinou sú nielen pútníci, ale aj turisti, ktorí sa zaujímajú o históriu, kultúru a prírodu	Európska kultúrna cesta sv. Cyrila a Metoda zaisťuje koordináciu činností, publicitu a marketing v rámci rozvoja trás
Pútnická cesta do Čenstochovej	N/A	Pútníci sa vydávajú na cestu väčšinou v skupinách pod záštitou rôznych farností a inštitúcií (medzi nimi napríklad Wielka tajemnica Wiara, rektor Kościół Akademickiego św. Anny w Warszawie)	Cieľovou skupinou sú kresťanskí pútníci, prevažne Poliaci, mesto je menej populárne pre neveriacich turistov, pretože ponúka hlavne sakrálne pamiatky	Jednotlivé organizácie a farnosti vytýčia trasu a jej jednotlivé úseky, informujú pútníkov o jej priebehu a o sprievodných akciách, zaisťujú lekársku pomoc, prevoz batožiny, dohodnú ubytovanie, spravujú registrácie a výdaj pasov pútníkov
Mariazell	DMO Mostviertel Tourismus, spadajúci pod Niederösterreich-Werbung (DMO Dolného Rakúska, zaisťujúci marketing a organizáciu cestovného ruchu)	Mostviertel Tourismus, Alpenverein	Via Sacra nie je určená iba pútnikom s náboženskými motívami, ale i všetkým turistom, ktorí si pešou chôdzou chcú vyčistiť hlavu a odpočinúť si, ponúka sa aj možnosť vyraziť v organizovanej skupine cez CK	Mostviertel Tourismus propaguje chodník Via Sacra na webových stránkach a sociálnych sieťach, ďalej tiež vydáva tlačoviny a brožúry a komunikuje s pútníkmi v prípade, že potrebujú pomoc či radu
Via de San Francesco	Regióny Umbria, Toscana, Lazio	Regióny Umbria, Toscana, Lazio, dohoda na spoločnom značení cesty	Pútníci, ktorí obdivujú Františkov spôsob života a nasledujú jeho odkaz, púť má človeka opäť prepojiť s prírodou a viesť k hlbokému zamysleniu	Región Umbria spravuje webové stránky a ďalšie komunikačné kanály, zabezpečuje propagáciu a značenie trasy na území regiónu

Analýza súčasných vývojových trendov v oblasti pútnického turizmu

Trendy

Cestovný ruch je prierezné odvetvie, ktoré je ovplyvňované trendmi z viacerých rôznych oblastí. Môže ísť napríklad o trendy spoločenské, environmentálne či technologické. Cieľom tejto štúdie nie je predstaviť všetky trendy, ale identifikovať tie trendy, ktoré majú vplyv na plánovaný projekt Svätomariánska púť („Svetlo z východu“), a ktoré sa dajú pre projekt nejakým spôsobom využiť.

- **Rast dôležitosti cestovného ruchu:** Cestovný ruch je rastúce odvetvie. Vplyvom rôznych faktorov, akými sú napríklad nárast fondu voľného času, zvyšovanie príjmov, urýchľovanie dopravy prostredníctvom využitia technológií, dochádza k nárastu počtu medzinárodných turistických príjazdov. V roku 2018 vzrástol počet medzinárodných turistických príjazdov o 5% vo svete a tiež o 5% v Európe. Podľa UNWTO bude cestovný ruch rásť aj v budúcnosti.
Ako možno tento trend využiť pre Svätomariánsku púť („Svetlo z východu“): Rast cestovného ruchu prináša príležitosť využiť veľký záujem o cestovanie a prilákať do destinácie veľké množstvo návštevníkov, a to nielen domácich, ale aj zahraničných. Množstvo návštevníkov by však nemalo prekračovať kapacitu destinácie (tzn. bude v súlade s kapacitami ubytovacích a ďalších služieb).
- **Overturizmus:** Overturizmus, čiže nadmerný turizmus súvisí s predchádzajúcim trendom a predstavuje príjazd väčšieho počtu turistov než je kapacita danej destinácie. S overturizmom sa stretávajú napr. Benátky, Rím či Barcelona. Organizácie destinačného manažmentu by mali zabezpečiť také opatrenia, aby kapacita destinácie prekračovaná nebola. K overturizmu nedochádza v priebehu celého roka, väčšinou ide o určité časové obdobie (či konkrétny dátum), kedy sa masovo zvýši počet turistov. Prevenciou overturizmu je rozloženie návštevníkov v mieste a v čase.
Ako možno tento trend využiť pre Svätomariánsku púť („Svetlo z východu“): Svätomariánsku púť možno ponúkať a propagovať napríklad ako alternatívu k Svätajakubskej ceste, ktorá sa už niektorým pútnikom zdá príliš preplnená ľuďmi a nemožno na nej pokojne rozjímať. Rozmiestnenie návštevníkov v čase tiež prospieva predĺženiu turistickej sezóny. Svätomariánska púť rozširuje ponuku cestovného ruchu v Prešovskom kraji a tým pomáha predchádzať overturizmu v iných destináciách.
- **Netradičné zdrojové trhy:** V súvislosti s predchádzajúcimi trendmi a zmenami v spoločnosti dochádza k zvýšeniu počtu návštevníkov napríklad z ázijských krajín. Na trh cestovného ruchu tak vstupujú aj účastníci z netradičných zdrojových trhov.
Ako možno tento trend využiť pre Svätomariánsku púť („Svetlo z východu“): Prostredníctvom marketingových nástrojov sa dá zamerať na krajiny, kde existujú silné kresťanské komunity. Jedným z marketingových nástrojov môže byť napríklad nadviazanie spolupráce so zahraničnými cestovnými kancelármi a vytvorenie zodpovedajúcich zájazdov. Je však nutné zabezpečiť vhodnú jazykovú vybavenosť a byť pripravení na špecifické potreby prameniace z kultúrnych odlišností zahraničných hostí.
- **Pandémia koronavírusu:** V súčasnej dobe je cestovný ruch významne ovplyvnený pandémiou koronavírusu (Covid-19). Z dôvodu uzatvorenia hraníc, ubytovacích a stravovacích zariadení došlo k výraznému poklesu dopytu po turistických službách a tým pádom aj k poklesu tržieb. Nízky dopyt má významný vplyv na ceny služieb, ktoré razantne zlacňujú.
Ako možno tento trend využiť pre Svätomariánsku púť („Svetlo z východu“): Po uvoľnení opatrení sa očakáva zvýšený dopyt po domácom cestovnom ruchu. Návštevníci budú vyhľadávať bezpečné lokality, je tu teda veľká príležitosť ponúknuť im alternatívu letnej dovolenky.

Trendy

- **Zvýšený záujem o pútnický a náboženský turizmus:** So vzostupom cestovného ruchu všeobecne vzrastá aj popularita jednotlivých foriem cestovného ruchu. Záujem o púte všeobecne stúpa zrejme aj v dôsledku zvýšenej popularity Svätajakubskej púte. V dnešnej dobe sa pútnici vydávajú na cestu aj z iných než náboženských motívov. Niektorí túžia po sebaopoznaní, iní sa chcú prekonať a dosiahnuť športový výkon, iní len chcú cestovať v súlade s prírodou a spoznávať miestnu krajinu a obyvateľov.
Ako možno tento trend využiť pre Svätomariánsku púť („Svetlo z východu“): Samotná podstata pripravovaného produktu zodpovedá tomuto trendu a projekt tak môže ťažiť z vhodného načasovania, kedy rastie obľúbenosť pútnického turizmu.
- **Udržitelný cestovný ruch (šetrný k životnému prostrediu):** Zvýšené povedomie o ekológii a klimatických zmenách vedie k snahe cestovať s čo najmenším dopadom na životné prostredie. Trend sa prejavuje napríklad tak, že sa návštevníci zdržia v destinácii dlhšiu dobu (tzv. slow travel) a využívajú lokálne zdroje s cieľom zníženia dopadu na životné prostredie. Tento trend tiež prispel k vzniku nových foriem cestovného ruchu ako je napr. ekoturistika, agroturistika či dobrovoľnícky cestovný ruch.
Ako možno tento trend využiť pre Svätomariánsku púť („Svetlo z východu“): Svätomariánska púť je v súlade s týmto trendom, čo sa dá využiť na propagačné účely. Zároveň je možné poprosiť pútnikov o spoluprácu a pomoc s udržiavaním púte v čistote.
- **Cestovanie sólo:** Sociálne zmeny v spoločnosti a nárast jednočlenných domácností vedie k zvýšeniu počtu cestovateľov, ktorí sa na cestu vydávajú sólo. Treba brať do úvahy, že niektorí sa vydávajú na púť, aby boli sami a venovali sa osobnému rozvoju, vyriešeniu osobných problémov atď. A naopak, že niektorí chcú stretávať nových ľudí s rovnakým zmysľaním a zameraním.
Ako možno tento trend využiť pre Svätomariánsku púť („Svetlo z východu“): Tento trend umožňuje zacieliť propagáciu na špecifický segment sólo cestovateľov.
- **Individualizácia:** S trendom cestovania sólo súvisí aj snaha organizácií o customizáciu a prispôsobenie produktu či služieb konkrétnemu zákazníkovi. V prípade púte ide o to, aby si každý pútnik našiel to, čo na púti hľadá a aby boli uspokojené rôzne motívy a potreby.
Ako možno tento trend využiť pre Svätomariánsku púť („Svetlo z východu“): Pokiaľ budú prispôsobené ponúkané služby, pútnici budú dosahovať vyššiu spokojnosť a zvyšuje sa tak pravdepodobnosť ich návratu na púť, čo v konečnom dôsledku vygeneruje vyšší príjem.
- **Dôraz na zážitky, autentickosť:** Návštevníci v destináciách vyhľadávajú autentický zážitok. Chcú ochutnať miestnu kuchyňu, spoznať miestne oslavy sviatkov a tradície atď. V spoločnosti tiež dochádza k odklonu od materializmu a využitiu finančných prostriedkov na zážitky miesto vecí.
Ako možno tento trend využiť pre Svätomariánsku púť („Svetlo z východu“): Tento trend poskytuje príležitosť zvýšiť príjmy z organizovania púte tým, že poskytovatelia služieb budú ponúkať regionálnu gastronómiu, organizovať kultúrne podujatia a predávať výrobky miestnych remeselníkov.

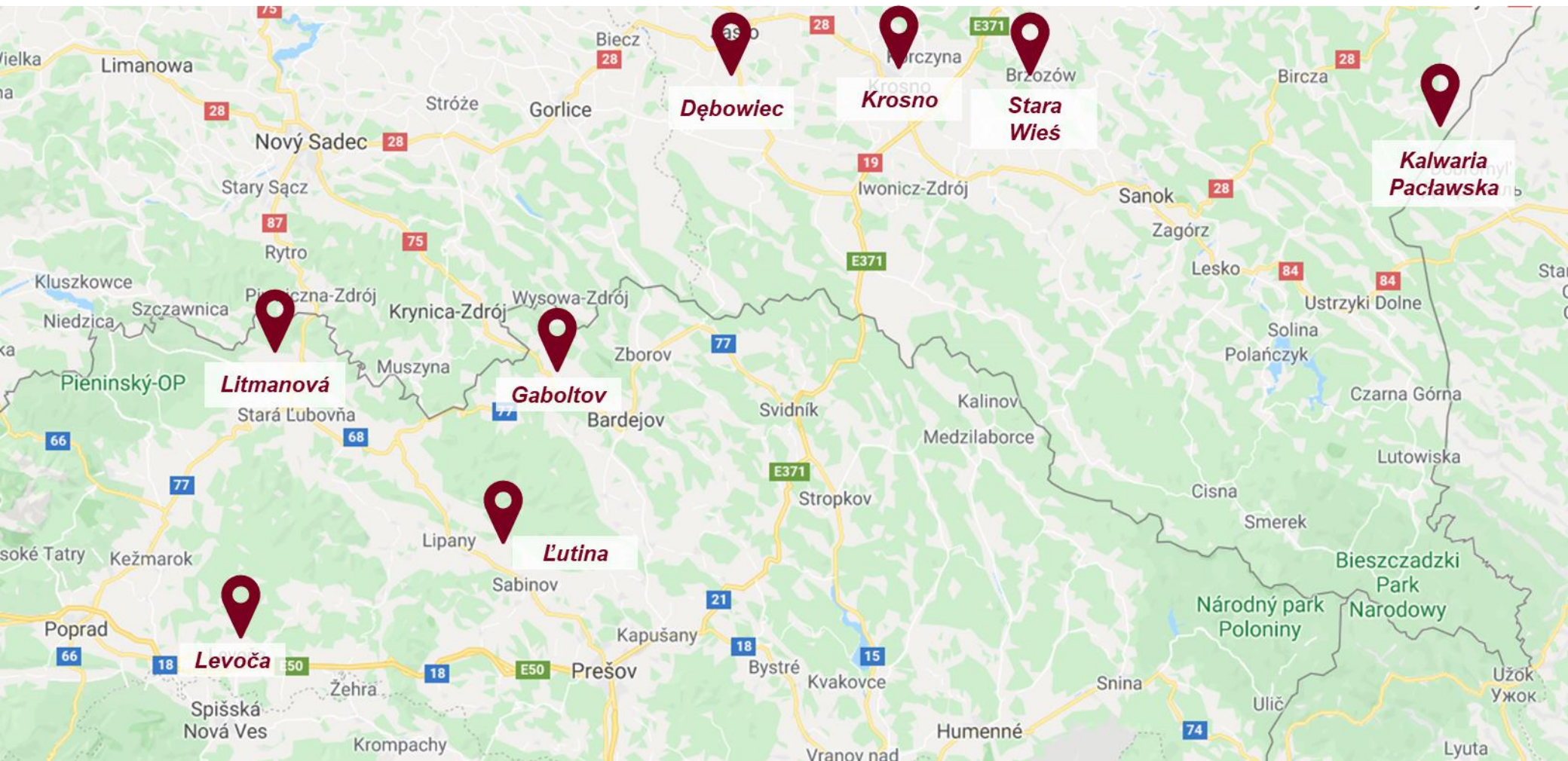
Trendy

- **Využitie moderných technológií:** Cestovný ruch je tiež ovplyvňovaný mnohými technologickými trendmi (napr. sociálne siete, navigačné systémy, rezervačné systémy a pod.). V prípade púte sa technológie dajú využiť najmä na marketingové účely.
Ako možno tento trend využiť pre Svätomariánsku púť („Svetlo z východu“): Pre potreby púte sa dá využiť GPS navigácia a mobilná aplikácia pre pútnikov, ktorá by obsahovala podrobnú mapu, informácie a zaujímavosti o miestach (ako sú uvedené v bedekri), aby sa pútnik nestratil, nemusel so sebou brať priveľa dokumentov a mal aktuálny prehľad o novinkách. Na účely propagácie možno využiť virtuálnu realitu (napr. na prezentáciu púte na veľtrhoch) a 3D mapping.
- **Sociálne siete a influenceri:** Najmä mladšia generácia má tendenciu zverejňovať svoj život na sociálnych sieťach a dávať svojim priateľom a followerom na sociálnych sieťach vedieť, kde je a čo zažíva. Dôležité je, aby destinácia bola prístupná na fotkách a lákavá na vystavenie na sociálnych sieťach ("instagramable").
Ako možno tento trend využiť pre Svätomariánsku púť („Svetlo z východu“): Na zvýšenie popularity cesty a zvýšenie povedomia u mladšej generácie možno využiť vplyv influencerov. Prostredníctvom influencerov na Instagrame a Youtube sa posolstvo púte môže šíriť rýchlo a medzi mnohých užívateľov. Dôležité je starať sa o pekné prostredie, zachovať čistú prírodu a organizovať kultúrne podujatia, aby bolo pre užívateľov sociálnych sietí zaujímavé zdieľať fotky z destinácie.
- **Organizácia na základe špecifického modelu:** Zatiaľ čo predtým sa uplatňovali univerzálne modely riadenia, dnes dochádza skôr k prispôbeniu riadenia na základe konkrétnej organizácie.
Ako možno tento trend využiť pre Svätomariánsku púť („Svetlo z východu“): Riadenie a organizácia iných pútnických ciest v Európe môže slúžiť ako inšpirácia, avšak pre správne fungovanie Svätomariánskej púte je žiadúce nastaviť riadenie tak, aby zodpovedalo presne tejto púti. V praxi to znamená rešpektovať počet pútnikov, ich motiváciu, charakteristiku pútnických miest a ich capacity.
- **Zdieľaná ekonomika:** Veľkej popularite sa tešia podniky založené na princípe zdieľanej ekonomiky (Airbnb, Uber). V cestovnom ruchu predstavujú konkurenciu tradičným službám ako sú hotely a taxi služba. Airbnb je najrozšírenejšou platformou umožňujúcou zdieľať krátkodobo svoju nehnuteľnosť.
Ako možno tento trend využiť pre Svätomariánsku púť („Svetlo z východu“): Koncept zdieľania je dlhodobou úzko spätý s pútnickým turizmom. V nadväznosti na vysokú obľubu platforiem vybudovaných na princípe zdieľanej ekonomiky možno očakávať záujem o prespávanie u miestnych obyvateľov, požičiavanie si napr. bicyklov, spolujazdu, atď. Je možné zabudovať fungujúce princípy zdieľanej ekonomiky do púte ako komplexného produktu cestovného ruchu.

Analýza zdrojov a potenciálu cesty Svätomariánska púť a vymedzenie územia, ktoré táto cesta zahŕňa

Analýza zdrojov a potenciálu cesty Svätomariánska púť

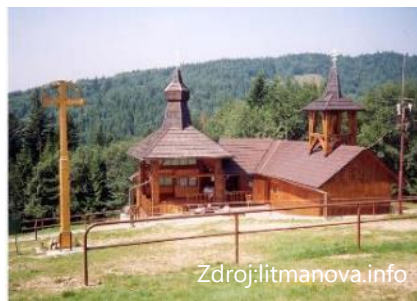
Potenciál cesty Svätomariánska púť je analyzovaný na územiach, ktoré vymedzujú hlavné pútnické miesta na slovenskej a poľskej strane hranice. Na Slovensku je to Litmanová, Ľutina, Levoča a Gaboltov a v Poľsku Stara Wieś, Krosno, Kalwaria Paclawska a Dębowiec. Hlavná pozornosť je vzhľadom na ciele štúdie venovaná slovenskej časti územia.



Pútnické miesta na trase - Slovensko

LITMANOVÁ

- Zjavenie Panny Márie na hore Zvir od roku 1990
- Prehlásená za pútnické miesto v r. 2008
- Miesto konania púťí a osláv výročí zjavenia



LUTINA

- Pútnické miesto vďaka zjaveniu sv. Mikuláša v roku 1851
- Bazilika minor Zosnutia Presvätej Bohorodičky
- Hlavná púť 15. 8., sviatok Zosnutia presvätej Bohorodičky



LEVOČA

- Pamiatka UNESCO od r. 2009
- Gotický Kostol sv. Jakuba
- Pútnické miesto Bazilika Navštívenia Panny Márie na Mariánskej hore
- Miesto konania najväčších organizovaných púťí



GABOLTOV

- Najvýznamnejším pútnickým miestom Košickej arcidiecézy
- Kostol sv. Vojtecha
- Miesto konania pre púť Rómov a púť mužov
- V súčasnosti spravovaný pátrami redemptoristami, od septembra 2020 preberá správu diecézny farár z košickej diecézy



Litmanová

Je dedinka s cca 650 obyvateľmi, ktorá sa preslávila medzi rokmi 1990 - 1995 zjaveniami Panny Márie. O týchto zjaveniach bol natočený dokumentárny film *Ivetka a Hora*. V blízkosti dediny sa nachádza lyžiarsky areál.

- Vznik obce sa datuje do roku 1412, rozlohou zaoberá necelých 18 km² a nachádza sa v nadmorskej výške 656 m. n. m.

Investície Gréckokatolíckej cirkvi farnosť Litmanová



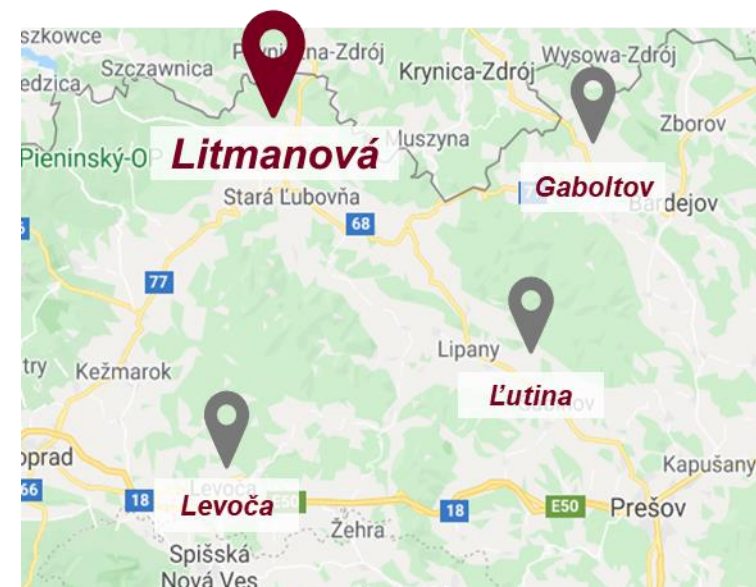
372 340,81 €

- Pútnické informačné centrum s areálom v Litmanovej, ktoré prispeje k zvýšeniu návštevnosti
- Altánok pre pútnikov s ohniskom má za úlohu dotvoriť okolie centra a vytvoriť oddychovú zónu



Púte

- Hlavná púť na hore Zvir sa koná vždy v prvú augustovú nedeľu po prvom piatku. V roku 2020 pripadá termín tejto púte na 8. – 9. augusta.



Zdroj: wikipedia.org

Ľutina

Je významným miestom pre slovenskú gréckokatolícku cirkev, nachádza sa tu bazilika minor Zosnutia presvätej Bohorodičky. Nachádza sa tu miniskansen drevených chrámov.

- Ľutina má viac ako 450 obyvateľov a rozkladá sa na území s rozlohou bežmála 7 km².
- Nachádza sa vo výške 429 m. n. m. v okrese Sabinov.

Investície Gréckokatolíckej cirkvi farnosť Ľutina



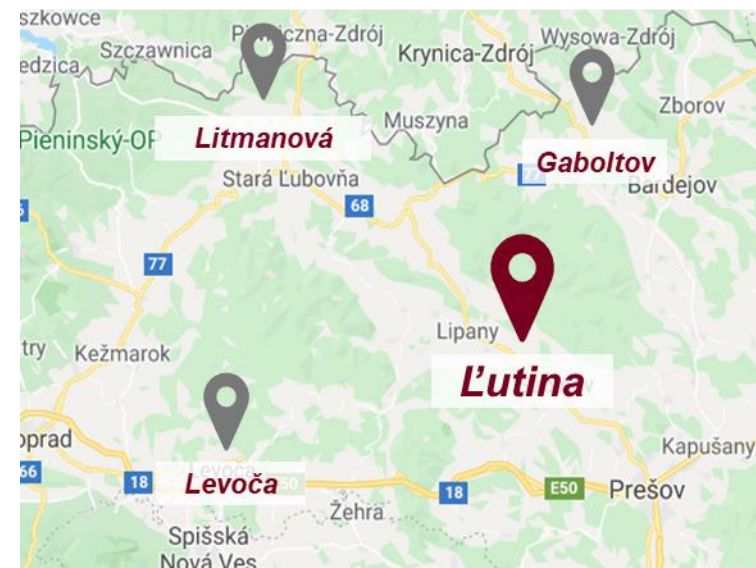
40 528, 04 €

- Rekonštrukcia spevnenej plochy v blízkosti Baziliky minor v Ľutine.
- Dobudovanie oddychovej zóny (zeleň, lavičky, odpadkové koše).
- Detské ihrisko.
- Rekonštrukcia turistického prístrešku.

Púte



- Významnú udalosť pútnického miesta v Ľutine bola púť organizovaná 28. augusta 1945, na ktorej prešovský biskup, blahoslavený Pavel Peter Gojdič OSBM, slávnostne ukončil eparchiálny Mariánsky rok trvajúci od 14. októbra 1944 a Prešovskú eparchiu zasvätil Božej Matke.
- Hlavná púť je pri príležitosti sviatku Zosnutia presvätej Bohorodičky. V roku 2020 pripadá termín tejto púte na 15. – 16. augusta.



Zdroj: casopisovo.sk

Levoča

Je okresné mesto Levočského okresu. Historické centrum Levoče bolo v roku 2009 zapísané na zoznam kultúrneho dedičstva UNESCO.

- Vznik obce se datuje do roku 1241, rozlohou zaberá necelých 115 km² a nachádza sa v nadmorskej výške 628 m. n. m.

Investície Rímskokatolíckej cirkvi farnosť Levoča



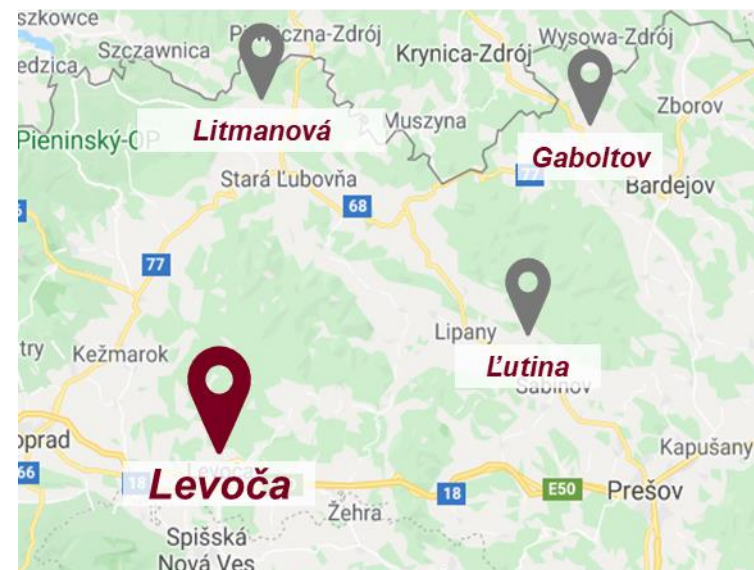
221 127,42 €

- Vytvorenie oddychovej zóny s križovou cestou.
- Modernizácia dámskych hygienických zariadení na Mariánskej hore – prístavba.
- Vybudovanie vjazdu na parkovisko.
- Vybudovanie výjazdu z parkoviska a napojenie na existujúcu komunikáciu.

Púte



- Oživenie pútí nastalo po rekatolizácii, prvým činom bola veľká procesia a púť na Horu 2. júla 1671.
- V roku 1673 dostala Mariánska hora odpustovú listinu od pápeža.
- Najväčšia púť bola za prítomnosti Svätého otca Jána Pavla II. 3. júla 1995. Zúčastnilo sa na nej podľa odhadov vyše 650 000 ľudí.
- Hlavná púť sa koná vždy v prvý júlový víkend z príležitosti sviatku Navštívenia Panny Márie, ktorému je bazilika zasvätená. V roku 2020 pripadá termín tejto púte na 4. – 5. júla.



Zdroj: wikipedia.org

Gabolto

Je pútnickým miestom v okrese Bardejov, v rímskokatolíckom kostole sv. Vojtecha zo 14. storočia sa nachádza milostivý obraz Panny Márie, každoročne je tu organizovaný Gaboltofský odpust, teda púť. Obec má bezmála 500 obyvateľov a nachádza sa 3 km od hranice s Poľskom.

- Vznik obce sa datuje do roku 1247, rozlohou zaberá necelých 13 km² a nachádza sa v nadmorskej výške 421 m. n. m.

Investície Rímskokatolíckej cirkvi farnosť Gabolto

204 400,72 €



- Úprava hygienických zariadení a prístrešku. Doplnkové vybavenie areálu stojanmi na bicykle a odpadkové koše.
- Stavebné úpravy prameňa sv. Vojtecha. Dobudovanie pitných fontán v areáli.
- Úprava chodníkov v pútnickom areáli.
- Vonkajšie osvetlenie. Nasvietenie kalvárie.
- Inštalácia informačného systému pre pútnikov vrátane ozvučenia.

Púte

- Gaboltofská púť je najväčšou púťou v Košickej arcidiecéze.
- Z rozhodnutia košického arcibiskupa Mons. Alojza Tkáča, bol Gabolto určený ako pútnické miesto pre rómskych veriacich.
- Dôležitou je aj púť mužov, jediná svojho druhu na Slovensku.
- Hlavná púť sa koná vždy v nasledujúcu sobotu a nedeľu po sviatku Panny Márie Karmelskej teda po 16. júli. V roku 2020 pripadá termín tejto púte na 18. – 19. júla.

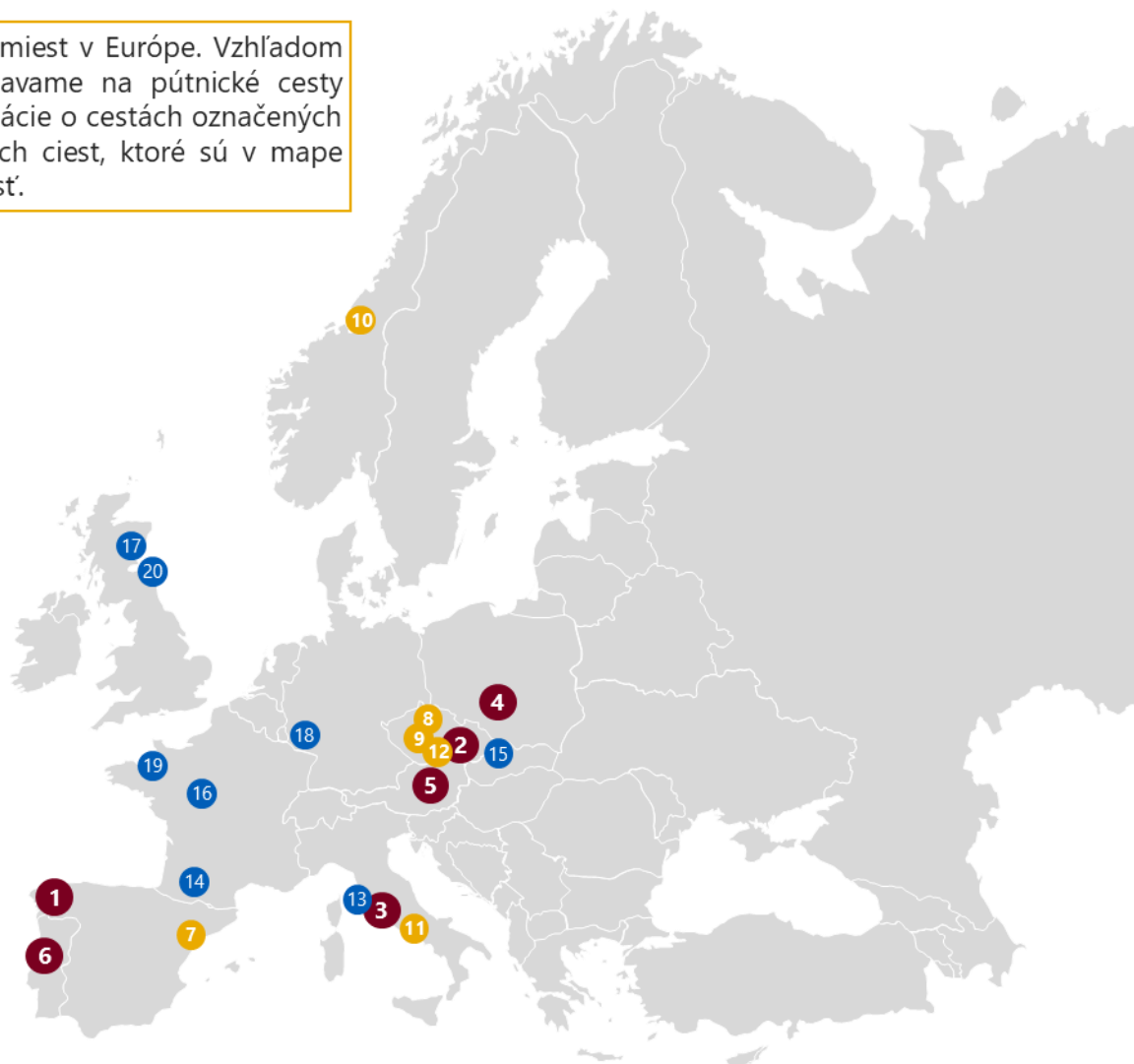


Zdroj: regionsaris.sk

Analýza konkurencie - pútnické cesty v Európe

Táto mapa zobrazuje vybraných dvadsať pútnických ciest a miest v Európe. Vzhľadom k charakteristike Svätomariánskej púte sa v štúdiu zameriavame na pútnické cesty označené červenou. Ďalej budú predstavené základné informácie o cestách označených žltou. V Európe sa však nachádza mnoho ďalších pútnických ciest, ktoré sú v mape označené modrou a v tejto štúdiu im nie je venovaná pozornosť.

- 1 Svätjakubská cesta
- 2 Cyrilometodská cesta
- 3 Via de San Francesco (Cesta sv. Františka)
- 4 Púť do Čenstochovej
- 5 Mariazell (Via Sacra)
- 6 Fátima (Caminhos de Fátima)
- 7 Cesta sv. Ignáca
- 8 Pútnická cesta Blaník – Říp
- 9 Via Nova
- 10 Cesty svätého Olafa (St. Olav Ways)
- 11 Cesta sv. Benedikta
- 12 Pútnická cesta Vranov nad Dyjí – Velehrad
- 13 Via Francigena (Cesta Franků)
- 14 Lurdy
- 15 Púť na Turzovku
- 16 Via Sancti Martini
- 17 St. Margaret's Way
- 18 Via Coloniensis
- 19 Les Chemins Du Mont-Saint-Michel
- 20 St. Cuthbert's Way



Analýza konkurencie - sumár

Pútnická cesta	Zakladateľ	Prevádzkovateľ	Cieľová skupina	Úloha hlavného organizátora
Svätojakubská cesta	N/A	Mnoho subjektov	Pútníci z celej Európy, jednotlivci i organizované skupiny, nie len veriaci, ale i bežní turisti	Council of St. James zaisťuje a zodpovedá za spoluprácu medzi jednotlivými inštitúciami (španielskou vládou a vládami autonómnych oblastí)
Cyriľometodská cesta	Záujmové združenie právnických osôb Európska kultúrna cesta sv. Cyrila a Metoda	Záujmové združenie právnických osôb Európska kultúrna cesta sv. Cyrila a Metoda	Nielen pútníci, ale aj turisti, ktorí sa zaujímajú o históriu, kultúru a prírodu	Európska kultúrna cesta sv. Cyrila a Metoda zaisťuje koordináciu činností, publicitu a marketing v rámci rozvoja trás
Via de San Francesco	Regióny Umbria, Toscana, Lazio	Regióny Umbria, Toscana, Lazio, dohoda na spoločnom značení cesty	Pútníci, ktorí obdivujú Františkov spôsob života a nasledujú jeho odkaz	Región Umbria spravuje webové stránky a ďalšie komunikačné kanály, zabezpečuje propagáciu a značenie trasy na území regiónu
Pútnická cesta do Čenstochovej	N/A	Pútníci sa vydávajú na cestu väčšinou v skupinách pod záštitou rôznych farností a inštitúcií	Kresťanskí pútníci, prevažne Poliáci, mesto je menej populárne pre neveriacich turistov (ponúka hlavne sakrálne pamiatky)	Jednotlivé organizácie a farnosti vytýčia trasu a jej jednotlivé úseky, informujú pútníkov o jej priebehu a o sprievodných akciách, zaisťujú lekársku pomoc, prevoz batožiny, dohodnú ubytovanie, spravujú registrácie a výdaj pasov pútníkov
Mariazell	DMO Mostviertel Tourismus, spadajúci pod Niederösterreich-Werbung	Mostviertel Tourismus, Alpenverein	Pútníci s náboženskými motívami, ale aj turisti, ktorí si pešou chôdzou chcú vyčistiť hlavu a odpočinúť si, ponúka sa aj možnosť vyraziť v organizovanej skupine cez CK	Mostviertel Tourismus propaguje chodník Via Sacra na webových stránkach a sociálnych sieťach, ďalej tiež vydáva tlačoviny a brožúry a komunikuje s pútníkmi v prípade, že potrebujú pomoc či radu
Pútnická cesta do Fatimy	Národné centrum kultúry (Centro Nacional de Cultura)	Portugal Tourism Office, Národné centrum kultúry	Prevažne pútníci – veriaci, miesto je ale populárne aj pre turistov	Rozdelenie rolí je trochu nejednoznačné. Trasy boli identifikované a zmapované Národným centrom kultúry. Podľa niektorých zdrojov trasy spravuje Turismo de Portugal, a to vrátane značenia trás a zabezpečovaní propagácie pútnických ciest.

Analýza konkurencie - sumár

Pútnická cesta	Zakladateľ	Prevádzkovateľ	Cieľová skupina	Úloha hlavného organizátora
Pútnická cesta sv. Ignáca	Camino Ignaciano	Camino Ignaciano	Trasa nemá výhradne náboženský motív a preto je vhodná pre širokú škálu pútnikov	Hlavným iniciátorom je organizácia Camino Ignaciano, ktorá sídli v Barcelone a o trasu sa stará, webová stránka obsahuje veľa doplňujúcich materiálov a informácií k ceste
Pútnická cesta Blaník – Říp	Zriadené spolkom dobrovoľníkov Cesta Česka v spolupráci s KČT	Cesta Česka	Trasa nemá výhradne náboženský motív a preto je vhodná pre širokú škálu pútnikov	Hlavným iniciátorom je organizácia Cesta Česka, ktorá trasu spracováva na základe dobrovoľníckej práce a dobrovoľných príspevkov, ich úloha spoločne v spolupráci s KČT spočíva vo vyznačení trasy a sedem etáp záchytných bodov, ktoré obsahujú tabuľky s QR kódmi, ktoré vedú k materiálom sprevádzajúcim pútnikov na trase
Via Nova	Regionálna rozvojová agentúra Šumava, o.p.s. spolu s nemeckými a rakúskymi spolkami, predovšetkým Verein „Europäischer Pilgerweg – VIA NOVA“	Regionálna rozvojová agentúra Šumava, o.p.s.	Veriaci pútnici, ale aj ľudia, ktorí chcú pomocou púte hlboko premýšľať	Všeobecne ide o spoluprácu Česko-Nemecko-Rakúsku, regionálny rozvojová agentúra Šumava, o.p.s. zaisťuje českú časť trasy.
Cesty svätého Olafa (St. Olav Ways)	National Pilgrim Centre (Národné pútnické centrum)	National Pilgrim Centre (Národné pútnické centrum)	Cesty sú určené nielen veriacim, ale pre kohokoľvek, kto sa chce vydať do nádhernej prírody a spoznať európske kultúrne dedičstvo staré niekoľko storočí	National Pilgrim Centre zriaďuje regionálne centrá – informačné centrá pre pútnikov, ktoré niekedy slúžia aj ako ubytovacie zariadenia, centrum tiež zaisťuje propagáciu ciest a správu webových stránok
Cesta svätého Benedikta	Región Lazio	Asociácia Amici del Cammino di San Benedetto, alebo Priatelia cesty sv. Benedikta – združenie dobrovoľníkov	Pútnici, ktorí chcú spoznať sv. Benedikta a jeho odkaz, trasa je určená chodcom a cyklistom	Asociácia Amici del Cammino di San Benedetto sa stará o značenie a propagáciu trasy, organizovanie podujatí, komunikáciu s pútnikmi, zdieľa aktuálne informácie týkajúce sa trasy a ubytovacích zariadení, má za cieľ chrániť historické a environmentálne prvky cesty
Pútnická cesta Vranov nad Dyjí – Velehrad	Farnosť Vranov nad Dyjí, so spolkom FATYM	Farnosť Vranov nad Dyjí	Veriaci vo veku medzi 14 – 70 rokov, ktorí chcú vyraziť na klasickú púť	Hlavným organizátorom je Farnosť Vranov nad Dyjí na čele so spolkom Faty a farárom, ktorí organizujú každoročný pochod vrátane agendy, ubytovania a sprievodného programu

Analýza konkurencie - menšie mariánske miesta

Vybrané menšie mariánske miesta na slovenskej strane hranice



Zdroj: putnickemiesta.sk

Čirč

- Kaplnka Zosnutia Presvätej Bohorodičky.



Zdroj: putnickemiesta.sk

Šášová

- Chrám Zosnutia Presvätej Bohorodičky.



Zdroj: ke-arcidieceza.sk

Veľký Šariš

- Farský kostol sv. Jakuba staršieho.



Zdroj: snv.fara.sk

Spišská Nová Ves – Schulerloch

- Kaplnka v Schulerlochu zasvätená Panne Márii Karmelskej.



Zdroj: sk.wikipedia.org

Prešov – Nižná Šebastová

- Kostol Najsv. mena Ježiša a Mária.



Zdroj: putnickemiesta.sk

Vyšná Šebastová

- Ružencová Záhrada.



Zdroj: ke-arcidieceza.sk

Obišovce

- Kostol Ružencovej Panny Márie.



Zdroj: ke-arcidieceza.sk

Stropkov

- Kostol Najsv. Trojice + Chrám Otcov redemptoristov sv. Cyrila a Metoda.

Analýza konkurencie - menšie mariánske miesta

Vybrané menšie mariánske miesta na poľskej strane hranice



Zdroj: gminalimanowa.pl

Pasierbiec

- Sanktuarium Matki Bożej Pocieszenia.



Zdroj: maryjny.pl

Szczyrzyc

- Sanktuarium Matki Bożej Szczyrzyckiej.



Zdroj: maryjny.pl

Tarnowiec

- Sanktuarium Matki Bożej Zawierzenia



Zdroj: maryjny.pl

Haczów

- Sanktuarium Matki Bożej Bolesnej



Zdroj: maryjny.pl

Nowy Sącz

- Sanktuarium Matki Bożej Pocieszenia.



Zdroj: polskaniezwykla.pl

Hyżne

- Sanktuarium Matki Bożej Łaskawej – Matki Bożej Hyżneńskiej



Zdroj: turystyka.gminanowytarg.pl

Ludźmierz

- Sanktuarium Matki Bożej Królowej Podhala.



Zdroj: maryjny.pl

Borek Stary

- Sanktuarium Matki Bożej Boreckiej

Analýza konkurence - vybrané hrady



Zdroj: kezmarok.com

Kežmarský hrad



Zdroj: slovakia.travel

Lubovniansky hrad



Zdroj: severovychod.sk

Spišský hrad



Zdroj: severovychod.sk

Šarišský hrad



Zdroj: czorsztyn.pl

Hrad Czorsztyn



Zdroj: niedzica.pl

Hrad Niedzica



Zdroj: radiokrakow.pl

Hrad Rytko



Zdroj: zamki.pl

Hrad Muszyna

Analýza konkurence - vybrané kúpele



Zdroj: severovychod.sk

Kúpele Červený Kláštor – Smerdžonka



Zdroj: severovychod.sk

Kúpele Vyšné Ružbachy



Zdroj: severovychod.sk

Bardejovské kúpele



Zdroj: slovago.sk

Kúpele Lučivná



Zdroj: novysmokovec.kupele.org

Kúpele Nový Smokovec



Zdroj: cs.m.wikipedia.org

Piwniczna-Zdrój



Zdroj: pl.wikipedia.org

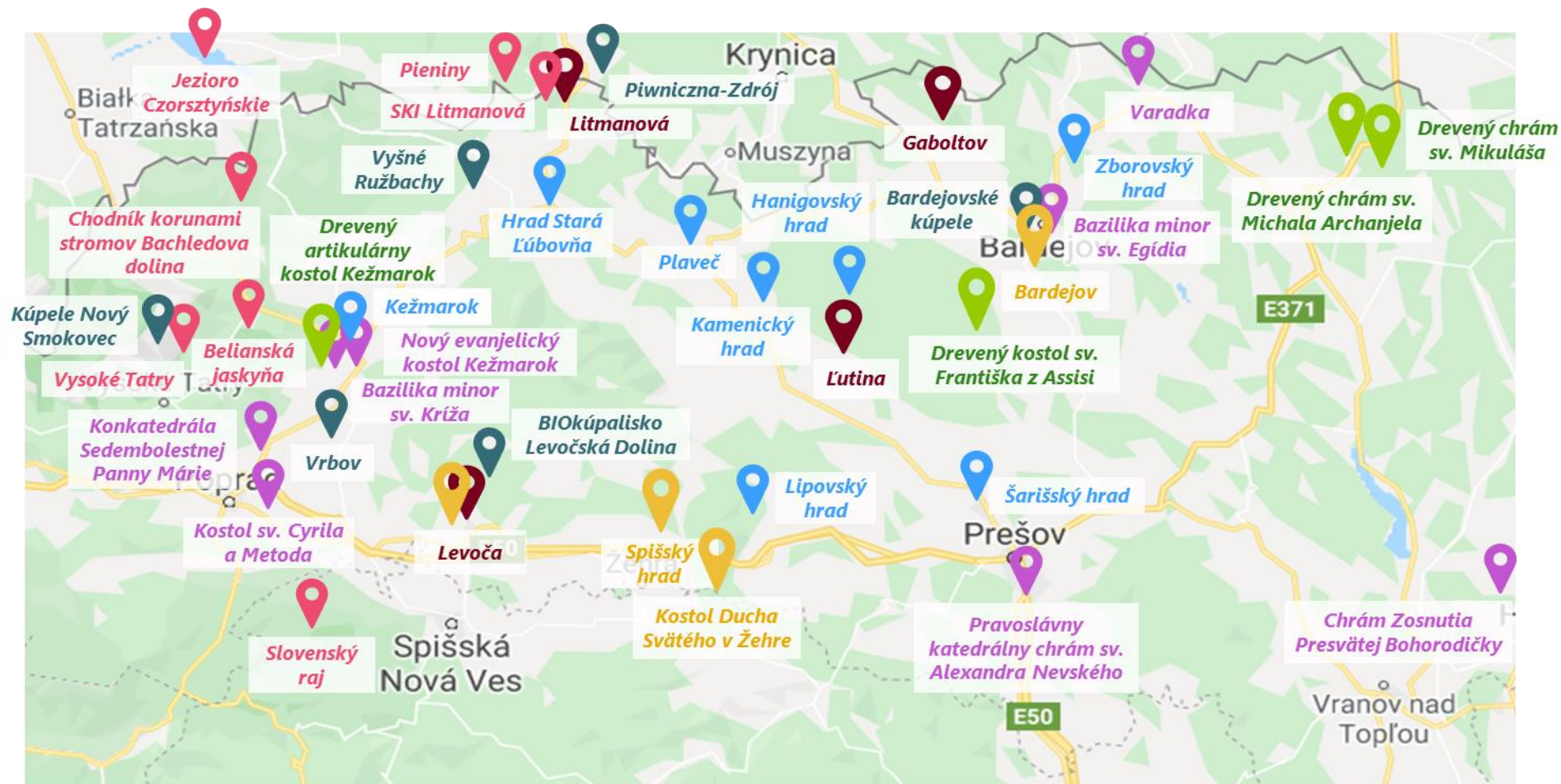
Krynica-Zdrój



Zdroj: polska.travel

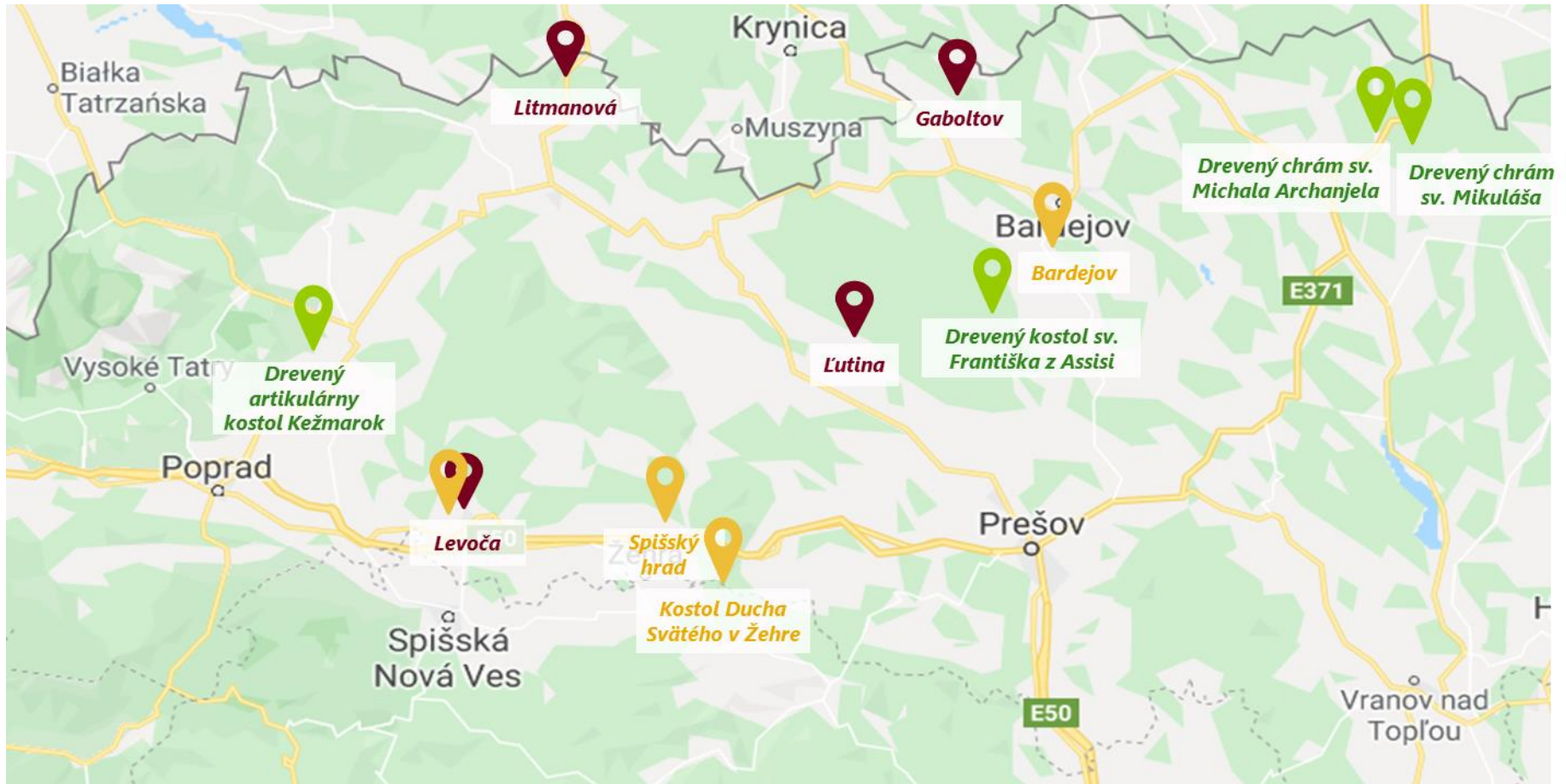
Wysowa-Zdrój

Prešovský kraj je kultúrne, architektonicky aj prírodne veľmi bohatým krajom. Nachádza sa tu niekoľko pamiatok UNESCO ako sú drevené chrámy a kostoly, Spišský hrad alebo Bardejov. Ďalej sú súčasťou regiónu vysoko navštevované centrum cestovného ruchu Vysoké Tatry alebo napríklad obľúbené Bardejovské kúpele. Tieto atraktivity, ktoré sú podrobnejšie rozobrané na nasledujúcich stranách, sú vo vzťahu k tvorenému produktu Svätomariánska púť ("Svetlo z východu") skôr než konkurenciou vhodným doplnkom, kedy sú v blízkosti ďalších atraktivít spojené vysoké potenciálne synergické efekty.



- 📍 Sakrálne stavby (kostoly)
- 📍 Hrady a zámky
- 📍 Kúpele
- 📍 Prírodné atraktivity
- 📍 Pamiatky UNESCO
- 📍 Drevené chrámy a kostoly

Pamiatky UNESCO



Vybrané atraktivity v okolí pútnických miest

Prešovský kraj je bohatý na pamiatky UNESCO. Nachádza sa tu päť z ôsmich UNESCO pamiatok Slovenska. Ide o pamiatky prírodné aj kultúrne.



Zdroj: jenprocestovatele.cz

Spišský hrad a pamiatky jeho okolia

- Hrad a kultúrne pamiatky okolia hradu boli zapísané na zoznam UNESCO v roku 1993.

Drevené chrámy a kostoly

- Osem chrámov a kostolov, najstarší zo 16. storočia, boli vyhlásené pamiatkou UNESCO roku 2008.
- Gréckokatolícke cirkvi:
 - V Ruskej Bystrej; V Lodomírovej; V Bodružale
- Rímskokatolícky kostol:
 - V Tvrdošíne; V Hervartove pri Bardejove;
- Evanjelické kostoly:
 - V Kežmarku; V Hronseku; V Leštínach



Zdroj: ahojbardejov.sk

Bardejov

- Konkrétne jeho námestie bolo vyhlásené pamiatkou UNESCO v roku 2000.



Zdroj: drevenechramy.sk

Kežmarok – Drevený artikulárny kostol

Hervartov – Drevený kostol sv. Františka z Assisi



Zdroj: Slovakia.panda.sk

Karpatské bukové pralesy

- v Národnom parku Poloniny a Vihorlat v Chránenej krajinej oblasti Vihorlat priradili na zoznam roku 2007.



Zdroj: spis.sk

Historické jadro Levoče

- Levočské historické centrum priradilo na zoznam kultúrnych pamiatok UNESCO v roku 2009.



Zdroj: turistika.cz

Ladomirová – Drevený chrám sv. Michala Archanjela

Bodružal – Drevený chrám sv. Mikuláša

Ďalšie vybrané atrakcie v okolí pútnických miest

Frička



Krivé



Venécia



Potoky



Skanzen Stará Ľubovňa



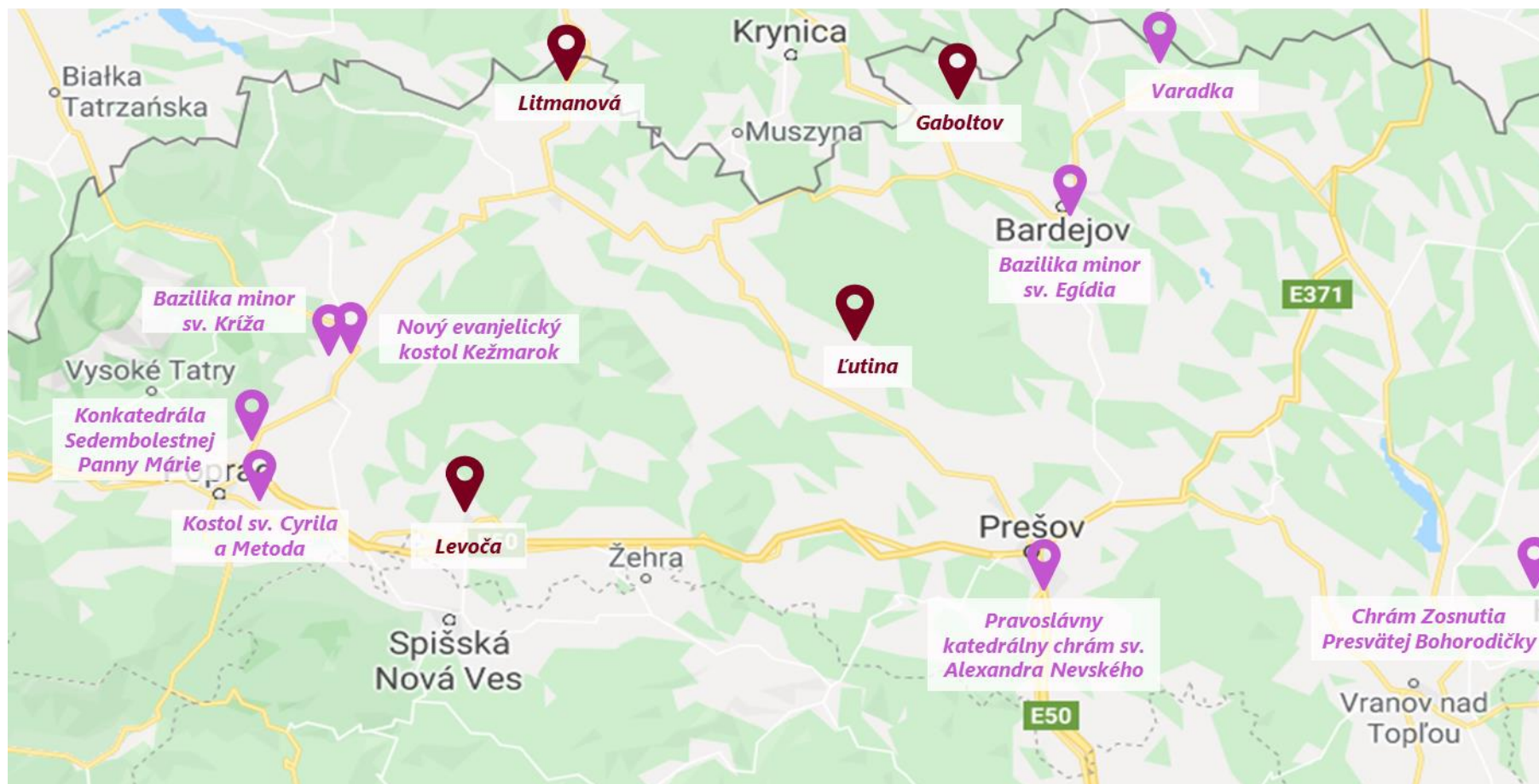
Skanzen Bardejov



Skanzen Humenné



Vybrané sakrálné stavby



Vybrané atraktivity v okolí pútnických miest

V regióne na poľskej a slovenskej strane hranice sa celkovo nachádza 113 miest mariánskej úcty. 16 z nich je na území Malopoľského vojvodstva, 39 na území podkarpatského vojvodstva a 58 v Prešovskom kraji. Ide o rímskokatolícke, gréckokatolícke i pravoslávne objekty, predovšetkým kostoly, ale tiež kaplnky alebo súsošia.



Zdroj: rkcpoprad.sk

Poprad – Konkatedrála Sedembolestnej Panny Márie

- Vystavaná v roku 1942 podľa návrhu Ing. G. Schreiberera.



Zdroj: visitpoprad.sk

Poprad – Kostol sv. Cyrila a Metoda

- Základný kameň posvätil Svätý otec Ján Pavol II.
- Vystavaný v rokoch 1993 – 1998.



Zdroj: kezmarok.sk

Kežmarok – Bazilika minor sv. Kríža

- Najstaršie časti z 13. storočia.
- Dnešná podoba po gotickej prestavbe.



Zdroj: kezmarok.sk

Kežmarok – Nový evanjelický kostol

- Vystavaný v druhej polovici 19. stor. podľa plánu architekta Teofila Hansena.



Zdroj: sprievodcipošovsku.com

Bardejov – Bazilika minor sv. Egídia

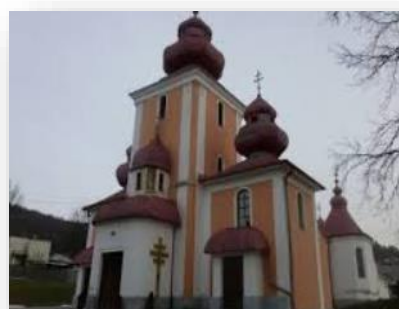
- Počiatky chrámu už v 13. storočí. Trojloďová stavba v goticko-renašančnom štyle.



Zdroj: profil.kultury.sk

Prešov – Pravoslávny katedrálny chrám sv. Alexandra Nevského

- Hlavný chrám pravoslávnej cirkvi na Slovensku.



Zdroj: humenne.dnes24.sk

Humenné – Chrám Zosnutia Presvätej Bohorodičky

- Barokovo-klasicistický jednolodový chrám z roku 1717.



Zdroj: drevenechramy.sk

Varadka – Chrám Ochrany Presvätej Bohorodičky

- Pôvodne gréckokatolícky drevený chrám z 2. polovice 18. storočia., dnes pravoslávny z roku 1924.

Ďalšie vybrané atrakcie v okolí pútnických miest



Zdroj: apsida.sk

Bijacovce – Kostol Všetkých svätých



Zdroj: severovychod.sk

Červený kláštor – Kláštor kartuziánov



Zdroj: sk.wikipedia.org

Humenné – Kostol Všetkých svätých



Zdroj: tatrysipieniny.sk

Kežmarok – Bazilika minor svätého Kríža



Zdroj: apsida.sk

Slatvina – Kostol Nanebovzatia Panny Márie



Zdroj: vypadni.sk

Sabinov – Kostol Mučeníckej smrti svätého Jána Krstiteľa



Zdroj: kapitula.sk

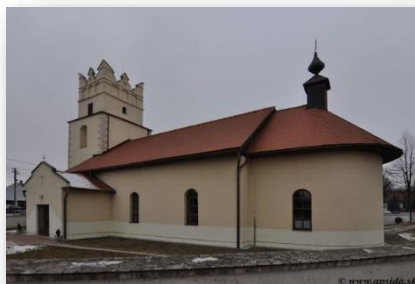
Spišská Kapitula – Katedrála svätého Martina



Zdroj: svestav.sk

Prešov – Konkatedrála svätého Mikuláša

Ďalšie vybrané atrakcie v okolí pútnických miest



Zdroj: apsida.sk

Červenica pri Sabinove – Kostol sv. Martina z Tours



Zdroj: cs.wikipedia.org

Strážky – Kostol sv. Anny



Zdroj: svatomarianska-put.sk

Spišský Hrhov – Kostol sv. Šimona a Júdu



Zdroj: apsida.sk

Spišská Sobota – Kostol sv. Juraja



Zdroj: severovychod.sk

Levoča – Kláštor minoritov



Zdroj: pamiatkynaslovensku.sk

Prešov – Kostol svätého Kríža



Zdroj: severovychod.sk

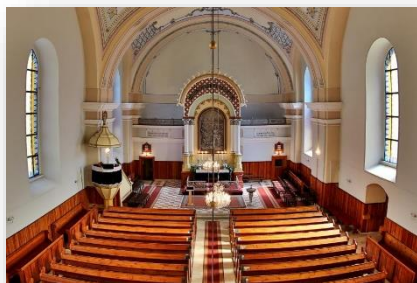
Spišská Stará Ves – Kostol Nanebovzatia Panny Márie



Zdroj: cs.wikipedia.org

Vranov nad Topľou – Bazilika Narodenia Panny Márie

Ďalšie vybrané atrakcie v okolí pútnických miest



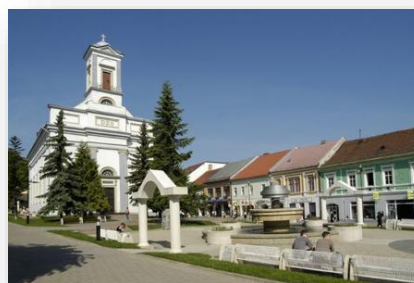
Zdroj: ecavbardejov.sk

Bardejov – Evanjelický kostol sv. Cyrila a Metoda



Zdroj: cs.wikipedia.org

Levoča – Evanjelický kostol Svätej Trojice



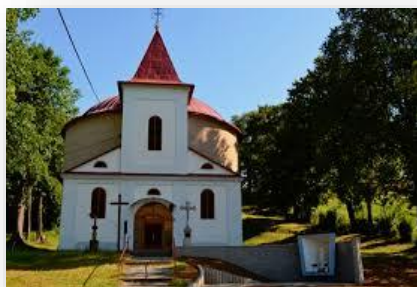
Zdroj: poprad.sk

Poprad – Evanjelický Kostol Svätej Trojice



Zdroj: cs.wikipedia.org

Jakubany – Chrám svätých apoštolov Petra a Pavla



Zdroj: lenartov.sk

Lenartov – Farský kostol sv. Leonarda



Zdroj: mapio.net

Spišské Podhradie – Synagóga



Zdroj: slovakia.travel

Vrbové – Synagóga



Zdroj: svadbaonline.sk

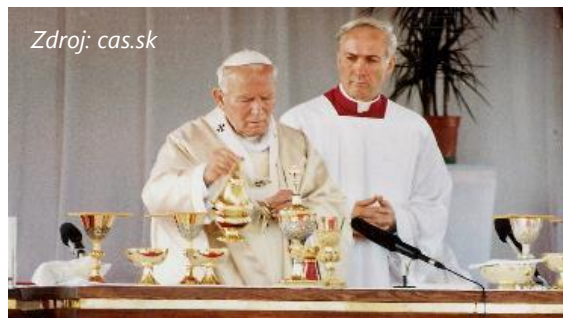
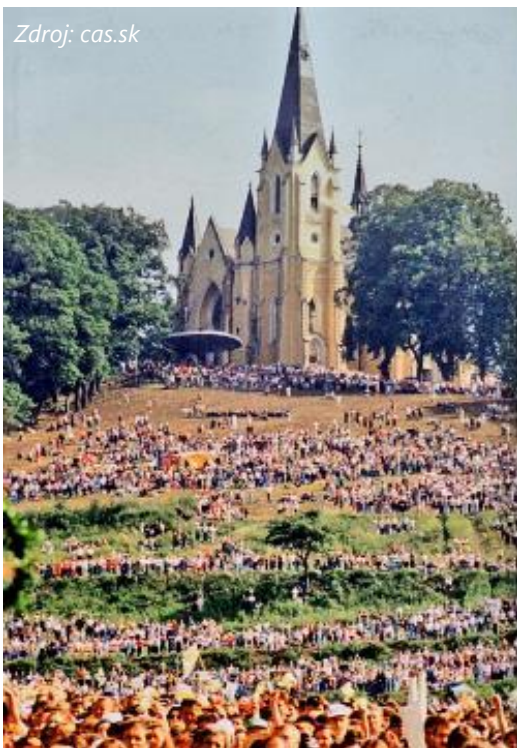
Vranov nad Topľou – Čemerné – Chrám Zosnutia Presvätej Bohorodičky

Návšteva pápeža Jána Pavla II. v roku 1995

Obrovské návštevnosti zo strany veriacich sa pútnické miesta a okolité mestá tešila v čase **návštevy pápeža Jána Pavla II. v roku 1995**.

- Počas jeho cesty na Slovensko navštívil v Prešovskom kraji tieto miesta: Košice, Prešov, Spišskú Kapitulú, Levoču, Poprad a Vysoké Tatry.
- Stretol sa s najvyššími predstaviteľmi SR a stovkami tisíc veriacich.
- V Košiciach kanonizoval troch blahoslavených – Marka Križina, Melichara Grodeckého a Štefana Pongráca.

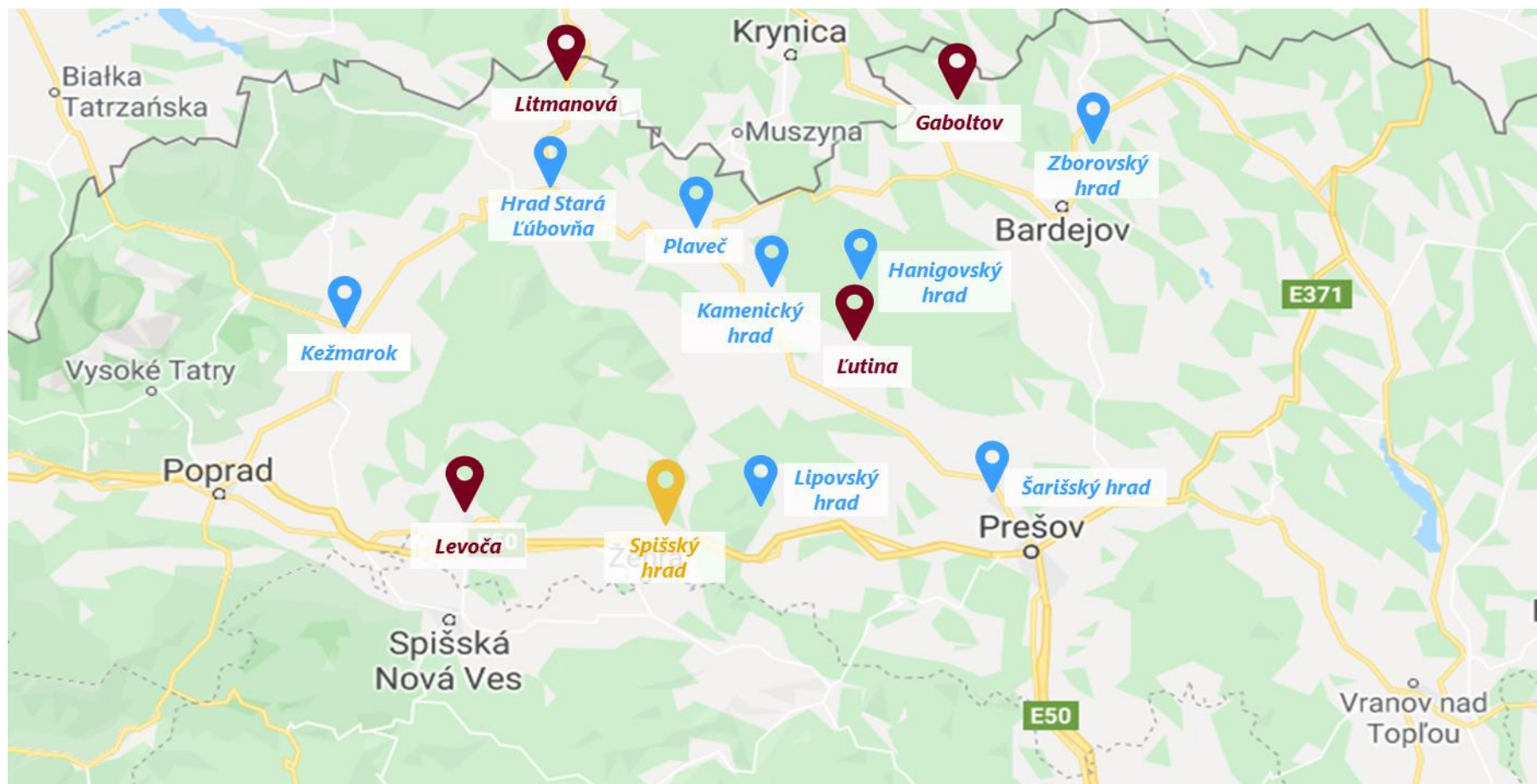
Levoča – slávna púť v roku 1995



Návšteva pápeža Jána Pavla II. v Prešove



Vybrané hrady a zámky



Vybrané atrakcie v okolí pútnických miest

Prešovský kraj je veľmi bohatý na zachované architektonické skvosty v podobe hradov, ktoré sa často nachádzajú veľmi blízko pri sebe a vďaka tomu je možné ich navštíviť počas jedného dňa hneď niekoľko.



Zdroj: kezmarok.com

Kežmarok

- Hrad prestavaný na zámok.
- Založený v polovici 15. stor.
- Gotický, neskôr renesančný.



Zdroj: cestovanie.pravda.sk

Hrad Stará Ľubovňa

- Vystavený na vápencovom kopci s nadmorskou výškou 548 m
- Vznik v druhej polovici 13. stor.



Zdroj: kamnavylet.sk

Hrad Plaveč

- Kamenná zrúcanina hradu.
- Vystavaná v 14. stor.



Zdroj: severovychod.sk

Zborovský hrad

- Prezývaný Makovica.
- Zrúcanina, pôvodný hrad vystavaný v 14. stor.



Zdroj: pinterest.com

Kamenický hrad

- Stojí na vápencovej skale vo výške 725 m n. m. v pohorí Čergov
- Vystavaný v 13. stor.



Zdroj: pis.sk

Hanigovský hrad

- Vznik kamenného hradu v 13. stor., zánik v 16.
- Pôvodne gotický palác



Zdroj: severovychod.sk

Šarišský hrad

- Jeden z najrozsiahlejších stredovekých hradov.
- Postavený na Šarišskom vrchu – kuželovitom andezitovom, 570 m. n. m.



Zdroj: vypadni.sk

Lipovský hrad

- Prezývaný Zámčisko, Jazvečia hora alebo Varhoška.
- Kamenný hrad vznikol v 13. stor. Dnes dochovaný ako zrúcanina.

Ďalšie vybrané atraktivity v okolí pútnických miest

V mestách a dedinách stále môžeme nájsť stopy dávnej minulosti. Avšak len naozaj celkom výnimočne možno nájsť takú koncentráciu kaštieľov, akú majú v Pečovskej Novej Vsi.



Zdroj: pecovska.sk

Ringov kaštieľ



Zdroj: pecovska.sk

Péchyho kaštieľ



Zdroj: pecovska.sk

Mariássyho kaštieľ



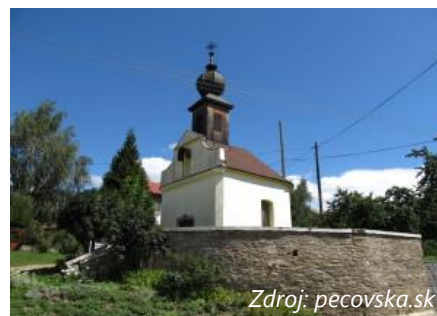
Zdroj: pecovska.sk

**Neskororenesančný
dvojvežový kaštieľ**



Zdroj: pecovska.sk

**Kostol svätého
Ondreja Apoštola**



Zdroj: pecovska.sk

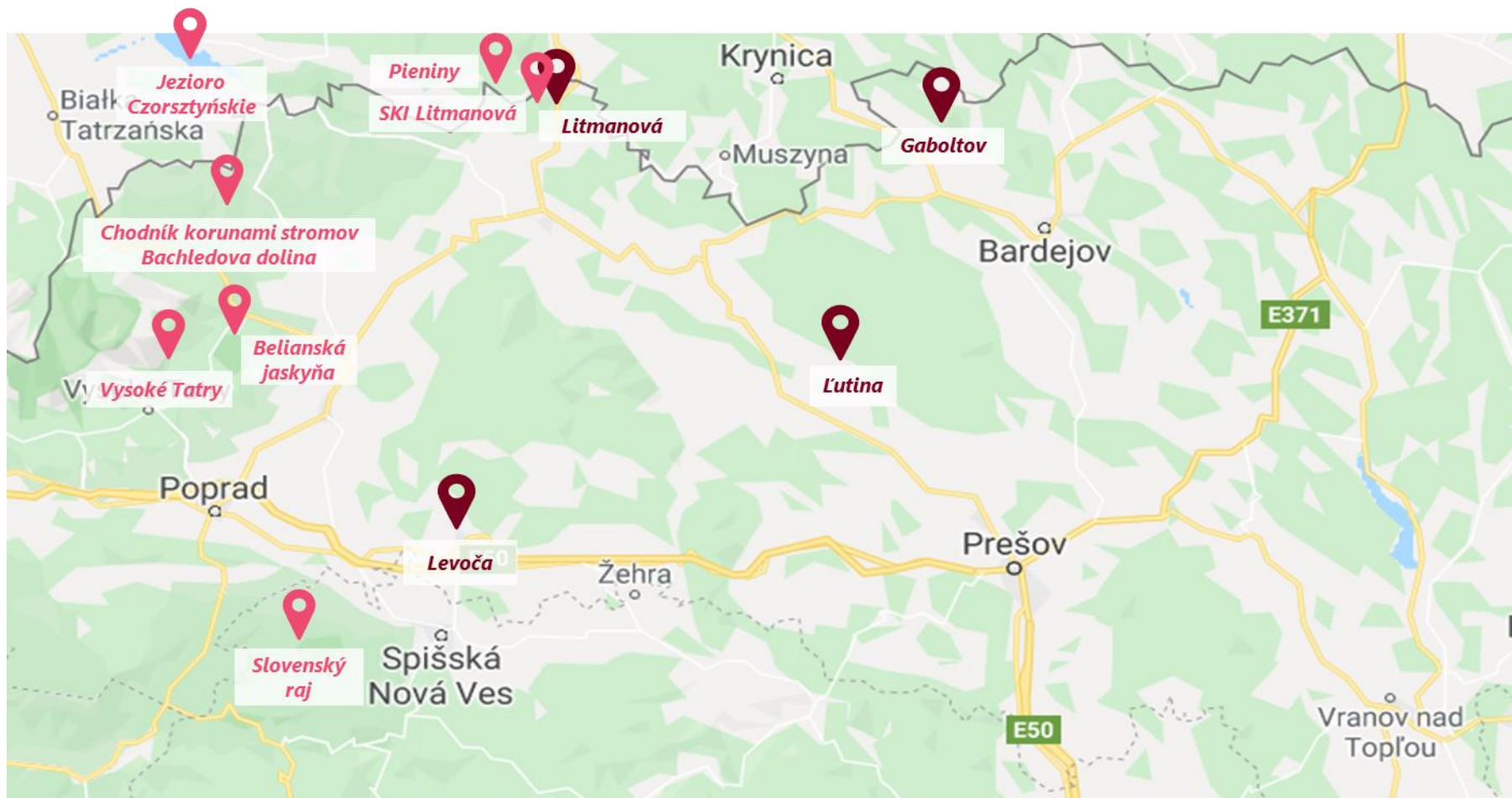
**Kaplnka svätého
Jána Nepomuckého**



Zdroj: pecovska.sk

Židovský cintorín

Vybrané přírodní atrakitivity



Vybrané atraktivity v okolí pútnických miest

Ide o hornatú oblasť, v okolí pútnických miest sa nachádza mnoho zaujímavých a z pohľadu cestovného ruchu atraktívnych miest. Všeobecne ide skôr o miesta prírodného rázu, či už ide o Vysoké Tatry, Pieniny alebo Slovenský raj.



Zdroj: vyslapy.cz

Vysoké Tatry

- Významné centrum cestovného ruchu.
- Kúpeľné mesto a východiskový bod pre mnohé putovanie.



Zdroj: beautifulslovakia.sk

Pieniny

- 1050 m. n. m. Najvyšší bod pohoria Pieniny.
- Priamo na Slovensko-Poľskej štátnej hranici.



Zdroj: novinky.cz

Slovenský raj

- Ide o národný park a je jednou z najkrajších prírodných oblastí Slovenska.



Zdroj: youtube.cpm

Belianska jaskyňa

- Jedna z najväčších a jediná sprístupnená vysokohorská kvapľová jaskyňa.



Zdroj: tripadvisor.com

Chodník korunami stromov Bachledova dolina

- Nachádza sa na území Pieninského národného parku.
- Trasa s dĺžkou viac ako 600 m



Zdroj: skilltmanova.sk

SKI Litmanová

- V areáli sa nachádza päť zjazdoviek a päť lyžiarskych vlekov.
- Nachádza sa v pohorí Pieniny a ponúka letnú aj zimnú prevádzku.



Zdroj: Slovakia.travel

Poloniny

- Národný park hraničiaci s Poľskom a Ukrajinou.
- Najvýchodnejšia časť Slovenska a patrí medzi najredšie osídlené



Zdroj: zagle.se.pl

Jezioro Czorsztyńskie

- Je priehrada vzniknutá na rieke Dunajec v roku 1997, má rozlohu 10 km².

Ďalšie vybrané atrakcie v okolí pútnických miest



Zdroj: sk.wikipedia.org

Čergov



Zdroj: planetslovakia.sk

Jarabinský prielom



Zdroj: hiking.sk

Skalky pri Údole



Zdroj: kamnavylet.sk

Biela skala



Zdroj: kamnavylet.sk

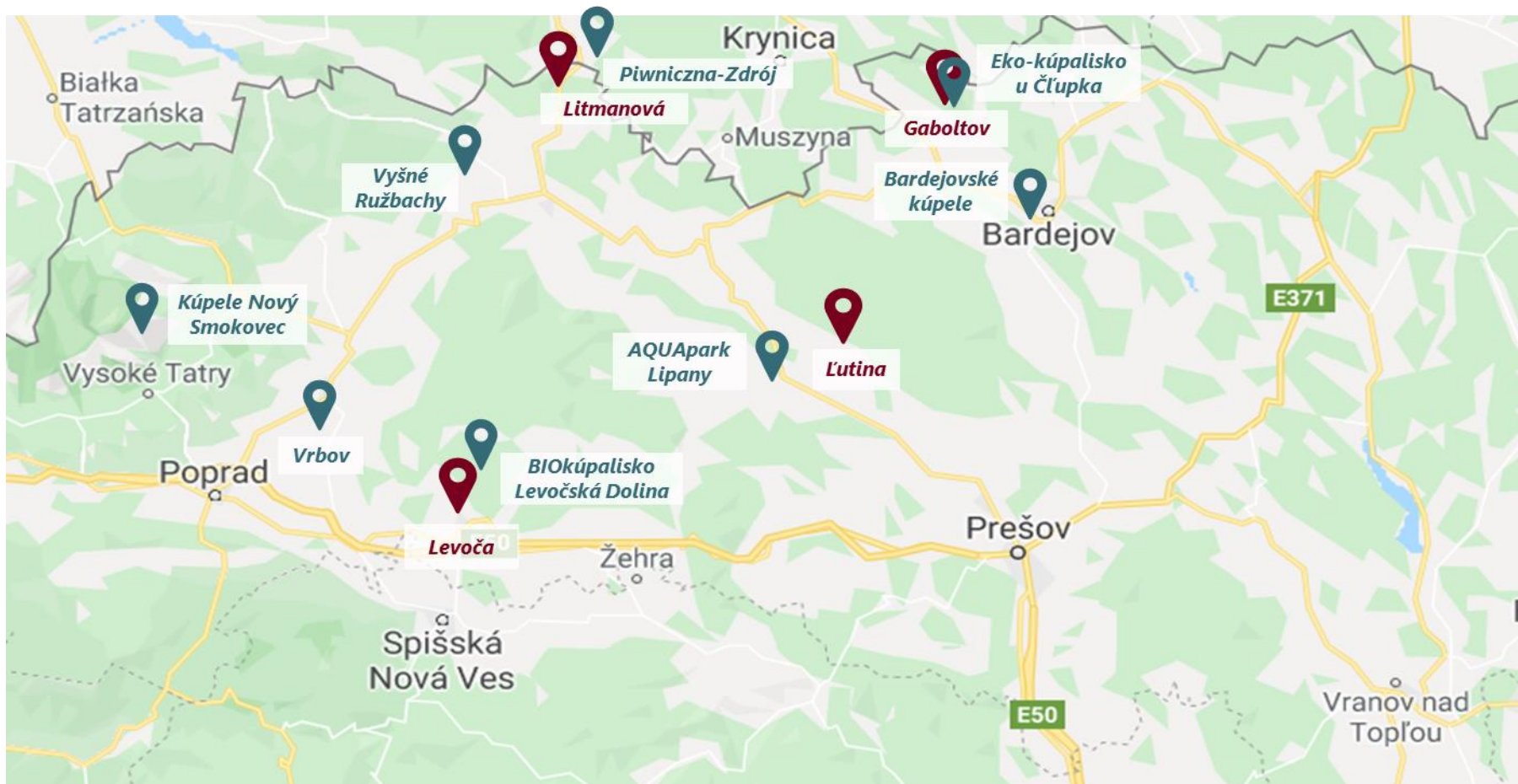
Jezerké jazero



Zdroj: treking.sk

Skalné mesto Dreveník

Vybrané kúpeľné centrá



Atraktivity v okolí pútnických miest

V oblasti nájdeme aj niekoľko významných kúpeľných miest s liečivými zdrojmi, predovšetkým ide o minerálne vody. Kúpele sa nachádzajú ako na slovenskej, tak na poľskej strane hranice.



Zdroj: wikipedia.com

Piwniczna-Zdrój

- Kúpeľné mesto pre liečbu ochorení tráviaceho ústrojenstva.
- V okolí ski areálu a rozhľadne.



Zdroj: severovychod.sk

Vyšné Ružbachy

- Prírodné liečivé minerálne pramene, ktoré sú vhodné na liečenie srdcovo-cievnych a nervových chorôb.



Zdroj: ocal.cz

Termálne kúpele Vrbov

- Významné centrum cestovného ruchu.
- Kúpeľné mesto a východiskový bod pre mnohé putovania.



Zdroj: travelguide.sk

Bio kúpalisko Levočská dolina

- Tri prírodné bazény, možnosť rybolovu a konzumácie rýb na mieste, sprievodná infraštruktúra.



Zdroj: kupele.bj.sk

Bardejovské Kúpele

- Patria medzi špičku slovenského kúpeľníctva.
- Majú najširšie indikačné zameranie spomedzi všetkých slovenských.



Zdroj: sorger.sk

Kúpele Nový Smokovec

- Najznámejšie klimatické kúpele na Slovensku v Tatranskom národnom parku.



Zdroj: travelguide.sk

AQUApark Lipany

- Termálny vodný park.
- Bazény, atrakcie a wellness.
- Predpokladaný termín otvorenia: leto 2020.

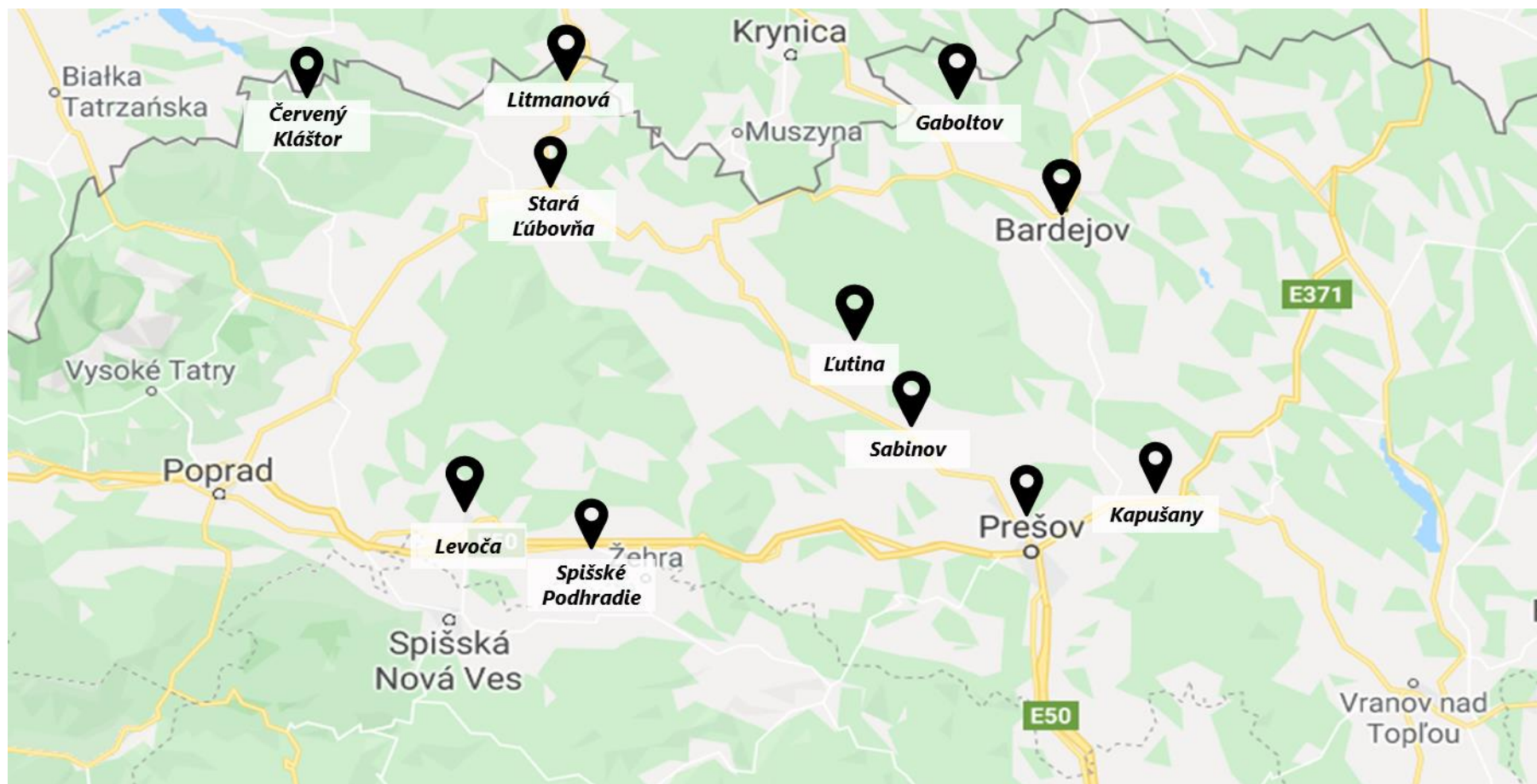


Zdroj: farmabusovgaboltov.sk

Eko-kúpalisko u Člupka

- Farma Busov Gaboltov.
- Prvé ekologické kúpalisko v okrese Bardejov.
- Predpokladaný termín otvorenia: leto 2020.

Vybrané kultúrne podujatia



Vybrané kultúrne podujatia

V Prešovskom kraji a v okolí sa koná veľké množstvo pravidelných kultúrnych podujatí. Pre potreby štúdie sme vybrali nasledujúce akcie na religióznej a folklórnej báze.



Zdroj: staralubovna.sk

Trojkráľová liturgia

- Gréckokatolícka trojkráľová liturgia v gréckokatolíckom kostolíku v skanzene pod Hradom Ľubovňa.
- Termín konania: január



Zdroj: slovakia.travel

Fašiangovanie v Prešove

- Voňavé a chutné dobroty, ľudová hudba, pestrý sprievodný program a tradičné pochovávanie basy.
- Termín konania: február



Zdroj: presov.korzar.sme.sk

Živá krížová cesta, Prešov

- Živé zobrazenie poslednej cesty Ježiša Krista v podaní dobrovoľníkov z farnosti Prešov – Nižná Šebastová.
- Termín konania: Veľký piatok



Zdroj: spisiakoviny.eu

Spišský Jeruzalem

- Kultúrno-duchovný festival.
- Spišská Kapitula, Spišské Podhradie a ich okolie.
- Termín konania: máj



Zdroj: osvetapoprad.sk

Zamagurské folklórne slávnosti

- Prehliadka ľudového spevu, tanca, hier a zvykov Zamaguria v čarovnej prírode Pienin.
- Termín konania: jún



Zdroj: slovakia.travel

Kapušíanske folklórne dni

- Slávnosti ľudovej kultúry a tradícií v Kapušanoch pri Prešove.
- Termín konania: jún



Zdroj: grkatba.sk

Pút' rodín – Ľutina

- Pút' rodín a stretnutie detí Prešovskej archieparchie s otcom arcibiskupom Jánom.
- Termín konania: jún



Zdroj: severovychod.sk

Musica sacra

- Medzinárodný festival cirkevnej hudby.
- Levoča, Bazilika sv. Jakuba.
- Termín konania: júl

Vybrané kultúrne podujatia

V Prešovskom kraji a v okolí sa koná veľké množstvo pravidelných kultúrnych podujatí. Pre potreby štúdie sme vybrali nasledujúce akcie na religióznej a folklórnej báze.



Zdroj: dobrenoviny.sk

Slávosti kultúry Lemkov – Rusínov

- Slávosti o zvykoch, hudbe a regionálnej gastronómii.
- Kúpele Červený Kláštor.
- Termín konania: júl



Zdroj: spis.korzar.sme.sk

Slávnosť sv. Cyrila a Metoda

- Gréckokatolícka liturgia v drevenom chráme v skanzene pod Hradom Ľubovňa, kultúrny program.
- Termín konania: júl



Zdroj: slovakia.travel

Levočská púť

- Najstaršie pútnické miesto východného slovenska.
- Mariánska hora v Levoči.
- Termín konania: júl



Zdroj: ke-arcidieceza.sk

Hlavná púť v Gaboltove

- Hlavné pútnické miesto Košickej arcidiecézy.
- Kostol sv. Vojtecha, Gaboltov.
- Termín konania: júl



Zdroj: lipany.sk

Celoslovenská púť seniorov v Levoči

- Duchovný program pre seniorov z celého Slovenska.
- Termín konania: júl



Zdroj: ke-arcidieceza.sk

Celoslovenská púť mužov v Gaboltove

- Na svätej omši možno vidieť iba muža.
- Termín konania: august



Zdroj: magazin.panobcan.sk

Hlavná púť na horu Zvir

- Miesto pokoja, modlitby a mariánskej úcty.
- Hora Zvir v Litmanovej.
- Termín konania: august



Zdroj: bazilikalutina.sk

Archieparchiálna odpustová slávnosť v Ľutíne

- Miesto zjavenia sv. Mikuláša.
- Termín konania: august

Vybrané kultúrne podujatia

V Prešovskom kraji a v okolí sa koná veľké množstvo pravidelných kultúrnych podujatí. Pre potreby štúdie sme vybrali nasledujúce akcie na religióznej a folklórnej báze.



Zdroj: postoj.sk

Rómska púť v Gaboltove

- Rómska púť v Gaboltove má najdlhšiu históriu svojho druhu na Slovensku.
- Termín konania: august



Zdroj: litmanova.sk

Litmanovské slávnosti

- Dni rodákov, vystúpenia folklórnych súborov, ochutnávka tradičných jedál apod.
- Termín konania: august



Zdroj: poprad.dnes24.sk

Stretnutie Goralov v Pieninách

- Hudobno-zábavný festival v srdci Pienin.
- Kúpele Červený Kláštor.
- Termín konania: august



Zdroj: osvetalubovna.sk

Slávnosti Poľsko-Goralskej kultúry

- prezentácie poľskej či goralskej kultúry v Starej Ľubovni.
- Termín konania: september



Zdroj: pis.sk

Kráska životu

- Regionálna súťažná prehliadka folklórnych skupín v Sabinove.
- Termín konania: október



Zdroj: skaut.sk

Ekumenické uvítanie Betlehemskeho svetla

- Betlehemske svetlo na poludnie Štedrého dňa v Bardejove.
- Termín konania: december

Dopravná infraštruktúra

Cyklotrasy Prešovského kraja

- Celkový rozsah kostrovej siete cyklistických komunikácií v Prešovskom kraji je takmer **840 kilometrov**. Navrhované trasy prepájajú hlavné **turistické destinácie a významné sídla**, ako sú Vysoké a Nízke Tatry, Pieniny, Poloniny, Dukla a drevené kostolíky, VN Domaša a tiež centrá kultúrneho cestovného ruchu a **pamiatok UNESCO**, ako napríklad mesto Kežmarok, Stará Ľubovňa, Levoča, Prešov, Spišské Podhradie, Medzilaborce.
- Súčasťou je Euro Velo EV 11 s dĺžkou 150 km na trase Košice – Prešov – Veľký Šariš – Sabinov – Lipany – Stará Ľubovňa – Orlov – Mníšek nad Popradom.



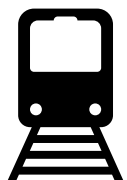
Zdroj: Dokument KS PSK

Dopravná infraštruktúra v Prešovskom kraji



Cestná doprava:

- Na území Prešovského kraja je spolu 3 094 kilometrov ciest.
- Dôležité cestné tepny:
 - E 50 spájajúca česko-slovenskú hranicu so slovensko-ukrajinskou hranicou (Drietoma – Žilina – Prešov – Košice – hranica SR/UA – Užhorod)
 - 371 v úseku Prešov – Svidník – Vyšný Komárnik – hranica SR/PL (Rzeszow).
 - cesta č. 68 idúca do Poľska cez Mníšek nad Popradom



Železničná doprava:

- 430 km tratí a 41 km tatranskej elektrickej železnice.
- Najdôležitejšími železničnými križovatkami sú Prešov a Poprad. Trať Žilina – Košice má celoštátny význam a je zaradená do systému medzinárodných dohôd AGC a AGTC.
- Postupnou modernizáciou sa tu dosiahne rýchlosť 120 km/hod.
- Od začiatku roka 2016 je priame každodenné vlakové spojenie na trase Prešov – Praha.



Autobusová doprava:

- Rozhodujúcim druhom dopravy v rámci Prešovského kraja je autobusová doprava, ktorá zabezpečuje viac ako 90 % prepravy obyvateľstva.
- V menších obciach ako je Gaboltov, Litmanová či Ľutina je obyvateľstvo v rámci dopravy odkázané na riedke spoje autobusovej dopravy.

Zdroj: po-kraj.sk

Verejná doprava na pútnické miesta

LITMANOVÁ

- Obec Litmanová sa nachádza približne 11 km od okresného mesta Stará Ľubovňa. Pútnici môžu toto mesto využiť ako východiskový bod.
- Možné je tiež využitie autobusovej dopravy. Napr.:
 - Stará Ľubovňa – Litmanová (cca 15 minút),
 - Prešov – Stará Ľubovňa – Litmanová (cca 2 hodiny),
 - Poprad – Stará Ľubovňa – Litmanová (cca 1,5 hodiny),
 - Bardejov – Stará Ľubovňa – Litmanová (cca 2,5 hodiny).

ĽUTINA

- Obec Ľutina sa nachádza približne 9,5 km od okresného mesta Sabinov. Pútnici môžu toto okresné mesto využiť ako východiskový bod.
- Možné je tiež využitie autobusovej dopravy. Napr.:
 - Sabinov – Ľutina (cca 15 minút),
 - Stará Ľubovňa – Pečovská Nová Ves – Ľutina (cca 1,5 hodiny),
 - Prešov – Sabinov – Ľutina (cca 1 hodinu),
 - Poprad – Plavnica – Pečovská Nová Ves – Ľutina (cca 3 hodiny),
 - Bardejov – Prešov – Pečovská Nová Ves – Ľutina (cca 2 hodiny).

GABOLTOV

- Obec Gaboltov sa nachádza približne 15 km od Bardejova. Pútnici môžu toto mesto využiť ako východiskový bod.
- Možné je tiež využitie autobusovej dopravy. Napr.:
 - Bardejov – Gaboltov (cca 30 minút),
 - Prešov – Bardejov – Gaboltov (cca 1,5 hodiny),
 - Poprad – Tarnov – Gaboltov (cca 3 hodiny),
 - Stará Ľubovňa – Tarnov – Gaboltov (cca 1,5 hodiny).

LEVOČA – MARIÁNSKA HORA

- Mariánska hora sa nachádza približne 2 km od centra mesta Levoča. Pútnici môžu toto mesto využiť ako východiskový bod.
- Príklady autobusového spojenia do mesta Levoča:
 - Prešov – Levoča (cca 1 hodinu),
 - Poprad – Levoča (cca 45 minút),
 - Stará Ľubovňa – Poprad – Levoča (cca 2,5 hodiny),
 - Bardejov – Prešov – Levoča (cca 3,5 hodiny).

Ubytovanie

Litmanová

- Nachádza sa tu 5 ubytovacích kapacít, ide o apartmány, penzióny či chaty v súkromných rukách, nejde o klasické hotely. Nemožno nespomenúť pútnický dom, ktorý je významnou kapacitou obce.
- Vo väčšine prípadov sú ubytovacie kapacity vysoko hodnotené, čo je zrejme späté s osobným prístupom a starostlivosťou miestnych.

Ľutina

- V obci Ľutina nebolo nájdené žiadne dostupné ubytovanie.
- Nevylučuje sa ale možnosť ubytovania u miestnych či na miestnej fare, či v novo dobudovanom turistickom prístrešku.

Levoča

- Nachádza sa tu necelých 30 ubytovacích kapacít.
- Z toho viac ako polovica má vynikajúce hodnotenie 9 z 10.
- Ide o 5 hotelov, 10 penziónov a ďalej apartmány, vily aj dovolenkové domy.
- Dva hotely majú štyri hviezdičky, ostatné menej.

Gabolto

- V Gaboltove nájde jednu ubytovaciu kapacitu, ktorá sa nachádza v rodinnom dome. K dispozícii sú dve izby až pre osem osôb. Ubytovanie má vysoké hodnotenie užívateľov portálu booking.com a to necelých 9 bodov z 10.



Zdroj: booking.com

Stravovacie zariadenia

Litmanová

- V Litmanovej a jej tesnom okolí sa bohužiaľ nenachádzajú žiadne stravovacie zariadenia.
- Tu by bolo vhodné využiť koncept zapojenia miestnych dôchodcov a poskytovanie domácej kuchyne napríklad v období Svätomariánskej púte, kedy prichádza do miesta mnoho turistov.

Ľutina

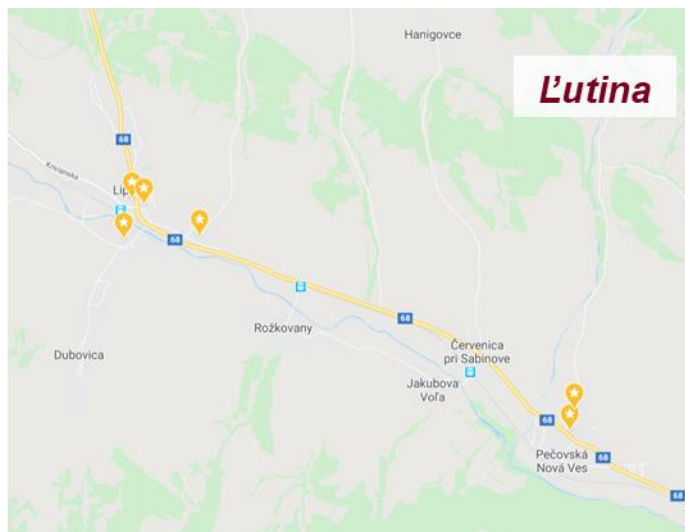
- V obci Ľutina je podobná situácia ako v Litmanovej. Tu sa okrem stravovacích zariadení nenachádzajú ani tie ubytovacie.
- Avšak je možné nájsť stravovacie zariadenia v neďalekých obciach napojených na cestu číslo 68.

Levoča

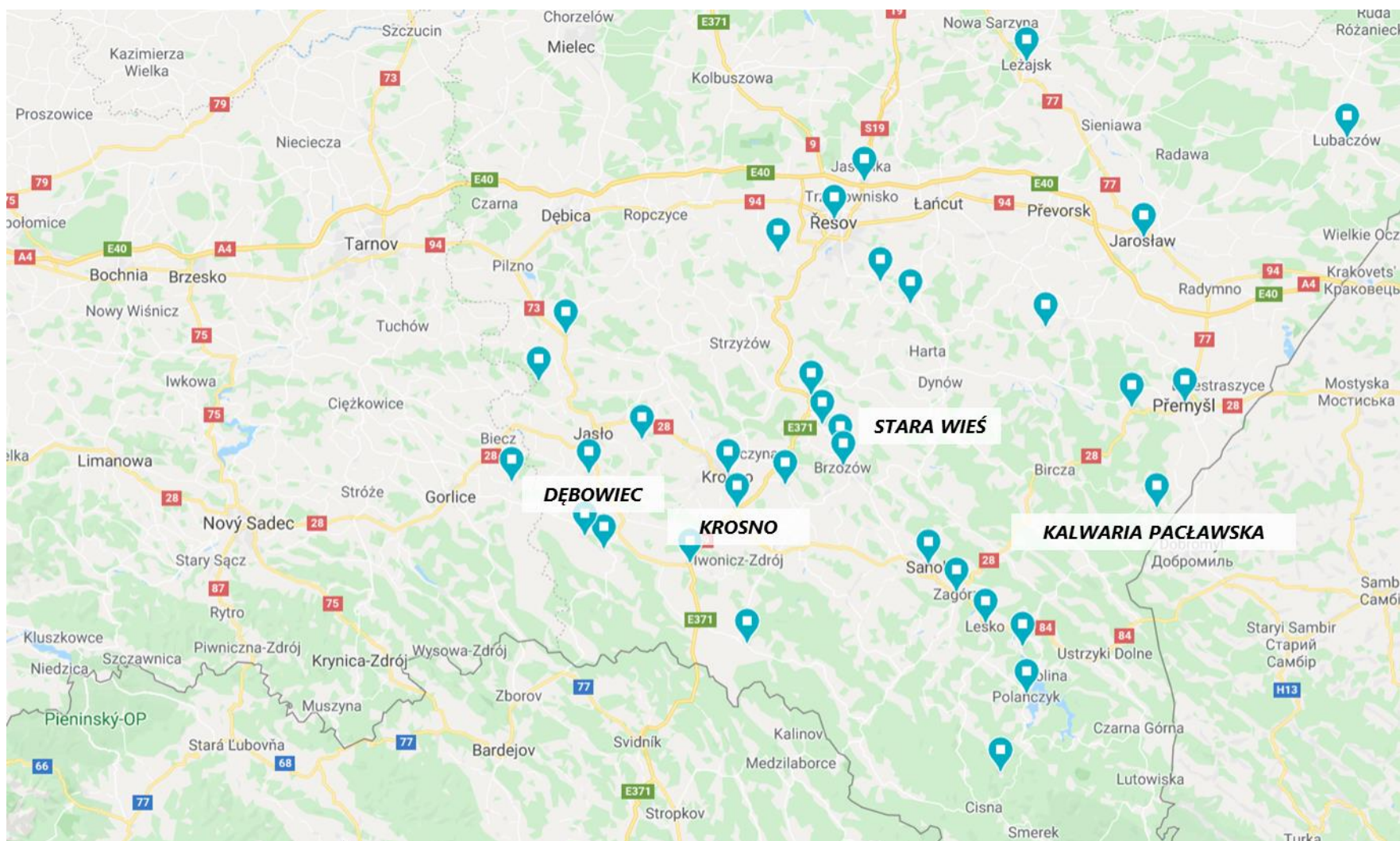
- V Levoči je možné nájsť mnoho reštaurácií rôzneho typu, hodnotení i cenových kategórií. Vyberie si tu naozaj každý.
- Medzi hlavné typy patrí napr. Kupecká Bašta, Planéta Levoča či Reštaurácia u 3 Apoštolov.

Gaboltove

- V Gaboltove nájdeme jednu ubytovaciu kapacitu, v tomto zariadení je možné sa aj stravovať, ďalej sa tu nachádza aj Karčma, ktorá je označená ako gastrobar.
- Ďalšie stravovacie zariadenia sa nachádzajú v blízkom okolí.



Pamiętki na polskiej stronie hranice



Zdroj: Mariánsky chodník „Svetlo z Východu” – Príspevok k štúdiu realizovateľnosti projektu, autor: Ph.D. Paweł Rut

Pútnické miesta na trase - Poľsko

STARA WIEŚ

- Drevený katolícky kostol Povýšenia svätého Križa z roku 1522 s neskorogotickým obrazom Ukrižovania
- Neskorogotická Bazylika Wniebowzięcia Najświętszej Maryi Panny



KROSNO

- Mesto preslávené výrobou skla a ťažbou ropy
- Kościół farny pw. Trójcy Świętej
- Sanktuárium sv. Jána Pavla II., ktoré ročne navštívi cca 10 000 pútnikov



KALWARIA PACŁAWSKA

- Pútnické miesto, osada zo 17. stor.
- Sanktuarium Matki Bożej Kalwaryjskiej
- Komplex františkánskeho kláštora, kostola a desiatok kaplniek



DĘBOWIEC

- Bazilika Matki Bożej Saletyńskiej
- Blízko baziliky sa nachádza tzv. štvorcové sanktuárium
- Okolie baziliky navštívi cca 900 organizovaných skupín ročne



Poľskí partneri - investície

Towarzystwo Jezusowe Dom Zakonny w Starej Wsi

(Stara Wieś)

214 246, 79 €

- Vytvorenie prechodu medzi nádvorím a záhradou.
- Realizácia komunikačného prepojenia medzi bazilikou a záhradou.
- Zhotovenie nového povrchu chodníkov pre pútnikov medzi tujami.
- Vybudovanie amfiteátra sv. Pavla.

Parafia Rzymskokatolicka pw. św. Piotra Apostoła i św. Jana z Dukli w Krośnie

(Krosno)

341 460,46 €

- Zhotovenie záhrad v areáli s umelecky znázorenými mariánskymi tajomstvami.
- Sociálne zariadenie v existujúcej fare.
- Infostánok o pútnickom centre.

Klasztor Znalezienia Krzyża Świętego Zakonu Braci Mniejszych konwentualnych

(Kalwaria Paławska)

307 499,87 €

- Úprava terénu formou zhotovenia spevnených plôch, chodníkov a zálivov, zo žulovej kocky so skosenými rampami pre zdravotne postihnutých.
- Výstavba prvkov drobnej architektúry (lavičky, miesta pre oddych).
- Osvetlenie areálu.
- Ozvučenie.

Zgromadzenia Księża Misjonarzy Saletynów, Dom Zakonny

(Dębowiec)

345 414,02 €

- Výstavba parkoviska.
- Výstavba prístrešku s ohniskom.
- Výstavba prvkov drobnej architektúry (lavičky, cyklostojany, výsadba zelene, spevnený povrch).
- Montáž monitoringu s WiFi hotspotom.
- Montáž osvetlenia.
- Montáž ozvučenia plochy.

Zhrnutie

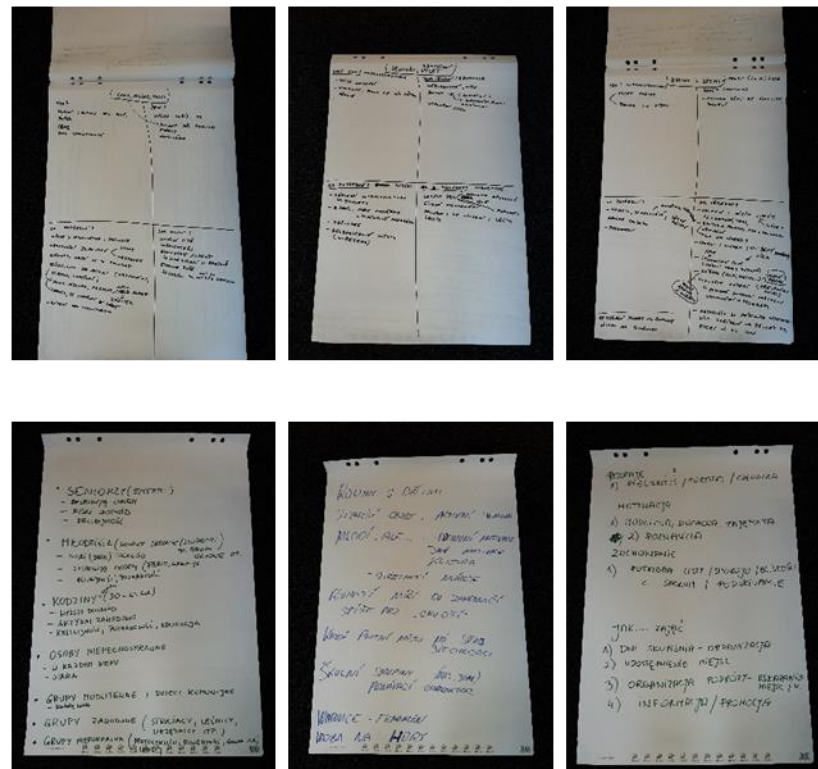
- Z pohľadu cestovného ruchu sú centrá pútnického turizmu (Litmanová, Ľutina, Levoča a Gaboltov) skôr menej významnými miestami v Prešovskom kraji, ktorý je veľmi bohatý na návštevnícky obľúbené atraktivity. Jedná sa predovšetkým o päť z ôsmich slovenských pamiatok UNESCO, sieť hradov a zámkov, významné sakrálne stavby alebo klenoty v podobe pohorí Vysoké Tatry a Pieniny. Neopomenuteľným centrom turistického ruchu sú tiež Bardejovské Kúpele. V oblasti sa naopak nenachádza mnoho technických pamiatok, alebo miest ako sú zábavné parky, aquaparky či zábavné centrá.
- Spomínané atraktivity nemusia nutne kanibalizovať na ponuke pútnického turizmu a pútnických miest. Naopak môže ísť o prvotný impulz, kedy turista vyrazí na rekreáciu napríklad do Bardejovských Kúpeľov a rozhodne sa rozšíriť svoj pobyt o návštevu pútnických miest či samotnú púť.
- Miestne atraktivity možno vnímať ako vhodné komplementy, kedy Svätomariánska púť hrá aktuálne skôr vedľajšiu úlohu. To je späté aj s úrovňou dostupnej infraštruktúry, ktorá je popísaná skôr v tejto kapitole. Či už ide o ubytovacie či stravovacie zariadenia, kapacity nie sú dostatočné a často chýbajú úplne. Taktiež dopravné spojenie hromadnou dopravou nie je uspôsobené pre pohodlné cestovanie medzi pútnickými miestami.
- Nedostatočná infraštruktúra znižuje konkurencieschopnosť produktu. Treba však poznamenať, že sa v týchto miestach investuje do základnej infraštruktúry, čo má pozitívny vplyv na návštevnícky potenciál jednotlivých miest a oblastí.

***Identifikácia a popis cieľových trhov,
definovanie zákazníckych segmentov cesty
Svätomariánska púť***

Zákaznické segmenty - Focus Group 16. 1. 2020

Vo štvrtok 16. 1. 2020 sa v Litmanovej a Prešove konali dve stretnutia focusových skupín, ktorých cieľom bolo spoločne so zástupcami zainteresovaných strán zo Slovenska a Poľska odhaliť potenciál rozvoja projektu, identifikovať slabiny súčasného stavu a nakročiť správnym smerom pri príprave štúdie realizovateľnosti. Jednou z kľúčových častí stretnutia bolo cvičenie, v rámci ktorého bola diskutovaná charakteristika súčasných návštevníkov pútnických miest a identifikované potenciálne segmenty klientely so záujmom o produkt cestovného ruchu Svätomariánska púť ("Svetlo z východu"). Výstupy z cvičenia, ktoré malo prispieť k zodpovedaniu otázky "Pre aké segmenty klientely vo väzbe na zvolený koncept projektu Svätomariánska púť je tento „produkt“ vhodný a prečo?" sú kľúčovými vstupmi pre analýzu segmentov klientely na ďalších stranách tejto kapitoly.

	GEO	DEMO	SOCI	SEZNÁMIť
BĚŽNÝ SLABKÁK 1) SENIÓRI, VÝLET VE ORGANIZOVANÝM	SLOVENSKO, POČIČKA, UKRAJINA, ČR, NĚSKO ↳ POTENCIÁL, INÍE MĚSTIA	SENIÓRI, MLADÍ, BEZ ZÁVÄZKŮ	- PĚTÝ DĚŇ SOCIÁLNĚ	CELOROČNĚ
OBJEVUJATEL, CESTOVATEL ↳ INTERNĚ ZÁČÍTEK	ČESKO, SLOVENSKO, NĚSKO, POČIČKA, ROMANIA, ČR ↳ JARNA			LETO
RODINY S DĚTMI 1) DĚTI POTENCIÁL DO ZIMNÉHO	JEN SLOVENSKO, NĚSKO			VĚKOVĚ
ORGANIZOVANÉ SKUPINY ↳ ZANĚMÁNĚ NA TOURKY TUREK	ČESKO, EUROPA, J ČIĚT - JIĚN AMERICA, AUSTRÁLIE	SPĚŠE STÁŘÍ		LETO
SKUPY, KAPĚ, SKAUTI BUDOVANĚ ČIĚNĚ TUREK	HLAVNĚ SLOVENSKO			JARO - PODZÍM
NÁRATOVY NÁVŠTEVNÍKŮ (POUČĚ, AKČE)	LZE I Z EUROPY, SVĚTA TAKŽ JE V EUROPE			KONKRÉTNĚ DĚŇ
OBJEVUJATEL, CESTOVATEL ↳ SEZNÁMIť SE, POTENCIÁL	VEREČNĚ MUSÍ BYť TĚŠE ZREALIZOVAT			
ZÁŘADNĚ SKUPINY ↳ MUSÍ EVAĚIT DĚLĚ, CESTU ČIĚNĚ NĚSKO				
VZPOMĚNKOVÁ TURISTIKA KŮŘENY TADY PĚJĚBOU				
PĚJĚBÁNĚ TURISTY NA VÝLET (JE ZME NĚSKO)				



Segmentácia klientely - špecifické cieľové skupiny

Prehľad jednotlivých segmentov vychádza nielen z aktuálneho stavu klientely, ktorá oblasť navštevuje, ale aj z potenciálu, ktorý oblasť ponúka do budúcnosti. Preto je pozornosť najprv venovaná súčasným návštevníkom miest, ktorí sú rozdelení do dvoch skupín podľa toho, či miesta navštevujú v čase konania púti a ďalších akcií, alebo či prichádzajú inokedy v priebehu roka. S týmito skupinami návštevníkov je vhodné ďalej pracovať a rozvíjať ich potenciál, aby sa na miesta vracali, trávili na nich dlhšiu dobu a prispievali svojou prítomnosťou k rozvoju okolitých obcí. Následne boli na základe vykonaných analýz (analýza vybraných kultúrnych trás, analýza súčasných vývojových trendov, analýza zdrojov a potenciálu cesty Svätomariánska púť) a stretnutiach focusových skupín identifikované špecifické cieľové skupiny, ktoré potenciálne môžu mať o produkt cestovného ruchu Svätomariánska púť ("Svetlo z východu") záujem a počet ich príchodov možno podporiť a významne navýšiť.

Cieľom produktu nie je iba zvýšenie návštevnosti pútnických miest, ale aj širší rozmer cestovného ruchu. Tzn., že produkt je možné sekundárne vnímať ako dobrý doplnok, ktorý napomôže rozvoju cestovného ruchu v destinácii či kultivácii správania turistov.

- Charakteristiky identifikovaných skupín klientely sú na nasledujúcich stranách analyzované a je k nim uvedená aj ich segmentácia podľa všeobecných archetypov, ktoré sú využívané pri nastavovaní produktov cestovného ruchu.
- Jednotlivé skupiny sú popísané na základe sociodemografických kritérií, vrátane hlbších motivátorov a bariér, life-styleových charakteristík, možností ich oslovenia, obvyklého trávenia voľného času, atď.



Segmentácia klientely - archetypy

Archetypálna segmentácia využitá na definovanie a analýzu špecifických cieľových skupín

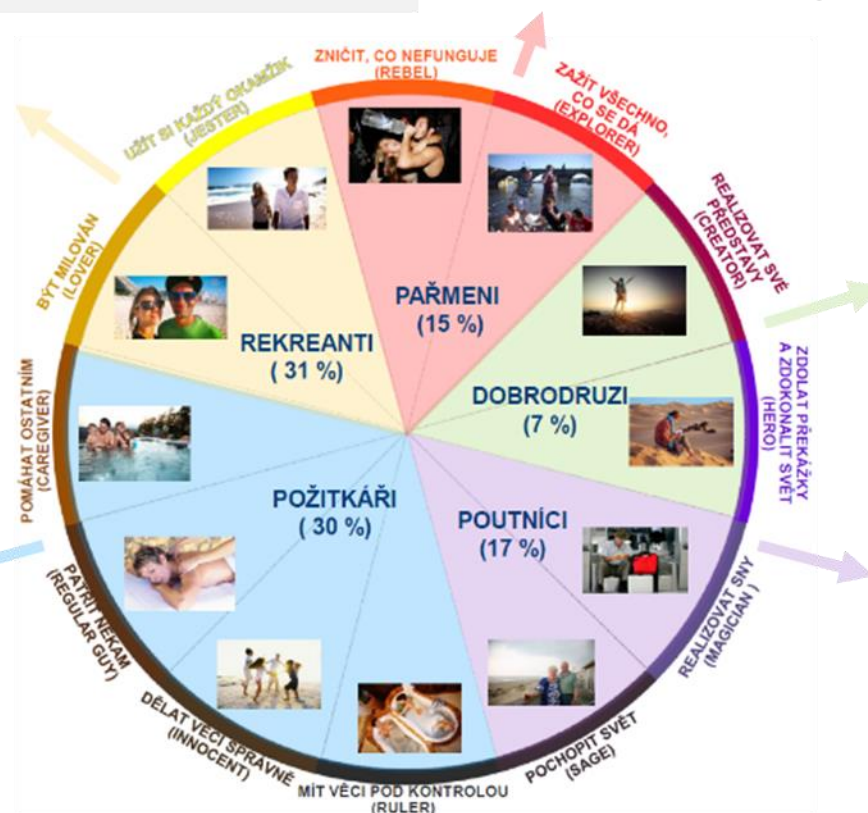
Ide o všeobecnú segmentáciu dopytu, ktorú budeme využívať aj v rámci špecifikácie segmentácie pre pútnický turizmus. Táto segmentácia vychádza z rozsiahleho prieskumu správania, postojov a očakávaní vzťahujúcich sa k cestovaniu (PPM Factum, 2014).

Rekreanti

- Vyššie príjmy a viac voľného času. Segment dovolenkárov jazdí na lacnú dovolenku predovšetkým za účelom odpočinku. O cieľovej destinácii sa dozvedajú od známych na odporúčanie alebo v televízii a zájazd býva realizovaný prostredníctvom cestovnej kancelárie. Program si však rekreanti organizujú sami a je založený na trávení času s rodinou pri nenáročných aktivitách ako sú nákupy, sledovanie televízie či posedenie s blízkymi.

Pôžitkári

- Pre pôžitkárov je pri ich cestách dôležitá kvalita ponúkaných služieb a ľahká dostupnosť. Na cesty sa vydávajú prostredníctvom cestovných kancelárií, ktoré pre nich zariaďujú aj čiastkové výlety. Informácie o destináciách čerpajú z časopisov, propagačných materiálov cestovných kancelárií. Pri cestách radi spoznávajú prírodu, ochutnávajú miestne špeciality a relaxujú v kúpeľoch a wellness centrách.



Flámovači

- Hlavným dôvodom pre cestovanie segmentu flámovačov je predovšetkým nočná zábava na nových miestach, ktorá je cenovo dostupná. Cieľovú destináciu navštevujú bez cestovnej kancelárie v skupine priateľov na základe odporúčania na internete. Ubytovávajú sa v hosteloch, apartmánoch alebo u známych. Program riešia tradične až na mieste a je založený na navštevovaní barov a klubov.

Dobrodruhovia

- Pre dobrodruhov je najdôležitejšie poznávanie nových miest so snahou o autentický zážitok. Trasa býva starostlivo naplánovaná bez využitia cestovných kancelárií a jej súčasťou je poznávanie lokálnych obyvateľov a návšteva miestnych kultúrnych podujatí a koncertov. Pri cestovaní často aktívne športujú a radi podnikajú turistické výlety za atraktivitami v okolí destinácie. Dobrodruhovia sú zabezpečení ľudia najrôznejšieho veku.

Pútníci

- Segment pútnikov cestuje za poznáním miestnej kultúry, tradícií obyvateľov a lokálnych jedál. Na svojich cestách navštevujú hrady a zámky, historické mestá a pamiatky. Pútníci sú veľmi citliví na dodržiavanie ľudských práv a toleranciu. Do cieľovej destinácie jazdia na dobu dlhšiu ako dva týždne a predovšetkým sami. Informácie o destinácii čerpajú prevažne z dokumentov alebo kníh a jedná sa predovšetkým o zaistených a vysokoškolsky vzdelaných cestovateľov.

Zdroj: Monitoring zahraničných turistů v návaznosti na turistické produkty v geografickém členění, PPM Factum, 2014

Súčasní návštevníci - v priebehu roka

Návštevníci prichádzajúci mimo času konania pútí a ďalších akcií, v súčasnosti väčšinou prichádzajú na krátky časový úsek, kedy si miesto prehliadnu a čoskoro odchádzajú. Ich návšteva tak má iba veľmi obmedzený vplyv na rozvoj okolia pútnických miest. Ide skôr o starších obyvateľov, ktorí na miesto prichádzajú samostatne alebo v rámci organizovanej skupiny (autobusové zájazdy). Väčšina návštevníkov je veriacich a ich návšteva je spojená s vierou, pre menšiu časť ide o výlet na zaujímavé miesto (na úrovni hradov, zámkov, múzeí, historických pamiatok, atď.).

Segmentácia podľa archetypu
Pútnici, Dobrodruhovia

Profil zákazníka:



Geografia:

Slovensko, Poľsko, Česká republika, v menšej miere Ukrajina a Maďarsko (v spojení so záujmom o uhorskú minulosť)



Demografia:

prevažne seniory, rodiny s deťmi, mladí ľudia (v rámci organizovaných skupín)



Socio-ekonomika:

veriaci seniory, seniory cestovatelia (chcú spoznávať nové miesta), seniory pamätníci (návrat na miesta, ktoré poznajú), skôr nižšie a stredné príjmy



Sezónnosť

celoročná, najviac od mája do októbra, seniory nie sú viazaní na dovolenku

Charakteristika (akí sú):

- Skôr úsporné správanie, príliš neutrácajú.
- Záujem o prehliadku miesta v spoločnosti blízkych (rodina, priatelia na autobusových zájazdoch, atď.).
- Ak sa im na ich cestách niekto venuje (napr. sprievodca, personál v stravovacích zariadeniach, atď.), prejavujú svoju vďačnosť.
- Je pre nich dôležitá ľahká orientácia, dostupnosť prehľadných informácií vo forme, ktorá im vyhovuje (tradičné formy zobrazenia, na ktoré sú zvyknutí). Potrebujú mať možnosť sa bez obáv rozhodovať na základe informácií, ktoré získajú.
- Preferujú pokojnejšie miesta.

Motivácia (prečo prichádzajú):

- K návšteve pútnického miesta ich motivuje predovšetkým viera a náboženstvo.
- Často využívajú hromadne organizované zájazdy, pri ktorých sa môžu stretnúť s priateľmi alebo byť v kolektíve – sociálny rozmer.
- Snaha o aktívne využitie voľného času, čo navodzuje aj vnútorný pocit uspokojenia.

Súčasní návštevníci - v priebehu roka

Potreby (čo potrebujú):

- Medzi základné potreby patrí – dostupné toalety (vrátane bezbariérových), bezbariérové vstupy na miesta záujmu a služieb (stravovacie, prípadne ubytovacie), lavičky a odpočinkové priestory.
- Prístupnosť miest v priebehu roka a v prípade veriacich potom prítomnosť duchovných.
- Radi si svoju cestu spríjemnia drobnými výdavkami, napr. návštevou kaviarne alebo kúpou spomienkových predmetov.
- Preferujú cestu so sprievodcami, ktorí im priblížia náboženské, historické a prírodné aspekty miesta, kde sa nachádzajú. Upozornia ich na zaujímavosti na mieste a odporúčia možné ďalšie atraktivity spojené s cestou a cieľom putovania. V prípade potreby sa môžu na sprievodcu obrátiť so svojimi problémami.

Marketing (ako ich prilákať):

- Prehľadné a cielene spracované letáky vrátane grafiky (v prípade seniorov väčšie písmená, čitateľnosť farieb, jednoduchosť, atď.). Tieto propagačné materiály možno distribuovať cez kluby seniorov, domovy s opatrovateľskou službou, domovy seniorov, farnosti, mládežnícke organizácie, skautské oddiely, atď. Vhodným miestom pre distribúciu letákov sú turistické informačné centrá, kde musia byť pripravení poskytnúť cielene informácie o tejto ponuke cestovného ruchu.
- Veľmi dôležitú úlohu zohráva odporúčanie od ľudí, ku ktorým majú dôveru (známi, farár, vedúci oddielu / skupiny / organizácie, atď.).
- Možnosť cieleho oslovenia – kampane prostredníctvom organizovaných skupín (farnosti, kluby turistov, kresťanská mládež, skautské oddiely, školy, atď.)
- Ponuka zvýhodnených služieb alebo iných výhod, ktoré môžu získať (napr. zľava na dopravu, stravu, ďalší zájazd,...)
- Vytvoriť jednodňové cestovné balíčky, ktoré okrem návštevy pútnického miesta ponúknu aj ďalšie atraktivity v okolí.
- Vytvoriť viacdenné cestovné balíčky ponúkajúce pokojne strávený čas, možnosť rozjímania, regenerácie (napr. Kneippove chodníky, hmatové chodníky, a pod.), prepojenie ponuky so športovým vyžitím.

Odhad potenciálneho trhového dopytu po produkte:

Slovensko	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
1 – 2 mil. osôb	2 – 5 %

Ostatné krajiny	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
10 – 20 mil. osôb	0,1 – 0,3 %

Súčasní návštevníci - púte a ďalšie akcie

Návštevníci púti a ďalších akcií prichádzajú na miesta špeciálne za účelom účasti na púti. Väčšinou prichádzajú opakovane a ide o tradičných účastníkov podujatí. Ide o rozličné skupiny veriacich naprieč všetkými generáciami, ktoré spája predovšetkým viera a záujem o spoločný zážitok.

Segmentácia podľa archetypu
Pútnici, Dobrodruhovia

Profil zákazníka:

 Geografia: Slovensko, Poľsko, iba obmedzene inej krajiny ako Česká republika, Maďarsko a ďalšie	 Demografia: prevažne seniory, rodiny s deťmi, mladí ľudia	 Socio-ekonomika: veriaci seniory, rodiny s deťmi, organizované skupiny detí a mládeže	 Sezónnosť V čase konania akcií a púti
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Charakteristika (akí sú):

- Skôr sa správajú úsporne a príliš neutrácajú. Kľúčový je pre nich duchovný rozmer podujatia.
- Na akcie, ktoré si vyberú, prichádzajú opakovane. Sú konzervatívni, nedôverčiví k zmenám.
- Je pre nich dôležitá ľahká orientácia, dostupnosť prehľadných informácií a program, na ktorý sú zvyknutí.

Motivácia (prečo prichádzajú):

- K návšteve pútnického miesta, účasti na púti či akcii ich motivuje predovšetkým viera a náboženstvo. Chcú zdieľať osobný zážitok s ostatnými.

Potreby (čo potrebujú):

- Medzi základné potreby patrí - dostupné toalety (vrátane bezbariérových), bezbariérové vstupy na miesta záujmu a služieb (stravovacie, prípadne ubytovacie), lavičky a odpočinkové priestory.
- Jasne stanovený program, prítomnosť duchovných, duchovný presah.
- V čase konania akcií vyhľadávajú drobné občerstvenie, pamiatkové predmety, suveníry, atď.

Marketing (ako ich prilákať):

- Prehľadné a cielene spracované letáky vrátane grafiky. Tieto propagačné materiály možno distribuovať cez kluby seniorov, domovy s opatrovateľskou službou, domovy seniorov, farnosti, turistické informačné centrá, kresťanské spolky a organizácie detí a mládeže, školy.

Odhad potenciálneho trhového dopytu po produkte:

Slovensko	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
500 tis. – 1,5 mil. osôb	5 – 10 %

Ostatné krajiny	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
5 – 10 mil. osôb	0,3 – 0,5 %

Organizované skupiny - pútnický turizmus

Organizované skupiny zamerané na pútnický turizmus patria medzi jednu z hlavných cieľových skupín. Spravidla ide o "agentúrne" organizované zájazdy. Celosvetovo sa zvyšuje záujem o pútnický turizmus a časť turistov ho priamo vyhľadáva. Vzhľadom na globálny dosah viery je možné lákať turistov z celého sveta. Výhodou tohto segmentu klientely sú dlhodobejšie pobyty a vysoká útrata počas pobytu, z ktorej môžu ťažiť miestni obyvatelia a podnikatelia.

Segmentácia podľa archetypu
Pútnici, Dobrodruhovia, Pôžitkári

Profil zákazníka:



Geografia:

Celý svet (Európa, Severná a Južná Amerika, Ázia, Austrália)



Demografia:

skôr starší ľudia, seniori



Socio-ekonomika:

finančne zabezpečení ľudia stredného a seniorského veku



Sezónnosť

Prevažne od júna do septembra

Charakteristika (akí sú):

- Turisti, ktorí majú záujem o dobre zorganizovanú púť (cestu) a sú ochotní za ňu minúť i väčšie množstvo finančných prostriedkov.
- Môžu to byť aj ľudia, ktorí majú svoje korene (predkov) na Slovensku a chcú sa pozrieť do svojej rodnej krajiny alebo do krajiny svojich predkov.

Motivácia (prečo prichádzajú):

- Hlavným motivátorom je ich viera, je potrebné dosiahnuť duchovného súzvuku. Osoby z tejto skupiny majú záujem o pútnický turizmus a sú ochotní cestovať na tieto miesta aj zo vzdialených miest (i mimo Európy).

Potreby (čo potrebujú):

- Týždenný program – komplexný balík (ubytovanie, strava, program), presne načasovaný program, kedy budú všetky miesta otvorené a pripravené na ich príchod, otvorenosť a ústretovosť miestnych ľudí, ponúkaný produkt musí byť kvalitný a mať viacero variant.

Marketing (ako ich prilákať):

- Spolupráca so špecializovanými agentúrami – sprostredkovatelia (organizovane). Propagácia na významných pútnických miestach. Turisti túžia po príbehoch, ktoré je im potrebné ponúknuť. Oni príbehy odovzdajú ďalej a tým propagujú pútnické miesto. Pretože väčšinou cestujú autobusom – je možné, aby v ponuke programu boli aj ďalšie miesta (mestá, hrad).

Odhad potenciálneho trhového dopytu po produkte:

Slovensko	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
200 – 500 tis. osôb	10 – 20 %

Ostatné krajiny	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
5 – 10 mil. osôb	0,3 – 0,7 %

Skupiny - školy, kresťanská mládež, skauti, atď.

Skupiny – školy, kresťanská mládež, skauti, turisti, atď., sú jednou z hlavných očakávaných cieľových skupín. Ide o organizované výpravy či zájazdy väčšinou pripravované samotnými vyučujúcimi, vedúcimi skupín, atď.. Okrem samostatných výprav sa zúčastňujú aj na väčších akciách spojených s vierou. Vzhľadom na to, že nemožno očakávať taký vysoký záujem o pútnické miesta, aby mohol samostatne prísť pútnik so záujmom o zoznámenie sa s podobne zmýšľajúcimi ľuďmi, ako je to obvyklé napr. na najvyťaženejších častiach Svätajakubskej cesty, je možné aktívne organizovať putovanie, na ktoré sa záujemcovia budú môcť prihlásiť (napr. týždenný program so sprievodcom so vzťahom k pútnickým miestam).

Segmentácia podľa archetypu
Dobrodruhovia, Pútnici

Profil zákazníka:



Geografia:

Slovensko, Poľsko, Česká republika



Demografia:

Predovšetkým mladí ľudia do 30 rokov



Socio-ekonomika:

organizovaná mládež do 30 rokov, väčšinou zo stredne-príjmových skupín



Sezónnosť

organizovaná mládež do 30 rokov, väčšinou zo stredne-príjmových skupín

Charakteristika (akí sú):

- Pre významnú časť môže byť iniciátorom pre návštevu pútnických miest špecifická akcia alebo púť.
- Využívajú najčastejšie formy tzv. puťákov, kedy chodia pešo alebo jazdia na bicykloch (prevádzkujú cykloturistiku).
- Autobusové výlety

Motivácia (prečo prichádzajú):

- Viera, sebapoznania, priateľstvo a spoločné prežívanie v skupine
- Výzva, zažiť to.
- Poznať svoj región, korene, vlastiveda.

Školy, kresťanská mládež, skauti, turisti, atď.

Potreby (čo potrebujú):

- Skúsený vodca – organizátor, sprievodca, ktorý zabezpečí hladký priebeh ich putovania.
- Vopred zabezpečené ubytovanie, kedy im stačia skromnejšie varianty (stany, ubytovňa), pre väčšie skupiny je nutné mať dopredu zaistenú stravu a prípadne ďalší program.
- Zážitky, ktoré na púti získajú, ich nesmú sklamať. Dokážu veľmi ľahko odovzdať negatívne emócie ďalej.
- Príležitosť pre miestnych (ubytovanie, strava, lokálne produkty) – možnosť osloviť miestnych, ponuka prenocovania, na oplátku môžu s niečím pomôcť, čo pre nich môže byť zážitok a zároveň príležitosť naučiť sa, že lokálne je dobré.
- Zázemie pre cykloturistov – úschovne bicyklov, stojany na bicykle, cykloservis, možnosť prepravy bicyklov.

Marketing (ako ich prilákať):

- Cez národné centrály organizácií kresťanskej mládeže – ponuky akcií, informácie podané modernou formou, vhodnou pre túto cieľovú skupinu.
- Informácie o možnosti navštíviť miesto rozšíriť na kresťanské školy (základné školy, gymnáziá, a pod.) Na Slovensku aj v okolitých krajinách. Propagácia na týchto školách môže podporiť aj informovanosť skupiny Rodiny s deťmi.
- Možnosť využiť sociálne siete.
- Spolupracovať s influencerami, ktorí majú dosah na cieľovú skupinu.
- Využiť aj ekologický aspekt – silné zázemie v Prešove.
- Ekológia duše – chrániť tú, ktorú nám tu Boh nechal.
- Organizovanie regionálnych, republikových aj medzinárodných podujatí (stretnutí), kam môžu prísť organizované skupiny. Prvok zdieľania rovnakých prežitkov, byť niekde spoločne s ostatnými a možnosť nadviazať nové kontakty.
- Ponuka vzdelávacích programov a workshopov, možnosť diskutovať s duchovnými a ďalšími veriacimi.
- Možnosť ponuky balíčka putovania so skúseným sprievodcom so vzťahom k regiónu, na ktorý sa budú môcť hlásiť jednotliví záujemcovia, ktorí nie sú súčasťou skupiny, ale radi by v skupine pútnické miesta a sami seba poznávali.

Odhad potenciálneho trhového dopytu po produkte:

Slovensko	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
200 – 500 tis. osôb	10 – 15 %

Ostatné krajiny	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
2 – 5 mil. osôb	0,2 – 0,5 %

Rodiny s deťmi so záujmom predovšetkým o vieru

Rodiny s deťmi patrí medzi jednu z hlavných cieľových skupín. Rodiny s deťmi sme vzhľadom na rozdelenie charakteristiky rozdelili do dvoch skupín podľa toho, či majú primárne záujem o vieru a osobný rozvoj v tejto oblasti, alebo o spoločný výlet na zaujímavé miesta vrátane miest spojených s vierou. Táto cieľová skupina sa vydáva na výlety prevažne cez víkendy a sviatky, a to v priebehu viacerých dní celého roka. Zároveň navštevujú tiež akcie spojené s vierou (púte pod.).

Segmentácia podľa archetypu
Pútnici, Dobrodruhovia

Profil zákazníka:



Geografia:

Slovensko, čiastočne Poľsko a Česká republika



Demografia:

rodiny s deťmi (prevažne mladšie deti do cca 15 rokov)



Socio-ekonomika:

dospelí cca 25 - 50 rokov deti (0-15 rokov)



Sezónnosť

prevažne víkendové výlety počas celého roka, letnej dovolenky, akcie a púte

Charakteristika (akí sú):

- Ide väčšinou o rodiny s deťmi, ktoré hľadajú na finančnú stránku a snažia sa príliš neutracať. Ideálne voľbou ubytovania je pre nich pokojné, jednoduché zázemie v čo najväčšej blízkosti pútnických miest, aby sa mohli zúčastniť náboženského programu a podujatí. Vzhľadom k účasti detí využívajú aj možnosti navštíviť ďalšie atraktivity v regióne a prevádzkovať ďalšie finančne nenáročné aktivity (príroda, kultúra, pamiatky, atď.).
- Hľadajú na svojom putovaní okrem poznania hlavne duchovný rozmer.
- Pre svoje výlety potrebujú aj také ciele, ktoré namotivujú deti k ochote cestovať a navštevovať miesta spojené s vierou.

Motivácia (prečo prichádzajú):

- Uspokojenie vlastných duchovných potrieb a povzbudenie detí k duchovnu.
- Prežívanie spoločných chvíľ s rodinou a vedenie detí k aktívnemu duchovnému životu vlastným príkladom.
- Poznávanie nových miest.

Rodiny s deťmi so záujmom predovšetkým o vieru

Potreby (čo potrebujú):

- Základná infraštruktúra - toalety (prípadne aj detské), prebaľovací kútiky, možnosť ohriať kojeneckú stravu, detské ihriská, odpočívadlá alebo lavičky v blízkosti detských ihrísk alebo vhodných miest na odreagovanie detských cestovateľov.
- Ponuka duchovného programu a zázemie (možnosť rozpráv, spovede, atď.)
- Ubytovanie (rôzne kategórie), často potreba ubytovať rodiny s väčším počtom detí.
- Kaviarne, občerstvenie (vrátane ponuky tzv. zdravých, prípadne pôstnych jedál), upomienkové predmety.
- Náučné chodníky s aktivitami vhodnými pre deti, detské ihriská (bezpečnosť herných prvkov)
- Parkovisko aj s rozšírenými miestami pre rodinné autá (možnosť výstupu s kočíkom), bezpečné cesty pre pohyb s kočíkmi.

Marketing (ako ich prilákať):

- Ponúknuť prepojenie návštevy pútnických miest s ponukou ďalších zaujímavých aktivít (výlety, kúpanie, hrad, ...).
- Vytvoriť víkendové balíky, ktoré ponúknu ubytovanie, omše alebo iný duchovný program a sprievodné aktivity.
- Využiť možnosť dopravného spojenia vlakom (oblíbený dopravný prostriedok – sľubuje romantiku a zaujímavosť).
- Organizovanie podujatí spojených s vierou – doplnené o sprievodný program "lákadlá pre deti" – napr. Stavovská púť (na mieste ale aj zábavné atrakcie – napr. Skákací hrad pre deti)
- Malé farmy – pre deti zaujímavá možnosť kontaktu so zvieratami (somáre, ovečky,...), možnosť adoptovať si zvieratko, kŕmenie zvieratiek a pod.
- Vytvoriť zázemie – rodinné duchovné zariadenie, ktoré ponúkne ubytovanie a program, (kresťanský hotel).
- Propagačné materiály do misijných ubytovacích zariadení – prilákať tých, ktorí už tu sú, aby navštívili ďalšie miesta.
- Využiť existenciu rekreačných poukazov, ktoré slúžia pre rodiny ako motivácia zostať na Slovensku.

Odhad potenciálneho trhového dopytu po produkte:

Slovensko	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
100 – 300 tis. osôb	15 – 20 %

Ostatné krajiny	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
1 – 2 mil. osôb	0,4 – 0,8 %

Rodiny s deťmi so záujmom predovšetkým o rekreáciu

Rodiny s deťmi, ktorých primárnou motiváciou je kvalitne strávený spoločný čas a osobnostný rozvoj detí (iniciovanie záujmu o históriu, prírodu, vieru, svet, atď.). Táto cieľová skupina sa vydáva na výlety prevažne cez víkendy, sviatky a v čase letných dovolení. Zaujímavým doplnkom sú pre nich akcie rôzneho typu, kde sa nájdu aktivity pre deti. Tomuto segmentu klientely je nutné ponúknuť doplnkové aktivity, ktoré zabavia deti a umožnia v rámci príjemného výletu spoznať aj pútnické miesta a ich atmosféru.

Segmentácia podľa archetypu
Pútnici, Rekreatanti, Dobrodruhovia

Profil zákazníka:



Geografia:

Slovensko, čiastočne Poľsko a Česká republika



Demografia:

rodiny s deťmi (prevažne mladšie deti do cca 15 rokov)



Socio-ekonomika:

dospelí cca 25 - 50 rokov deti (0-15 rokov)



Sezónnosť

prevažne víkendové výlety počas celého roka, letnej dovolenky, akcie a púte

Charakteristika (akí sú):

- Z ekonomického hľadiska ich môžeme deliť na niekoľko skupín. Sú rodiny s deťmi, ktoré viac hľadajú finančnú stránku a neutrácajú príliš. Druhá skupina rodín s deťmi je ochotná minúť viac finančných prostriedkov, predovšetkým za deti.
- Pre svoje výlety potrebujú aj také ciele (lákadlá), ktoré namotivujú deti k ochote cestovať.
- Dávajú prednosť "bezpečnej" zábave a mnohokrát aj nenáročnej turistike.

Motivácia (prečo prichádzajú):

- Prežívanie spoločných chvíľ s rodinou a vedenie detí k aktívnemu životu vlastným príkladom.
- Poznávanie nových miest.
- Odpočinok a rekreácia, blízkosť k prírode.

Rodiny s deťmi so záujmom predovšetkým o rekreáciu

Potreby (čo potrebujú):

- Základná infraštruktúra – toalety (prípadne aj detské), prebaľovacie kútiky, možnosť ohriať kojeneckú stravu, odpočívadlá alebo lavičky v blízkosti detských ihrísk alebo vhodných miest na odregovanie detských cestovateľov.
- Ponuka zaujímavého programu vrátane jednoduchého priblíženia duchovného rozmeru miesta.
- Ubytovanie (rôzne kategórie), pestrá ponuka stravovacích možností vrátane regionálnych jedál.
- Kaviarne, občerstvenie (vrátane ponuky tzv. zdravých jedál), spomienkové predmety.
- Náučné chodníky s aktivitami vhodnými pre deti, detské ihriská (bezpečnosť herných prvkov).
- Parkovisko aj s rozšírenými miestami pre rodinné autá (možnosť výstupu s kočíkom), bezpečné cesty pre pohyb s kočíkmi.

Marketing (ako ich prilákať):

- Ponúknuť prepojenie návštevy pútnických miest s ponukou ďalších zaujímavých aktivít (výlety, kúpanie, hrad,...).
- Vytvoriť víkendové balíky, ktoré ponúknu ubytovanie, pozvánky na zaujímavé akcie a miesta v okolí a ďalšie sprievodné aktivity.
- Využiť možnosť dopravného spojenia vlakom (oblúbený dopravný prostriedok – sľubuje romantiku a zaujímavosť).
- Organizovanie ďalších akcií, ktoré nie sú spojené len s vierou – doplnené o sprievodný program – lákadlá pre deti.
- Malé farmy – pre deti zaujímavá možnosť kontaktu so zvieratami (somáre, ovečky,...), možnosť adoptovať si zvieratko, kŕmenie zvieratiek a pod.
- Vytvoriť zázemie a nalákať na kompletne služby – ubytovanie, úschovňa bicyklov, stravovacie zariadenia, ponuka programu.
- Propagačné materiály v ubytovacích zariadeniach – prilákať tých, ktorí už v regióne sú, aby navštívili ďalšie miesta a atraktivity v regióne.
- Ponúknuť rekreačné poukazy, ktoré slúžia pre rodiny ako motivácia zostať na Slovensku.
- Ponúknuť pestrú paletu zľavových poukazov (výhodných pre rodinu), ktoré umožnia využívať viac služieb a ponúk v regióne.
- Propagovať región je vhodné v časopisoch, prípadne televíznych spotoch.

Odhad potenciálneho trhového dopytu po produkte:

Slovensko	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
1 – 2 mil. osôb	0,5 – 1 %

Ostatné krajiny	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
5 – 10 mil. osôb	do 0,1 %

Individuálny cestovateľ so záujmom o poznanie

Individuálni cestovatelia so záujmom o poznanie sú jednou z menej zastúpených, ale zaujímavých cieľových skupín. Ide buď o mladých ľudí bez záväzkov, ktorí si dokážu "vziať voľno" aj na dlhší čas a vydať sa za zážitkami, alebo o finančne zaistené osoby stredného a seniorského veku.

Segmentácia podľa archetypu
Pútnici, Dobrodruhovia

Profil zákazníka:



Geografia:

Slovensko, Poľsko, Česká republika, prípadne európske a neeurópske krajiny



Demografia:

Ľudia vo veku 18 - 65 rokov



Socio-ekonomika:

mladí ľudia bez záväzkov, finančne zaistené osoby stredného veku a seniори



Sezónnosť

leto

Charakteristika (akí sú):

- Spravidla im nie je ľúto vynaloženej energie aj prostriedkov na získanie nových zážitkov a poznania. Nie sú viazaní povinnosťami. Sú ochotní cestovať aj za nekomfortných podmienok (ubytovanie, strava, atď.). Vyhľadávajú miesta, kde si môžu utriediť myšlienky a urovnať svoj životný postoj.

Motivácia (prečo prichádzajú):

- Hľadajú zážitky, ktoré ich vnútorne obohatia, ale aj "bežné" zážitky bez duchovného rozmeru. Majú chuť zoznámiť sa s novými miestami. Zaujímajú sa o miestnu kultúru, tradície, obyvateľov, ich výrobky a lokálne potraviny. Radi spoznávajú miestnu architektúru, pamiatky, historické miesta, hrady a zámky. Môžu využiť možnosť sa pri svojej ceste zoznámiť s podobne zmysľajúcimi ľuďmi. Vyhľadávajú interakciu s miestnymi.

Potreby (čo potrebujú):

- Ubytovanie môže byť skromné, môžu sa ubytovať aj v súkromí a sú ochotní "na oplátku" pomôcť. Potrebujú sa stretávať s komunikatívnymi ľuďmi a mať možnosť spoznávať miestne prostredie, kultúru, príbehy. Ponuka zaujímavého programu vrátane priblíženia duchovného rozmeru miesta. Niektorí vyžadujú adrenalínové aktivity.

Marketing (ako ich prilákať):

- Využitie sociálnych sietí, influencerov. Zaujímavo podané informácie o regióne a jeho možnostiach na cestovných veľtrhoch. Schopnosť prilákať na zaujímavosti a tajomno.

Odhad potenciálneho trhového dopytu po produkte:

Slovensko	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
300 – 500 tis. osôb	0,5 – 1,5 %

Ostatné krajiny	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
1,5 – 3 mil. osôb	0,1 – 0,25 %

Turisti v regióne so záujmom o jednoduchý výlet

Turisti v regióne so záujmom o jednoduchý výlet sú jednou z hlavných cieľových skupín.

Ide o turistov, ktorí prišli do regiónu za iným účelom, ale zaujala je možnosť navštíviť pútnické miesta (napr. deň strávený iným programom pri pobyte vo Vysokých Tatrách). Prípadne sa o možnosti navštíviť pútnické miesta dozvedeli už pred svojím príchodom do regiónu a bola jedným z dôvodov navyše, prečo si pre svoj pobyt vybrať práve tento región.

Segmentácia podľa archetypu

Dobrodruhovia, Rekreatanti

Profil zákazníka:



Geografia:

Poľsko, Slovensko, Česká republika



Demografia:

rodiny s deťmi, stredná veková kategória, seniori



Socio-ekonomika:

rodiny s deťmi (0-12 rokov), organizované skupiny turistov, páry i jednotlivci



Sezónnosť

leto, víkendy, návštevy možné aj mimo sezóny

Charakteristika (akí sú):

- Rodiny s deťmi a majetnejší návštevníci sú ochotní minúť viac finančných prostriedkov. Seniori sa správajú skôr úsporne a príliš neutrácajú.
- Zaujímajú sa o rôzne veci, láka ich rozmanitosť. Preto si radi doplnia svoj pobyt o návštevu pútnického miesta a rozšíria si obzory.
- Je pre nich dôležitá ľahká orientácia, dostupnosť pútnických miest a prehľadných informácií o možnosti ich návštevy ako na mieste, tak v turistických regiónoch, odkiaľ môžu na jednodenný výlet pricestovať (oblíbené turistické oblasti, z ktorých sú pútnické miesta dostupné do max. 60 minút jazdy autom.

Motivácia (prečo prichádzajú):

- K návšteve pútnického miesta ich môže motivovať buď ich viera a náboženstvo alebo hľadajú poznanie miesta a bežné turistické zážitky.
- Majú chuť sa v rýchlosti zoznámiť s novými miestami, miestnou architektúrou, históriou, lokálnymi výrobkami a potravinami.
- Niektorí (prevažne seniori) využívajú hromadne organizované jednodňové zájazdy, ktoré môžu byť fakultatívnou ponukou programu v mieste pobytu turistov.

Turisti v regióne so záujmom o jednoduchový výlet

Potreby (čo potrebujú):

- Medzi základné potreby patrí – dostupné toalety (vrátane bezbariérových), bezbariérové vstupy na miesta záujmu a služieb (stravovacie, prípadne ubytovacie), lavičky a odpočinkové priestory.
- Radi si svoju cestu spríjemnia napr. návštevou kaviarne, cukrárne, občerstvením alebo kúpou spomienkových predmetov.
- Preferujú cestu so sprievodcami, ktorí im priblížia náboženské, historické a prírodné aspekty miesta, kde sa nachádzajú. Upozorní ich na zaujímavosti v mieste a odporučí možné ďalšie atraktivity spojené s cestou a cieľom putovania.
- Parkovisko aj s rozšírenými miestami pre invalidov a pre rodinné autá (možnosť výstupu s kočíkom), bezpečné cesty pre pohyb s kočíkmi.

Marketing (ako ich prilákať):

- Ponúknuť prepojenie návštevy pútnických miest s ponukou ďalších zaujímavých aktivít (výlety, kúpanie, hrad,...).
- Vytvoriť jednoduchové balíčky, ktoré ponúknu pozvánky na zaujímavé akcie a miesta v okolí a ďalšie sprievodné aktivity.
- Využiť možnosť dopravného spojenia vlakom (oblíbený dopravný prostriedok – sľubuje romantiku a zaujímavosť).
- Usporiadanie akcií, ktoré nie sú spojené len s vierou, doplnené o sprievodný program – lákadlá pre deti.
- Malé farmy – pre deti zaujímavá možnosť kontaktu so zvieratami (somáre, ovečky,...), možnosť adoptovať si zvieratko, kŕmenie zvieratiek a pod. Možnosť odreagovať sa na výlete a oddýchnuť si od "chodenia".
- Vytvoriť zázemie pre cykloturistiku, stojany na bicykle, servis, značenie cyklistických trás a mapky.
- Propagačné materiály umiestniť v ubytovacích zariadeniach v regióne, a prilákať tých, ktorí už v regióne sú, aby navštívili pútnické miesta a s nimi spojené atraktivity.
- Ponúknuť pestrú paletu zľavových poukazov, ktoré umožnia využívať viac služieb a ponúk v regióne – regionálna karta.
- Turisti túžia po príbehoch, ktoré je im potrebné ponúknuť. Oni príbehy odovzdajú ďalej a tým propagujú pútnickej miesto.
- V blízkosti pútnických miest sú hojne navštevované turistické oblasti (prírodné, kultúrne, kúpeľné), ponúka sa príležitosť oslovit' návštevníkov so vzťahom k viere a ponúknuť im prehľadný a ucelený balíček výletu na pútnické miesto alebo celý okruh po slovenských pútnických miestach.

Odhad potenciálneho trhového dopytu po produkte:

Slovensko	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
500 tis. – 1 mil. osôb	1 – 3 %

Ostatné krajiny	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
200 – 500 tis. osôb	0,5 – 1 %

Ľudia so vzťahom k regiónu

Ľudia žijúci na západnom Slovenskom alebo v zahraničí so vzťahom k regiónu môžu byť jednou zo zaujímavých cieľových skupín. Ide o potenciálnych návštevníkov, ktorí žijú v západnej časti Slovenska alebo v zahraničí, ale sú ochotní merať cestu do pomerne vzdialeného regiónu z dôvodu pozitívneho vzťahu k regiónu alebo rodinným koreňom a rodinným väzbám.

Segmentácia podľa archetypu
Dobrodruhovia, Rekreatanti, Pútnici

Profil zákazníka:



Geografia:

západné Slovensko, Česká republika, európske a mimoeurópske krajiny



Demografia:

rodiny s deťmi, stredná veková kategória, seniori



Socio-ekonomika:

rodiny s deťmi (0-12 rokov), zahraniční turisti s koreňmi v regióne



Sezónnosť

leto, školské prázdniny, možné aj mimosezónne návštevy

Charakteristika (akí sú):

- Chcú poznávať región, odkiaľ pochádzajú a oni alebo ich príbuzní, majú chuť cestovať. Majú záujem o bezproblémovú cestu (prípadne púť) a sú ochotní za ňu minúť aj väčšie množstvo finančných prostriedkov. Môžu to byť aj ľudia, ktorí majú svoje korene (predkov) na Slovensku a chcú sa pozrieť do svojej rodnej krajiny alebo do krajiny svojich predkov.

Motivácia (prečo prichádzajú):

- K návšteve pútnického miesta ich môže motivovať buď ich viera alebo chcú spoznať nové miesta a bežné turistické zážitky. Osoby z tejto skupiny (nostalgia, špeciálna motivácia pricestovať) sú ochotní cestovať na tieto miesta aj zo vzdialených miest (i mimo Európy).

Potreby (čo potrebujú):

- Týždenné alebo víkendové balíky, ktoré riešia ubytovanie, stravu, program. Ponúkaný produkt musí byť kvalitný a mať viac variant. V prípade organizovaných zájazdov pre zahraničných návštevníkov je nutné dodržať presne načasovaný program, kedy budú všetky miesta otvorené a pripravené na ich príchod. Otvorenosť a ústretovosť miestnych ľudí. Možnosť vyskúšať regionálne jedlá a zoznámiť sa s regionálnymi výrobkami.

Marketing (ako ich prilákať):

- Spolupráca so špecializovanými agentúrami na Slovensku i v zahraničí – sprostredkovatelia (organizované). Pre domácich turistov sú vhodným propagačným nástrojom časopisy a reklamné spoty (TV, internet). Turisti túžia po príbehoch, ktoré je im potrebné ponúknuť. Ďalej je dôležitá kvalita služieb a prístup miestnych ľudí. Pozitívne naladení turisti môžu odovzdať svoje skúsenosti ďalej a stať sa účinným marketingovým nástrojom.

Odhad potenciálneho trhového dopytu po produkte:

Slovensko	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
150 – 300 tis. osôb	3 – 6 %

Ostatné krajiny	
Celkový potenciál dopytu	Reálna očakávaná návštevnosť do roku 2030
100 – 200 tis. osôb	0,5 – 1 %

SWOT analýza - potenciál Svätomariánskej púte

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">▪ V nadväznosti na projekt dobudovaná základná infraštruktúra v pútnických miestach (toalety, parkovisko, prístrešky, lavičky, chodníky, atď.).▪ Pripravené informačné a propagačné materiály.▪ Pútnické miesta majú už svoje pravidelné akcie, ktoré sú hojne navštevované.▪ Záujem regionálnych inštitúcií a organizácií spolupracovať a podieľať sa na rozvoji produktu cestovného ruchu.▪ V dosahu vyšší počet pamiatok UNESCO.▪ Rozsiahla sieť cyklotrás a turistických trás.▪ Pre zahraničných turistov priaznivá cenová úroveň tovarov a služieb.	<ul style="list-style-type: none">▪ Nedostatok ubytovacích kapacít rôznych kategórií.▪ Nedostatok stravovacích zariadení (občerstvenie, kaviarne, reštaurácie, atď.).▪ Zlá dopravná obsluha (nedostatočná sieť verejnej dopravy k cieľovým lokalitám).▪ Absencia alebo len nízka spolupráca subjektov v oblasti cestovného ruchu – nedostatočná komunikácia a koordinácia v regióne.▪ Nízka informovanosť – nutnosť začatia marketingovej kampane.▪ Slabá propagácia na Slovensku i v zahraničí.▪ Zatiaľ nízka sieť sprievodcovských služieb, informačných a vzdelávacích centier.
Príležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none">▪ Nárast záujmu o pútnický turizmus.▪ Možnosť využiť potenciál lokálnych zdrojov (potraviny, výrobky, ubytovanie, atď.).▪ Bohaté prírodné zdroje v okolí.▪ Zaujímavý príbeh – možnosť ďalšieho spracovania (román, film,...).▪ Vysoké zastúpenie veriacich ľudí v okolí (Poľsko, Slovensko).▪ Možnosť využitia podporných programov z EÚ a ďalších zdrojov z operačných programov a projektov.▪ Sieťovanie aktérov podnikajúcich v cestovnom ruchu z komerčnej, neziskovej a verejnej sféry.▪ Možnosť cezhraničnej spolupráce.	<ul style="list-style-type: none">▪ Vzdialenosť od husto obývaných miest.▪ Nižší záujem miestnych obyvateľov o dianie a rozvoj turistických služieb v regióne – strach z neznáameho.▪ Odliv kvalifikovaných ľudí z regiónu.▪ Neorganizovanosť cestovného ruchu – poškodzovanie prírody a ďalších zdrojov.▪ Neschopnosť vytvoriť komplexnú a ucelenú ponuku pre návštevníkov regiónu.

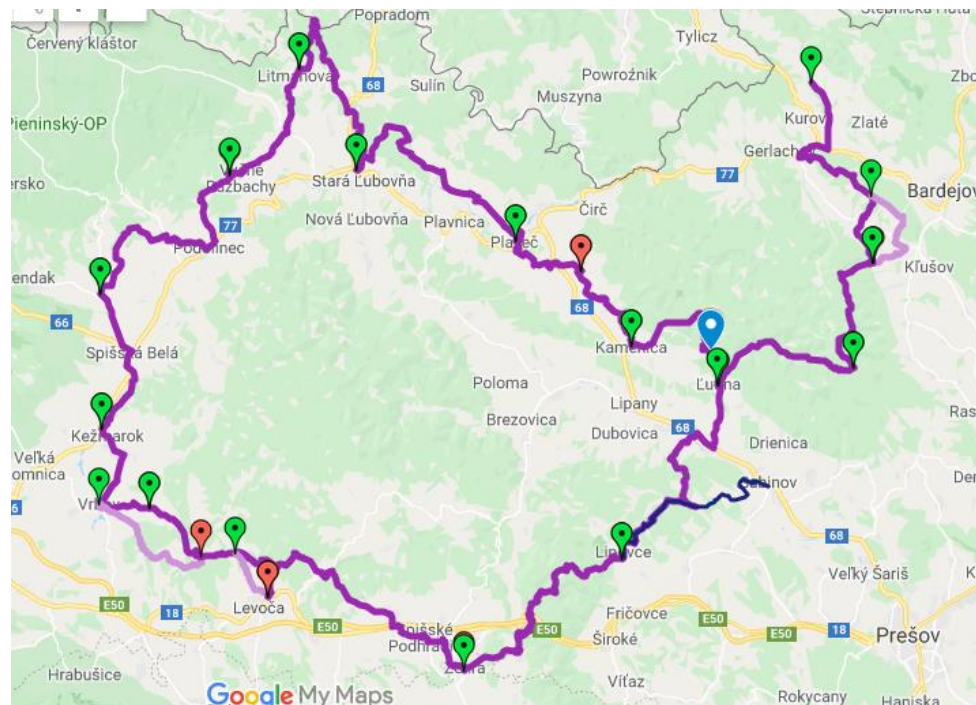
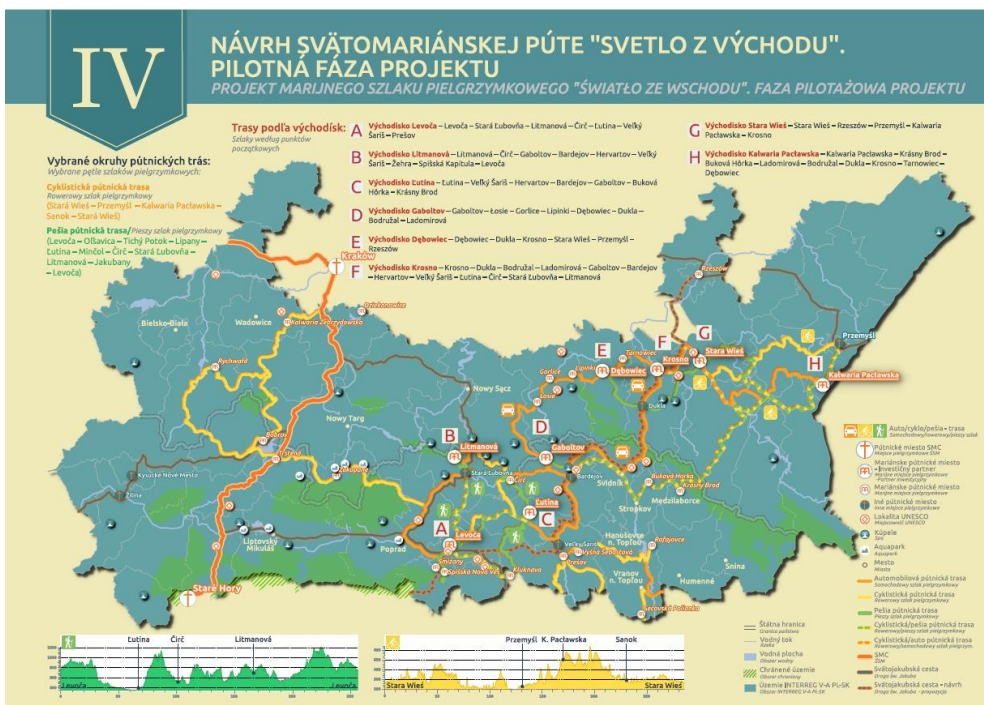
Vymedzenie trasy Svätomariánskej púte

Návrh trasy Svätomariánskej púte - východiská

Návrh trasy Svätomariánskej cesty je jednou z kľúčových úloh tejto štúdie. Návrhy prezentované na ďalších stranách primárne vychádzajú z vykonaných analýz (analýza vybraných kultúrnych trás, analýza súčasných vývojových trendov a predovšetkým analýza zdrojov a potenciálu cesty Svätomariánska púť) a zo skorších návrhov trasy, ktoré vznikali v priebehu projektu. Ide predovšetkým o návrh, ktorý bol vypracovaný v rámci „Stratégie rozvoja pútnickej cesty na poľsko-slovenskom pohraničí“. A sekundárne návrh, ktorý bol výstupom pracovného stretnutia dňa 13. 2. 2019. Kým prvý návrh pokrýval rôzne typy trás na rozľahlom území na poľskej i slovenskej strane hranice, druhý návrh sa detailnejšie zameriaval na pešie prepojenie slovenských pútnických miest. Ďalšou uvažovanou variantou bolo vytvorenie vejárovitých trás z každého pútnického miesta – napríklad vo forme okvetných lístkov fialky.

Návrh trasy – „Stratégie rozvoja pútnickej cesty na poľsko-slovenskom pohraničí“

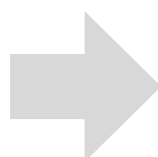
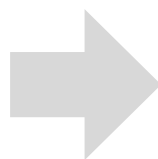
Návrh trasy – výstup pracovného stretnutia (13. 2. 2019)



Návrh trasy Svätomariánskej púte - východiská

Poznatzky z analýzy – východiská pre návrh trasy:

- Na Svätomariánske pútnické miesta vedú trasy (napr. Pútnická cesta do Fatimy), ktoré pútnikom poskytujú okrem samotnej návštevy pútnického miesta i zážitok z cesty a dlhšieho putovania k cieľu. V porovnaní s pútnickými miestami spojenými s inými svätcami ale Panna Mária a jej odkaz nemá blízko k putovaniu. Výrazná **väčšina návštevníkov** bude mať **záujem o návštevu pútnických miest, nie o putovanie medzi mariánskymi miestami**.
- **Nemožno očakávať**, že by sa v prípade vyznačenia pešej trasy spájajúcej všetky štyri pútnické miesta na slovenskej strane hranice vydávali **na pešiu púť vyššie počty návštevníkov**. Išlo by skôr o výnimočný prípad organizovaných skupín (napr. kresťanská mládež, skauti, atď.) alebo nízky počet jednotlivcov.
- **V okolí komunikácií prepájajúcich pútnické miesta** sa nachádza **vysoký počet kultúrnych, prírodných a ďalších atraktivít**, ktoré sú dobre dostupné a sú vhodným doplnkom programu pre návštevníkov pútnických miest.

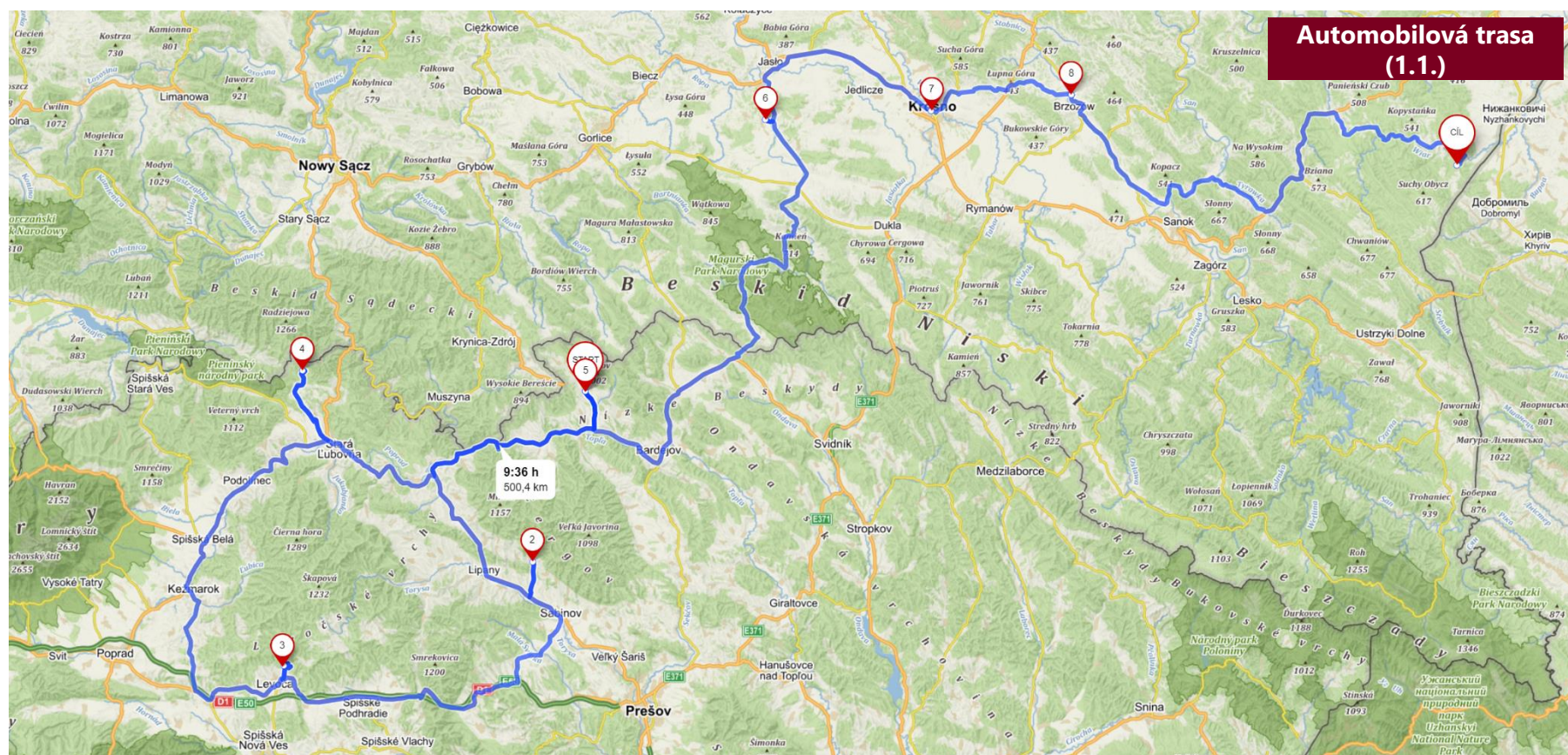


Návrh trasy Svätomariánskej púte:

- Prevažná väčšina návštevníkov sa medzi pútnickými miestami bude presúvať **automobilmi alebo autobusmi**. Preto bola navrhnutá **chrbticová trasa prepájajúca všetky pútnické miesta, a to ako na území Slovenska, tak Poľska**. V jej okolí je vysoký počet dobre dostupných kultúrnych, prírodných a ďalších atraktivít.
- Pre každé slovenské pútnické miesto boli navrhnuté **pešie pútnické trasy**, ktoré umožňujú doputovať do miesta z okolia (blízke mesto alebo blízka atraktivita) alebo vyraziť z miesta na peší okruh po okolí. Pre pešie trasy boli maximálne využívané existujúce turistické trasy, pretože vedú atraktívnym prostredím, sú osvedčené a značenie možno ľahko a rýchlo doplniť o symbol Svätomariánskej púte. Pešie pútnické trasy sú pomerne náročné, a preto je nutné ich plánovať ako celodenné putovanie. Návštevník často dorazí na pútnické miesto až neskoro večer, a preto je vhodné na mieste prespať a stráviť tam nasledujúci deň. Niektoré trasy možno absolvovať aj na bicykli a boli navrhnuté aj dve špeciálne atraktívne **cykloturistické trasy**.
- Zároveň boli pre každé pútnické miesto navrhnuté možnosti pre kratšie **pútnické prechádzky**. Tie sú menej náročné, a tak ich môžu využiť návštevníci pútnického miesta s nižšou pohyblivosťou alebo s obmedzeným časom na prehliadku. Prechádzky boli navrhnuté tak, aby návštevníka zaviedli ako k miestnym atraktivitám, tak aj k miestam, kde sa môžu občerstviť. Cieľom je ponúknuť miestnym obyvateľom možnosť participovať na výhodách plynúcich zo zvýšenej návštevnosti a rozvoja turizmu.
- Na každom pútnickom mieste bude **informačná tabuľa** prehľadne informovať o možnosti **peších trás** po širšom okolí, **cykloturistických trás, prechádzok** v blízkom okolí aj o **automobilovej trase** na ďalšie pútnické miesta.
- Ide o **návrhy možností** pre vyznačenie trás, z ktorých je možné vybrať tie varianty, ktoré bude možné realizovať vzhľadom na prekážky rozvoja trás (spolupráca s KST, vyznačenie trás na poľných cestách, povoľovací proces, atď.) a stanovenie priorit.
- Pri príprave návrhu trasy bol kladený dôraz na prezentáciu destinácie, na území ktorej sa body záujmu nachádzajú.

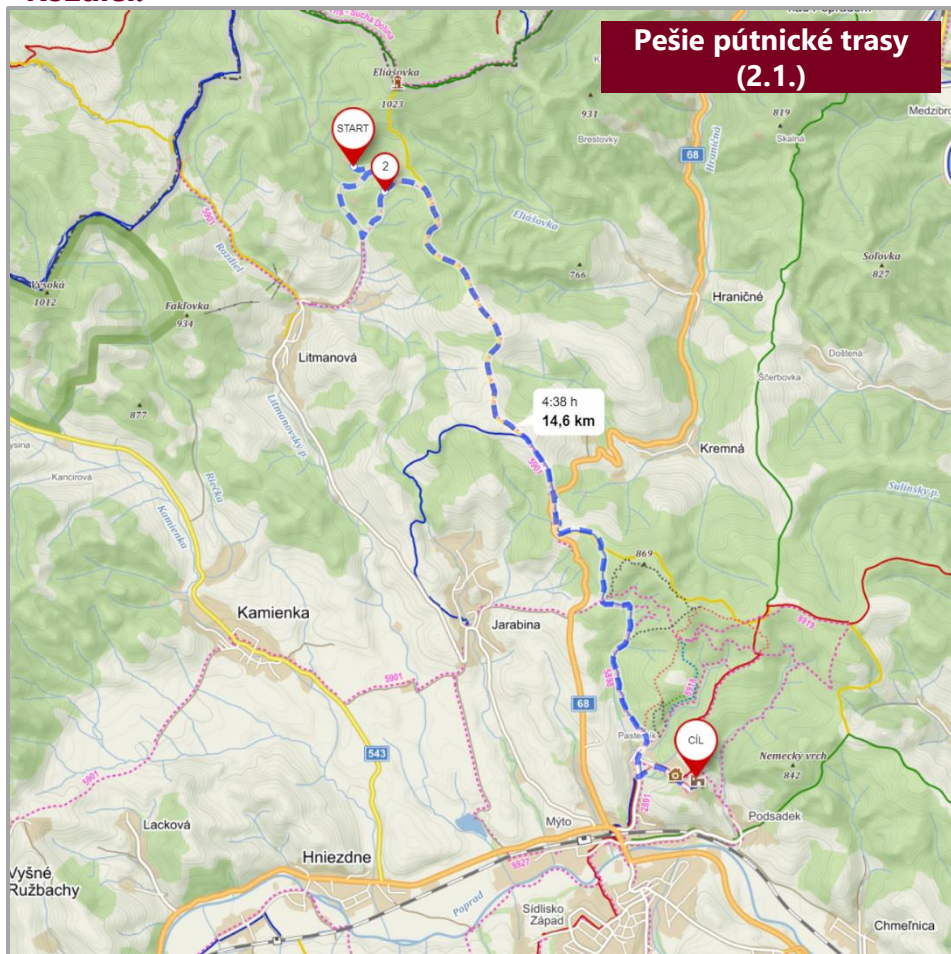
Návrh automobilovej trasy Svätomariánskej púte

Automobilová trasa prepája všetkých 8 pútnických miest. Je vedená mimo diaľnice, aby návštevníkov zaviedla do obcí v okolí pútnických miest a umožnila návštevy ďalších atraktivít po trase. Trasa bola vybraná tak, aby bola ich dostupnosť čo najvyššia. Na každom pútnickom mieste bude informačná tabuľa predstavujúca ostatné pútnické miesta a automobilovú trasu Svätomariánskej púte. Po trase bude doplnené dopravné značenie informujúce o trase a navigujúce návštevníkov do pútnických miest. Presná trasa cesty je odovzdaná vo formáte gpx.

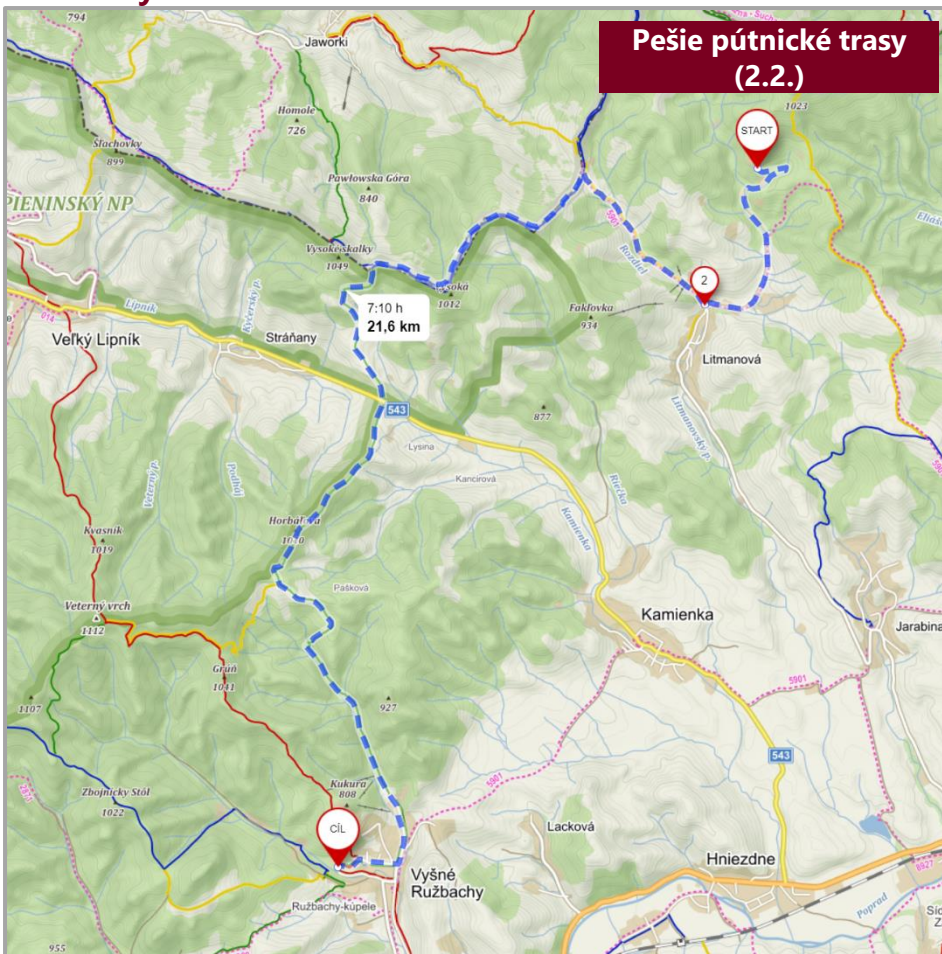


Návrh peších trás - pútnické miesto Litmanová

Pešia trasa spájajúca pútnické miesto s hradom Stará Ľubovňa. Trasa je vhodná i pre cyklistov, keďže vedie po cyklotrase 5901, ktorá spája Starú Ľubovňu so Sedlom Rozdiel.



Pešia trasa spájajúca pútnické miesto s Vyšnými Ružbachmi. Ide o pomerne náročnú trasu prírodou, ktorá čiastočne vedie po hranici s Poľskom. Trasa začína v areáli Kúpeľov Vyšné Ružbachy.

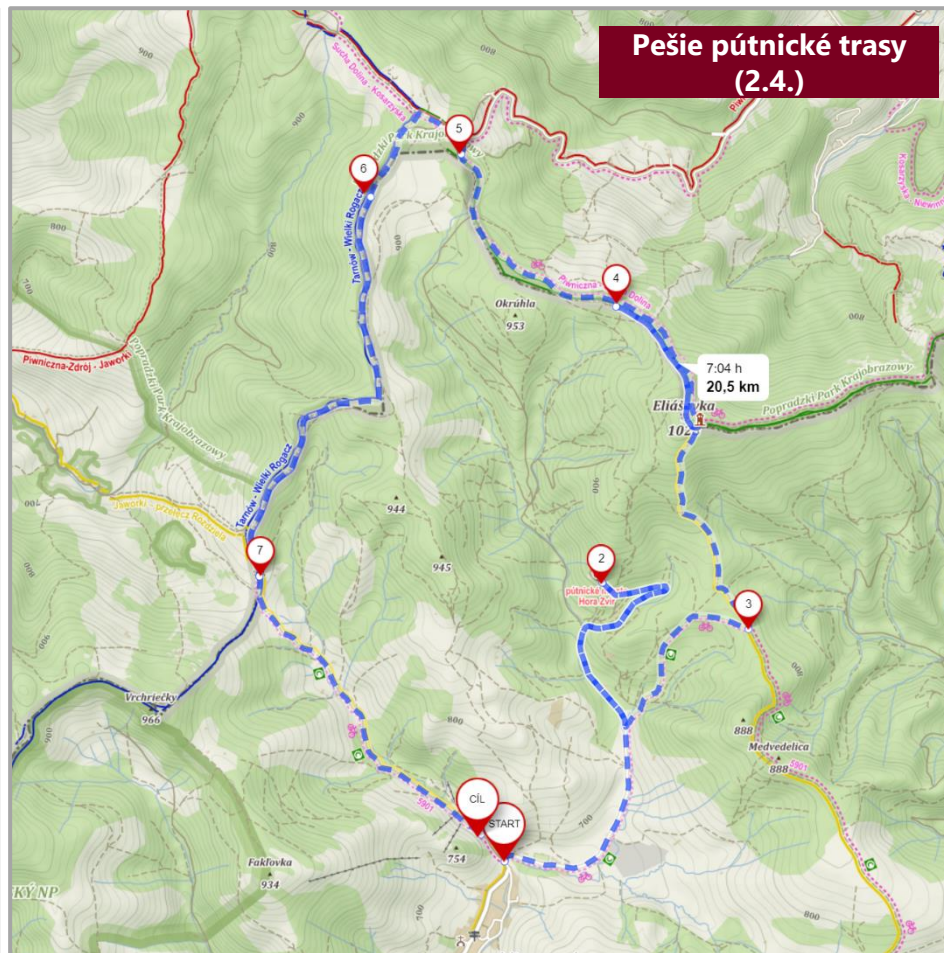


Návrh peších trás - pútnické miesto Litmanová

Pešia trasa spájajúca pútnické miesto s mestom Piwniczna-Zdrój (približne 6 tis. obyvateľov). Trasa prepája slovenské a poľské pohraničie. Na trase sa nachádza rozhľadňa Eliášovka.

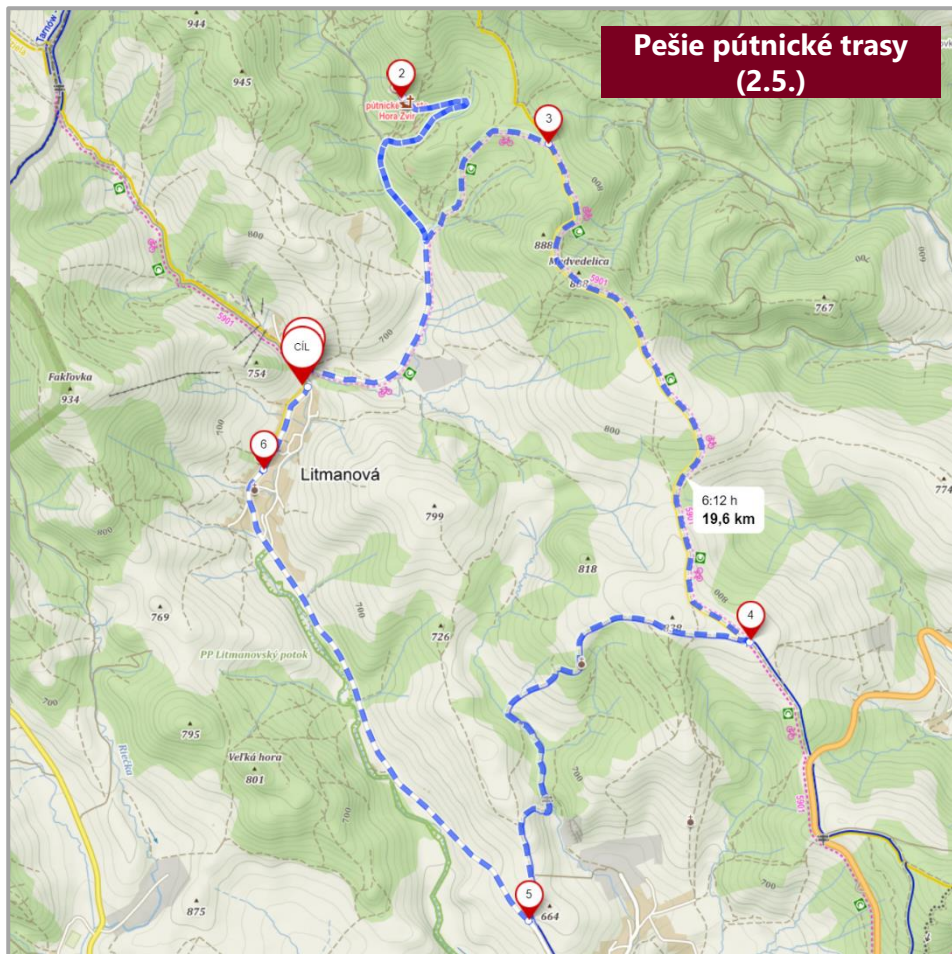


Peší okruh, na ktorý možno vyraziť z parkoviska pri skiareáli Litmanová. Významná časť trasy vedie po hrebeni, ktorý rozdeľuje územie na slovenskú a poľskú stranu.



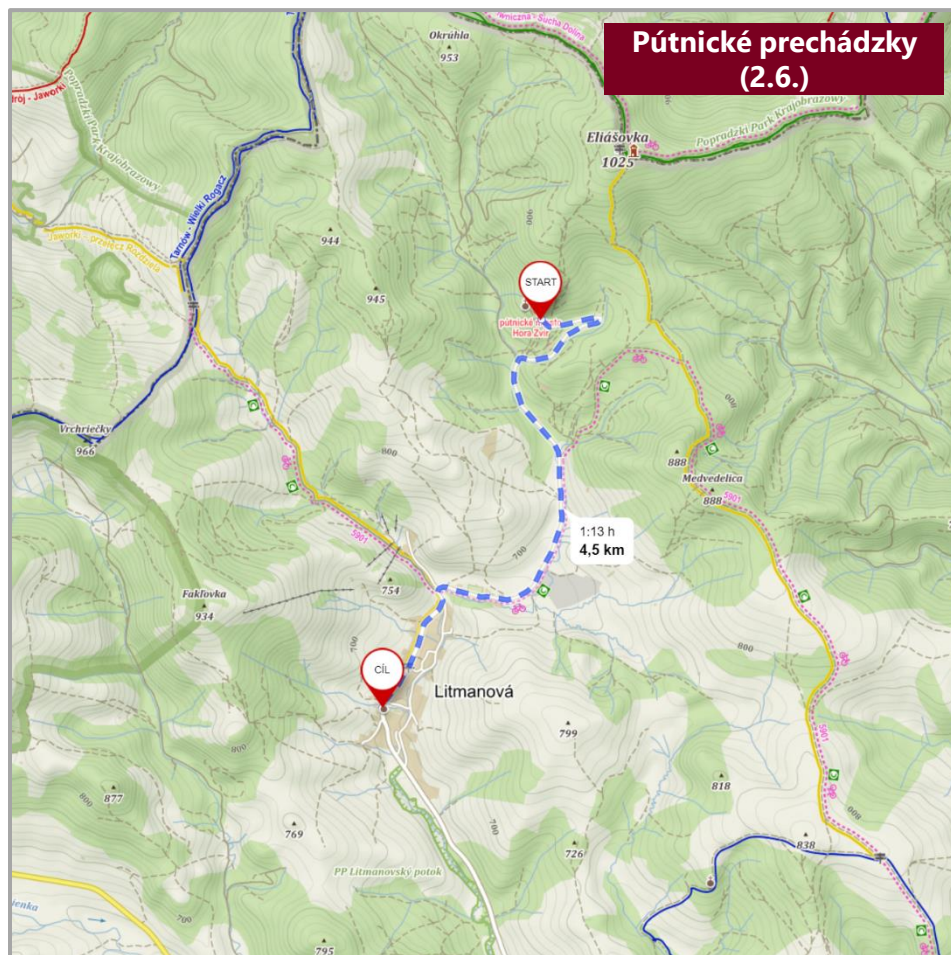
Návrh peších trás - pútnické miesto Litmanová

Peší okruh z parkoviska pri skiareáli Litmanová. V jeho rámci návštevník prechádza celou obcou Litmanová. Cestou nad obcou Jarabina sa nachádza kaplnka a Mariánska studnička.



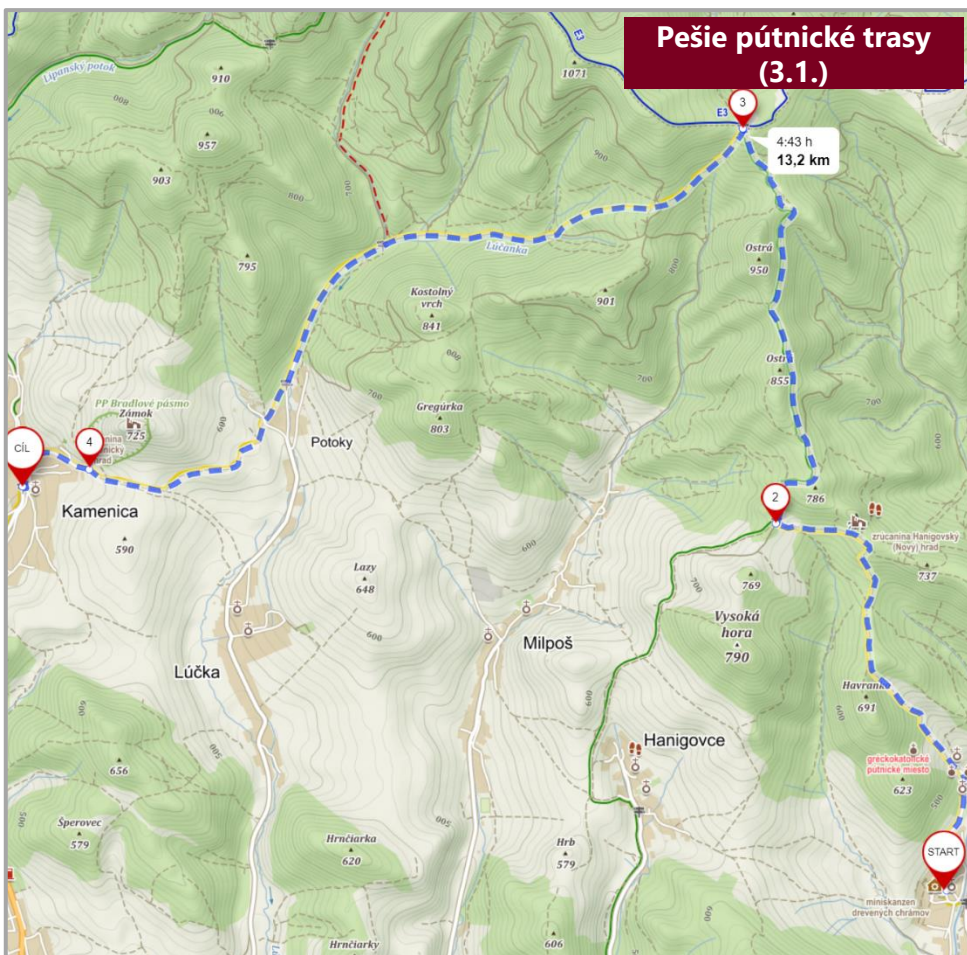
Návrh prechádzok v okolí - Litmanová

Prechádzka spájajúca pútnické miesto s obcou Litmanová (konkrétne s gréckokatolíckym kostolom Sv. Michala archanjela v centre obce). Ide o pomerne nenáročnú prechádzku vhodnú aj pre starších, menej pohyblivých návštevníkov alebo rodiny s deťmi.



Návrh peších trás - pútnické miesto Ľutina

Pešia trasa spájajúca pútnické miesto s obcou Kamenica (cca 2 tis. obyv.). Ide o atraktívnu trasu prírodou, ktorá prechádza okolo zrúcanín Hanigovského hradu a Kamenického hradu.



Pomerne nenáročná pešia trasa spájajúca pútnické miesto s mestom Sabinov (cca 12 tis. obyv.). Trasa v Sabinove začína na Námestí Slobody pri Kostole Nanebovzatia Panny Márie.

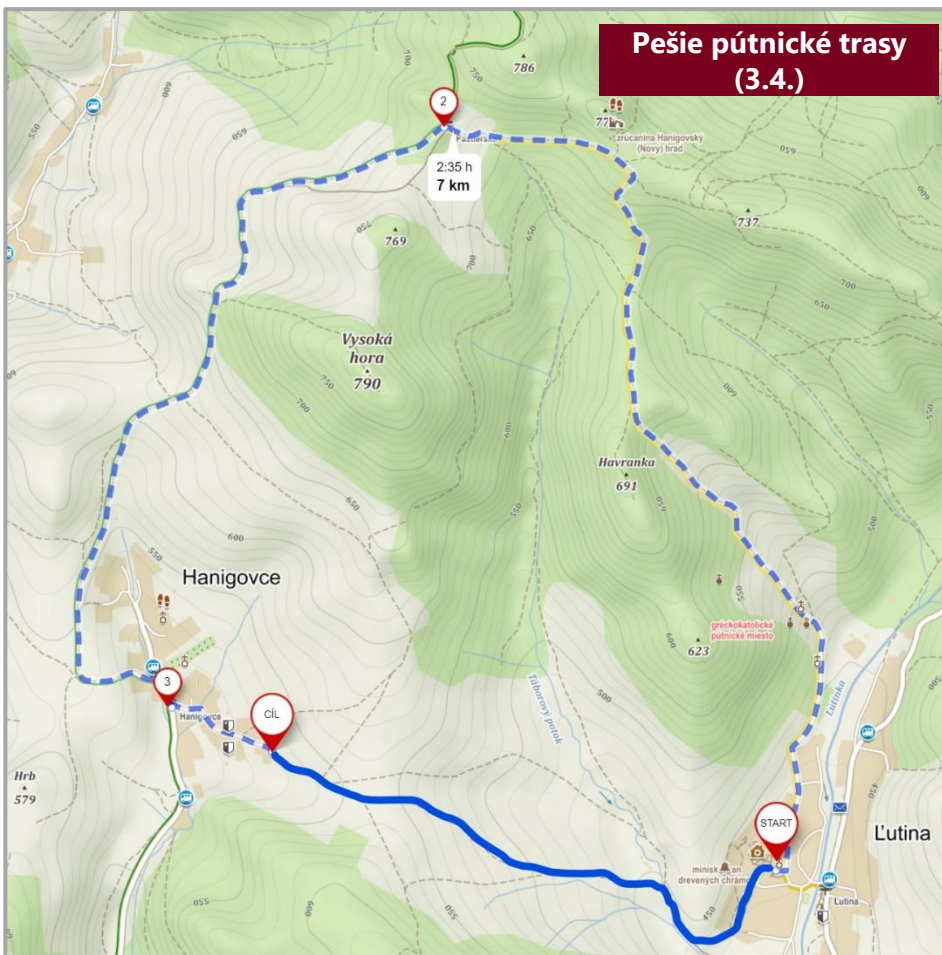


Návrh peších trás - pútnické miesto Ľutina

Pešia trasa spájajúca pútnické miesto s Lipany (cca 6,5 tis. obyv.). Trasa vedie pozdĺž Hanigovského hradu. Z Rožkovian do Lipian je nutné vyznačiť časť trasy po poľnej ceste.

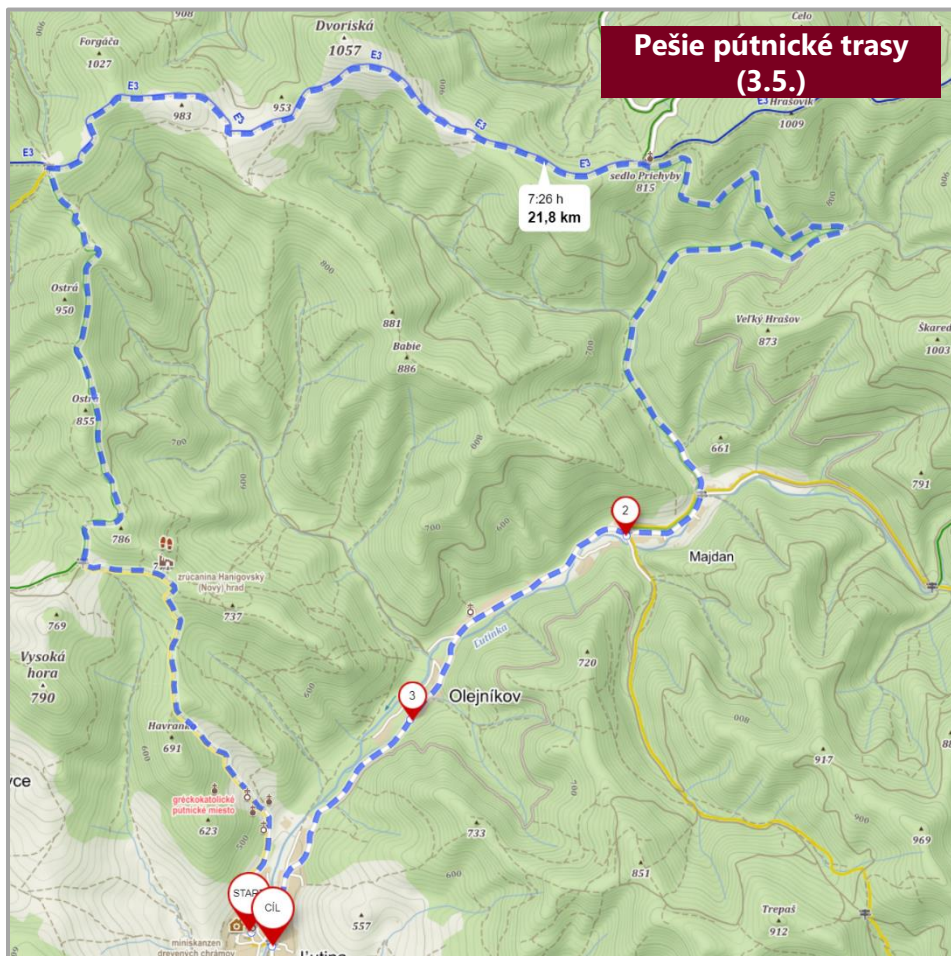


Veľmi atraktívny peší okruh v blízkom okolí Ľutiny. Návrh vychádza z návrhu "Okruhu o LÁŠKE" od pána R. Vica. Z Hanigoviec do Ľutiny je nutné vyznačiť trasu po poľnej ceste.

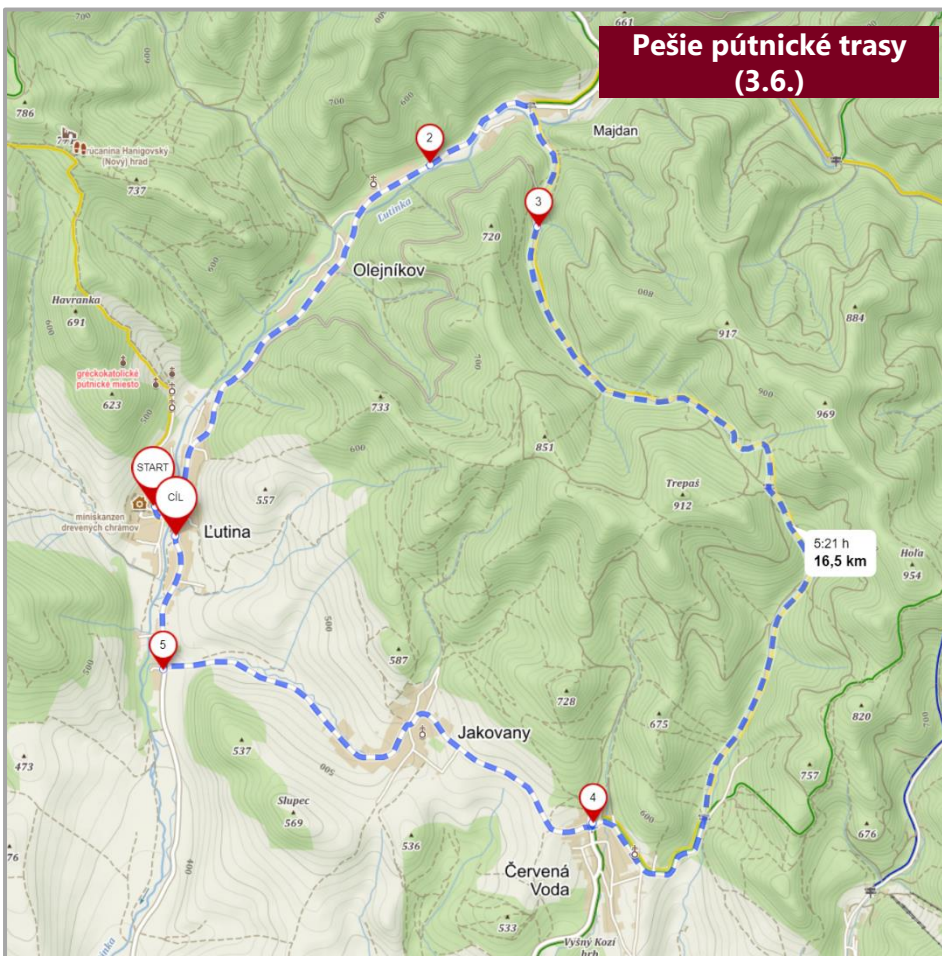


Návrh peších trás - pútnické miesto Ľutina

Pomerne náročný peší okruh prírodou, ktorý vedie v blízkosti vrcholu Dvoriská (1057 m.n.m.). V Sedle Priehyby pútnik prechádza okolo kaplnky.

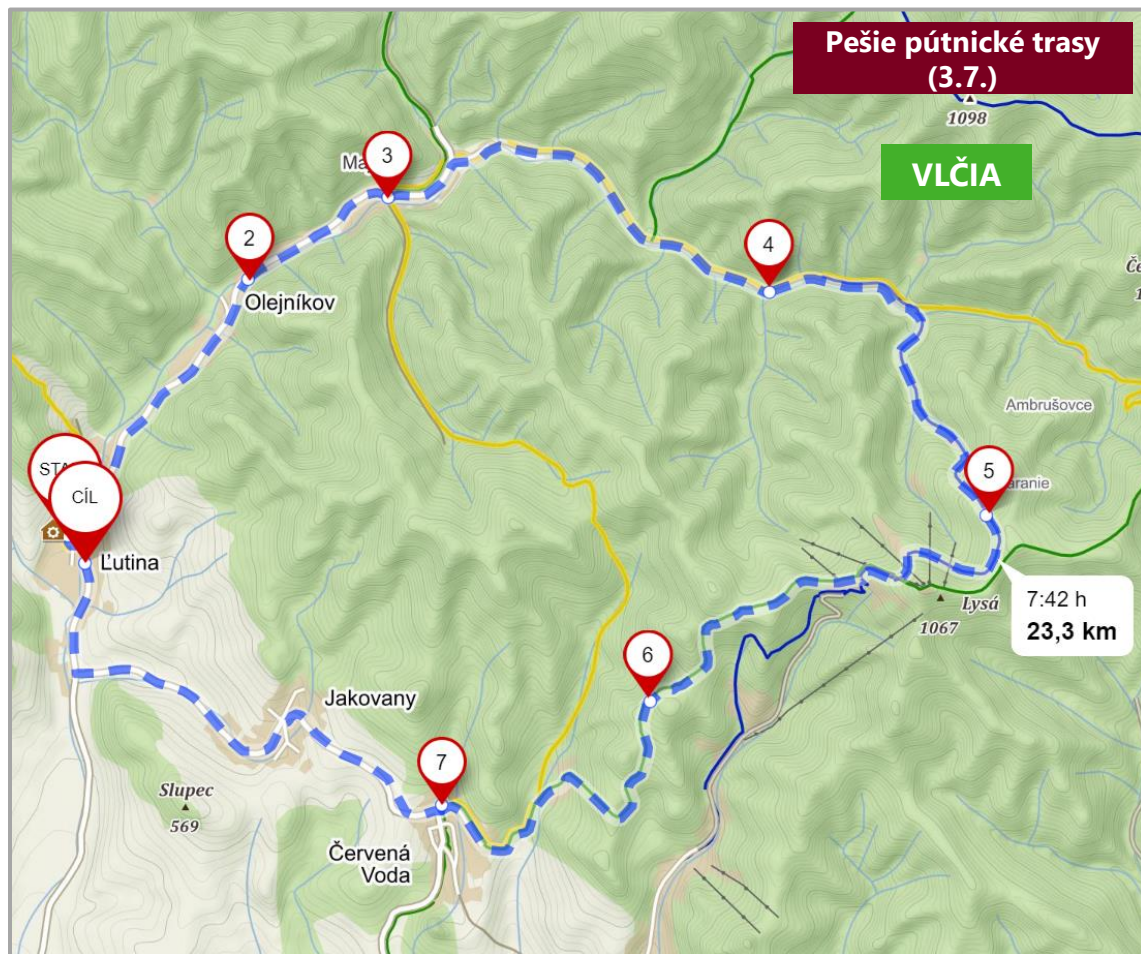


Stredne náročný peší okruh prírodou. Najatraktívnejšia časť vedie pozdĺž Trepešského a následne Čierneho potoka. Trasa prechádza obcami Olejníkov, Červená Voda a Jakovany.



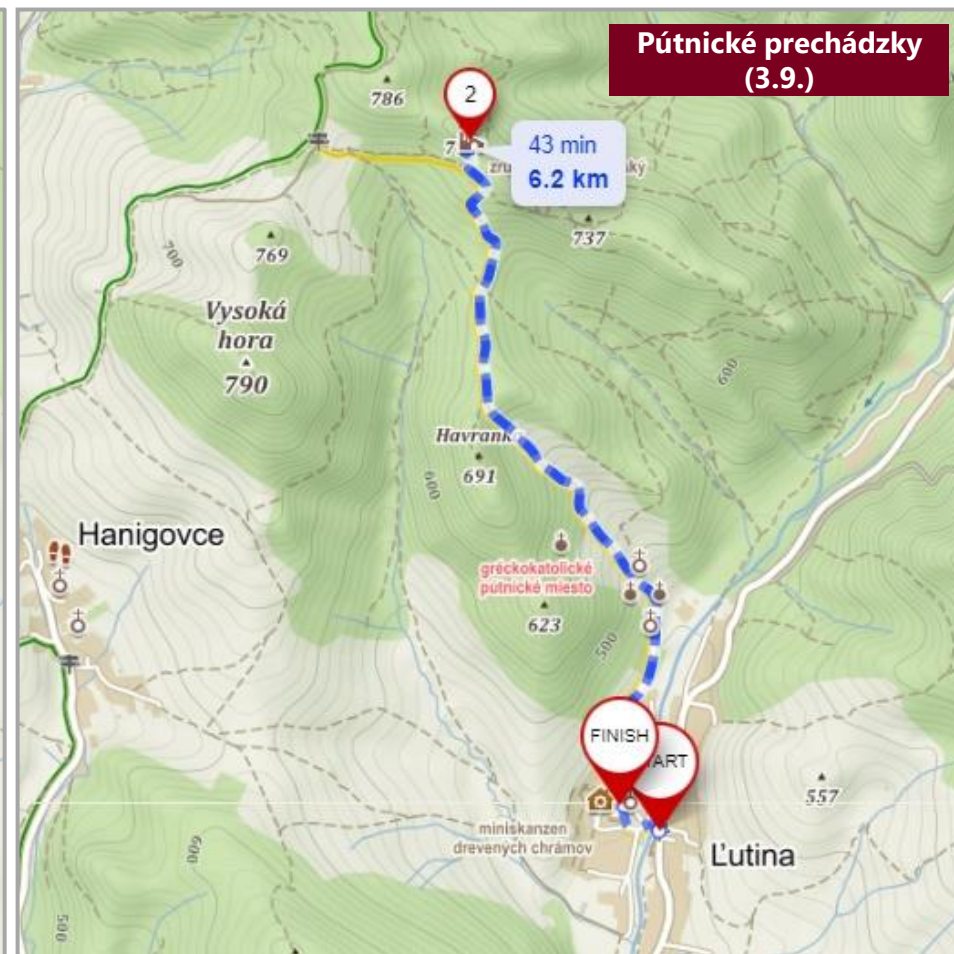
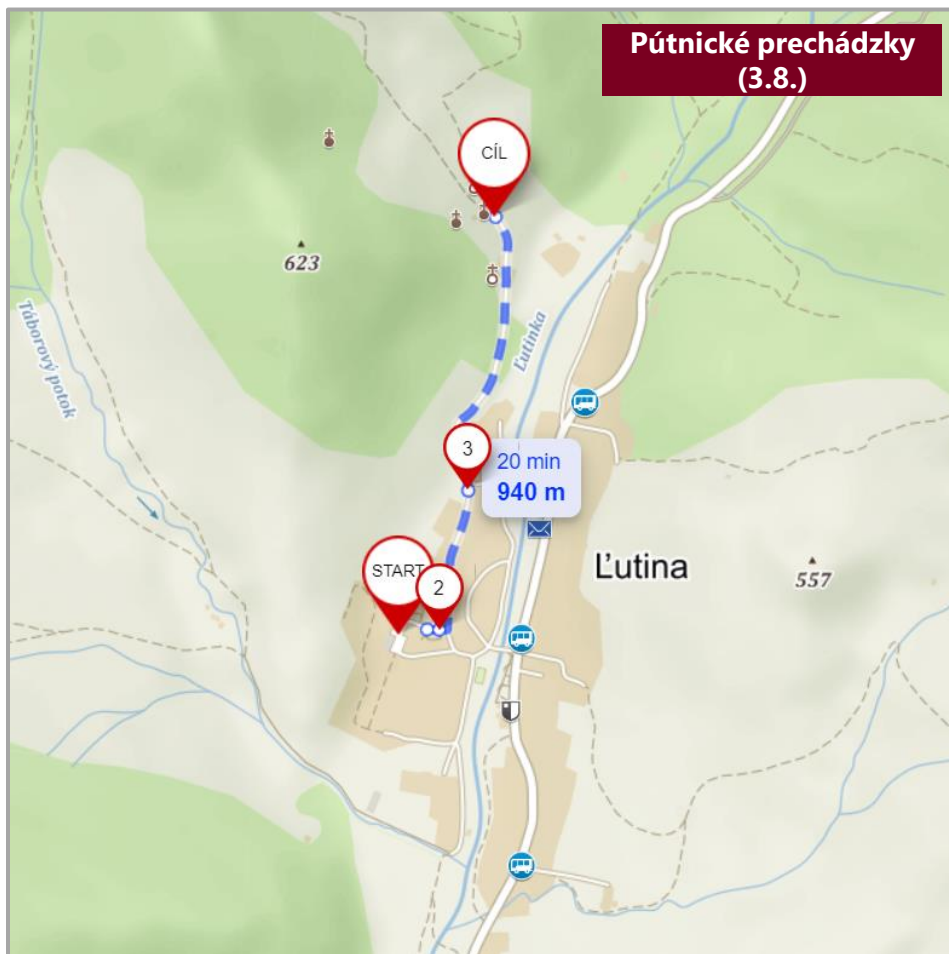
Návrh peších trás - pútnické miesto Ľutina

Pomerne náročný peší okruh prírodou, ktorý bol inšpirovaný návrhom "Okruhu o PRÍRODE" od pána R. Vica. Na rázcestí Jarabinček je možné odbočiť a navštíviť Súkromnú prírodnú rezerváciu Vlčia.



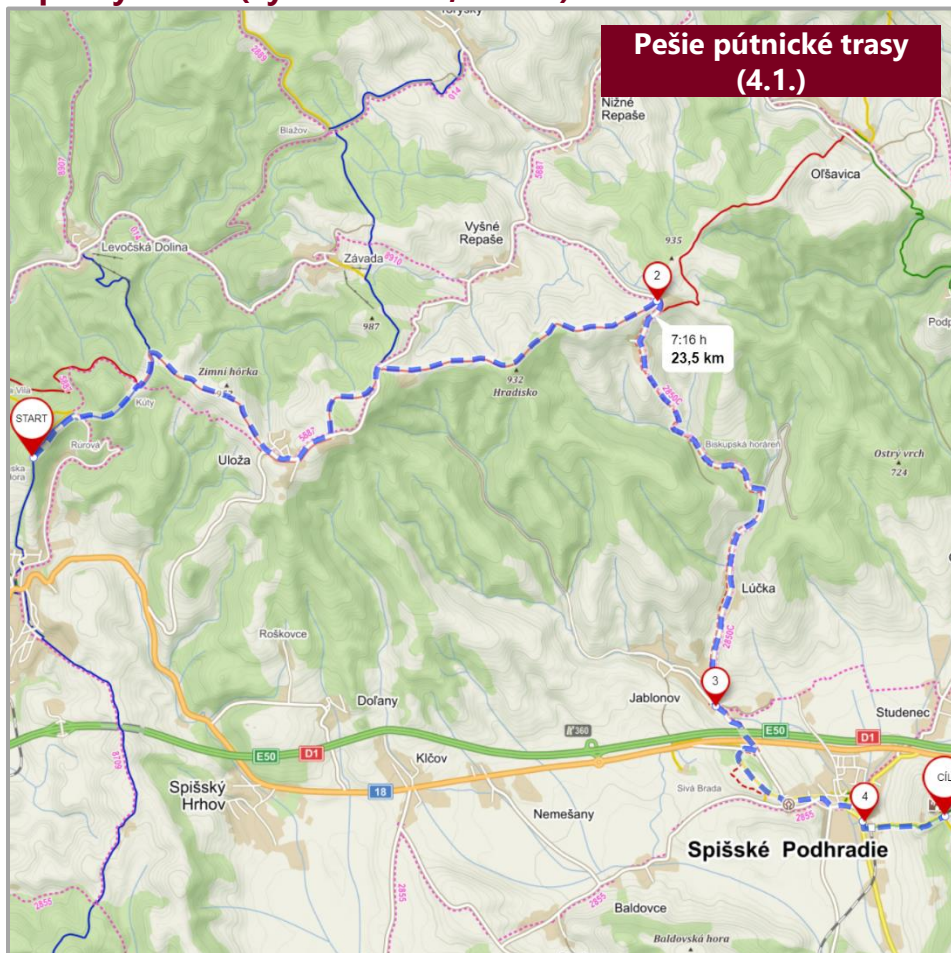
Návrh prechádzok v okolí - Ľutina

Boli navrhnuté dve možnosti prechádzky. Kratšia varianta spája baziliku Zosnutia presvätej Bohorodičky (najstaršia gréckokatolícka bazilika minor na Slovensku), miniskazen drevených chrámov a zvonicu s gréckokatolíckymi kostolmi a kaplnkami v severnej časti obce. Dlhšia varianta pokračuje ďalej ku zrúcanine Hanigovského hradu.



Návrh peších trás - pútnické miesto Levoča

Náročnejša pešia trasa spájajúca pútnické miesto s mestom Spišské Podhradie (cca 4 tis. obyv.) a predovšetkým s pamiatkou UNESCO Spišským hradom. Trasa je vhodná i pre cyklistov (využitie 5887, 2850C).

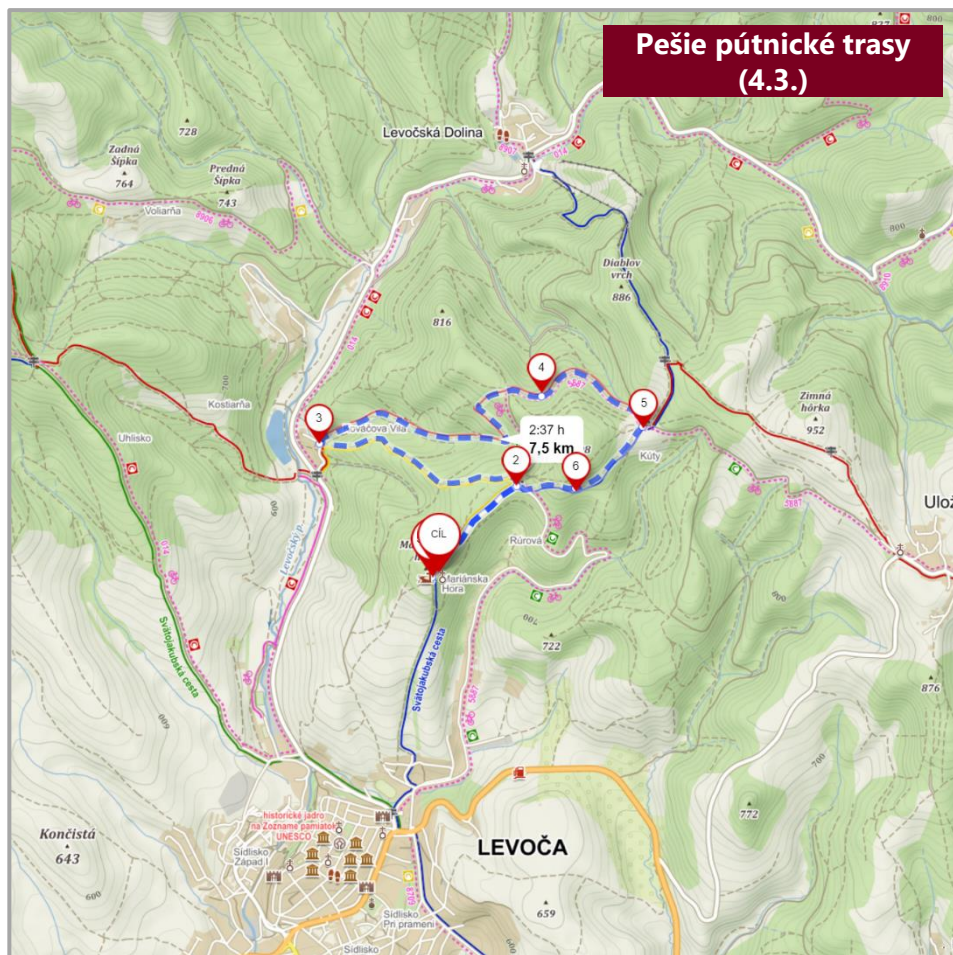


Pešia trasa spájajúca pútnické miesto s centrom mesta Levoča (cca 15 tis. obyv.) a s výšlapom na Zbojnícku lúku. Z tohto rázcestia trasa do Levoče pokračuje po Svätajakubskej ceste.

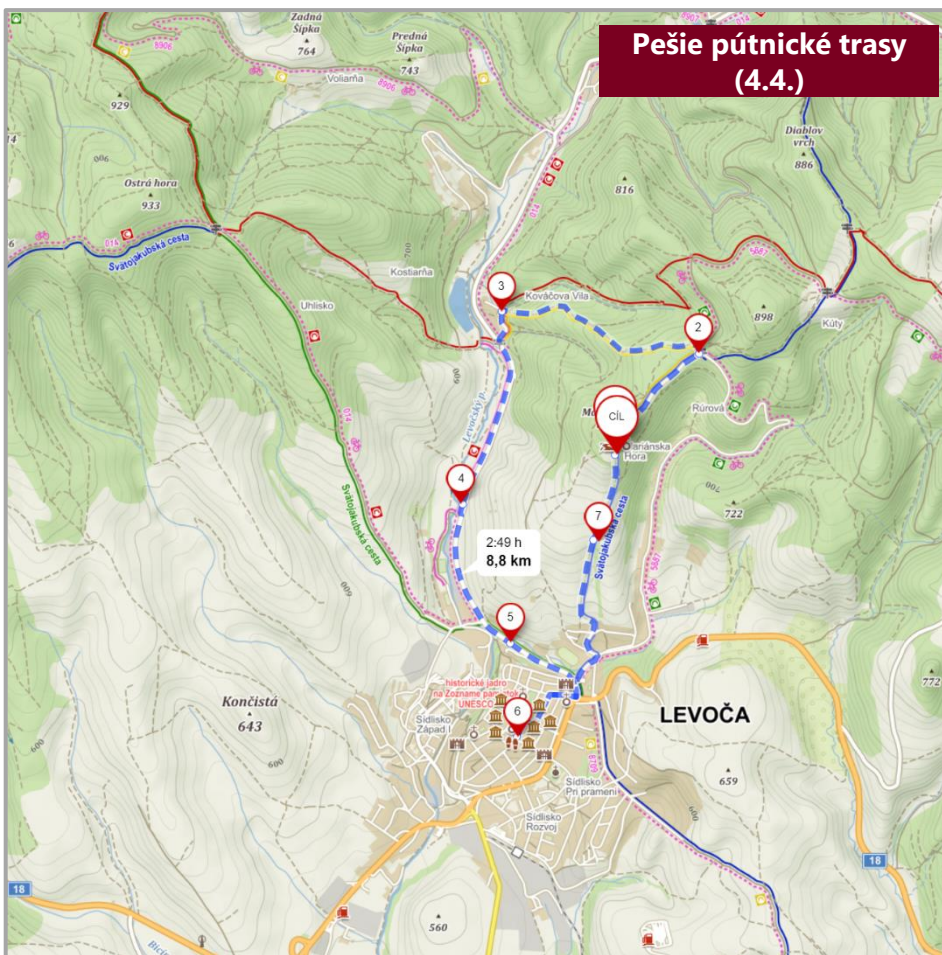


Návrh peších trás - pútnické miesto Levoča

Atraktívny peší okruh severne od pútnického miesta. Je vhodný pre návštevníkov pútnického miesta, ktorí viac než návštevu Levoče preferujú prechádzku prírodou.

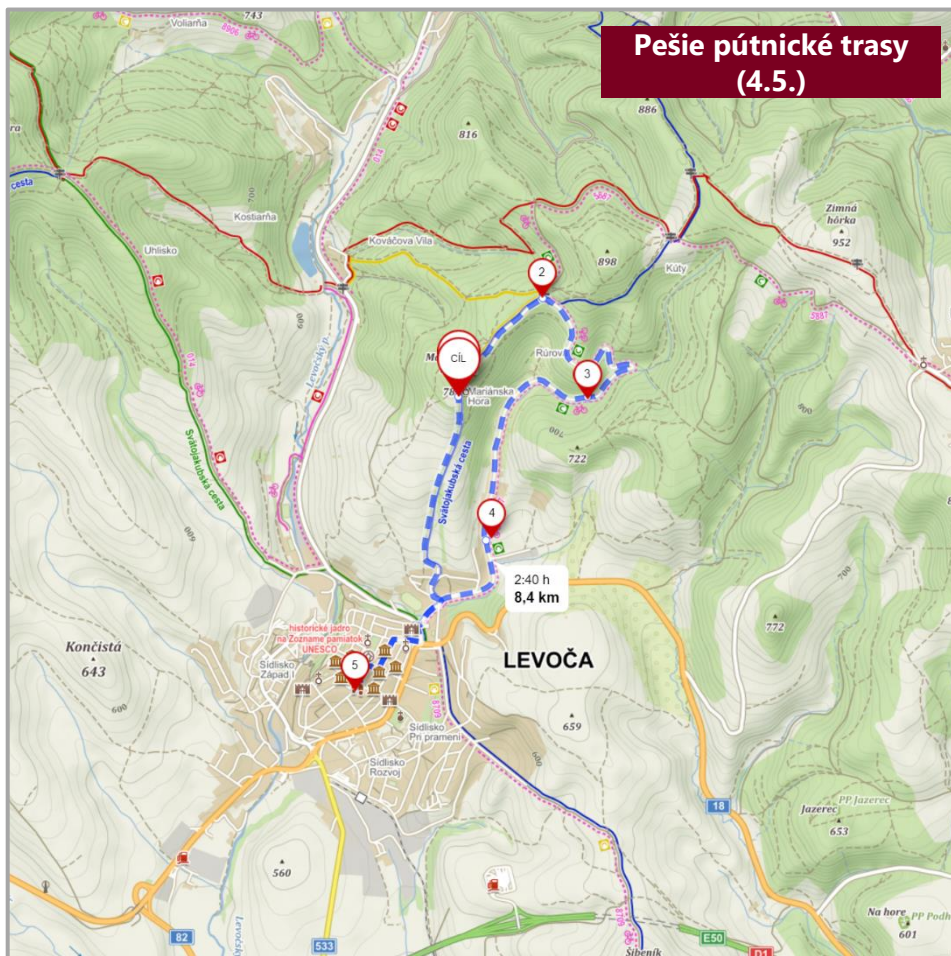


Pomerne nenáročný okruh, ktorý kombinuje prechádzku prírodou s návštevou historického centra Levoče a výstup na pútnické miesto po Svätajakubskej ceste.



Návrh peších trás - pútnické miesto Levoča

Druhá varianta nenáročného okruhu, ktorý kombinuje prechádzku prírodou s návštevou historického centra Levoče a výstup na pútnické miesto po Svätajakubskej ceste.



Kratšia dvojdenná púť vedie z Levoče cez Mariánsku horu do obce Levočská Dolina, kde sa prespí. Druhý deň dokončenie okruhu späť do Levoče. Trasa celého okruhu meria cca 13 km.

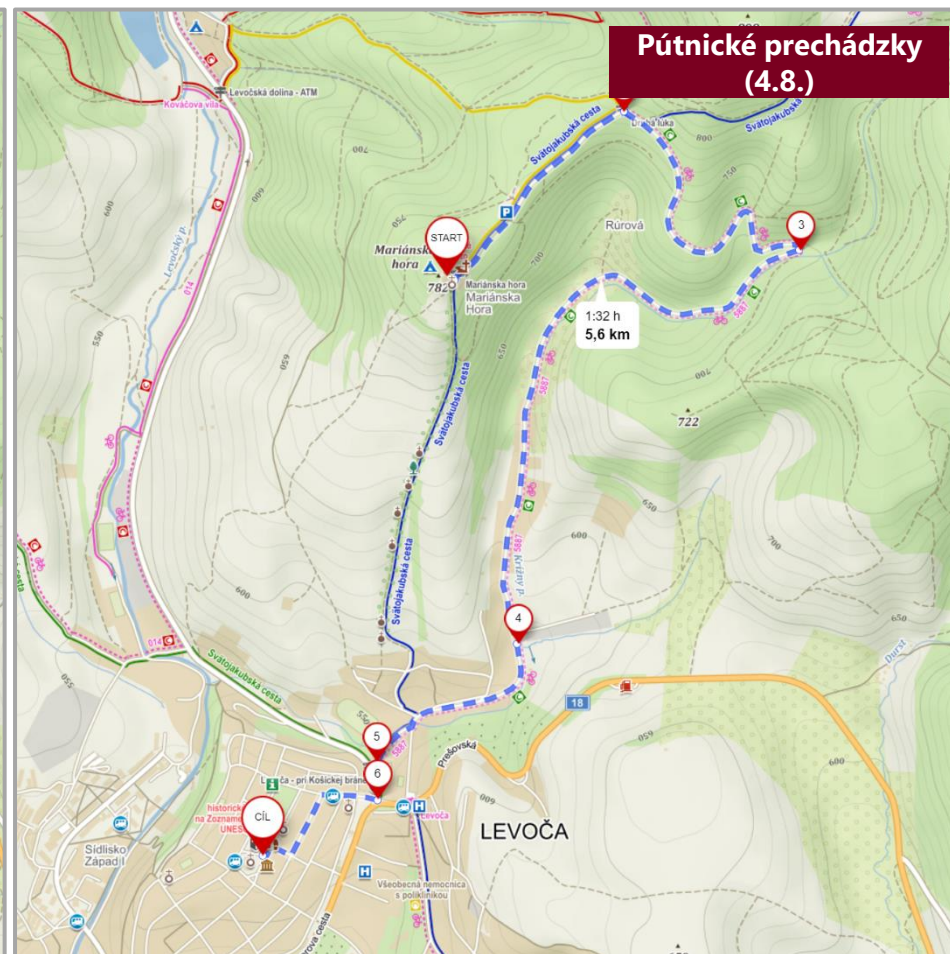


Návrh prechádzok v okolí - Levoča

Prechádzka spájajúca pútnické miesto s centrom mesta Levoča. Trasa vedie stromoradím po Svätajakubskej ceste, na ktorej je niekoľko kaplniek.

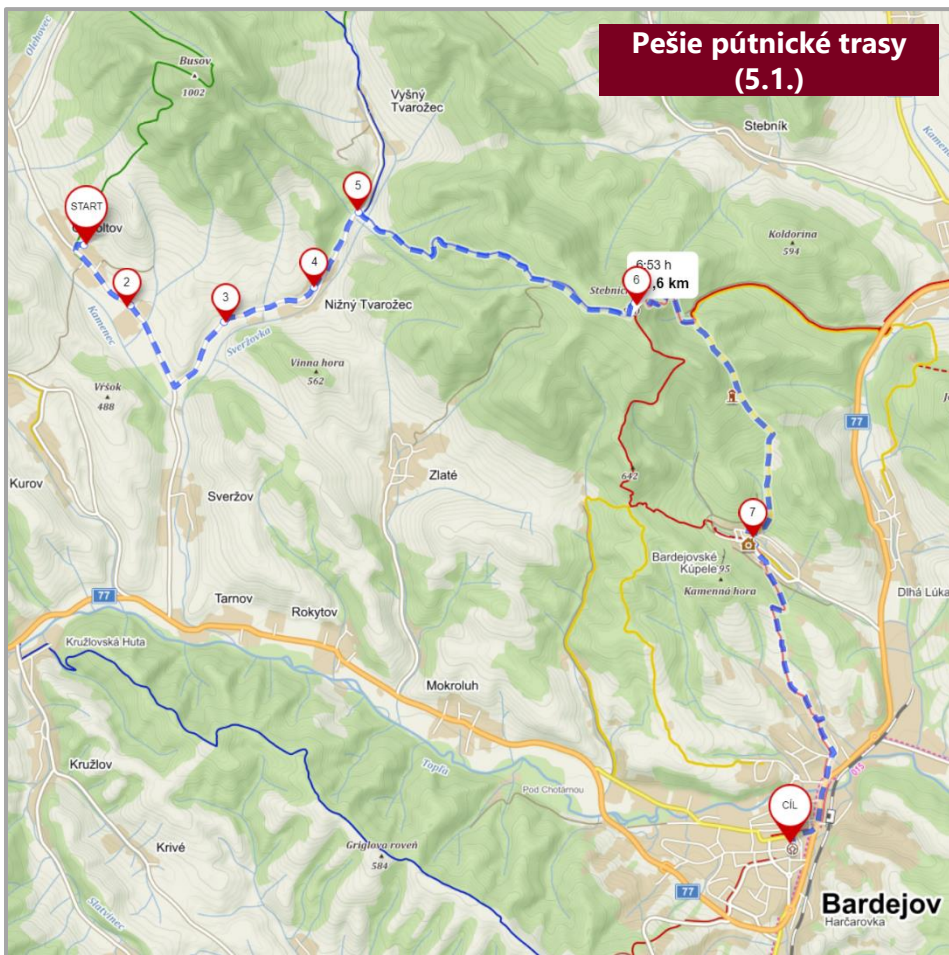


Menej náročná prechádzka spájajúca pútnické miesto s centrom mesta Levoča. Trasa v Levoči začína v historickom jadre, ktoré je tiež pamiatkou UNESCO.

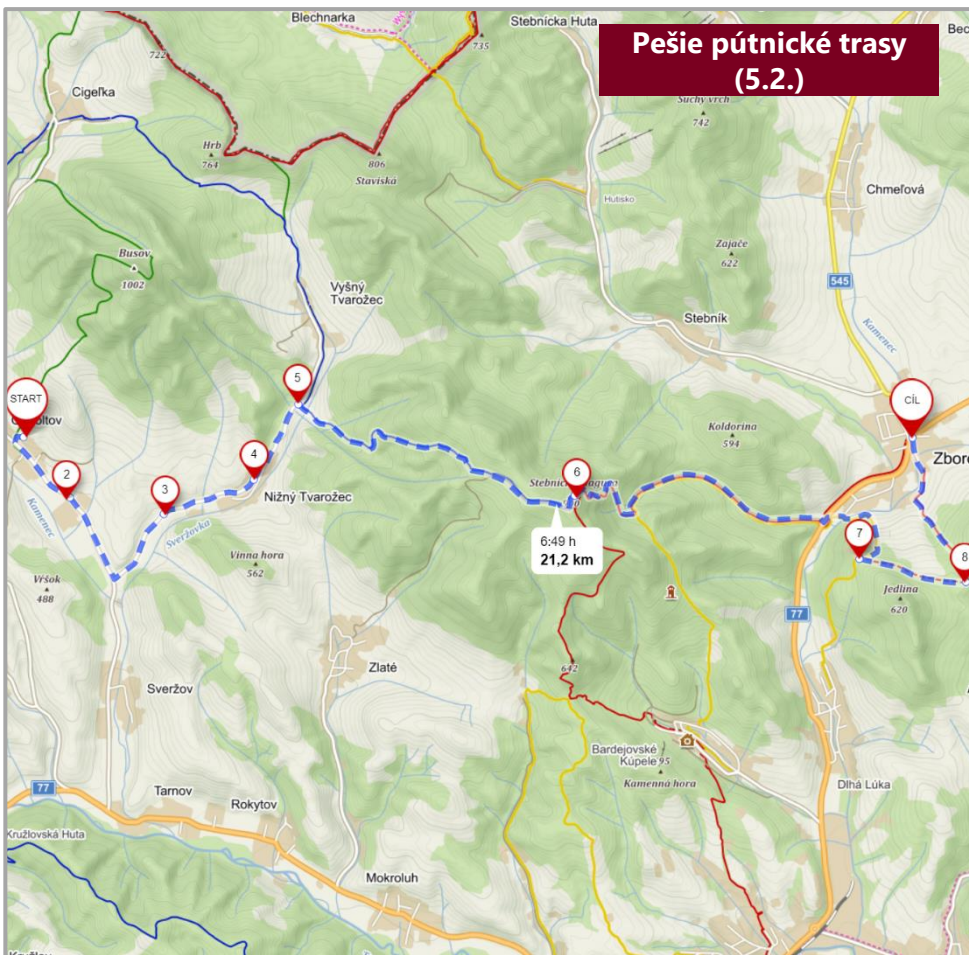


Návrh peších trás - pútnické miesto Gaboltov

Pešia trasa spájajúca pútnické miesto s Bardejovom (cca 32 tis. obyv.). Cesta vedie cez vrch Stebnická Magura (899 m.n.m.) a Bardejovské Kúpele, kde je Múzeum ľudovej architektúry.



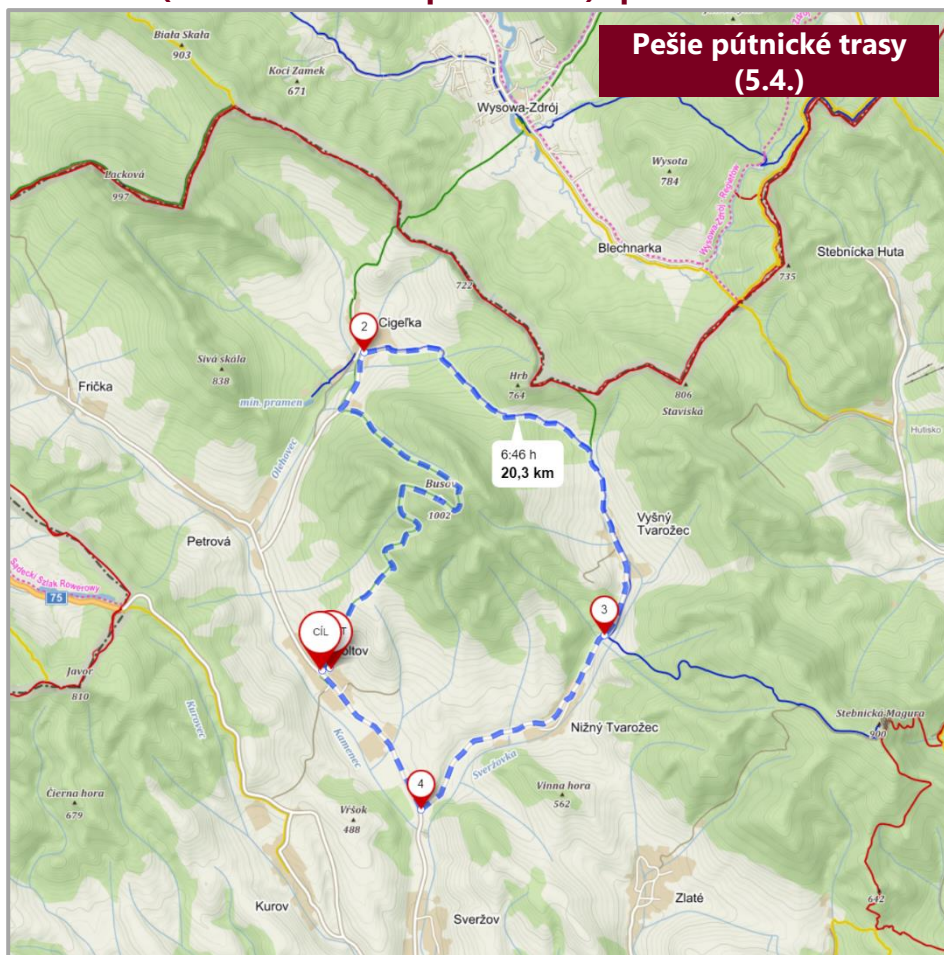
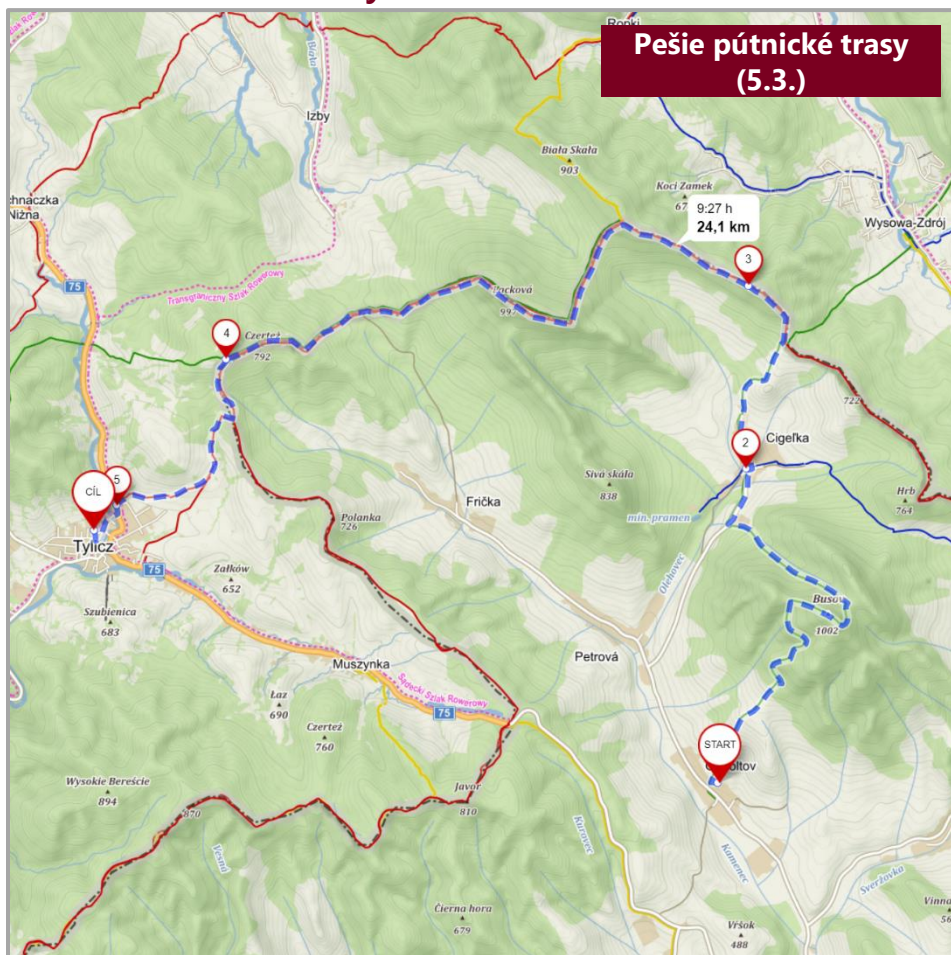
Pešia trasa spájajúca pútnické miesto so Zborovom (cca 3,5 tis. obyv.). Hlavnou atrakciou na trase je Zborovský hrad. Prvá časť trasy je zhodná s trasou do Bardejova.



Návrh peších trás - pútnické miesto Gaboltov

Pešia trasa spájajúca pútnické miesto s poľskou obcou Tylicz (cca 2 tis. obyv.). Tylicz je obľúbené lyžiarske stredisko s cca 6 km zjazdoviek. Časť trasy vedie po hraničnom hrebeni. Ide o náročnú trasu hornatým terénom.

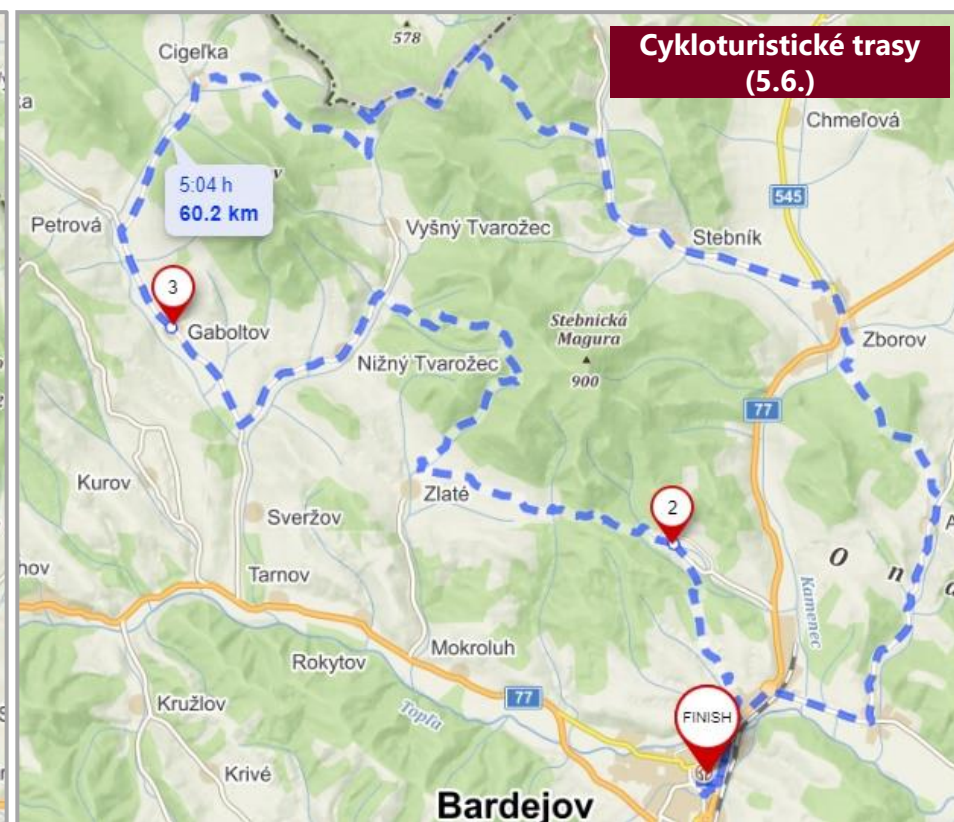
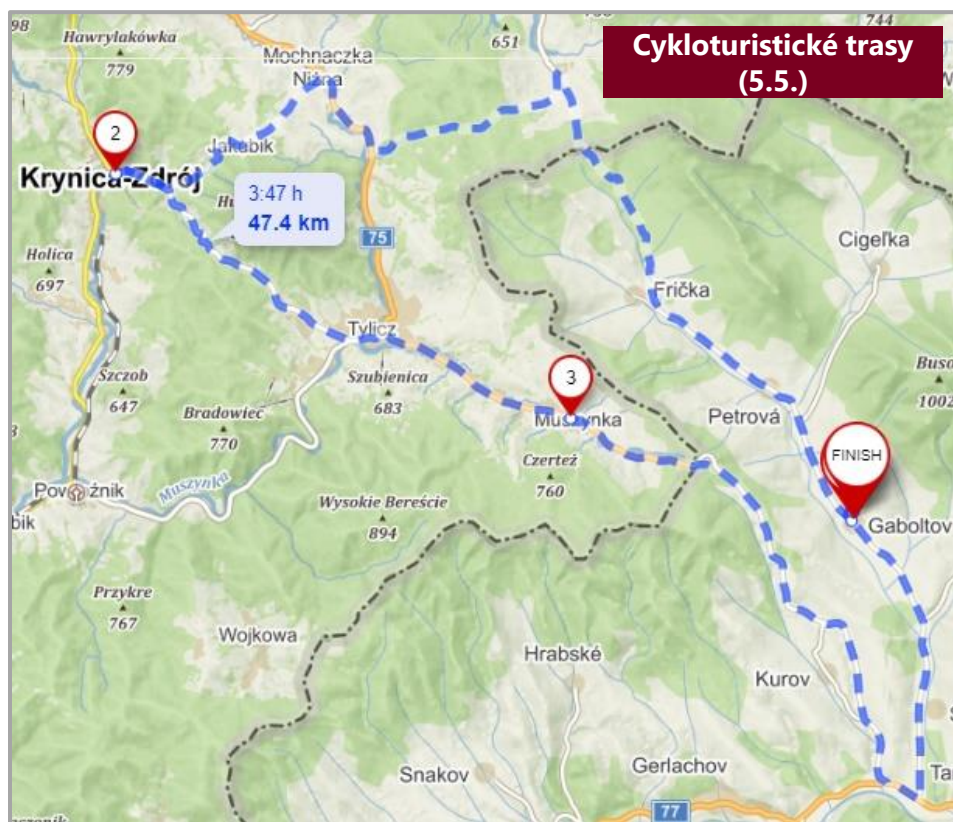
Aj ďalší okruh vedie cez vrch Busov (1002 m.n.m.) do obce Cigelka so žriedlom minerálnej vody. Oproti predchádzajúcim trasám ale nepokračuje na hranici a stáča sa cez Vyšný a Nižný Tvarožec (Drevená zvonica pri kostole) späť do Gaboltova.



Návrh peších trás - pútnické miesto Gaboltov

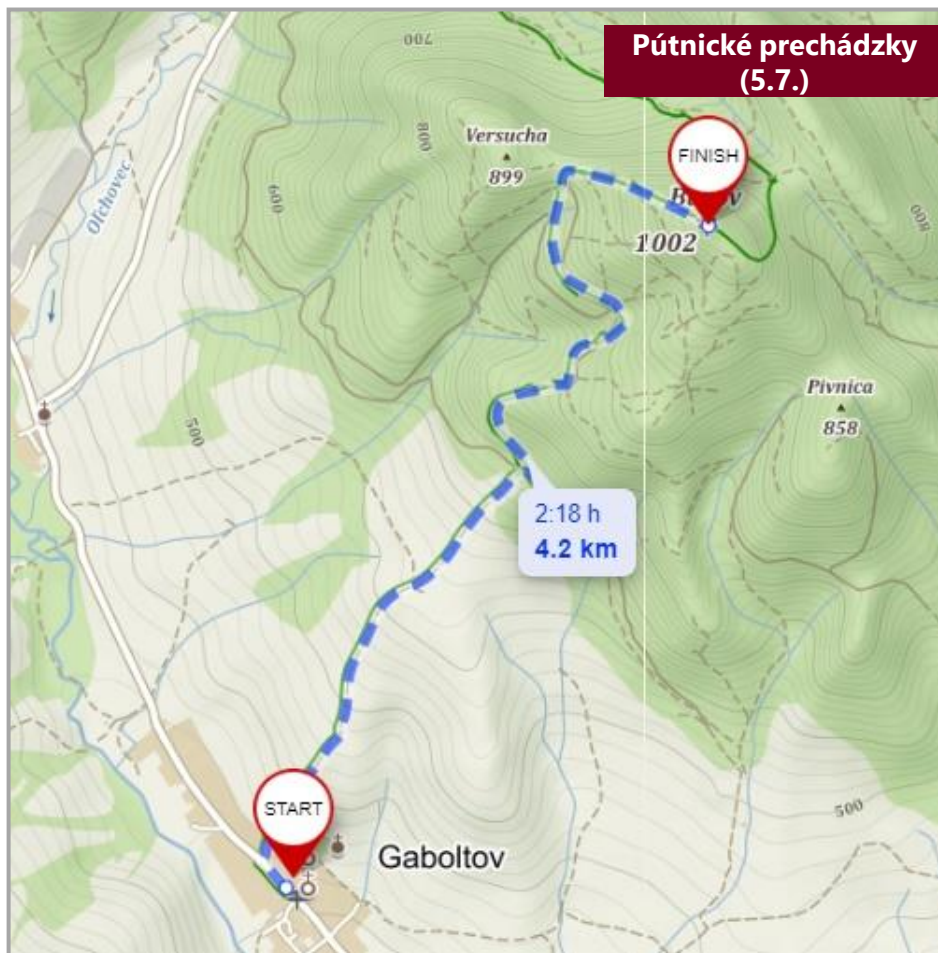
Okolie pútnického miesta Gaboltov ponúka vhodné podmienky pre cykloturistiku. Bola navrhnutá trasa, ktorú je možné realizovať za 2 dni s prenocovaním v meste Krynica-Zdrój (11,1 tis. obyv.), čo sú jedny z najznámejších a najobľúbenejších poľských kúpeľov, a tak poskytujú ponuku ubytovacích kapacít.

Druhý okruh pre cykloturistov umožňuje návštevu atraktívnej oblasti východne od Gaboltova. Je možné ho začať a ukončiť v Bardejove, kedy pútnik v polovici trate prespí práve v Gaboltove. Po trase sú atraktivity ako Zborovský hrad, Bardejovské Kúpele s Múzeom ľudovej architektúry, atď.



Návrh prechádzok v okolí - Gaboltov

Gaboltov je významné mariánske pútnické miesto, ktoré sa zaplní predovšetkým v dobe pútí. Kostol sv. Vojtecha je rímskokatolícky, zatiaľ čo kostoly v okolitých obciach sú prevažne gréckokatolícke. Prevažná väčšina návštevníkov navštívi len najbližšie okolie kostola sv. Vojtecha. Zaujímavosťou o krátku, ale vzhľadom k prevýšeniu pomerne náročnú prechádzku sa môžu vydať na vrch Busov (1002 m.n.m.).



Návrh trás - vyčíslenie kilometrov

V okolí pútnických miest je navrhnuté celkom 480,64 km peších trás a prechádzok.

Litmanová

- V okolí pútnického miesta Litmanová je navrhnuté **celkom 93,9 km trás**.

Ľutina

- V okolí pútnického miesta Ľutina je navrhnuté **celkom 115,14 km trás**.

Levoča

- V okolí pútnického miesta Levoča je navrhnuté **celkom 72,6 km trás**.

Gabolto

- V okolí pútnického miesta Gabolto je navrhnuté **celkom 199 km trás**.

Pozn.: Počet kilometrov navrhnutých trás možno brať ako návrh pre budúce značenie trás v okolí pútnických miest. Jedná sa len o odporúčania. Výber trás, ktoré budú značené, je plne v gescii budúceho prevádzkovateľa.

Identifikácia kľúčových spolupracujúcich subjektov a popis ich rolí

Stakeholderi

Svätomariánska púť je projekt, ktorý sa prelína viacerými odbormi. V dôsledku toho má vplyv na veľké množstvo stakeholderov z rôznych oblastí. Je preto veľmi dôležité v priebehu prípravy a realizácie projektu informovať a nadviazať spoluprácu so subjektmi, ktoré pôsobia v cirkvi, v cestovnom ruchu, verejnej správe a ďalších oblastiach.

Cirkvi

- Košická arcidiecéza
- Spišská diecéza
- Gréckokatolícka archieparchia v Prešove
- Správcovia farností
- Konferencia biskupov Slovenska (Rada KBS pre migrantov, utečencov/ a pútnikov)
- ...a ďalšie

Verejná správa a samospráva

- Agentúra regionálneho rozvoja
- Mesto Levoča, obec Gaboltov, obec Ľutina, obec Litmanová
- Osvetové stredisko Bardejov
- Krajské a oblastné organizácie CR
- Miestné akčné skupiny
- Príľahlé obce
- ...a ďalšie

Infraštruktúrni partneri

- Klub slovenských turistov
- Slovenský cykloklub
- Správcovia lesov
- Správa ciest Prešovského kraja
- ...a ďalšie

Pútnické org. a občianske združenia

- Asociácia pútnických organizácií
- Slovenskí skauti
- Združenie kresťanských spoločenstiev
- Svätójakubská cesta
- Novum Castrum, Bašta Bardejov
- ...a ďalšie

Informačné kanály

- Národné médiá
- Regionálne médiá
- Výstavy cestovného ruchu
- Vzdelávacie podujatia
- ...a ďalšie

Aktéri v cestovnom ruchu

- AWER Travel
- Mandora
- HORECA
- Prevádzkovatelia atraktivít
- ...a ďalšie

Klíčové spolupracujúce subjekty - cirkev

Košická arcidiecéza

Popis subjektu

Košická arcidiecéza je metropolitnou arcidiecézou Východnej provincie rímskokatolíckej cirkvi na Slovensku so sídlom v Košiciach. Bola zriadená 10. augusta 1804. Dňa 31. marca 1995 ju pápež Ján Pavol II. apoštolskou konštitúciou Pastoralis quidem permoti erigoval na arcidiecézu a zároveň ustanovil Košickú cirkevnú provinciu. Košickým arcibiskupom je Mons. Bernard Bober. Hlavným pútnickým miestom Košickej arcidiecézy je Gaboltov

Motivácia subjektu

Zvýšenie záujmu o duchovné služby v oblasti a možné zvýšenie návštevnosti miest v správe katolíckej cirkvi.

Očakávaná rola

- Očakáva sa spolupráca a primeraná koordinácia aktivít sa správcami farností s ohľadom na rozšírenie pútnického turizmu
- Očakáva sa spolupráca na primeranej propagácii pútnických miest Svätomariánske cesty pri vlastných aktivitách arcidiecéze.
- Očakáva sa spolupráca – Spišská diecéza, Prešovská archieparchia

Spišská diecéza

Popis subjektu

Spišská diecéza je rímskokatolícka diecéza na Slovensku so sídlom v Spišskom Podhradí, časti Spišská Kapitula. Bola zriadená 13. marca 1776. Jej rozloha je 7 802 km², tvorí ju 14 dekanátov. Podlieha pod metropolu Košice. Súčasným diecéznym biskupom je Mons. Štefan Sečka. Hlavným pútnickým miestom Spišskej diecézy je Levoča – Mariánska Hora.

Motivácia subjektu

Zvýšenie záujmu o duchovné služby v oblasti a možné zvýšenie návštevnosti miest v správe katolíckej cirkvi.

Očakávaná rola

- Očakáva sa spolupráca a primeraná koordinácia aktivít sa správcami farností s ohľadom na rozšírenie pútnického turizmu
- Očakáva sa spolupráca na primeranej propagácii pútnických miest Svätomariánske cesty pri vlastných aktivitách diecéze.
- Očakáva sa spolupráca – Košická arcidiecéza, Prešovská archieparchia

Kľúčové spolupracujúce subjekty - cirkev

Gréckokatolícka archieparchia v Prešove

Popis subjektu

Prešovská archieparchia je metropolitná archieparchia Gréckokatolíckej cirkvi na Slovensku sui iuris so sídlom v Prešove. Na jej čele od roku 2003 stojí arcibiskup a metropolita Ján Babjak SJ. Hlavnými pútnickými miestami Prešovskej archieparchie je Litmanová a Ľutina.

Motivácia subjektu

Zvýšenie záujmu o duchovné služby v oblasti a možné zvýšenie návštevnosti miest v správe katolíckej cirkvi.

Očakávaná rola

- Očakáva sa spolupráca a primeraná koordinácia aktivít sa správami farností s ohľadom na rozšírenie pútnického turizmu
- Očakáva sa spolupráca na primeranej propagácii pútnických miest Svätomariánske cesty pri vlastných aktivitách archieparchie
- Očakáva sa spolupráca – Košická arcidiecéza, Spišská diecéza

Správcovia farností Levoča, Gaboltov, Litmanová, Ľutina

Popis subjektu

Správcovia farností sa starajú o cirkevné pamiatky, duchovné a turistické atraktivity v okolí Svätomariánskej cesty, najmä o kostoly, svätyne, pútné miesta. Farnosti ponúkajú tiež duchovné služby.

Motivácia subjektu

Svätomariánska púť má potenciál nalákať pútnikov počas celého roku, nielen v čase hlavnej púte. Poskytovanie duchovnej starostlivosti sa môže rozložiť miestne i časovo, pričom je možné osloviť oveľa väčšiu cieľovú skupinu. Turistický záujem farnostiam generuje tiež príjmy (formou dobrovoľných príspevkov či vyššou motiváciou k financovaniu farností).

Očakávaná rola

- Farnosti sú zodpovedné za správu pútnických miest a za poskytovanie duchovných služieb vo svojej farnosti na trase púte.
- Očakáva sa aktívne zapojenie pri tvorbe strategických dokumentov a plánov v rámci príprav i prevádzky Svätomariánskej púte s ohľadom na zameranie činnosti farností.
- Očakáva sa spolupráca a koordinácia aktivít spojených s plánovaním zmen a úprav pútnických miest Svätomariánske cesty, sber dát o návštevnosti, zadanie požiadavkov na komunikáciu produktu, primeraná propagácia produktu pri vlastných aktivitách.
- Očakáva sa aktívna spolupráca s ďalšími farnosťami a cirkevnými útvarmi na území Slovenska, Poľska a Česka.
- Očakáva sa prispôsobenie súčasných aktivít pútnickému turizmu s prihliadnutím k vyššej návštevnosti miest a vyššiemu dopytu – napríklad zaistenie kapacity, upratovania, prípadné doplnenie odpočinkových miest atď. Ponuku duchovných služieb je vhodné prispôbiť harmonogramu sezóny.
- Očakáva sa spolupráca s predmetnými oblastnými organizáciami cestovného ruchu.

Kľúčové spolupracujúce subjekty - verejné

Prešovský samosprávny kraj

Popis subjektu

Prešovský samosprávny kraj (PSK) je jedným z hlavných aktérov prípravy a tvorby produktu Svätomariánskej púte. PSK je zjednocujúcim prvkom pri koordinácii činností, najmä v prípade dotknutých obcí, farností a ekonomických subjektov.

Motivácia subjektu

Realizácia produktu má potenciál pre rozvoj obcí a miniregiónov v PSK, môže priniesť daňové výnosy, zvýšiť prestíž kraja a podporiť medzinárodnú spoluprácu s Poľskom.

Očakávaná rola pri prevádzke

- Očakáva sa významná účasť pri koordinácii tvorby plánov, stratégií, investičných akcií a všetkých ďalších významných aktivít
- Očakáva sa finančná účasť najmä pri prvotných investíciách
- Očakáva sa propagácia produktu na miestach k tomu vhodných (webové stránky PSK, tlačivá na podujatiach o cestovnom ruchu atď.)
- Očakáva sa spolupráca pri koordinácii žiadostí o granty
- V závislosti na vybranom organizačnom modeli môže byť PSK prevádzkovateľom alebo jeho významnou súčasťou

Samosprávy Levoča, Litmanová, Gabolto, Ľutina

Popis subjektu

Ide o mestá a obce, ktoré sú najviac dotknuté realizáciou spoločného produktu Svätomariánskej púte. Každá samospráva si zvykne obstarávať záležitosti spojené s prevádzkou pútného miesta sama, v podstate celkom nezávisle od seba.

Motivácia subjektu

Tieto samosprávy budú najviac dotknuté realizáciou produktu, budú ovplyvnené nárastom návštevnosti a môžu využiť potenciál pre príjmy do svojho rozpočtu.

Očakávaná rola pri prevádzke

- Očakáva sa významná účasť pri koordinácii tvorby plánov, stratégií, investičných akcií a všetkých ďalších významných aktivít
- Očakáva sa finančná účasť najmä pri prvotných investíciách
- Očakáva sa propagácia produktu na miestach k tomu vhodných (webové stránky samospráv, miestne tabule a vývesky atď.)
- Očakáva sa spolupráca s miestnymi poskytovateľmi služieb, najmä pri koordinácii spoločných aktivít
- Očakáva sa aktívny prístup a vlastná invencia vedúce k udržateľnosti služieb patriacich k produktu
- V závislosti od vybraného organizačného modelu môžu byť samosprávy významnou súčasťou prevádzkovateľa
- Začlenenie mesta Levoča do medzinárodnej organizácie Mariánskych miest, najmä kvôli propagácii

Kľúčové spolupracujúce subjekty - verejné

KOCR Severovýchod Slovenska

Popis subjektu

Krajská organizácia cestovného ruchu Severovýchod Slovenska zastrešuje oblastné organizácie cestovného ruchu v celom Prešovskom kraji. Účelom založenia, je podpora a rozvoj cestovného ruchu na území svojej pôsobnosti. Členovia: Prešovský samosprávny kraj + 7 oblastných organizácií cestovného ruchu (Horný Zemplín a Horný Šariš, Vysoké Tatry – Podhorie, Severný Spiš – Pieniny, Región Vysoké Tatry, Tatry – Spiš – Pieniny, Šariš – Bardejov, Región Šariš).

Motivácia subjektu

Svätomariánska púť bude zahŕňať niekoľko ďalších produktov, ktoré sú predmetom činnosti KOCR a OOCR. Rozvoj týchto produktov synergicky napomáha rozvoji cestovného ruchu v mieste a dosiahnutie cieľov OCR.

Očakávaná rola pri prevádzke

- Očakáva sa spolupráca pri tvorbe a rozvoji produktov cestovného ruchu
- Je možná spolupráca na formovaní stratégie rozvoja pútnického miesta
- Očakáva sa koordinácia propagačných činností regiónu

Miestne akčné skupiny (PSK)

Popis subjektu

Miestna akčná skupina je partnerstvo zástupcov verejného, súkromného a občianskeho sektoru, ktoré pôsobí na celistvom a súdržnom území. MAS, združujúca dostatočné množstvo skúsených ľudí a inštitúcií, si spracuje a následne realizuje stratégiu rozvoja na základe princípov prístupu Leader.. Miestne akčné skupiny na území PSK: MAS Horný Šariš – Minčoľ, MAS TRI PRÚTY, Občianske združenie MAS Pod Vihorlatom, o.z., Miestna akčná skupina TOPOĽA, o.z., Občianske združenie MAS Pramene, OZ MAS LEV, o.z., MAS ĽUBOVNIANSKO, OZ Partnerstvo pre región.

Motivácia subjektu

Realizácia produktu má potenciál pre rozvoj miestnych akčných skupín v Prešovskom kraji, môže priniesť daňové výnosy, zvýšiť prestíž organizácií a podporiť medzinárodnú spoluprácu s Poľskom.

Očakávaná rola pri prevádzke

- MAS je možné využiť ku koordinácii subjektov medzi obcami
- Očakáva sa spolupráca pri propagácii produktu (webové stránky organizácií, tlačivá na podujatiach o cestovnom ruchu atď.)
- Predpokladá sa spolupráca s prevádzkovateľom Svätomariánskej púte

Kľúčové spolupracujúce subjekty - infraštruktúrne

Klub slovenských turistov

Popis subjektu

Klub slovenských turistov združuje miestne odbory a turistické oddiely mládeže so všestranným zameraním ako aj špecificky na rôzne druhy turistiky. Klub udržiava sieť turistických chodníkov.

Motivácia subjektu

Pútnický turizmus je možné považovať za špecifickú formu pešej turistiky, vybudovanie uceleného produktu sa zlučuje s filozofiou Klubu a podporuje podobné ciele. Svätomariánska cesta rozširuje možnosti aktivít miestnych oddielov aj pre sekulárnu turistiku.

Očakávaná rola

- Klub slovenských turistov je základným subjektom, ktorý môže ovplyvniť medializáciu produktu a rozvoj organizovaného turizmu slovenských turistov
- Očakáva sa aktívne zapojenie pri tvorbe strategických dokumentov a plánov v rámci príprav i prevádzky Svätomariánskej púte s ohľadom na zameranie činnosti Klubu
- Očakáva sa aktívne zapojenie miestnych a druhovo príslušných oddielov pri plánovaní organizovaných skupín turistov
- Klub má významnú úlohu pri medializácii pešej turistiky a tak aj pri realizácii komunikačnej stratégie Svätomariánskej cesty na Slovensku. Predpokladá sa tak primeraná propagácia cesty v rámci aktivít Klubu
- Očakáva sa spolupráca pri údržbe značenia trasy púte

Slovenský cykloklub

Popis subjektu

Cykloklub sa zaoberá vytváraním cykloturistických trás na území Slovenska, podieľa sa na vytváraní podmienok na cykloturistiku a všeobecne sa snaží o združovanie a podporu záujmov verejnosti súvisiacich s bicyklami.

Motivácia subjektu

Napriek tomu, že púť je primárne zamýšľaná pre pešiu turistiku, je možné prejsť pútné miesta a využiť súvisiacu infraštruktúru aj v rámci cykloturizmu po cyklotrasách. Návšteva pútnych miest je vhodným doplnkom cyklistického výletu, nech už ako hlavný cieľ alebo časť cesty. Vybudovanie Svätomariánskej cesty tak má potenciál prispieť k zvýšeniu cykloturistiky v regióne.

Očakávaná rola

- Klub sa môže podieľať na tvorbe doplnkových produktov zameraných na cykloturizmus
- Očakáva sa primerané zapojenie pri tvorbe strategických dokumentov a plánov v rámci príprav i prevádzky Svätomariánskej púte s ohľadom na zameranie činnosti Klubu
- V prípade záujmu je možné zapojenie miestnych oddielov cykloklubu pri plánovaní organizovaných skupín cykloturistiky a kombinovanej turistiky
- Očakáva sa koordinácia harmonogramu veľkých akcií s ostatnými subjektmi

Kľúčové spolupracujúce subjekty - občianske

Asociácia pútnických organizácií

Popis subjektu

Asociácia združuje fyzické a právnické osoby spojené s pútnictvom. Cieľom Asociácie je rozvoj pútnictva, spirituálneho a náboženského turizmu, podpora a rozvoj pútnických miest a ciest a s tým spojené činnosti. Asociácia v rámci svojej publikačnej činnosti vydáva mesačník *Pútnický list*.

Motivácia subjektu

Spolupráca s prevádzkovateľom Svätomariánskej púte môže priniesť ďalšie skúsenosti a možnosti spoločných a koordinovaných aktivít s ostatnými členmi.

Očakávaná rola pri prevádzke

- Predpokladá sa spolupráca formou výmeny know-how a znalostnej bázy
- Vzniká potenciál pre koordináciu spoločných podujatí (predovšetkým u slovenských a poľských pútí)
- Očakáva sa primeraná propagácia Svätomariánskej púte na webových stránkach Asociácie

Organizácie voľnočasových aktivít mládeže

Popis subjektu

Medzi najväčšie organizácie voľnočasových aktivít mládeže s predmetným zameraním patrí Slovenský skauting a Združenie kresťanských spoločenstiev mládeže (ZKSM). Skauti majú niekoľko tisíc členov s rôznymi záujmami vo viacerých vekových kategóriách, pričom súčasťou je tiež Duchovná rada, ktorá má na starostlivosť aktivity s duchovným presahom. ZKSM je občianske združenie s kresťanským zázemím zamerané na plnohodnotné využitie voľného času mladých ľudí. Na Slovensku tiež pôsobí Združenie katolíckych vodkýň a skautov Európy (skautská organizácia združená pod Federáciou skautov Európy).

Motivácia subjektu

Varianta vyplnenia voľného času spojená s duchovnými aktivitami môže byť atraktívna pre organizovanie skupinových aktivít mládeže. Svätomariánska púť ma neoddiskutovateľný vzdelávací a seba-poznávací rozmer, ktorý je v súlade s hodnotami rozvoja členov Slovenského skautingu aj ZKSM.

Očakávaná rola pri prevádzke

- Ponúka sa využitie produktu z pohľadu významného koncového zákazníka, ktorý môže priamo sprostredkovať pútnické skupiny a nepriamo zvýšiť povedomie o Svätomariánskej púti

Kľúčové spolupracujúce subjekty - informačné

Národné a regionálne médiá

Popis subjektu

Tlač, rádiové a televízne vysielanie v Prešovskom kraji aj na národnej úrovni. V prípade úspešnej spolupráce s poľskou stranou tiež poľské médiá. Je možné zahrnúť aj cirkevné informačné kanály, špeciálne katolícke médiá (TV lux, TV Logos, Rádio Lumen, Tlačová kancelária Konferencie biskupov Slovenska), webové stránky, sociálne médiá a ďalšie vhodné spôsoby propagácie cesty.

Motivácia subjektu

Informovanie o aktuálnom dianí je náplňou práce médií.

Očakávaná rola pri prevádzke

- Informovanie o tvorbe produktu Svätomariánska púť na regionálnej aj národnej úrovni
- Poskytovanie plateného priestoru pre propagáciu Svätomariánskej púte a jej brandu

Vzdelávacie podujatia a výstavy cestovného ruchu

Popis subjektu

Prevažne ide o konferencie, prednášky a ďalšie vzdelávacie podujatia. Organizátorom môže byť hociktorá spoločnosť pôsobiaca v cestovnom ruchu či v pútnickom turizme.

Motivácia subjektu

Produkt Svätomariánska púť má atraktívne duchovné pozadie a oplýva niektorými špecifikami, ktoré ho robia zaujímavým pre ďalších aktérov v pútnickom turizme.

Očakávaná rola pri prevádzke

- Očakáva sa prezentácia produktu a jeho zámeru na predmetných vzdelávacích podujatiach

Klíčové spolupracující subjekty - cestovní ruch

Cestovné kancelárie

Popis subjektu

Na Slovensku pôsobí niekoľko cestovných kancelárií zameraných na pútnický turizmus. Príkladom sú AWER Travel alebo cestovná kancelária Mandora. Okrem iných zájazdov ponúkajú organizované pútnické zájazdy po Slovensku aj v zahraničí.

Na Slovensku tiež pôsobí inomingové cestovné kancelárie, ktoré privádzajú turistov z okolitých štátov na Slovenské pútnické miesta.

Motivácia subjektu

Hlavnou motiváciou súkromých podnikateľských subjektov je rozšírenie ponuky zájazdov a potenciál pre nalákание nových zákazníkov. Produkt Svätomariánskej púte je plánovaný pre rôzne segmenty klientely, ktoré môžu cestovné kancelárie osloviť.

Očakávaná rola pri prevádzke

- Ponúka sa využitie produktu z pohľadu významného koncového zákazníka, ktorý môže priamo sprostredkovať pútnické skupiny a nepriamo zvýšiť povedomie o Svätomariánskej púti
- V prípade dostatočného záujmu je možnosť spolupracovať pri marketingu produktu priamo na mieste a pri zvyšovaní povedomia o púti v konkurencii ostatných pútí
- Cestovné agentúry a kancelárie môžu ponúkať výrobcom miestnych produktov marketingovú spoluprácu

Sprievodci cestovného ruchu

Popis subjektu

Na Slovensku pôsobí niekoľko sprievodcov zameraných na pútnický turizmus. Zoznam aktívnych sprievodcov v regióne možno vyhľadať na webových stránkach Slovenské spoločnosti sprievodcov cestovného ruchu.

Motivácia subjektu

Hlavnou motiváciou sprievodcov cestovného ruchu je rozšírenie ponuky a potenciál pre nalákание nových zákazníkov. Produkt Svätomariánskej púte je plánovaný pre rôzne segmenty klientely, ktoré môžu sprievodcov cestovného ruchu osloviť.

Očakávaná rola pri prevádzke

- V prípade dostatočného záujmu je možnosť spolupracovať pri marketingu produktu priamo na mieste a pri zvyšovaní povedomia o púti v konkurencii ostatných pútí
- Sprievodci cestovného ruchu môžu ponúkať výrobcom miestnych produktov marketingovú spoluprácu

Kľúčové spolupracujúce subjekty - ostatné

Miestní občania

Popis subjektu

V oblasti na trase Svätomariánskej púte a v jej okolí trvalo žije niekoľko tisíc obyvateľov z rôznych sociálnych skupín. Nakoľko nárast počtu pútnikov v mieste zaznamená pravdepodobne každý, vplyv na každú skupinu sa liší.

Motivácia subjektu

Predná motivácia miestnych obyvateľov je dopad pútnického turizmu na ich každodenný život. Niektorí majú príležitosť profitovať z okoloidúcich pútnikov napríklad predajom drobného tovaru z domácej výroby, ponuky ubytovania, informácií a tak ďalej. Navýšenie počtu návštevníkov môže zvýšiť tlak na z kvalitňovanie služieb v okolí.

Očakávaná rola pri prevádzke

- Ponúka sa možnosť využiť trasu Svätomariánskej púte pri predaji vlastného tovaru a služieb

Pozn .: Definovanie a popis spolupráce všetkých zainteresovaných subjektov, vid' prílohu č. 4.

Kľúčové spolupracujúce subjekty - súhrn

- V analytickej časti boli identifikované **klúčové spolupracujúce subjekty**, ktoré budú ovplyvnené realizáciou projektu. Subjekty sa dajú rozdeliť do niekoľkých skupín podľa ich postavenia vo verejnom priestore. Každý subjekt má odlišnú **motiváciu a očakávanú rolu** pri budovaní produktu Svätomariánskej púte.
- Pre dlhodobú udržateľnosť Svätomariánskej púte ako produktu cestovného ruchu bude pravdepodobne najvýznamnejšia **spolupráca verejných a cirkevných subjektov**, pri prevádzke významne doplnená o **infraštruktúrne subjekty** a ďalej o **občianske a informačné subjekty** a **subjekty v cestovnom ruchu**.
- Vzhľadom na to, že očakávané roly sú rôzne pre rôzne subjekty, je možné ju rozdeliť do dvoch hlavných častí – potrebná **spolupráca na strategických témach** a **spolupráca pri realizácii marketingu a udržateľnosti produktu**:



Návrh opatření a kroků vedoucích k úspěšnému vybudování cesty Svätomariánska púť

Návrh produktovej stratégie cesty Svätomariánska púť

Definovanie produktu značky Svätomariánska púť

Produkt cestovného ruchu je komplex ponúkaných služieb a zážitkov, ktoré spája silná jednotiacia myšlienka do ucelenej a komplexnej ponuky cestovného ruchu mieriaca na jednoznačne definovanú cieľovú skupinu.

Vlastnosti produktu cestovného ruchu:

- **je komplexný** – ide o ucelený súbor služieb a zážitkov, podieľa sa na ňom väčšie množstvo subjektov.
- **je riadený a koordinovaný** – jednotlivé subjekty zapojené do utvárania produktu cestovného ruchu spolupracujú a ich postup je riadený a koordinovaný.
- **je viacvrstvový** – v rámci produktu cestovného ruchu sú kombinované rôzne typy služieb a zážitkov.
- **je zameraný na cieľovú skupinu** – ucelený produkt cestovného ruchu je vždy určený konkrétnej vymedzenej cieľovej skupine.
- **je spojený so zvýšením spotreby** – súčasťou produktu cestovného ruchu je ponuka spoplatneného tovaru a služieb. V rámci produktu cestovného ruchu je generovaná útrata u rôznych subjektov podieľajúcich sa na jeho utváraní.
- **je spojený so zážitkom** – produktom cestovného ruchu nie je iba spotreba služieb, ale aj návšteva turistických atrakcií, interakcie s miestnymi obyvateľmi alebo poznanie charakteru a celkovej atmosféry miesta návštevy.

Pozícia produktu cestovného ruchu v rámci snahy o podporu úspešnosti destinácie na trhu:



Definovanie produktu značky Svätomariánska púť

Podmienkou pre úspech produktu cestovného ruchu je zmysluplné prepojenie rôznych služieb a zážitkov na základe jasnej jednotiacej myšlienky.

Aké vlastnosti má mať produkt cestovného ruchu, aby bol úspešný:

- **Ucelenosť** – Produkt cestovného ruchu by mal pokryť všetky služby a zážitky, ktoré spolu logicky súvisia. Nemalo by sa stávať, že si návštevník službu, ktorá by logicky mala byť súčasťou produktu, musí dokupovať samostatne. V prípade nadregionálneho produktu cestovného ruchu by mala byť jeho téma pokrytá v celej svojej šírke a nemala by vykazovať nedostatky.
- **Autenticita** – Produkt cestovného ruchu by mal logicky vychádzať z predpokladov danej destinácie, prípadne oblasti v prípade nadregionálneho cestovného ruchu. Spájajúci prvok produktu cestovného ruchu by mal byť autentický, aby bol logicky spojený s danou oblasťou, miestnymi obyvateľmi a miestnou atmosférou.
- **Atraktivita** – Produkt cestovného ruchu musí byť dostatočne atraktívny pre svoju cieľovú skupinu. Celková ponuka musí obstať v konkurencii ostatných ponúk na všetkých úrovniach od čiastkových produktových ponúk cez regionálne produkty až po nadregionálne produkty.
- **Systematickosť** – Budovanie kvalitného produktu cestovného ruchu je dlhodobou úlohou. Ponuku služieb a zážitkov je nutné priebežne vhodne dopĺňať a rozvíjať, aby bolo možné udržať vysokú úroveň atraktivity. Rozvoj úspešného produktu cestovného ruchu potom musí byť vykonávaný koncepčne a systematicky, vždy musí byť v súlade so stratégiou rozvoja destinácie.
- **Udržateľnosť** – Ponuka služieb a zážitkov musí byť udržateľná v dlhšom časovom období. V prípade obmedzenia určitej služby alebo dostupnosti zážitku by stabilný produkt cestovného ruchu mal ďalej fungovať a udržať si svoju atraktivitu. Produkt cestovného ruchu by mal mať podporu miestnej komunity, mal by byť vytváraný zdola.

Kvalitný produkt cestovného ruchu je silný v rámci všetkých zložiek (jadro, obal, rozšírený produkt).

JADRO



Fyzická ponuka – turistické atraktivity a poskytované služby

OBAL

Image – predstavy a očakávania konzumenta produktu

ROZŠÍRENÝ PRODUKT

Pridaná hodnota – doplnenie produktu ďalšími výhodami

Spôsob distribúcie produktu

Tvorba produktu cestovného ruchu má niekoľko fáz. Vznik produktu logicky vychádza z predností a potenciálu danej destinácie / danej témy. Následne je nutné sa o produkt systematicky starať a priebežne ho rozvíjať.

1. Implementácia produktu cestovného ruchu

Produkt (Product)

Produkt uvádzaný na trh by mal byť jasne a logicky vymedzený. Mal by byť jasne identifikovateľný a ľahko priraditeľný k destinácii. Návštevníkovi by malo byť zrejmé, čo je súčasťou produktu. Produkt by mal mať jednotný vizuálny štýl.

Cena (Price)

Cena produktu, ktorý kombinuje viac služieb, musí byť výhodnejšia ako cena jednotlivých zhotovených služieb. S výslednou cenou musia súhlasiť participujúce subjekty a musí byť jasne stanovený systém rozdelenia príjmov z predaja produktu.

Distribúcia (Place)

Zakúpenie produktu je možné priamo v cieľovej destinácii (primárne u poskytovateľov služieb, v informačných centrách) alebo aj mimo (primárne cez internet na turistických portáloch často v správe DMO, od poskytovateľov služieb alebo cestovných agentúr).

Propagácia (Promotion)

Pre úspešnú implementáciu produktu cestovného ruchu je nutné zvoliť vhodnú stratégiu propagácie nového produktu. Je nutné nastaviť zodpovedajúcu marketingovú stratégiu vzhľadom k charakteristikám a zvyklostiam cieľových skupín produktu.

Tvorba ponuky (Packaging)

V rámci produktu cestovného ruchu by mali byť pripravené konkrétne ponuky pre jednotlivé cieľové skupiny podľa ich očakávaných preferencií. Aspekty jednotlivých ponúk možno následne upravovať podľa spätnej väzby získanej od návštevníkov.

Ľudia (People)

Spokojnosť návštevníkov s profesionalitou a príjemnosťou personálu má kľúčový vplyv na ich celkovú spokojnosť s poskytnutými službami. Preto je nutné venovať pozornosť výberu kvalitných zamestnancov a zabezpečeniu vysokej úrovne ich pracovného výkonu (vrátane adekvátnej starostlivosti o zamestnancov).

Spolupráca (Partnership)

Pri implementácii produktu cestovného ruchu by mali byť kroky jednotlivých subjektov koordinované a ich aktivity v súlade, aby smerovali k spoločnému cieľu. Na produkte cestovného ruchu sa z definície podieľa viacero subjektov, a preto je spolupráca nutným predpokladom úspechu.

Tvorba programov (Programming)

Prepracovanie ponuky, kedy sú pre jednotlivé cieľové skupiny pripravené programy na jednotlivé dni návštevy destinácie s ohľadom na dĺžku pobytu, charakteristiky cieľovej skupiny, atď. Tieto programy slúžia ako inšpirácia, ale aj ako prostriedok zefektívňujúci ponuku služieb.

2. Propagácia produktu cestovného ruchu

Marketingovú stratégiu na podporu produktu možno realizovať cez webové stránky, sociálne siete, tlačené materiály, mediálne kampane atď. Stále viac spotrebiteľov sa rozhoduje podľa hodnotenia a recenzií na internete, preto je nutné neustále udržiavať vysokú kvalitu služieb.

Marketingová stratégia

Komunikačné stratégie

Vymedzenie cieľovej skupiny, ktorú chceme osloviť a rozhodnutie o obsahu hlavného oznámenia, ktorým ich chceme zaujať.

Kreatívne stratégie

Rozhodnutie o tom, akým spôsobom (kreatívne spracovanie) odovzdáme oznámenie cieľovej skupine, aby ich čo najviac oslovilo.

Mediálne stratégie

Rozhodnutie o tom, aké komunikačné nástroje využijeme, aby sa oznámenie čo najefektívnejšie dostalo k cieľovej skupine.

3. Udržiavanie komplexnosti a kvality produktu cestovného ruchu

Po uvedení produktu na trh je nutné priebežne reagovať na vzniknuté situácie (napr.: obmedzenie určitej služby, ktorá je súčasťou produktu alebo ukončenie spolupráce s partnerom pôvodne participujúcim na produkte) a na spätnú väzbu získanú od návštevníkov (napr. nespokojnosť s čiastkovým prvkom produktu, kritika konkrétnych nedostatkov). Za účelom adekvátneho a efektívneho riešenia problémov je potrebná úzka spolupráca subjektov participujúcich na produkte a jasne vymedzené právomoci v rámci projektového tímu.

Návrh produktovej stratégie cesty Svätomariánska púť

- Návrh produktovej stratégie **vychádza z analýzy potenciálu projektu Svätomariánska púť** a stanovení relatívnych konkurenčných výhod, ktoré boli definované v analýze. Základom definovaných produktov je orientácia na zážitok, tematické prepojenie a obchodné zameranie umožňujúce ich rozvoj na základe dlhodobej spolupráce. Produkty musia byť založené na autenticite, garantovať vysokú kvalitu poskytovaných služieb a reflektovať potreby a očakávania návštevníkov. Východisková produktová stratégia je založená na existujúcich atraktivitách (predpokladoch) projektu Svätomariánska púť.
- Systém produktov cestovného ruchu je **základom konkurencieschopnosti projektu Svätomariánska púť**. Atraktivita produktov je závislá od schopnosti koordinácie a spolupráce jednotlivých subjektov zapojených do produktu. Systém produktov musí vychádzať zo spolupráce aktérov v lokalite. Je predstavený vyšší počet návrhov produktov, z ktorých je možné postupne vybrať produkty k realizácii podľa aktuálnej situácie a prioritizácie produktov.
- Cieľom produktu nie je iba zvýšenie návštevnosti pútnických miest, ale aj širší rozmer cestovného ruchu. Tzn., že produkt je možné sekundárne vnímať ako dobrý doplnok, ktorý napomôže rozvoju cestovného ruchu v destinácii či kultivácii správanie turistov.

Navrhnuté produkty cestovného ruchu

„DUCHOVNO“



Produkty zamerané na pútnický turizmus, duchovno a náboženstvo, nostielom produktu by mali byť správcovia farností alebo kňazi



Produkty lákajú k návšteve pútnických miest v čase konania významných pútí, koordinácia cez biskupské a arcibiskupské úrady



Cieľové skupiny návštevníkov: pútnici, rodiny s deťmi so záujmom o vieru, organizované skupiny so záujmom o pútnický turizmus, cirkevné školy, kresťanská mládež, skauti

„TURISTIČNO“



Produkty zamerané na kombináciu duchovna s prírodou, históriou a architektúrou, kultúrnymi pamiatkami, atď.



Produkty lákajú k návšteve pútnických miest, prírody a historicky a architektonicky zaujímavých miest v okolí pútnických miest



Cieľové skupiny návštevníkov: rodiny s deťmi so záujmom o rekreáciu, seniori, organizované skupiny, školské výlety, pôžitkári, dobrodruhovia

Návrh produktovej stratégie cesty Svätomariánska púť

Potenciál navrhnutých produktov

„DUCHOVNO“



- Zvýšenie povedomia o významných Mariánskych pútnických miestach v Prešovskom kraji.
- Prehĺbenie duchovného života veriacich, možnosť zdieľania zážitkov a skúseností z pútnických ciest.
- Podpora miestnych podnikateľov (lokálna gastronómia, lokálne výrobky).

„TURISTIČNO“



- Zvýšenie povedomia o prírodnom, kultúrnom a historickom potenciále Prešovského kraja.
- Prezentácia miest spojených s duch. hodnotami, prírodou, históriou či architektúrou a kultúrnymi pamiatkami.
- Podpora miestnych podnikateľov (lokálna gastronómia, lokálne výrobky).

Jednotlivé produkty sú navrhnuté tak, aby prilákali nových návštevníkov do Prešovského kraja a zároveň prispeli k zmene správania návštevníkov pútnických miest, vrátane tých súčasných. Cieľom je motivovať návštevníkov k turistickému správaniu, čiže aby predĺžili svoj pobyt v mieste, aby sa zvýšil počet prenocovaní a využívanie miestnych služieb. Tým dôjde k zvýšeniu spotreby realizovanej návštevníkmi a zvýšenie prínosov z cestovného ruchu pre miestnych obyvateľov. Preto je u každého produktu uvedený očakávaný počet nových návštevníkov, ktorý zahŕňa ako nových návštevníkov, ktorí prídu v dôsledku vytvorenia atraktívnych produktov cestovného ruchu, tak návštevníkov existujúcich, ktorí ale vplyvom skvalitnenia ponuky služieb cestovného ruchu zmenia svoje správanie. Teda začnú v miestach tráviť viac času a zvýši svoju potrebu služieb. Týchto návštevníkov ďalej delíme medzi výletníkov (pricestuje v rámci jedného dňa) a turistov (prespávajú).

Celkové zvýšenie návštevnosti



Pri realizácii všetkých produktov (predpoklad pre finančný model) očakávame zvýšenie návštevnosti v 5. roku po zavedení všetkých produktov o cca 75 tis. unikátnych návštevníkov. Z nich cca 58 tis. bude výletníkov a cca 17 tis. turistov. V prípade turistov očakávame priem. dĺžku pobytu cca 2,5 turistodňa, čo odpovedá 2 prenocovaním. Očakávame tak zvýšenie celkového počtu návštevníkov o cca 100 tis. návštevníkov.

Zvýšenie počtu opakovaných návštev



Očakávame návrat cca každého tretieho návštevníka na rovnaké alebo iné pútnické miesto a každého druhého návštevníka do Prešovského kraja. (v prvých 10 rokoch)

Zvýšenie počtu prenocovaní



Očakávame postupný nárast počtu prenocovaní v dôsledku zvýšenia dĺžky pobytov (priem. 2 prenocovaní) a zvýšenie počtu turistov (o cca 17 tis.).

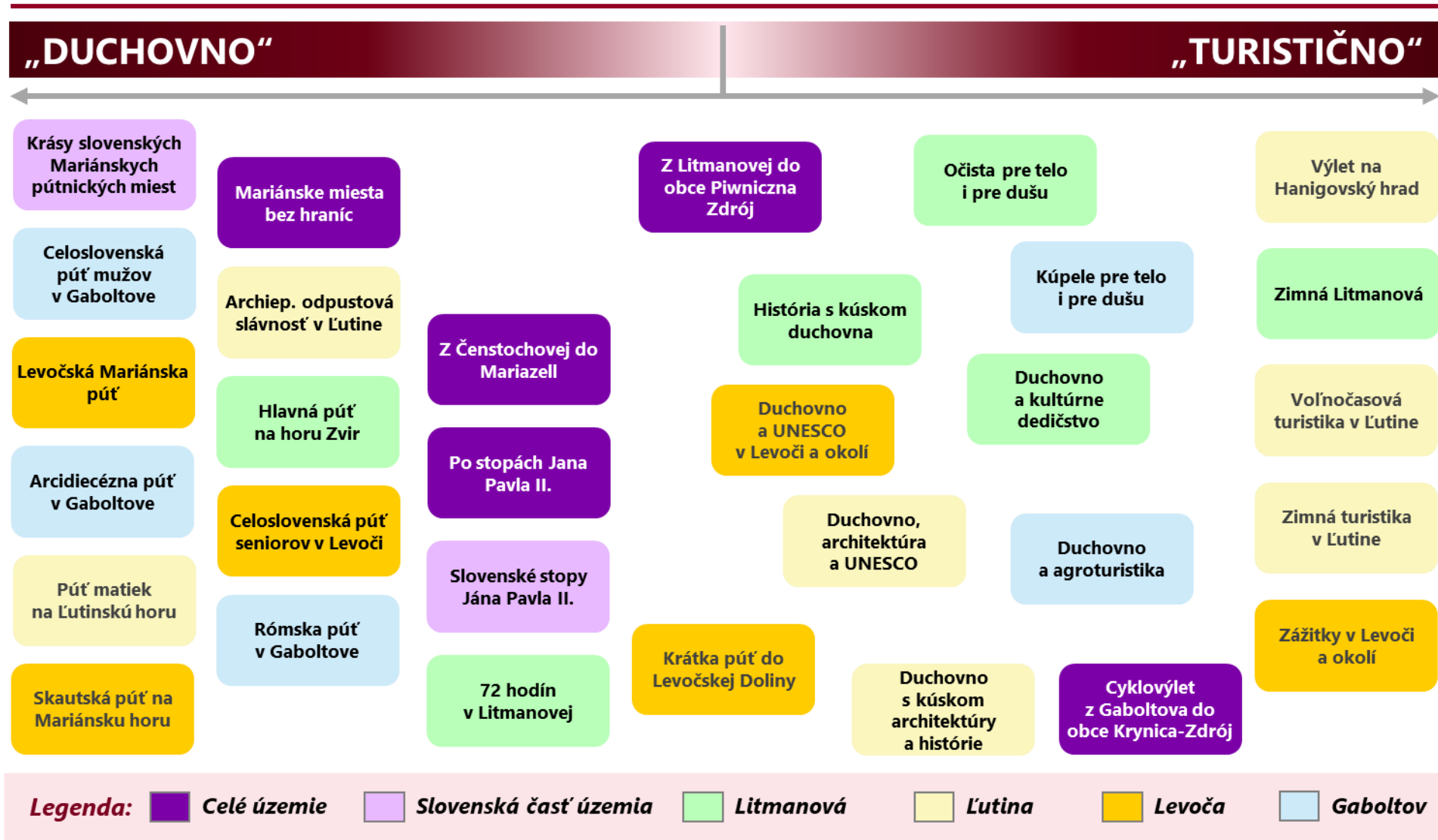
Predpokladané náklady









Iniciačné náklady na realizácii produktov v 1. roku ich prevádzky vo výške 99 000 eur. Udržiavacie náklady v ďalších rokoch ich prevádzky vo výške 34 500 eur ročne.

Pozn.: Uvedené hodnoty je plánované dosiahnuť 5. rok po zavedení všetkých produktov (ustálená prevádzka).


Navrhované produkty cestovného ruchu




Harmonogram navrhnutých produktov cestovného ruchu

2020		<ul style="list-style-type: none">▪ Levočská Mariánska púť▪ Hlavná púť na horu Zvir▪ Mariánske miesta bez hraníc	<ul style="list-style-type: none">▪ Duchovno, architektúra a UNESCO▪ Cyklovýlet z Gaboltova do obce Krynica-Zdrój
2021		<ul style="list-style-type: none">▪ Arcidiecézna púť v Gaboltove▪ Archieparchiálna odpustová slávnosť v Ľutine▪ Slovenské stopy Jána Pavla II.	<ul style="list-style-type: none">▪ História s kúskom duchovna▪ Krátka púť do Levočskej Doliny
2022		<ul style="list-style-type: none">▪ Celoslovenská púť mužov v Gaboltove▪ Krásy slovenských Mariánskych pútnických miest▪ Duchovno a UNESCO v Levoči a okolí	<ul style="list-style-type: none">▪ Očista pre telo i pre dušu▪ Krátka púť z Litmanovej do obce Piwniczna Zdrój▪ Voľnočasová turistika v Ľutine
2023		<ul style="list-style-type: none">▪ Celoslovenská púť seniorov v Levoči▪ Rómska púť v Gaboltove▪ Po stopách Jána Pavla II.	<ul style="list-style-type: none">▪ Duchovno s kúskom architektúry a histórie▪ 72 hodín v Litmanovej
2024		<ul style="list-style-type: none">▪ Skautská púť na Mariánsku horu▪ Z Čenstochovej do Mariazell▪ Kúpele pre telo i pre dušu	<ul style="list-style-type: none">▪ Duchovno a kultúrne dedičstvo▪ Výlet na Hanigovský hrad
2025		<ul style="list-style-type: none">▪ Púť matiek na Ľutinskú horu▪ Zážitky v Levoči a okolí▪ Duchovno a agroturistika	<ul style="list-style-type: none">▪ Zimná Litmanová▪ Zimná turistika v Ľutine


VYBRANÝ PRODUKT: Mariánske miesta bez hraníc

Koordinátor produktu	Produktová destinačná organizácia Svätomariánskej púte		
USP produktu	Putovanie po Mariánskych miestach slovensko-poľského pohraničia		
Popis produktu	Produkt návštevníkom predstaví 8 Mariánskych miest na slovensko-poľskom pohraničí. Ide o viacdenný produkt, vďaka ktorému návštevníci zavítajú na pútnické miesta Litmanová, Lutina, Gaboltov, Levoča, Krosno, Stara Wieś, Kalwaria Paclawska a Dębowiec. Cieľom je propagácia všetkých miest na slovensko-poľskom pohraničí a zvýšenie počtu turistodní v destináciách.		
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)	
<ul style="list-style-type: none"> • duchovno • kultúrne dedičstvo, architektúra • história 		<ul style="list-style-type: none"> • obce Litmanová, Lutina, Gaboltov, Levoča, Krosno, Stara Wieś, Kalwaria Paclawska, Dębowiec 	
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)	
<ul style="list-style-type: none"> • poznanie pútnických miest na slovensko-poľskom pohraničí • poznanie obcí a miest, ich história • návšteva kultúrnych pamiatok 		<ul style="list-style-type: none"> • pútnici 45+ • organizované skupiny (seniori, školské a mládežnícke výpravy) • rodiny so staršími deťmi 	
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšenie počtu návštevníkov • zvýšenie príjmov z cestovného ruchu • podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na turizmus • rozvoj cezhraničného turizmu 		<ul style="list-style-type: none"> • Slovensko (domáci trh) • Poľsko • Česká republika • Ukrajina 	
Potenciál produktu		Sezónnosť	Náklady
cca 2 920 nových návštevníkov, potenciál predovšetkým pre skupiny návštevníkov (60%), cca 4 000 návštevodní (z toho 2 200 výletodní, 1 800 turistodní)		celoročne, najmä jar až jeseň	5 000 EUR prvý rok, 1 500 EUR každý nasledujúci rok


VYBRANÝ PRODUKT: Po stopách Jána Pavla II.

Koordinátor produktu	Produktová destinačná organizácia Svätomariánskej púte		
USP produktu	Po stopách Jána Pavla II. v mestách Levoča, Krosno a okolie		
Popis produktu	Produkt je spojený s osobou pápeža Jána Pavla II., ktorý navštívil miesta v regióne (Levoča, Dukla, Krosno). Produkt návštevníkom ponúka prehĺbenie ich duchovného života a zároveň im priblíži významné historické centrá a pamiatky.		
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)	
<ul style="list-style-type: none"> • duchovno • kultúrne dedičstvo, architektúra • história 		<ul style="list-style-type: none"> • obce Levoča, Krosno, Dukla 	
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)	
<ul style="list-style-type: none"> • poznanie pútnického miesta Sanktuária sv. Jána Pavla II. • poznanie miest Levoča, Krosno a miesta Dukla • návšteva pamiatok UNESCO 		<ul style="list-style-type: none"> • pútnici 45+ • rodiny s deťmi • organizované skupiny (vrátane školských a mládežníckych výprav) 	
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšenie počtu návštevníkov • zvýšenie príjmov z cestovného ruchu • podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na turizmus • rozvoj cezhraničného turizmu 		<ul style="list-style-type: none"> • Slovensko (domáci trh) • Poľsko • Česká republika • Ukrajina 	
Potenciál produktu	Sezónnosť	Náklady	
cca 4 300 nových návštevníkov, potenciál predovšetkým pre skupiny návštevníkov (60%), cca 5 500 návštevníkov (z toho 3 500 výletodní, 2 000 turistodní)	celoročne, najmä jar až jeseň	5 000 EUR prvý rok, 1 500 EUR každý nasledujúci rok	


VYBRANÝ PRODUKT: Z Čenstochovej do Mariazell

Koordinátor produktu	Produktová destinačná organizácia Svätomariánskej púte		
USP produktu	Tri Mariánske svätyne v troch štátoch		
Popis produktu	Produkt je zameraný na podporu a propagáciu Stredoeurópskej Mariánskej cesty. Táto časť cesty návštevníkom predstaví tri významné Mariánske miesta – Čenstochovú, Levoču a Mariazell. Produkt je dlhodobý, tzn. pútnické miesta môžu byť navštívené trebárs počas dvoch rokov.		
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)	
<ul style="list-style-type: none"> • duchovno • história • dedičstvo našich predkov 		<ul style="list-style-type: none"> • štáty • DMO • obce 	
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)	
<ul style="list-style-type: none"> • poznanie významných Mariánskych pútnických miest • návšteva troch štátov • zdieľanie zážitkov s ostatnými pútnikmi 		<ul style="list-style-type: none"> • pútnici 45+ • dobrodruhovia 26+ • organizované skupiny (skauti, kresťanská mládež) 	
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšenie počtu návštevníkov • zvýšenie príjmov z cestovného ruchu • podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na turizmus • rozvoj cezhraničného turizmu 		<ul style="list-style-type: none"> • Slovensko (domáci trh) • Poľsko • Rakúsko • Česká republika 	
Potenciál produktu	Sezónnosť		Náklady
cca 1 040 nových návštevníkov, vyvážený pomer skupín a individuálnych návštevníkov (50%), cca 2 000 návštevodní (z toho 400 výletodní, 1 600 turistodní)	jar až jeseň		5 000 EUR prvý rok, 1 500 EUR každý nasledujúci rok


VYBRANÝ PRODUKT: Slovenské stopy Jána Pavla II.

Koordinátor produktu	Produktová destinačná organizácia Svätomariánskej púte		
USP produktu	Stopy Jána Pavla II. na území Slovenska		
Popis produktu	Produkt je spojený s miestami, na ktoré počas svojich návštev na Slovensku zavítal pápež Ján Pavol II. – Košice, Prešov, Levoča, Rožňava, Banská Bystrica, Nitra, Bratislava, Trnava, Šaštín – Stráže. Produkt návštevníkom ponúkne prehĺbenie ich duchovného života a zároveň im priblíži významné historické centrá a pamiatky.		
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)	
<ul style="list-style-type: none"> • náboženstvo, duchovno • kultúrne dedičstvo, architektúra • história 		<ul style="list-style-type: none"> • správcovia vybraných farností (hlavný partner) • vybrané obce • vybrané ubytovacie zariadenia 	
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)	
<ul style="list-style-type: none"> • poznanie miest, ktoré navštívil Ján Pavol II. • očista duše i tela • poznanie pútnických a historických miest na území Slovenska 		<ul style="list-style-type: none"> • pútnici 45+ • rodiny s deťmi • organizované skupiny (skauti, kresťanská mládež) 	
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšenie počtu návštevníkov • zvýšenie príjmov z cestovného ruchu • podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na turizmus 		<ul style="list-style-type: none"> • Slovensko (domáci trh) • Poľsko • Česká republika 	
Potenciál produktu	Sezónnosť		Náklady
cca 1 450 nových návštevníkov, potenciál predovšetkým pre skupiny návštevníkov (60%), cca 2 500 návštevodní (z toho 750 výletodní, 1 750 turistodní)	celoročne, najmä jar až jeseň		3 000 EUR prvý rok, 1 500 EUR každý nasledujúci rok


VYBRANÝ PRODUKT: Krásy slovenských Mariánskych pútnických miest

Koordinátor produktu	Produktová destinačná organizácia Svätomariánskej púte	
USP produktu	Krásy vybraných Mariánskych pútnických miest na území Slovenska	
Popis produktu	Produkt je zameraný na 5 vybraných slovenských Mariánskych pútnických miest. Návštevníkom predstavia Mariánsku horu v Levoči, Staré Hory, Turzovku – Živčakovú, Šaštín – Stráže a Marianku pri Bratislave.	
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)
<ul style="list-style-type: none"> • duchovno • história • príroda 		<ul style="list-style-type: none"> • správcovia vybraných farností (hlavný partner) • vybrané obce • DMO slovenských regiónov
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)
<ul style="list-style-type: none"> • poznanie mariánskych pútnických miest • návšteva slovenských regiónov • rozvoj telesnej zdatnosti 		<ul style="list-style-type: none"> • pútnici 45+ • dobrodruhovia 26+ • organizované skupiny (skauti, kresťanská mládež)
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšenie počtu návštevníkov • zvýšenie príjmov z cestovného ruchu • podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na turizmus 		<ul style="list-style-type: none"> • Slovensko (domáci trh) • Poľsko • Česká republika
Potenciál produktu	Sezónnosť	Náklady
cca 3 190 nových návštevníkov, potenciál predovšetkým pre skupiny návštevníkov (60%), cca 5 500 návštevodní (z toho 1 650 výletodní, 3 850 turistodní)	celoročne, najmä jar až jeseň	3 000 EUR prvý rok, 1 500 EUR každý nasledujúci rok


VYBRANÝ PRODUKT: História s kúskom duchovna

Koordinátor produktu	Lokálna destinačná organizácia pútnického miesta		
USP produktu	História mesta Stará Ľubovňa a kúsok duchovna na hore Zvir		
Popis produktu	Produkt je zameraný na prepojenie histórie a duchovna. Návštevníkom predstavi historické mesto Stará Ľubovňa (Ľubovniansky hrad a Ľubovniansky skanzen) a horu Zvir v Litmanovej. Možné prepojenie s eventmi, ktoré sa pravidelne organizujú na Ľubovnianskom hrade.		
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)	
<ul style="list-style-type: none"> • história • duchovno • príroda 		<ul style="list-style-type: none"> • obec Litmanová • gréckokatolícka cirkev – farnosť Litmanová • mesto Stará Ľubovňa 	
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)	
<ul style="list-style-type: none"> • možnosť poznania historického mesta • možnosť poznania pútnického miesta • získanie informácií o nových / neznámých miestach 		<ul style="list-style-type: none"> • rodiny s deťmi • seniari • organizované skupiny mladých ľudí 	
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšenie počtu návštevníkov / prenocovaní • zvýšenie príjmov z cestovného ruchu • podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na turizmus • zvýšenie povedomia o obci Litmanová u širokej verejnosti 		<ul style="list-style-type: none"> • Slovensko (domáci trh) • Poľsko • Česká republika • Ukrajina 	
Potenciál produktu	Sezónnosť	Náklady	
cca 1 640 nových návštevníkov, potenciál predovšetkým pre individuálnych návštevníkov (60%), cca 2 000 návštevodní (z toho 1 400 výletodní, 600 turistodní)	celoročne, najmä jar až jeseň	3 000 EUR prvý rok, 1 000 EUR každý nasledujúci rok	


VYBRANÝ PRODUKT: Očista pre telo i pre dušu

Koordinátor produktu	Lokálna destinačná organizácia pútnického miesta		
USP produktu	Očista tela i duše prepojením duchovna na hore Zvir a Kúpeľov Červený Kláštor		
Popis produktu	Produkt je zameraný na prepojenie kúpeľníctva a duchovna. Návštevníci navštívia pútnické miesto na hore Zvir v Litmanovej a využijú kúpeľné služby v Kúpeľoch Červený Kláštor. Pridanou hodnotou pre návštevníka je regenerácia tela a relaxácia v kúpeľoch.		
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)	
<ul style="list-style-type: none"> • duchovno • príroda • kúpeľníctvo 		<ul style="list-style-type: none"> • obec Litmanová • gréckokatolícka cirkev – farnosť Litmanová • Kúpele Červený Kláštor 	
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)	
<ul style="list-style-type: none"> • možnosť návštevy / poznania pútnického miesta • získanie informácií o nových / neznámých miestach 		<ul style="list-style-type: none"> • rodiny s deťmi • seniori 	
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšenie počtu návštevníkov / prenocovaní • zvýšenie príjmov z cestovného ruchu • podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na turizmus • zvýšenie povedomia o obci Litmanová u širokej verejnosti 		<ul style="list-style-type: none"> • Slovensko (domáci trh) • Poľsko • Česká republika • Ukrajina 	
Potenciál produktu	Sezónnosť	Náklady	
cca 2 400 nových návštevníkov, potenciál predovšetkým pre individuálnych návštevníkov (90%), cca 3 000 návštevodní (z toho 2 000 výletodní, 1 000 turistodní)	celoročne, najmä jar až jeseň	3 000 EUR prvý rok, 1 000 EUR každý nasledujúci rok	

VYBRANÝ PRODUKT: Duchovno a kultúrne dedičstvo

Koordinátor produktu	Lokálna destinačná organizácia pútnického miesta	
USP produktu	Duchovno na pútnickom mieste Litmanová a drevený chrám v Hraničnom	
Popis produktu	Produkt je zameraný na prepojenie duchovna a kultúrneho dedičstva. Návštevníkom predstaví pútnické miesto Litmanová a drevený chrám Nepoškvrneného Počatia Panny Márie v Hraničnom. Návštevu je možné prepojiť s eventmi, ktoré sa konajú v blízkom okolí miest (napr. v Starej Ľubovni).	
		
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)
<ul style="list-style-type: none"> • duchovno • kultúrne dedičstvo, architektúra • história 		<ul style="list-style-type: none"> • obec Litmanová • gréckokatolícka cirkev – farnosť Litmanová • obec Hranické
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)
<ul style="list-style-type: none"> • poznanie pútnického miesta • zoznámenie sa s kultúrnym dedičstvom v regióne 		<ul style="list-style-type: none"> • rodiny s deťmi • organizované skupiny (školy, skauti, kresťanská mládež) • seniori
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšenie počtu návštevníkov • zvýšenie príjmov z cestovného ruchu • podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na turizmus • zvýšenie povedomia o obciach u širokej verejnosti 		<ul style="list-style-type: none"> • Slovensko (domáci trh) • Poľsko • Česká republika • Ukrajina
Potenciál produktu	Sezónnosť	Náklady
cca 880 nových návštevníkov, vyvážený pomer skupín a individuálnych návštevníkov (50%), cca 1 000 návštevodní (z toho 800 výletodní, 200 turistodní)	celoročne, najmä jar až jeseň	3 000 EUR prvý rok, 1 000 EUR každý nasledujúci rok

VYBRANÝ PRODUKT: Duchovno s kúskom architektúry a histórie


Koordinátor produktu	Lokálna destinačná organizácia pútnického miesta		
USP produktu	Duchovno na pútnickom mieste Lutina a architektúra + história v Miniskanzene drevených chrámov		
Popis produktu	Produkt je zameraný na prepojenie duchovna, architektúry a histórie. Návštevníkom predstaví pútnické miesto Lutina (Bazilika Zosnutia presvätej Bohorodičky, Lutinská hora) a architektúru + históriu drevených chrámov regiónu v Lutinskom Miniskanzene. Produkt je možné prepojiť s návštevou skutočných drevených kostolíkov v blízkom okolí.		
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)	
<ul style="list-style-type: none"> • pútnický turizmus, duchovno • architektúra • história 		<ul style="list-style-type: none"> • obec Lutina • gréckokatolícka cirkev – farnosť Lutina 	
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)	
<ul style="list-style-type: none"> • možnosť detailného poznania pútnického miesta • získanie nových informácií o architektúre a histórii drevených chrámov 		<ul style="list-style-type: none"> • rodiny s deťmi • seniori • organizované skupiny (školy, mládež) 	
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšenie počtu návštevníkov • zvýšenie príjmov z cestovného ruchu • podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na turizmus • zvýšenie povedomia o obci Lutina u širokej verejnosti 		<ul style="list-style-type: none"> • Slovensko (domáci trh) • Poľsko • Česká republika • Ukrajina 	
Potenciál produktu	Sezónnosť	Náklady	
cca 1 760 nových návštevníkov, potenciál predovšetkým pre individuálnych návštevníkov (60%), cca 2 000 návštevodní (z toho 1 600 výletodní, 400 turistodní)	celoročne, najmä jar až jeseň	3 000 EUR prvý rok, 1 000 EUR každý nasledujúci rok	

VYBRANÝ PRODUKT: Duchovno, architektúra a UNESCO


Koordinátor produktu	Lokálna destinačná organizácia pútnického miesta	
USP produktu	Duchovno na pútnickom mieste Ľutina, architektúra v Miniskanzene drevených chrámov a UNESCO v Hervartove	
Popis produktu	Produkt je zameraný na prepojenie duchovna, architektúry a histórie. Návštevníkom predstaví pútnické miesto Ľutina (Bazilika Zosnutia presvätej Bohorodičky, Ľutinská hora), architektúru drevených chrámov regiónu v Ľutinskom Miniskanzene a Kostol svätého Františka z Assisi v Hervartove.	
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)
<ul style="list-style-type: none"> • duchovno • architektúra, história • UNESCO 		<ul style="list-style-type: none"> • obec Ľutina • gréckokatolícka cirkev – farnosť Ľutina • obec Hervartov
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)
<ul style="list-style-type: none"> • poznanie pútnického miesta • zoznámenie sa s architektúrou a históriou stavby drevených chrámov • návšteva pamiatky UNESCO 		<ul style="list-style-type: none"> • rodiny s deťmi • organizované skupiny (školy, skauti, kresťanská mládež)
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšenie počtu návštevníkov • zvýšenie príjmov z cestovného ruchu • podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na turizmus • zvýšenie povedomia o obci Ľutina u širokej verejnosti 		<ul style="list-style-type: none"> • Slovensko (domáci trh) • Poľsko • Česká republika • Ukrajina
Potenciál produktu	Sezónnosť	Náklady
cca 2 640 nových návštevníkov, potenciál predovšetkým pre individuálnych návštevníkov (60%), cca 3 000 návštevodní (z toho 2 400 výletodní, 600 turistodní)	celoročne, najmä jar až jeseň	3 000 EUR prvý rok, 1 000 EUR každý nasledujúci rok




VYBRANÝ PRODUKT: Zimná turistika v Ľutine

Koordinátor produktu	Lokálna destinačná organizácia pútnického miesta	
USP produktu	Spojenie návštevy pútnického miesta a zimných športov v okolí Ľutiny	
Popis produktu	Produkt je zameraný na prepojenie ponuky zimných športov a duchovna. Návštevníci tak môžu skombinovať duchovný program v Ľutine a lyžovanie v ski areále Drienica. Možnosťou je tiež zimná turistika (bežkovanie, skialp lyže) napr. na trase Ľutina – Drienica.	
		
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)
<ul style="list-style-type: none"> športové aktivity duchovno 		<ul style="list-style-type: none"> obec Ľutina, obec Lipany gréckokatolícka cirkev – farnosť Ľutina Skiareál Drienica
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)
<ul style="list-style-type: none"> pohyb na čerstvom vzduchu možnosť návštevy / poznania pútnického miesta športové vyžitie (zimné športy) 		<ul style="list-style-type: none"> rodiny s deťmi pôžitkári 26+ dobrodruhovia 26+
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy
<ul style="list-style-type: none"> zvýšenie počtu návštevníkov zvýšenie príjmov z cestovného ruchu podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na pútnický turizmus 		<ul style="list-style-type: none"> Slovensko (domáci trh) Poľsko Česká republika
Potenciál produktu	Sezónnosť	Náklady
cca 1 700 nových návštevníkov, predovšetkým individuálnych (90%), cca 2 000 návštevodní (z toho 1 500 výletodní, 500 turistodní)	zima	3 000 EUR prvý rok, 1 000 EUR každý nasledujúci rok


VYBRANÝ PRODUKT: Skautská púť na Mariánsku horu

Koordinátor produktu	Lokálna destinačná organizácia pútnického miesta		
USP produktu	Duchovné stretnutie skautov na najstaršom pútnickom mieste východného Slovenska		
Popis produktu	Produkt je založený na tradičnej pešej Skautskej púti Vrbov – Levoča počas najväčšej púte na Slovensku, púte k Levočskej Panne Márii. Produkt návštevníkom ponúkne putovanie v spoločnosti rovesníkov a zdieľanie spoločných zážitkov na ceste i na samotnom pútnickom mieste. Podstatou produktu je zvýšenie počtu turistodní v destinácii.		
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)	
<ul style="list-style-type: none"> • pútnický turizmus, duchovno • prepojenie návštevy pútnického miesta s pobytom v prírode 		<ul style="list-style-type: none"> • kňaz / správca farnosti Levoča (hlavný partner) • obec Levoča 	
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)	
<ul style="list-style-type: none"> • účasť na významnej udalosti duchovného charakteru • očista duše i tela • zdieľanie zážitku s ostatnými veriacimi 		<ul style="list-style-type: none"> • skautské skupiny 	
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšenie počtu návštevníkov • zvýšenie príjmov z cestovného ruchu • podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na pútnický turizmus 		<ul style="list-style-type: none"> • Slovensko (domáci trh) • Poľsko • Česká republika 	
Potenciál produktu	Sezónnosť	Náklady	
cca 4 190 nových návštevníkov, organizované skupiny (100%), cca 5 000 návštevodní (z toho 3 650 výletodní, 1350 turistodní)	prvý júlový víkend pri príležitosti sviatku Navštívenia Panny Márie	3 000 EUR prvý rok, 1 000 EUR každý nasledujúci rok	


VYBRANÝ PRODUKT: Duchovno a UNESCO v Levoči a okolí

Koordinátor produktu	Lokálna destinačná organizácia pútnického miesta		
USP produktu	Duchovno na pútnickom mieste Mariánska hora a UNESCO pamiatky v Levoči a okolí		
Popis produktu	Produkt je zameraný na prepojenie duchovna a kultúrneho dedičstva. Návštevníkom predstaví pútnické miesto na Mariánskej hore a kultúrne dedičstvo UNESCO v Levoči a v okolí (Spišský hrad, Spišská Kapitula). Produkt je zameraný na propagáciu blízkeho okolia mesta Levoča.		
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)	
<ul style="list-style-type: none"> • duchovno • kultúrne dedičstvo • UNESCO 		<ul style="list-style-type: none"> • obec Levoča • rímskokatolícka cirkev – farnosť Levoča • Spišské múzeum 	
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)	
<ul style="list-style-type: none"> • poznanie pútnického miesta • poznanie mesta Levoča • návšteva pamiatok UNESCO 		<ul style="list-style-type: none"> • rodiny s deťmi • organizované skupiny (školy, skauti, kresťanská mládež) • seniori 	
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšenie počtu návštevníkov • zvýšenie príjmov z cestovného ruchu • podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na pútnický turizmus 		<ul style="list-style-type: none"> • Slovensko (domáci trh) • Poľsko • Česká republika • Ukrajina 	
Potenciál produktu	Sezónnosť	Náklady	
cca 2 560 nových návštevníkov, potenciál predovšetkým pre individuálnych návštevníkov (60%), cca 4 000 návštevodní (z toho 1 600 výletodní, 2 400 turistodní)	celoročne, najmä jar až jeseň	3 000 EUR prvý rok, 1 000 EUR každý nasledujúci rok	


VYBRANÝ PRODUKT: Zážitky v Levoči a okolí

Koordinátor produktu	Lokálna destinačná organizácia pútnického miesta		
USP produktu	Duchovno na pútnickom mieste Mariánska hora, UNESCO pamiatky v Levoči, prírodné atraktivity v okolí		
Popis produktu	Produkt je zameraný na prepojenie duchovna, kultúrneho dedičstva a prírodných atraktivít. Návštevníkom predstaví pútnické miesto na Mariánskej hore a kultúrne dedičstvo UNESCO v Levoči a v okolí a prírodné atraktivity v okolí (napr. Levočské vrchy, Levočská dubina, Levočská dolina).		
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)	
<ul style="list-style-type: none"> • duchovno • kultúrne dedičstvo, UNESCO • prírodné atraktivity 		<ul style="list-style-type: none"> • obec Levoča • rímskokatolícka cirkev – farnosť Levoča • poskytovatelia služieb / prevádzkovatelia 	
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)	
<ul style="list-style-type: none"> • poznanie pútnického miesta • návšteva mesta Levoča, pamiatok UNESCO • návšteva prírodných atraktivít v okolí Levoči 		<ul style="list-style-type: none"> • rodiny s deťmi • pôžitkári • dobrodruhovia 26+ 	
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšenie počtu návštevníkov / prenocovaní • zvýšenie príjmov z cestovného ruchu • podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na turizmus 		<ul style="list-style-type: none"> • Slovensko (domáci trh) • Poľsko • Česká republika 	
Potenciál produktu	Sezónnosť	Náklady	
cca 1 920 nových návštevníkov, predovšetkým individuálni návštevníci (90%), cca 3 000 návštevodní (z toho 1 200 výletodní, 1 800 turistodní)	celoročne, najmä jar až jeseň	3 000 EUR prvý rok, 1 000 EUR každý nasledujúci rok	


VYBRANÝ PRODUKT: Celoslovenská púť mužov v Gaboltove

Koordinátor produktu	Lokálna destinačná organizácia pútnického miesta		
USP produktu	Jedinečné duchovné stretnutie veriacich mužov na najvýznamnejšom pútnickom mieste Košickej arcidiecézy		
Popis produktu	Jedinečnosť projektu spočíva vo fakte, že Gaboltov je jediným miestom na Slovensku, kde možno na svätej omši vidieť iba mužov. Podstatou produktu je zvýšenie počtu turistodní v destinácii a podpora miestnych podnikateľov pomocou tzv. produktových kartičiek (účasť na púti = zľava na jedlo v miestnej reštaurácii).		
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)	
<ul style="list-style-type: none"> pútnický turizmus, duchovno prepojenie návštevy pútnického miesta s pobytom v prírode 		<ul style="list-style-type: none"> kňaz / správca farnosti Gaboltov (hlavný partner) obec Gaboltov 	
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)	
<ul style="list-style-type: none"> účasť na významnej udalosti duchovného charakteru očista duše i tela zdieľanie zážitku s ostatnými veriacimi 		<ul style="list-style-type: none"> pútnici 35+ organizované skupiny 	
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> zvýšenie počtu návštevníkov zvýšenie príjmov z cestovného ruchu podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na pútnický turizmus 		<ul style="list-style-type: none"> Slovensko (domáci trh) Poľsko Česká republika 	
Potenciál produktu	Sezónnosť	Náklady	
cca 2 520 nových návštevníkov, predovšetkým organizované skupiny (80%), cca 3 000 návštevodní (z toho 2 200 výletodní, 800 turistodní)	koniec augusta	3 000 EUR prvý rok, 1 000 EUR každý nasledujúci rok	

VYBRANÝ PRODUKT: Duchovno a agroturistika

Koordinátor produktu	Lokálna destinačná organizácia pútnického miesta		
USP produktu	Duchovno a agroturistika v Gaboltove		
Popis produktu	Produkt je zameraný na prepojenie duchovna a agroturistiky. Návštevníkom predstaví pútnické miesto Gaboltov (Kostol svätého Vojtecha) a Farmu Busov Gaboltov, na ktorej možno zažiť pravú vidiecku atmosféru a zakúpiť miestne produkty.		
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)	
<ul style="list-style-type: none"> • duchovno • agroturistika • príroda 		<ul style="list-style-type: none"> • obec Gaboltov • rímskokatolícka farnosť sv. Vojtecha • farma Busov Gaboltov 	
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)	
<ul style="list-style-type: none"> • poznanie pútnického miesta • možnosť zažiť pravú vidiecku atmosféru • oddych v prírode na čerstvom vzduchu 		<ul style="list-style-type: none"> • rodiny s deťmi • organizované skupiny (školské výlety, tábory) 	
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšenie počtu návštevníkov • zvýšenie príjmov z cestovného ruchu • podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na turizmus • zvýšenie povedomia o obci Gaboltov u širokej verejnosti 		<ul style="list-style-type: none"> • Slovensko (domáci trh) • Poľsko • Česká republika • Ukrajina 	
Potenciál produktu	Sezónnosť	Náklady	
cca 1 520 nových návštevníkov, potenciál predovšetkým pre organizované skupiny (60%), cca 2 000 návštevodní (z toho 1 200 výletodní, 800 turistodní)	celoročne, najmä jar až jeseň	3 000 EUR prvý rok, 1 000 EUR každý nasledujúci rok	

VYBRANÝ PRODUKT: Kúpele pre telo i pre dušu

Koordinátor produktu	Lokálna destinačná organizácia pútnického miesta		
USP produktu	Duchovno a Bardejovské kúpele		
Popis produktu	Produkt je zameraný na prepojenie duchovna a kúpeľov Bardejov. Návštevníkom predstaví pútnické miesto Gaboltov (Kostol svätého Vojtecha) a ponúkne relaxačné a regeneračné služby kúpeľov Bardejov.		
Hlavné komponenty		Partneri produktu (medzisektorová väzba)	
<ul style="list-style-type: none"> • duchovno • kúpele a wellness • príroda 		<ul style="list-style-type: none"> • obec Gaboltov, rímskokatolícka farnosť sv. Vojtecha • Bardejovské Kúpele • ubytovacie zariadenia v Bardejove 	
Prínosy produktu pre návštevníkov		Hlavné segmenty klientely (ideálne archetypy v kombinácii)	
<ul style="list-style-type: none"> • poznanie pútnického miesta • možnosť starať o telo (kúpele) • oddych v prírode na čerstvom vzduchu 		<ul style="list-style-type: none"> • rodiny s deťmi • seniori 	
Prínosy produktu pre partnerov / destináciu		Hlavné cieľové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšenie počtu návštevníkov • zvýšenie príjmov z cestovného ruchu • podpora miestnych podnikateľov v priamej i nepriamej väzbe na turizmus • zvýšenie povedomia o obci Gaboltov u širokej verejnosti 		<ul style="list-style-type: none"> • Slovensko (domáci trh) • Poľsko • Česká republika • Ukrajina 	
Potenciál produktu	Sezónnosť	Náklady	
cca 3 100 nových návštevníkov, potenciál predovšetkým pre individuálnych návštevníkov (90%), cca 4 000 návštevodní (z toho 2 500 výletodní, 1 500 turistodní)	celoročne, najmä jar až jeseň	3 000 EUR prvý rok, 1 000 EUR každý nasledujúci rok	

Návrh produktovej stratégie - sumár

Názov produktu	Nasadenie produktu (rok)	Ukončenie produktu (rok)	Potenciál produktu	Iničiálne náklady	Udržiavacie náklady
Mariánske miesta bez hraníc	2020	2030	cca 2 920 nových návštevníkov	5 000 EUR	13 500 EUR
Po stopách Jána Pavla II.	2023	2030	cca 4 300 nových návštevníkov	5 000 EUR	9 000 EUR
Z Čenstochovej do Mariazell	2024	2030	cca 1 040 nových návštevníkov	5 000 EUR	7 500 EUR
Krátka púť z Litmanovej do obce Piwniczna Zdrój	2022	2030	cca 1 040 nových návštevníkov	3 000 EUR	10 500 EUR
Cyklovýlet z Gaboltova do obce Krynica Zdrój	2020	2030	cca 800 nových návštevníkov	3 000 EUR	13 500 EUR
Medzisúččet			10 100 nových návštevníkov	21 000 EUR	54 000 EUR
Názov produktu	Nasadenie produktu (rok)	Ukončenie produktu (rok)	Potenciál produktu	Iničiálne náklady	Udržiavacie náklady
Slovenské stopy Jána Pavla II.	2021	2030	cca 1 450 nových návštevníkov	3 000 EUR	12 000 EUR
Krásy slovenských Mariánskych pútnických miest	2022	2030	cca 3 190 nových návštevníkov	3 000 EUR	10 500 EUR
Medzisúččet			4 640 nových návštevníkov	6 000 EUR	22 500 EUR
Názov produktu	Nasadenie produktu (rok)	Ukončenie produktu (rok)	Potenciál produktu	Iničiálne náklady	Udržiavacie náklady
Hlavná púť na horu Zvir	2020	2030	cca 3 400 nových návštevníkov	3 000 EUR	9 000 EUR
História s kúskom duchovna	2021	2030	cca 1 640 nových návštevníkov	3 000 EUR	8 000 EUR
Očista pre telo i pre dušu	2022	2030	cca 2 400 nových návštevníkov	3 000 EUR	7 000 EUR
Duchovno a kultúrne dedičstvo	2024	2030	cca 880 nových návštevníkov	3 000 EUR	5 000 EUR
Zimná Litmanová	2025	2030	cca 3 100 nových návštevníkov	3 000 EUR	4 000 EUR
72 hodín v Litmanovej	2023	2030	cca 1 040 nových návštevníkov	3 000 EUR	6 000 EUR
Medzisúččet			12 460 nových návštevníkov	18 000 EUR	39 000 EUR

Návrh produktovej stratégie - sumár

Názov produktu	Nasadenie produktu (rok)	Ukončenie produktu (rok)	Potenciál produktu	Iničiálne náklady	Udržiavacie náklady
Archieparchiálna odpustová slávnosť v Lutine	2021	2030	cca 3 400 nových návštevníkov	3 000 EUR	8 000 EUR
Púť matiek na Lutinskú horu	2025	2030	cca 1 700 nových návštevníkov	3 000 EUR	5 000 EUR
Duchovno s kúskom architektúry a histórie	2023	2030	cca 1 760 nových návštevníkov	3 000 EUR	6 000 EUR
Duchovno, architektúra a UNESCO	2020	2030	cca 2 640 nových návštevníkov	3 000 EUR	9 000 EUR
Výlet na Hanigovský hrad	2024	2030	cca 880 nových návštevníkov	3 000 EUR	5 000 EUR
Voľnočasová turistika v Lutine	2022	2030	cca 1 760 nových návštevníkov	3 000 EUR	7 000 EUR
Zimná turistika v Lutine	2025	2030	cca 1 700 nových návštevníkov	3 000 EUR	4 000 EUR
Medzisúččet			13 840 nových návštevníkov	21 000 EUR	44 000 EUR
Názov produktu	Nasadenie produktu (rok)	Ukončenie produktu (rok)	Potenciál produktu	Iničiálne náklady	Udržiavacie náklady
Levočská Mariánska púť	2020	2030	cca 6 375 nových návštevníkov	3 000 EUR	9 000 EUR
Celoslovenská púť seniorov v Levoči	2023	2030	cca 4 600 nových návštevníkov	3 000 EUR	6 000 EUR
Skautská púť na Mariánsku horu	2024	2030	cca 4 190 nových návštevníkov	3 000 EUR	5 000 EUR
Duchovno a UNESCO v Levoči a okolí	2022	2030	cca 2 560 nových návštevníkov	3 000 EUR	7 000 EUR
Zážitky v Levoči a okolí	2025	2030	cca 1 920 nových návštevníkov	3 000 EUR	4 000 EUR
Krátka púť do Levočskej Doliny	2021	2030	cca 800 nových návštevníkov	3 000 EUR	8 000 EUR
Medzisúččet			20 445 nových návštevníkov	18 000 EUR	39 000 EUR

Návrh produktovej stratégie - sumár

Názov produktu	Nasadenie produktu (rok)	Ukončenie produktu (rok)	Potenciál produktu	Iniciačné náklady	Udržiavacie náklady
Arcidiecézna púť v Gaboltove	2021	2030	cca 3 400 nových návštevníkov	3 000 EUR	8 000 EUR
Celoslovenská púť mužov v Gaboltove	2022	2030	cca 2 520 nových návštevníkov	3 000 EUR	7 000 EUR
Rómska púť v Gaboltove	2023	2030	cca 2 520 nových návštevníkov	3 000 EUR	6 000 EUR
Duchovno a agroturistika	2025	2030	cca 1 520 nových návštevníkov	3 000 EUR	4 000 EUR
Kúpele pre telo i pre dušu	2024	2030	cca 3 100 nových návštevníkov	3 000 EUR	5 000 EUR
Medzisúččet			13 060 nových návštevníkov	15 000 EUR	30 000 EUR

	Potenciál produktu	Iniciačné náklady	Udržiavacie náklady
CELKOM	74 545 nových návštevníkov	99 000 EUR	238 500 EUR

Príprava detailných produktových kariet

Za účelom vhodného detailného nastavenia plánu rozvoja produktov slúžia produktové karty. Vzor produktovej karty na vyplnenie podľa prioritizácie návrhu projektov je súčasťou prílohy tejto štúdie. Produktová karta slúži k jasnému vymedzeniu zodpovedností, cieľov vytvorenia produktov a motivácií k ich realizácii (presnejšie vid' nižšie).

Časť produktovej karty na vyplnenie	Popis
Názov produktu	Názov produktu v relevantných jazykoch. V tomto prípade slovensky, poľsky a anglicky.
Realizátor produktu (spoločnosť)	Názov spoločnosti, adresa
Koordinátor produktu (osoba)	Meno a priezvisko, subjekt a funkcie, e-mail, telefónne číslo
Popis produktu	Stručný opis toho, čo je produktom
Miestne určenie pôsobnosti produktu	Kde je produkt ponúkaný
Časové určenie pôsobnosti produktu	Kedy je produkt ponúkaný (celoročný produkt vs. produkt v konkrétnom období roku)
Preferované obdobie pôsobnosti produktu	Odporúčaná sezóna, Mimosezóna, Nevhodná sezóna (produkt nie je ponúkaný)
Turistické ciele v destinácii zahrnuté do produktu	Primárne – Hlavné turistické ciele, ktoré sú súčasťou produktu Sekundárne – Ďalšie ciele, ktoré sú v destinácii a môžu byť využité ako doplnok pri realizácii produktu
Prestížne a partnerské eventy zahrnuté do produktu	Prehľad partnerských eventov zahrnutých do produktu
Využitelná / využívaná infraštruktúra cestovného ruchu zahrnutá do produktu	Počet HUZ s certifikáciou 3* a viac a s kapacitou nad 30 osôb, Špecifické HUZ spojené s témou produktu, Kvalitné stravovacie zariadenia s kapacitou nad 30 osôb, Špecifické prepravné služby dohodnuté v rámci produktu, Iná sprievodná infraštruktúra (požičovne, servisy, športoviská, atď.).

Príprava detailných produktových kariet

Časť produktovej karty na vyplnenie	Popis
USP (unique selling proposition)	Konkurenčná výhoda, výnimočná / unikátna vlastnosť produktu (ideálne uviesť slovensky, poľsky a anglicky)
RTB (reason to believe)	Prečo produktu veriť – napr. rôzne ocenenia, kredibilita, dôveryhodnosť
Dôvod vzniku produktu (východiská)	Prečo produkt vzniká, aké problémy rieši
Cieľové skupiny / segmentácia	Podľa zdrojového trhu (Domáci návštevníci, Zahraniční návštevníci), podľa archetypov (Pôžitkári, Flámovači, Rekreatanti, Pútnici, Dobrodruhovia), Podľa veku (Dospelí s deťmi (<6 rokov), Dospelí s deťmi (7-17 rokov), Veková skupina 18-24 rokov, Veková skupina 25-34 rokov, Veková skupina 35-44 rokov, Veková skupina 45-54 rokov, Veková skupina 55-64 rokov, Seniori (nad 65 rokov), Podľa finančného zabezpečenia (Návštevníci s nízkymi príjmami, Návštevníci so strednými príjmami, Návštevníci s vyššími príjmami, Bonitná/luxusná klientela), Podľa počtu (Jednotlivci, Skupiny, Organizované skupiny (školské, skautské, cirkevné, atď.))
Doplnenie pre segmenty vo vzťahu k zaradeniu medzi špecifické cieľové skupiny	Slovný komentár k zaradeniu medzi špecifické cieľové skupiny (Súčasní návštevníci – v priebehu roka, Súčasní návštevníci – púte a ďalšie podujatia, Organizované skupiny – pútnický turizmus, Skupiny – školy, kresťanská mládež, skauti, atď., Rodiny s deťmi so záujmom predovšetkým o vieru, Rodiny s deťmi so záujmom predovšetkým o rekreáciu, Individuálny cestovateľ so záujmom o poznanie, Turisti v regióne so záujmom o jednodenný výlet, Ľudia so vzťahom k regiónu)
Zdrojové trhy návštevníkov	Definujte zdrojové trhy napr. domáce, prihraničné, blízke, vzdialené trhy, Ázia.
Štatistiky k produktu	Štatistiky vzťahujúce sa k produktu – napr. počet ubytovacích kapacít, počet prenocovaní, počet návštevníkov v oblasti pod.
Partneri produktu	Vymenujte partnerov produktu – rozdeľte na hlavných (bez ktorých nemožno produkt realizovať) a vedľajších

Príprava detailných produktových kariet

Časť produktovej karty na vyplnenie	Popis
3K platforma (koordinácia, komunikácia, kooperácia)	Charakterizujte koordináciu produktu, kooperáciu a komunikáciu s partnermi (projektové stretnutia, workshopy, školenia...)
Analýza konkurencie	Identifikácia a popis konkurenčných produktov
SWOT analýza	Silné stránky, Slabé stránky, Príležitosti, Ohrozenia
Vízia produktu	Popíšte budúcnosť produktu. Časový úsek zvolte podľa typu produktu.
Ciele produktu	Kvantifikovateľné i nekvantifikovateľné ciele produktu pre realizátora a partnerov participujúcich na produkte. Nadväznosť na strategické dokumenty a ciele regiónu, destinačné spoločnosti a i.
Prínosy produktu	Prínosy produktu pre región, vplyv produktu na životné prostredie, sociálnu a životnú úroveň, zamestnanosť a pod.
Harmonogram (životný cyklus produktu)	Prípravná fáza, Realizačná fáza, Obdobie udržateľnosti (uvedte aktivity, ktoré by daná fáza mala obsahovať a ich časové vymedzenie)
Zaistenie prípravy produktu	Kvantifikovateľné (finančné) a nekvantifikovateľné zabezpečenie pre prípravu produktu – náklady na prípravu produktu, personálne zabezpečenie prípravy produktu a pod. Rozloženie nákladov medzi partnerov. Vyhľadávanie možností financovania z dotácií a stimulov. Vydefinovanie toho, kto vykoná prípravu finančnej súvahy produktu, nastavenie pravidiel pre spoluprácu a pod. Do textu uviesť celkové náklady.
Zaistenie prevádzky produktu	Kvantifikovateľné (finančné) a nekvantifikovateľné zaistenie produktu – náklady a výnosy produktu, personálne zabezpečenie produktu a pod. Rozloženie nákladov medzi partnerov, využiteľnosť dotácií a stimulov.
Zaistenie udržateľnosti a ďalšieho rozvoja produktu	Kvantifikovateľné (finančné) a nekvantifikovateľné zabezpečenie udržateľnosti a ďalšieho rozvoja produktu – náklady a výnosy na udržateľnosť produktu, personálne zabezpečenie udržateľnosti produktu a pod. Rozloženie nákladov medzi partnerov. Hľadanie ďalších ekonomických príležitostí.

Príprava detailných produktových kariet

Časť produktovej karty na vyplnenie	Popis
Ekonomické riziká spojené s prípravou a realizáciou produktu	Riziká procesu prípravy, Riziká vlastného produktu, Ekonomické riziká (Pomenovanie rizík kvantifikovateľných i nekvantifikovateľných. Ich odhad z hľadiska možnosti, že nastanú a z miery dopadu)
Plánovaná komunikácia s návštevníkmi	Webové stránky realizátora produktu, Youtube realizátora produktu, Facebook realizátora produktu, Twitter realizátora produktu, Instagram realizátora produktu, Pinterest realizátora produktu, Partnerské webové stránky, Mobilné aplikácie, Newsletter, Fotogaléria, Videogaléria, Iné (brožúry, letáky, atď.)
Zoznam príloh a fotografií k produktu	Prílohy a fotografie

Ponuka produktov na poľskej strane hranice

Ponuka chodníka: vybrané výlety	
Púť po Sanktuárach Podkarpatska	Trojdnňová púť, (Dukla, Kalwaria, Przemyśl, Leżajsk)
Púť do sanktuárií juho-východného Poľska	Štvordňová púť do sanktuárií a historických pamiatok Podkarpatska a Bieszczad
Púť do sanktuárií Podkarpatska aj Bieszczad	Organizovanie pútí na objednávku
Ponuka chodníka: vybrané cyklotrasy	
Cezhraničná cyklotrasa „Na križovatke kultúr“	Cyklotrasa „Chodník Ikon“
Cezhraničná cyklotrasa „Beskydské Múzea“	Cyklotrasa chodník historických chrámov
Ponuka chodníka: vybrané vodné trasy	
Rafting na Sane s možnosťou návšteviť miesta Mariánskeho chodníka	Rafting pontónom z Sanoka do Międzybrodzia alebo Lisznej
Ponuka chodníka: vybrané turistické trasy	
Pápežský chodník Przemyśl – Kalwaria	Modrý a červený chodník Krasieczyn – Przemyśl
Ponuka chodníka: vybrané turistické balíčky	
Beskydy v 18 dňoch bez chodenia po horách	Klasické Beskydy v 3 dňoch

Zdroj: Mariánsky chodník „Svetlo z Východu“ – Príspevok k štúdiu realizovateľnosti projektu, autor: Ph.D. Paweł Rut

Ponuka produktov na poľskej strane hranice

Ďalšia ponuka – vybrané múzeá	
Národné múzeum priemyselnej zeme v Przemysli	Historické múzeum – Palác v Dukli
Archeologický skanzen „Karpatská troja“ v Trzcinici	Múzeum misie v Krošnie
Ďalšia ponuka – vybrané iné atraktivity	
Podkarpatské Centrum súčasného umenia Zdzisława Beksińskiego v Sanoku	Okresné múzeum v Rzeszowe
Múzeum pevnosti Przemysl spolu s fortmi	Kazimierzowski hrad v Przemysli
Podkarpatské múzeum v Krošnie	Múzeum v Jaroslawiu, Obytný dom Orsettich na námestí
Ďalšia ponuka – vybrané miestne turistické chodníky	
Chodník drevenej architektúry	Cyklotrasa Green Vello
Via Regia, Cesta sv. Jakuba, Przemysl, Jaroslaw, Tuligłowy	Peší historický chodník mesta Jaroslaw
Ďalšia ponuka – vybrané podujatia	
Svetový festival poľských folkloristických skupín zo zahraničia (Rzeszów)	Medzinárodný festival orgánovej a kamerálnej hudby (Leżajsk)
Ďalšia ponuka – vybrané kultúrne atrakcie, zábava	
Divadlo Wandy Siemaszkowej (Rzeszów)	Multikino, Helios, Zorza, WDK (Rzeszów)
Divadlo Fredreum, Kazimierzowski hrad (Przemysl)	Kino Centrum, Kino Helios (Przemysl)
Regionálne stredisko Kultúr pohraničia, jav divadelných stretnutí (Krosno)	Kino Sokół, artKino, Helios (Krosno)
Podkarpatská filharmónia A. Malawskiego	Kino Ikar (Jaroslaw)
Koncert „Jednego Serca, jednego Ducha“ (Rzeszów)	Klub Niedźwiadek, koncerty a predstavenia (Przemysl)
Pieśń Naszych Korzeni, Festival Davnej hudby (Jaroslaw)	Estrada Cafe, hudobný klub pri Podzemnom turistickom chodníku (Rzeszów)

Zdroj: Mariánsky chodník „Svetlo z Východu“ – Príspevok k štúdiu realizovateľnosti projektu, autor: Ph.D. Paweł Rut

Ponuka produktov na poľskej strane hranice

Ďalšia ponuka – vybraná kultúrna ponuka	
Muczne, expozičná ohrada pre chov zubrov	Krajinný park Pogórza Przemyskiego
Bieszczadzský národný park a Prírodné múzeum BdPN v Ustrzykach Dolnych	Arborétum v Bolestraszcach
Magurský národný park a Múzeum MPN v Krempanej	Krasiczyn, komplex hradu a parku
Jaśliský krajinný park	Przemysł, zámocký park
Ciśniańsko-Wetliński krajinný park	Sanok, Mestský park menom Adama Mickiewicza
Ďalšia ponuka – vybrané prírodné atrakcie	
Przemyské Stredisko športu a rekreácie	Jazero Solina
Mestské športové a rekreačné stredisko v Krosne	Myczkowské jazero
Myczkowce, Stredisko Caritas	Dub Chrześcijanin, Januszkowice
Ustrzyki Dolné, Rekreačné stredisko Olimp	Dub Poganin, Węglówka
Ďalšia ponuka – vybrané ostatné turistické atrakcie	
Pruchnik – rozhľadňa medzi objektmi	Trať historickej úzkorozchodnej železnice s ponukou turistických cyklovezín
Veža na Grzywackej Hore	Chodník po stopách Dobrého vojaka Švejka
Weremień v okolí Leska	Cyklotrasa Dolinou Sanu a Solinky z Leska na Slovensko

Zdroj: Mariánsky chodník „Svetlo z Východu“ – Príspevok k štúdiu realizovateľnosti projektu, autor: Ph.D. Paweł Rut

System certifikácie produktov a minimálnych štandardov kvality

Motivácia pre zavedenie systému certifikácie produktov a minimálnych štandardov kvality

- Na zabezpečenie požadovanej kvality produktu Svätomariánskej púte ako celku, jeho jednotlivých produktov a služieb poskytovaných v rámci týchto produktov je navrhnutý systém certifikácie produktov a minimálnych štandardov kvality. Cieľom je iniciovať vytváranie čiastkových atraktívnych produktov, ktoré budú tvoriť komplexný produkt Svätomariánskej púte, a motivovať poskytovateľov služieb k zapojeniu sa do týchto produktov pri splnení vopred stanovených podmienok (minimálnych štandardov kvality).

Systém certifikácie produktov

- Certifikácia produktov je nezávislý a nestranný proces, ktorým musí prejsť návrh nového produktu pred tým, než bude oficiálne začlenený do systému produktov Svätomariánskej púte.
- O certifikácii produktu rozhoduje prevádzkovateľ (združenie) Svätomariánskej púte podľa toho, či navrhnutý produkt svojím zameraním a rozsahom spĺňa kritériá na zaradenie do systému produktov. Navrhovať produkty môže primárne sám prevádzkovateľ (združenie) a subjekty fungujúce v rámci lokálneho partnerstva v jednotlivých pútnických miestach, ale aj obecní partneri produktu či ďalšie subjekty.
- Pravidlá pre certifikáciu produktu musia byť verejne dostupné v rámci uceleného dokumentu, ktorý súčasne stanovuje aj spôsob vykonávania kontroly funkčnosti produktu.

Systém minimálnych štandardov kvality pre poskytovateľov služieb pod značkou Svätomariánska púť

- Minimálne štandardy kvality sú stanovené pre poskytovateľov služieb so záujmom o zapojenie sa do systému produktov Svätomariánskej púte. Pre jednotlivé typy služieb sú stanovené základné podmienky, ktoré musia byť naplnené, aby poskytovateľ služieb mohol ťažiť z výhod vyplývajúcich zo zapojenia sa do produktu (marketing, brand, predajný kanál, atď.). Využívanie týchto služieb môže byť spoplatnené príspevkami.
- Systém minimálnych štandardov kvality spravuje prevádzkovateľ (združenie), ktorý koordinuje záujmy hlavných partnerov v rámci koncepcie produktu Svätomariánska púť, monitoruje spôsob jeho realizácie, iniciuje zmeny jeho zamerania, zabezpečuje financovanie a vyhodnocuje prínosy. Poskytovateľ služby je právnická / fyzická osoba, ktorej produktová ponuka môže byť začlenená prevádzkovateľom do certifikovaného produktu. Poskytovateľ služby sa aktívne podieľa na udržaní požadovanej kvality a ďalšom rozvoji.

Predpoklady platnosti systému certifikácie produktov a minimálnych štandardov kvality

- Platnosť systému certifikácie produktov a minimálnych štandardov kvality je stanovená na 5 rokov od schválenia jeho znenia. Toto obdobie predstavuje pilotnú fázu, po ktorej by malo byť vykonané vyhodnotenie a prípadné úpravy systému. V rámci pilotnej fázy môžu prebiehať čiastkové úpravy.
- Predpokladom platnosti je schválenie systému certifikácie produktov a minimálnych štandardov kvality a zverejnenie na webových stránkach Svätomariánskej púte.

System certifikácie produktu

Pravidlá certifikácie produktu

System certifikácie produktov v rámci produktu Svätomariánskej púte zahŕňa požiadavky na obsah a zameranie produktov a požiadavky, ktoré je nutné zaistiť pre potreby jeho riadenia v rámci celkovej koncepcie produktu.



Požiadavky na obsah a zameranie produktu (produktová karta)

- Produkt musí byť v súlade s produktom Svätomariánskej púte. Súlad bude posúdený na základe informácií uvedených v produktovej karte, ktorú je za účelom certifikácie produktu nutné vyplniť.

Požiadavky na riadiacu dokumentáciu produktu

- Zaistenie fungovania produktu, prehlásenia partnerov zodpovedných za produkt o dodržiavaní produktovej stratégie, postupov v súlade s komunikačnou stratégiou produktu, súhlasu s pravidlami financovania produktu, atď.

Cezhraničné štandardy kvality pre stakeholderov projektu

Požiadavky na subjekty participujúce na produkte Svatomariánská púť (pre všetkých stakeholderov projektu)

Základné požiadavky na subjekty participujúce na produkte Svatomariánská púť za účelom ochrany a zachovania prírodného a kultúrneho dedičstva a cezhraničnej spolupráce.

Požiadavka	Subjekty participujúce na produkte Svatomariánská púť
Právna forma organizácie	Vhodná právna forma vo väzbe na činnosť organizácie
Sídlo	Sídlo na území Slovenska alebo Poľska
História organizácie	Minimálne 1 rok. Novo založené subjekty s cieľom uspokojiť potreby pútnikov / návštevníkov môžu byť zaradené ihneď.
Potvrdenie o korektnom jednaní spoločnosti	Potvrdenie daňového úradu, potvrdenie zdravotnej poisťovne, potvrdenie správy sociálneho zabezpečenia, ďalšie potvrdenia (pozri poznámky)
Plán aktivít subjektu	Konkrétny formálny záväzok, ako bude daný subjekt produkt rozvíjať, resp. ako bude nápomocný pri rozvoji produktu
Webové stránky organizácie	Existencia webových stránok subjektu, dodržiavať manuál značky, vhodne a v patričnom rozsahu prezentovať značku a produkty
Spolupráca v mieste činnosti	Vyhlásenie o ochote spolupráce v mieste
Cezhraničná spolupráca	Vyhlásenie o ochote spolupráce s cezhraničnými partnermi
Ochrana a zachovanie prírodného a kultúrneho dedičstva	Prístupenie k etickému kódexu ochrany prírodného a kultúrneho dedičstva (používanie recyklovateľných plastov, vytváranie podmienok na udržateľný turizmus, vyzdvihovanie miestneho kultúrneho dedičstva, využívanie miestnych zdrojov a lokálnych potravín a pod.)

Štandardy kvality by mali byť merateľné a dosiahnuteľné.

Poznámky:

- (1) Potvrdenie daňového úradu o neexistencii daňových nedoplatkov za posledné 3 roky
- (2) Potvrdenie zdravotnej poisťovne o neexistencii nedoplatkov na poisťnom a na penále na verejné zdravotné poistenie
- (3) Potvrdenie príslušnej okresnej správy sociálneho zabezpečenia o neexistencii nedoplatkov na poisťnom a na penále na sociálne zabezpečenie a na príspevku na štátnu politiku zamestnanosti
- (4) Čestné vyhlásenie, že na majetok žiadateľa nebol v posledných 3 rokoch vyhlásený konkurz, nebolo proti nemu začaté konkurzné konanie, nie je v likvidácii

System min. štandardov kvality pre poskytovateľov služieb

Pravidlá pre certifikáciu poskytovateľov služieb pre poskytovateľov služieb pod značkou Svätomariánska púť

System certifikácie poskytovateľov služieb v rámci produktu Svätomariánskej púte zahŕňa požiadavky na minimálny štandard kvality poskytovaných služieb a požiadavky, ktoré je nutné zaistiť pre potreby organizácie a fungovanie v rámci celkovej koncepcie produktu.



Požiadavky na kvalitu poskytovaných služieb (ponuka poskytovateľa služieb)

- Ponúkané služby a ich kvalita musia byť v súlade s produktom Svätomariánskej púte. Súlad bude posúdený na základe kontroly zo strany Prevádzkovateľa.

Požiadavky na organizáciu a komunikáciu v rámci produktu

- Nastavenie organizácie a komunikácie medzi jednotlivými subjektmi zapojenými do fungovania produktu, prehlásenia a súhlasy vyjadrujúce úmysel poskytovať služby v súlade s princípmi Svätomariánskej púte.

Minimálny štandard kvality pre poskytovateľov služieb

Požiadavky na minimálny štandard kvality pre poskytovateľov služieb

Základné požiadavky pre poskytovateľov služieb participujúcich na produkte Svatomariánska púť **za účelom zaistenia kvality poskytovaných služieb.**

Požiadavka	Poskytovatelia služieb participujúci na produkte Svätomariánska púť
Právna forma organizácie	Vhodná právna forma vo väzbe na činnosť organizácie
Sídlo	Sídlo na územia Slovenska a okolitých zapojených štátov
História organizácie	Minimálne 1 rok. Novo založené subjekty s cieľom uspokojiť potreby pútnikov / návštevníkov môžu byť zaradené ihneď.
Potvrdenie o korektnom jednaní spoločnosti	Potvrdenie daňového úradu, potvrdenie zdravotnej poisťovne, potvrdenie správy sociálneho zabezpečenia, ďalšie potvrdenia (pozri poznámky)
Plán aktivít subjektu	Konkrétny formálny záväzok, ako bude daný subjekt produkt rozvíjať, resp. ako bude nápomocný pri rozvoji produktu
Webové stránky organizácie	Existencia webových stránok subjektu
Spolupráca v mieste činnosti	Vyhlásenie o ochote spolupráce v mieste
Cezhraničná spolupráca	Vyhlásenie o ochote spolupráce s cezhraničnými partnermi
Certifikácia poskytovateľa služieb v rámci produktu Svätomariánskej púte	Úspešne ukončený proces certifikácie poskytovateľa služieb v rámci produktu Svätomariánskej púte
Ďalšie požiadavky	Hodnotenie spokojnosti zákazníkov, jazyková dostupnosť služieb, hygienické štandardy a pod.

Štandardy kvality by mali byť merateľné a dosiahnuteľné.

Poznámky:

- (1) Potvrdenie daňového úradu o neexistencii daňových nedoplatkov za posledné 3 roky
- (2) Potvrdenie zdravotnej poisťovne o neexistencii nedoplatkov na poistnom a na penále na verejné zdravotné poistenie
- (3) Potvrdenie príslušnej okresnej správy sociálneho zabezpečenia o neexistencii nedoplatkov na poistnom a na penále na sociálne zabezpečenie a na príspevku na štátnu politiku zamestnanosti
- (4) Čestné vyhlásenie, že na majetok žiadateľa nebol v posledných 3 rokoch vyhlásený konkurz, nebolo proti nemu začaté konkurzné konanie, nie je v likvidácii

Návrh obsahu Príručky Svätomariánskej púte

Odporúčaný obsah Príručky Svätomariánskej púte

1

Popis cesty Svätomariánska púť

(duchovný odkaz, miesta na trase, ich špecifické vlastnosti)

2

Popis cieľových trhov

(vrátane segmentácie klientely)

3

Popis trás

(navrhnuté trasy Svätomariánskej púte)

4

Metodika tvorby produktu

(ako postupovať pri vytváraní produktu cestovného ruchu, portfólio produktov)

5

Metodika tvorby strategického dokumentu

(ako postupovať pri tvorbe strategického dokumentu)

6

Popis organizačného modelu

(organizačná štruktúra prevádzkovateľa, zapojenie kľúčových partnerov)

7

Štandardy kvality participujúceho subjektu

(štandardy kvality pre poskytovateľov služieb)

8

Prehľad ukazovateľov výkonnosti (KPI)

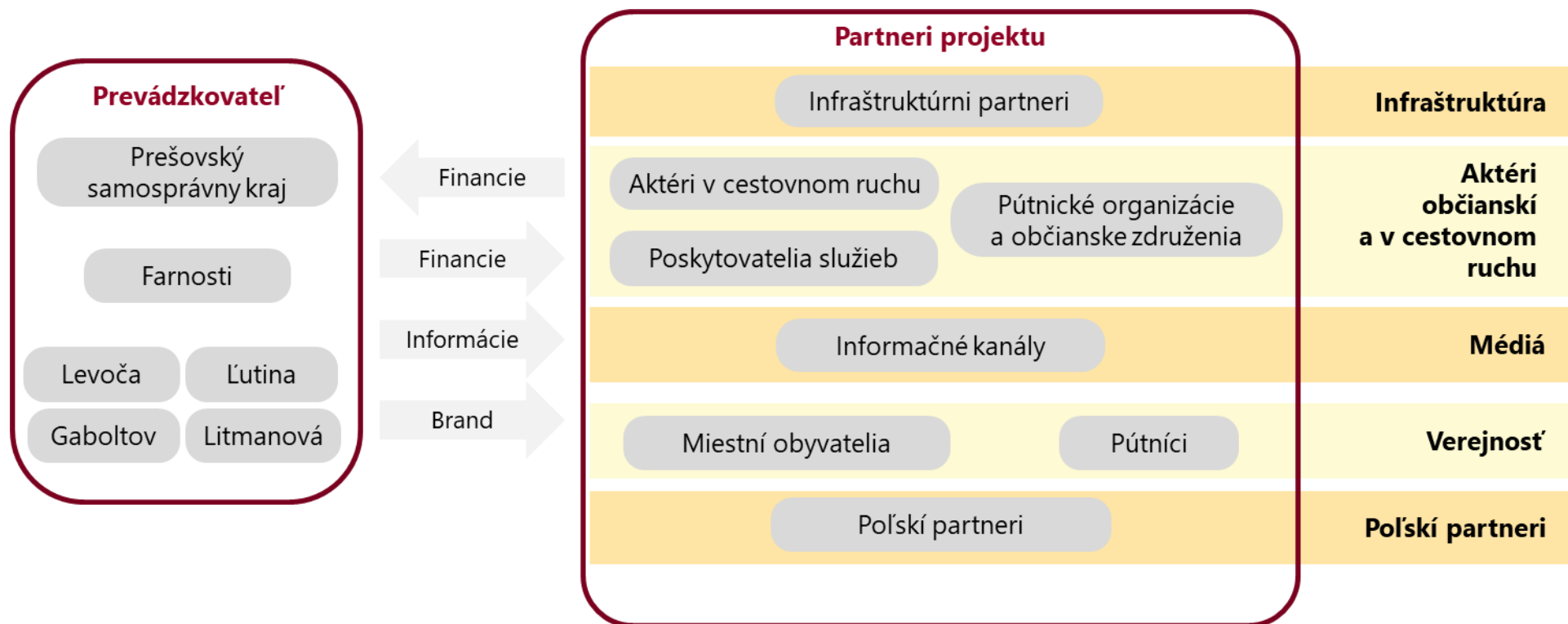
(zber dát, metriky)

Návrh organizačno-riadiaceho modelu cesty Svätomariánska púť

Analýza a návrh organizačného modelu

Návrh organizačného modelu je rozdelený do dvoch častí:

- Prvá sa zaoberá organizačným nastavením prevádzkovateľa, ktoré vychádza z analýzy šiestich rôznych modelov riadenia. Model, ktorý bol z analýzy vybraný ako najviac vhodný, je ďalej opísaný hlbšie, vrátane definovania hlavných pozícií/rolí, ich pracovnej náplne, zodpovedností a právomoci, hlavných ukazovateľov výkonnosti/KPI a návrhu rozpočtu novej riadiacej jednotky – prevádzkovateľa.
- Druhá časť opisuje rolu kľúčových partnerov projektu, možnosti ich vzájomnej spolupráce, finančnej zainteresovanosti vo vývoji produktu a spôsobu propagácie. Keďže každé pútne miesto má svoje špecifiká, počíta model s regionálne diverzným systémom riadenia. V tejto časti sú zahrnuté varianty spolupráce s poľskými partnermi.



Organizačná štruktúra prevádzkovateľa - východiská

Organizačná štruktúra prevádzkovateľa (PSK obce, farnosti) bola vybratá z týchto 4 variant:

A) Záujmové združenie právnických osôb

- A.1) podsekcie sú vedené koordinátormi
- A.2) vnútorná štruktúra nemá navyše ďalšie oddelenia
- A.3) vedúci orgán je volený zo zástupcov

B) Krajská organizácia cestovného ruchu

- B.1) nové oddelenie v rámci KOČR

C) Cestovná agentúra

- C.1) subjekty majú s agentúrou zmluvy
- C.2) subjekty majú v agentúre svojich zástupcov

D) Voľné usporiadanie

- D.1) voľné usporiadanie na bázi dobrovoľnosti

Prevádzkovateľ

- prevádzku zaisťuje združenie, ktorého sú všetky záujmové osoby členom, pričom je niekoľko variant vnútorného usporiadania
- prevádzku zaisťuje oblastná (krajská) organizácia cestovného ruchu, v rámci ktorej je vyčlenené nové oddelenie pre Svätomariánsku púť
- prevádzku zaisťuje samostatne založená agentúra, ktorá naplňa roli koordinátora záujmových osôb
- prevádzkovateľom je Prešovský kraj, ktorý činnosti záujmových osôb koordinuje

Vedúci orgán v rámci organizačnej štruktúry prevádzkovateľa

- Prešovský kraj
- farnosti pri pútnych miestach
- projektový manažér v KOČR1
- koordinátor najatý mimo záujmové osoby
- koordinátor zvolený záujmovými osobami

Možnosti spolupráce s miestnymi poskytovateľmi služieb

Vhodné je vybrať z aspektov:

- rozdelené podľa lokality (pútneho miesta) na 4 okruhy
- úplne voľné a dobrovoľné
- možná registrácia (za poplatok protislužba)
- členstvo v združení (družstve), ktoré uľahčuje vstup do podnikania pre drobných živnostníkov
- členstvo vo vlastnom združení, ktorého zástupca zaisťuje spoluprácu s prevádzkovateľom

Organizátor pútnikov - styčný bod

Možnosti sa navzájom nevylučujú:

- väčšie skupiny pútnikov organizujú cirkevné inštitúcie
- väčšie skupiny pútnikov organizujú cestovné kancelárie
- registrácia pútnikov (áno/nie)

Návrh organizácie prevádzkovateľa - A) združenie

Prvou možnosťou organizačnej štruktúry je vytvorenie tzv. záujmového združenia právnických osôb podľa § 20f zákona č. 40/1964 Zb., Občianskeho zákonníku (ďalej iba "združenie"). Združenie je samostatnou právnickou osobou, ktorá zodpovedá svojim majetkom za nesplnenie svojich povinností. Právna úprava združenia je opísaná v paragrafoch §§ 20g-21 Občianskeho zákonníka.

Vznik

- Na založenie združenia sa vyžaduje písomná zakladateľská zmluva uzavretá zakladateľmi alebo schválenie založenia združenia na ustanovujúcej členskej schôdzi.
- Zakladajúcimi členmi môžu byť ktorékoľvek subjekty s významným záujmom na rozvoji produktu Svätomariánska púť, najmä Prešovský samosprávny kraj, farnosti a samosprávy pridružených obcí a Agentúra regionálneho rozvoja.
- Pri založení združenia sa predkladajú stanovy a určujú osoby oprávnené konať v mene združenia.

Formálna úprava vzťahov

- Významné záujmové subjekty sú členmi združenia, menej významné subjekty môžu spolupracovať na základe zmluvy alebo prostredníctvom zástupcov (ďalších združení/spolkov/iných organizácií), ktorí sú členmi združenia.
- Vzťah medzi členmi združenia je vymedzený stanovami, zákon vnútorné usporiadanie ani povinnosti neurčuje. Stanovy tak upravujú práva aj povinnosti členov, majetkové pomery voči združeniu, vznik a zánik členstva aj orgány združenia a ich pôsobnosť.
- Členstvo je možné viazať členským poplatkom.

Možnosti financovania

- Financovanie je v združení riešené v stanovách, prvotné nastavenie tak prebieha pri založení združenia, všetky zmeny sú formálne dokumentované a je nutné ich schváliť vopred dohodnutým postupom. Štruktúra financovania je flexibilná. Rozloženie nákladov medzi členmi môže byť nastavené centrálné, kde jeden primárny investor pokrýva majoritu výdavkov, alebo distribuované, kedy majú členovia finančné záväzky viac rovnomerne rozložené, pričom väčší potenciál zaistiť udržateľnosť produktu má predovšetkým distribuované financovanie. Členovia tiež môžu mať povinnosť platiť členské príspevky – napríklad poskytovateľa služieb, ktorí inak neprispievajú a čerpajú výhody z fungovania združenia.
- Náklady na prevádzku, administratívu a vlastné zamestnancov združenia sú pokryté z členských príspevkov, príspevkov z rozpočtu samospráv a v prípade koordinátorov je možné časť platu pokryť z provízií zo sprostredkovaných služieb cestovného ruchu.
- Zvyšné finančné prostriedky zarobené činnosťou združenia (napríklad organizáciou spoločných podujatí) je nutné investovať späť do združenia.

Návrh organizácie prevádzkovateľa - B) KOCR

Možnou voľbou organizačnej štruktúry je vznik nového oddelenia v rámci už existujúcej krajskej organizácie cestovného ruchu Severovýchod Slovenska. Organizácie cestovného ruchu sa riadia zákonom §§ 8-12 zákona č. 91/2010 Zb., Zákon o podpore cestovného ruchu (pre krajské organizácie ďalej iba "KOCR"). Nové oddelenie by bolo organizačnou zložkou v rámci existujúcej právnickej osoby.

Vznik

- Vzhľadom k tomu, že nevzniká nová právnická osoba, je založenie predovšetkým organizačnou záležitosťou. KOCR musí na svojej schôdzi schváliť vytvorenie nového oddelenia a predmetnú zmenu stanov.
- Ďalej je nutné vybrať nových zamestancov oddelenia – projektového manažéra (koordinátora) pre produkt, koordinátora marketingu a koordinátora prevádzky.

Formálna úprava vzťahov

- Záujmové subjekty sú spolupracovníkmi nového oddelenia KOCR nie sú priamo členmi ani pracovníkmi KOCR. Vzťah medzi subjektmi a KOCR je upravený zmluvne.
- Vzťahy medzi subjektmi navzájom nie sú viac formálne upravené, tiež iba v rámci zmlúv medzi jednotlivými subjektami. Nie je potrebné, aby všetky subjekty a všetky aspekty spolupráce boli zmluvne ošetrené, spolupráca môže fungovať tiež na báze dobrovoľnosti a motivácie ekonomickou výhodnosťou.

Možnosti financovania

- KOCR ako organizácia destinačného manažmentu z definície svojich činností dostáva prostriedky od štátu. Zo zákona prostriedky využíva tak, aby nebol žiadny produkt zvýhodnený na úkor iných a propagácia kraja prebiehala ako marketing destinácie ako celku.
- Časť prostriedkov tak je vyčlenená aj na Svätomariánsku púť. Financovanie prevádzky, marketingu jednotlivých pútnických miest a ďalšie výdavky závisí na rozpočtu PSK, samospráv, farností a príspevkoch pútnikov, prípadne výnosu z podujatí.

Návrh organizácie prevádzkovateľa - C) agentúra

Ďalšou možnosťou organizačnej štruktúry je vytvorenie samostatnej centrálnej cestovnej agentúry (prípadne kancelárie, spoločne ďalej iba "agentúra") podľa § 5 zákona č. 170/2018 Zb., zákon o zájazdoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu a o zmene a doplnení niektorých zákonov. Agentúra je samostatnou právnickou osobou, ktorá zodpovedá svojím majetkom za nesplnenie svojich povinností. Právna úprava agentúr je opísaná v paragrafoch §§ 5-8 vyše určeného zákona.

Vznik

- Prevádzkovanie cestovnej agentúry je podnikaním na základe živnostenského oprávnenia, založenie je tak podmienené určením subjektu, ktorý bude zakladateľom.
- Formálny proces založenia agentúry nemá požiadavky na stanovenie vnútorného usporiadania organizácie. Je nutné iba dodržať formálne a faktické požiadavky založenie živnosti.

Formálna úprava vzťahov

- Cestovná agentúra nezvykne byť organizáciou, ktorá by združovala právnické osoby. Z toho dôvodu sú tiež obmedzené nástroje pre vytvorenie formálnych vzťahov medzi agentúrou a záujmovými subjektmi.
- Významné záujmové subjekty majú možnosť stať sa spolumajiteľmi agentúry, menovať svojich zástupcov do vedúcich výkonných pozícií agentúry alebo mať vzťah upravený len zmluvne.
- Pre menej významné subjekty je najvhodnejšia úprava vzťahov zmluvná, pričom zmluva je uzatvorená medzi subjektom a agentúrou.

Možnosti financovania

- Finančné toky sú rozdelené na dve skupiny – vnútorné financovanie v rámci agentúry a vonkajšie finančné toky s ostatnými subjektmi. Finančné toky v rámci agentúry a jej činnosti zahŕňajú investičné prostriedky z vlastného rozpočtu svojich členov. V rámci zachovania udržateľnosti prevádzky agentúry je vhodné nastaviť cenník služieb vonkajším subjektom tak, aby výnosy z činnosti pokryli dlhodobé náklady na prevádzku agentúry.
- Finančné toky so zmluvnými partnermi závisia na konkrétnej úprave zmluv. Napríklad výnosy zo sprostredkovania služieb cestovného ruchu je odmenené províziami od cestovných kancelárií, poskytovateľov služieb aj pútnikov. Agentúra môže požadovať poplatok za propagáciu konkrétnych sprievodných produktov.
- Výnosy z činnosti môže cestovná agentúra použiť ľubovoľne.

Návrh organizácie prevádzkovateľa - D) voľné

Poslednou navrhovanou možnosťou organizačnej štruktúry je voľné usporiadanie. Nevzniká žiadna nová právnická osoba ani formálna štruktúra. Spolupráca závisí na aktívnom prístupe záujmových subjektov. Z právneho pohľadu sa usporiadanie riadi zákonmi, ktoré pokrývajú zmluvy a zmluvné povinnosti.

Vznik

- Vytvorenie tohto usporiadania v podstate znamená vytvoriť sieť zmlúv alebo memoránd o spolupráci medzi členmi. Postačuje tak formálna príprava právnych dokumentov.
- Je vhodné, aby primárny prevádzkovateľ (pravdepodobne Prešovský samosprávny kraj s lokálnou dopomocou mestských/obecných samospráv) vyčlenil už na začiatku personálne aj finančné kapacity k správe a koordinácii štruktúry.

Formálna úprava vzťahov

- Vzťahy nie sú formálne upravené nad rámec zmlúv medzi jednotlivými subjektmi. Nie je potrebné, aby všetky subjekty a všetky aspekty spolupráce boli zmluvne ošetrené, spolupráca môže fungovať tiež na báze dobrovoľnosti a motivácie ekonomickou výhodnosťou.

Možnosti financovania

- Voľné usporiadanie vzťahov implikuje tiež flexibilné možnosti nastavenia financovania. Formálne je financovanie obsiahnuté iba v uzavretých zmluvách, určitú časť finančných prostriedkov získa prevádzkovateľ z dobrovoľných príspevkov pútnikov alebo iných záujmových subjektov.
- Hlavný investičný partner je Prešovský samosprávny kraj, ostatné samosprávy a farnosti. Administratívne náklady na prevádzku sú minimálne, prevádzkovateľ (Prešovský kraj alebo vybraná farnosť) vyčlení kapacitu na koordináciu a komunikáciu subjektov, čo je v podstate jediný dlhodobý administratívny náklad.

Výber organizačného modelu prevádzkovateľa

Výber optimálneho organizačno-riadiacieho modelu bol založený na kvalitatívnom vyhodnotení vnútorných a vonkajších výhod a nevýhod s prihliadnutím k skúsenostiam prevádzkovateľov vybraných pútnych steziak.

A) Záujmové združenie právnických osôb

A.1) podsekcie sú vedené koordinátormi

A.2) vnútorná štruktúra nemá navyše ďalšie oddelenia

A.3) vedúci orgán je volený zo zástupcov

B) Krajská organizácia cestovného ruchu

B.1) nové oddelenie v rámci KOČR

C) Cestovná agentúra

C.1) subjekty majú s agentúrou zmluvu

C.2) subjekty majú v agentúre svojich zástupcov

D) Voľné usporiadanie

D.1) voľné usporiadanie na báze dobrovoľnosti

- **Varianta A)** Záujmové združenie právnických osôb v čele s Prešovským samosprávnym krajom sa javí ako **vhodný spôsob organizácie prevádzkovateľa**. Vyššie mandatorne náklady na založenie a administratívu združenia sú vyvážené efektívnejším a transparentnejším riadením celej štruktúry, prehľadnosťou finančných tokov, vyššou zastupiteľnosťou a z toho vyplývajúcou vyššou udržateľnosťou celého modelu.
- **Varianta B)** Nové oddelenie v rámci KOČR má vysoký potenciál pre zapojenie do destinačnej marketingovej stratégie, má však z definície obmedzenia pre spoluprácu a pre riadenie a správu investícií, prevádzky a predmetnej infraštruktúry. V rámci KOČR vzniká riziko nedodržiavania stanovených rolí v rámci jedného produktu a upozadení púte.
- **Varianta C)** Cestovná agentúra má vysoký potenciál pre podporu turizmu ako takého, má však z definície obmedzenia pre riadenie a správu investícií, prevádzky a predmetnej infraštruktúry. Úlohu cestovnej agentúry pri propagácii a predaji produktu zastávajú destinačné cestovné kancelárie a Agentúra regionálneho rozvoja.
- **Varianta D)** Voľné usporiadanie je snadné na vytvorenie, no nemá dostatočné zázemie pre transparentné financovanie a zaistenie udržateľnosti prevádzky. Nižšie mandatorne administratívne náklady sú vyvážené vyššími nákladmi na koordináciu, komunikáciu a zmeny v organizačnej štruktúre.

Varianta vybraného modelu A.1) - podsekcie sú vedené koordinátormi

Záujmové združenie právnických osôb bolo vyhodnotené ako **optimálny organizačný model prevádzkovateľa**. Z navrhovaných variant modelu je ďalej rozpracovaná **varianta I - podsekcie sú vedené koordinátormi**. Varianta počíta s výberom dvoch koordinátorov:

- **koordinátora prevádzky a investíc** pre koordináciu investícií, údržbu infraštruktúry a celkovej správy pútnickej cesty
- **koordinátora cestovného ruchu a marketingu** pre koordináciu významných podujatí, kontakt s verejnosťou a aktérmi v cestovnom ruchu, tvorbu a udržiavanie brandu a marketingovej stratégie

Zvyšné roly a pozície sú rozdelené medzi existujúce záujmové subjekty.

Postup vzniku združenia - zhrnutie

1.

Ustavujúca schôdza a registrácia

Ustavujúca schôdza je jednou z možností založenia združenia. pred schôdzou je nutné pripraviť predpokladané znenie stanov, rozloženie kompetencií medzi členov a zoznam kandidátov na vedúceho pracovníka. Na samotnej schôdzi sa stanovy schvália a členovia rozhodnú o ostatných záležitostiach. Schôdze sa účastní všetci zakládajúci členovia združenia – Prešovský samosprávny kraj, všetky predmetné farnosti a všetky predmetné samosprávy. Z ustavujúcej schôdze sa spraví zápisnica a uznesenie, ktoré tvoria podklady pre registráciu združenia pri miestne príslušnom úrade. Súčasťou sú aj stanovy a zoznam zakládajúcich členov.

2.

Nábor koordinátorov a podpis zmlúv s partnermi

V združení vzniknú najmenej dve pozície na plný úväzok, ktoré majú byť pokryté novými zamestnancami. **Koordinátor prevádzky** je osoba so skúsenosťami zo správy majetku a infraštruktúry a pokiaľ možno zo správy projektov, **koordinátor cestovného ruchu a marketingu** zastrešuje komunikáciu s partnermi. Navyše už popri zakladaní združenia je vhodné udržiavať komunikáciu s partnermi a po nadobudnutí právnej subjektivity je vhodné bezodkladne zmluvne podporiť spoluprácu.

3.

Prvé kroky - stratégia

Medzi prvé kroky po ukončení formálnych úkonov by malo patriť **vytvorenie stratégií a plánov** na prvé časové obdobie. Celková stratégia a v nej určené ciele rozvoja stezky určujú zameranie takmer všetkých nasledujúcich úkonov, vrátane finančného plánovania. Prvé obdobie je vhodné nastaviť na 5 rokov.

4.

Prvé kroky - technické

Pre fungovanie združenia je vhodné využiť jednotnú **databázu informácií**, zjednotiť využívané **technické prostriedky** a založiť **online prezentáciu produktu** - webové stránky, sociálne médiá a prípadne ďalšie kanály.

Zhrnutie hlavných úloh riadiacich subjektov

Riadiaci model je tvorený niekoľkými významnými subjektmi. Každý subjekt, ktorý sa významným spôsobom riadiaceho modelu účastní, má svoju úlohu v projekte Svätomariánskej púte a spravidla aj pokrýva (alebo dohľadá) niektoré roly v záujmovom združení. Všetky subjekty uvedené v tabuľke nižšie sú členmi záujmového združenia. Konkrétne roly pracovníkov združenia sú opísané na nasledujúcich stránkach.

Subjekt	Členstvo v organizácii		Úloha v projekte
	prevádzkovateľ	lokálny model	
Prešovský samosprávny kraj	áno	nie	<p>Prešovský samosprávny kraj má kľúčovú úlohu v celom riadiacom procese. V riadiacom modeli pokrýva pozície, ktoré koordinujú finančné toky, sprostredkovávajú zdroje a sám je hlavným počiatočným investorom projektu. PSK podľa svojich rozpočtových možností ponúka v súvislosti s prevádzkou Svätomariánskej púte a príľahlej infraštruktúry žiadateľom schémy financovania.</p> <p>Vedúci pracovník združenia (čiže tiež riadiaci pracovník celého organizačného modelu) stanovuje stratégiu rozvoja a aktívne ju podporuje.</p> <p>Prostredníctvom koordinátora marketingu zastrešuje PSK spoločný brand produktu a jednotný marketing.</p> <p>Prostredníctvom koordinátora cestovného ruchu napomáha vzniku a rozvoju lokálnych produktov.</p> <p>PSK takto vytvára nástroje – čiže to, ako je možné očakávanie pútnikov naplniť.</p>
Cirkevné subjekty – farnosti	áno	áno	<p>Cirkevné subjekty (farnosti, farské rady, cirkvi, cirkevné organizácie,...) majú ako hlavnú úlohu vytvorenie a aktívny rozvoj duchovného rozmeru celej púte. Neznamená to len zdôraznenie odkazu svätej Márie pri cirkevných podujatiach, ale predovšetkým zameranie na vnútorný zážitok pútnikov a s tým súvisiacu spoluprácu pri usporiadaní podujatí, vzdelávanie v oblasti, spoločná propagácia a celková podpora cestovného ruchu.</p> <p>Cirkevné subjekty vytvárajú a predávajú to, čo púť chce pútnikom odovzdať.</p>
Poskytovatelia služieb	áno (prostredníctvom lokálneho koordinátora)	áno	<p>Hlas poskytovateľov služieb je dôležitý pri tvorbe celkovej infraštruktúry, ktorá duchovnú myšlienku podporuje. Poskytovatelia stoja v prvej línii pri komunikácii s pútnikmi, preto ich iniciatívy najbližšie reflektujú potreby a túžby pútnikov.</p> <p>Poskytovatelia služieb sprostredkovávajú to, čo pútnici od púte očakávajú.</p>

Prehľad ukazovateľov výkonnosti (KPI)

Ukazovateľ	Spôsob merania	Cieľový výsledok*	Popis
Pomer výnosy/náklady	účtovné výsledky a nástroje manažerského monitoringu	> 1 lokálne > 0,3 prev.	Na lokálnej úrovni sa výnosy nevzťahujú na výnosy prijaté z rozpočtu obce alebo prevádzkovateľa (transfery). Na úrovni prevádzkovateľa ide o všetky výnosy nehradené z rozpočtu PSK alebo iných verejných zdrojov. V oboch prípadoch sa očistené výnosy pomerujú s prevádzkovými nákladmi (mimo transfery).
Udržateľnosť produktu	pomer naplnenia strategických cieľov	> 0,75	Strategické ciele sú definované v stratégii rozvoja produktu a garantuje ich vedúci pracovník združenia. Miera ich naplnenia v požadovanej lehote ukazuje na udržateľnosť produktu.
Návštevnosť	počet vydatých pútnych karet (pre návštevnosť celej stezky), záznamy ubytovateľov	20% nárast medzi 5-10 rokom	Sledovanie návštevnosti pomôže nastaviť marketingovú stratégiu. V rámci návštevnosti sa môže analyzovať pohyb návštevníkov v jednotlivých pútnických miestach a v okolí.
Spokojnosť návštevníkov	občasné aj pravidelné vyhodnocenie spätnej väzby online hodnotení, anket alebo cielených dotazníkov	> 75 % spokojných	Spokojnosť návštevníkov sa týka duchovného prežitku, služieb, infraštruktúry, partnerov v cestovnom ruchu a iných.
Úspešnosť realizácie projektov podporených dotáciami	výsledný pomer plánovaných/prijatých dotácií	> 75 %	Z pohľadu projektov má ukazovateľ podporiť kvalitu projektov nad kvantitou, zmysluplnosť a dobrú pripravenosť, ktorá zvyšuje pomer vyčerpaných prostriedkov.
Podiel ne/splnených zákonných lehôt (právných, účtovných, administratívnych)	záznamy o upomienkach	< 2 % nesplnených lehôt	Tento ukazovateľ má najmä slúžiť ako indikátor v prípade hrubého zanedbania administratívnych povinností.
Počet sprostredkovaných služieb cestovného ruchu	záznamy sprostredkovaných služieb	N/A	Zo sprostredkovaných služieb dostáva koordinátor províziu. Absolútna hodnota má iba motivačný význam.
Dosah brandu	nástroje pre online monitoring a analýzu	niekoľko metrik	Nástroje typu Google Analytics, BuzzSumo, MixPanel, CrazyEgg a. i. pomáhajú analyzovať dáta online marketingovej kampane.
Spolupráca subjektov	počet rokovaní	2/rok	Zástupci prevádzkovateľa a všetkých lokálnych koordinátorov spolu s produktovými manažermi sa stretnú pre koordináciu aktivít.

* benchmark pre požadovaný výsledok vychádza z bežnej praxe v odvetví alebo z odborného úsudku.

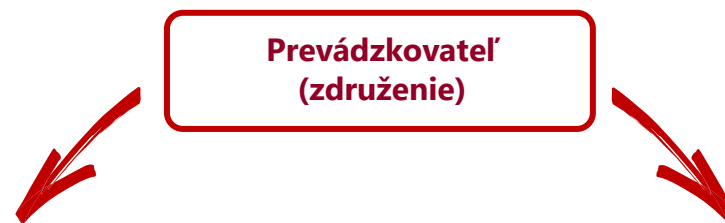
Prehľad ukazovateľov výkonnosti (KPI)

Ukazovateľ	Spôsob merania	Cieľový výsledok*	Popis
Počet viacdenných turistov	počet prenocovaní obsadenosť lôžok v horizonte 10 rokov	60 000 / rok 50 % mimo púte 80 % v dobe púte	Viacdenní turisti generujú väčšiu útratu v mieste svojej návštevy, v prípade pútnického turizmu je zároveň veľký potenciál pre prenocujúcich turistov. Počet prenocovaní sleduje absolútne čísla od poskytovateľov ubytovania a slúži k odhadom spotreby a hodnotení atraktívnosti produktu. Obsadenosť lôžok je pomocný ukazovateľ, ktorý sleduje pomer obsadených lôžok ku kapacite (v priemere za vybrané obdobie).
Rozvoj ubytovacích kapacít	počet nových lôžok v horizonte 10 rokov	oblasť Levoča: 200 ostatné: 80	Súčasná ubytovacia kapacita sú pod potenciálom návštevnosti destinácie a je vhodné počet lôžok zvýšiť. Cieľová hodnota je nastavená pre predpoklady tejto štúdie. Ak by sa ukázalo, že je nedostačujúca/nadbytočná/miestne disproporčná, je vhodné cieľ prispôbiť aktualizovaným predikciám s primeranou rezervou.

* benchmark pre požadovaný výsledok vychádza z bežnej praxe v odvetví alebo z odborného úsudku.

Návrh modelu spolupráce s projektovými partnermi

Definícia a delenie partnerov



Lokálni partneri sú skupina záujmových subjektov, ktoré pôsobia v okolí pútnického miesta. Pri každom zo štyroch pútnických miest tak ide o tieto subjekty:

- predmetná farnosť,
- predmetná samospráva obce/mesta,
- miestni poskytovatelia služieb (SK i PL),
- aktéri v cestovnom ruchu (tu cestovné kancelárie a agentúry).

Na nasledujúcich stránkach sú navrhnuté štyri modely lokálnej spolupráce partnerov, pričom si **každé pútnické miesto môže vybrať ktorýkoľvek model.**

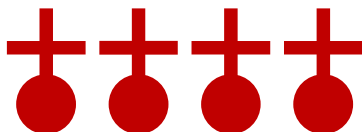
Lokálni partneri projektu pri pútnických miestach

Aktéri v cestovnom ruchu

Poskytovatelia služieb

Farnosť

Samospráva obce/mesta



Všeobecní partneri projektu

Infraštruktúrne partneri

Pútnické organizácie a občianske združenia

Aktéri v cestovnom ruchu

Informačné kanály

Pútníci

Poľskí partneri



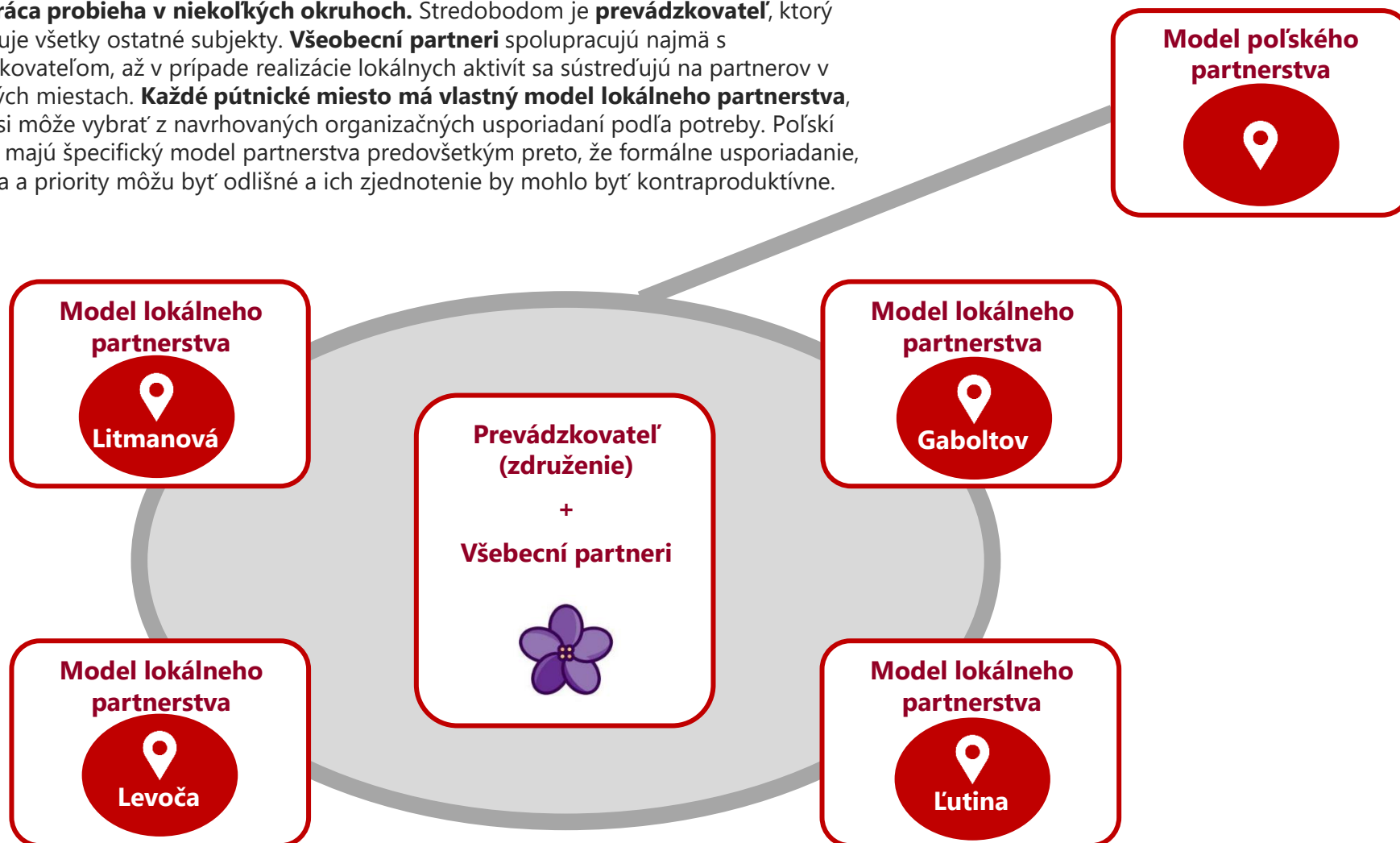
Všeobecní partneri sú partneri na úrovni celého projektu, ktorí nie sú závislí od konkrétneho pútnického miesta. Medzi nich patrí:

- infraštruktúrne partneri,
- občianske a podnikateľské organizácie,
- mediálni partneri,
- verejnosť,
- poľskí partneri.

Na nasledujúcich stránkach sú opísané očakávané roly partnerov vo vzťahu k budovaniu produktu. **Každý partner má samostatnú úlohu, ktorá môže byť ošetrená zmluvne/členstvom v združení.**

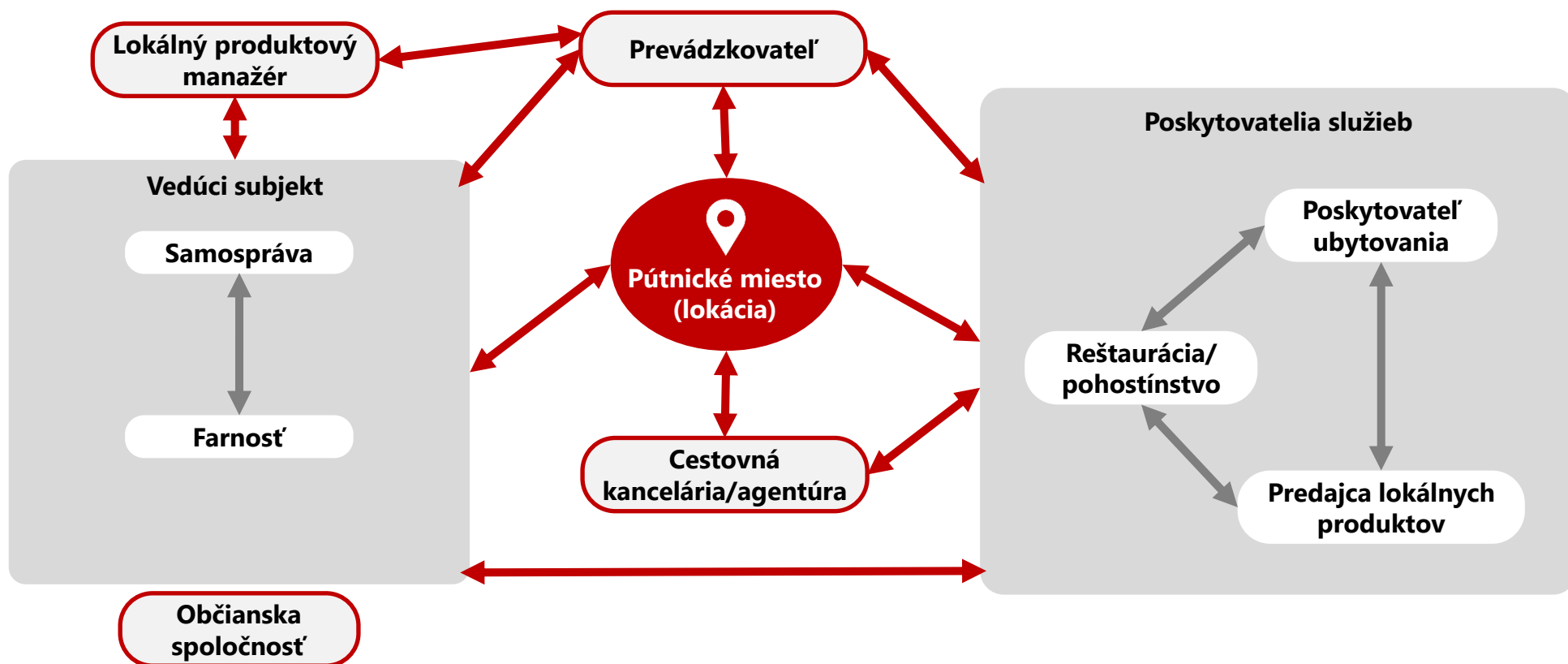
Model partnerstva - okruh spolupráce

Spolupráca probieha v niekoľkých okruhoch. Stredobodom je **prevádzkovateľ**, ktorý koordinuje všetky ostatné subjekty. **Všeobecní partneri** spolupracujú najmä s prevádzkovateľom, až v prípade realizácie lokálnych aktivít sa sústreďujú na partnerov v pútnických miestach. **Každé pútnické miesto má vlastný model lokálneho partnerstva**, pričom si môže vybrať z navrhovaných organizačných usporiadaní podľa potreby. Poľskí partneri majú špecifický model partnerstva predovšetkým preto, že formálne usporiadanie, flexibilita a priority môžu byť odlišné a ich zjednotenie by mohlo byť kontraproduktívne.



Model lokálneho partnerstva - prehľad

Spolupráca probieha prakticky medzi všetkými lokálnymi partnermi a spolupracujúcimi subjektmi, a to navzájom i vo vzťahu k pútnickému miestu. Prevádzkovateľ komunikuje s vedúcim subjektom a prostredníctvom koordinátora pre cestovný ruch a marketing aj s poskytovateľmi služieb. Zároveň určuje strategické smerovanie pútnického miesta. Vedúci subjekt sa stará o bežnú prevádzku pútnického miesta a koordinuje propagáciu lokálnych partnerov. Poskytovatelia služieb v zájme o plynulé a ekonomicky výhodné prevádzky spolupracujú navzájom (prostredníctvom koordinátora cestovného ruchu a marketingu tiež s ostatnými lokáciami), s cestovnými kancelárkami/agentúrami, s prevádzkovateľom aj s vedúcim subjektom. Cestovné agentúry využívajú brand k rozvoju svojich aktivít aj k rozvoju lokácie.



Model lokálneho partnerstva - varianty

Varianta I.

Záujmové združenie právnických osôb

Vedúci orgán združenia

Lokálny partner

Lokálny produktový manažér

Lokálny partner

Prvá varianta lokálneho modelu partnerstva je vytvorenie ďalšieho záujmového združenia právnických osôb, ktoré pôsobí ako lokálny koordinátor. V združení je vedúci orgán, ktorý riadi a koordinuje všetky aktivity. Ktokoľvek, kto má záujem sa podieľať na rozvoji pútnického miesta, sa môže stať členom združenia. Lokálne združenie je samo osebe členom združenia prevádzkovateľa.

Zakladajúcimi členmi združenia je predmetná farnosť a samospráva. Vedenie preberá jeden zo zakladajúcich členov – výber sa odvíja od miestnych podmienok a praktickosti voľby. **Vedúcim orgánom združenia tak môže byť** (pričom obidva sú členmi združenia):

- Farnosť spravujúca pútnické miesto
- Samospráva spravujúca pútnické miesto

Lokálni partneri zahŕňajú druhého zakladajúceho člena združenia, poskytovateľov služieb a prípadne aktérov v cestovnom ruchu (opísaných v predchádzajúcej časti).

Lokálny produktový manažér rozvíja produkty cestovného ruchu v pútnických miestach.

Varianta II.

Voľné usporiadanie

Hlavný koordinátor

Lokálny partner

Lokálny produktový manažér

Lokálny partner

Druhá varianta lokálneho modelu partnerstva je celkom voľné usporiadanie partnerov. V prípade potreby je možné s vybranými partnermi podpísať zmluvy o spolupráci. Činnosti koordinuje hlavný lokálny koordinátor. Tí, ktorí majú záujem sa podieľať na rozvoji pútnického miesta, sa môžu stať členmi záujmového združenia prevádzkovateľa.

Nejvýznamnejšími aktérmi sú predmetná farnosť a samospráva. Vedenie (koordináciu) preberá jeden z nich – výber sa odvíja od miestnych podmienok a praktickosti voľby. **Hlavným koordinátorom tak môže byť**:

- Farnosť spravujúca pútnické miesto
- Samospráva spravujúca pútnické miesto

Lokálni partneri zahŕňajú druhého zakladajúceho najdôležitejšieho partnera, poskytovateľov služieb a prípadne aktérov v cestovnom ruchu (opísaných v predchádzajúcej časti).

Lokálny produktový manažér rozvíja produkty cestovného ruchu v pútnických miestach.

Model lokálneho partnerstva - roly a zodpovednosti

Vedúci subjekt

- Aktívne dohliada na prevádzku pútnického miesta a okolitú infraštruktúru
- Spravuje infraštruktúru a objekty vo svojom vlastníctve
- Komunikuje s prevádzkovateľom a jeho koordinátormi
- Účastní sa na rozhodovacom procese v rámci združenia prevádzkovateľa
- Zbiera požiadavky na rozvoj produktu

Poskytovatelia služieb

- Aktívne využíva brand cesty
- Navzájom spolupracuje a prezentuje partnerských poskytovateľov služieb
- Prezentuje sa na informačnom stánku
- Podieľa sa na organizácii podujatí, ponúka tam svoje služby
- Spolupracuje s koordinátorom CR a CK a s produktovým manažérom pri ponúkaní svojich služieb
- Zbiera spätnú väzbu od klientov

Prevádzkovateľ

- Komunikuje s vedúcim subjektom, koordinátor cestovného ruchu a marketingu komunikuje tiež s poskytovateľmi služieb
- Dohliada na stratégiu rozvoja a brand púte, zbiera požiadavky na rozvoj
- Koordinuje správu infraštruktúry, ktorá sa neviaže na pútnické miesto

Samospráva

- Usporiadava kultúrne a vzdelávacie podujatia
- Zaisťuje informačný stánok na pútnickom mieste
- Spolupracuje s partnerskými poskytovateľmi služieb pri propagácii – napríklad poskytuje značenie smeru k partnerom, spoločnú inzerčnú plochu na verejných miestach a pri podujatiach

Farnosť

- Je kľúčová pre udržanie duchovného rozmeru pútnického miesta
- Usporiadava duchovno zamerané podujatia
- Spolupracuje s poskytovateľmi služieb pri očakávaní väčších skupín pútnikov

Lokálny produktový manažér

- Vytvára a rozvíja lokálne produkty cestovného ruchu v pridelených miestach
- koordinuje komunikáciu medzi lokálnymi koordinátormi
- komunikuje s prevádzkovateľmi služieb pri rozvoji produktov

Cestovná kancelária/agentúra

- Sprostredkováva balíčky služieb cestovného ruchu pútnikom
- Ponuku služieb upravuje s ohľadom na miestne podmienky
- Propaguje produkt na lokálnej úrovni
- Spolupracuje s lokálnymi partnermi – ubytovávateľmi, reštauračnými zariadeniami, prodajcami lokálnych produktov atp.

Poskytovateľ ubytovania

- Ubytováva a koordinuje ubytovanie väčších skupín pútnikov s ostatnými ubytovávateľmi

Reštaurácia/pohostinstvo

- Hostí a koordinuje pohostenie väčších skupín pútnikov s ostatnými reštaurátormi

Predajca lokálnych produktov

- Udržiava si značku a autenticitu svojich lokálnych produktov
- Ak je to možné, prispôsobuje ponuku produktov dopytu pútnikov

Občianska spoločnosť

- Spolupracuje na tvorbe produktu Svätomariánskej púte aj na lokálnych produktoch

Opis rolí všeobecných partnerov

Infraštruktúrni partneri

Okruh predpokladaných partnerov:

- Správa ciest Prešovského kraja
- Správcovia lesov
- Dodávatelia technických služieb
- Zložky integrovaného záchranného systému
- Klub slovenských turistov (pohľad infraštruktúry)
- Slovenský cykloklub (pohľad infraštruktúry)

Účel spolupráce: Infraštruktúrni partneri sa starajú o bezpečnú prevádzku dopravnej, technickej a ďalšej potrebnej infraštruktúry v pútnických miestach, na ceste a v jej okolí.

Kľúčové zodpovednosti:

- Bežná prevádzka a údržba ciest, ich okolia, mobiliára a súvisiacich zariadení
- Starostlivosť o značenie trasy a jej variant a o značenie cesty v mapových podkladoch
- Zaistenie bezpečnosti a dostupnosti záchranného systému v okolí cesty
- Zaistenie bezpečnosti a zdravotníckych služieb a spolupráca pri obmedzení prevádzky v priebehu veľkých podujatí
- Komunikácia so združením v potrebných okruhoch spolupráce

Okruhy spolupráce s prevádzkovateľom:

- Prevádzka a technické zaistenie bežnej starostlivosti o cestu a jej okolie
- Trasa cesty, jej údržba a plánovanie
- Dostupnosť zdravotníckych služieb
- Organizácia väčších podujatí

Pútnické organizácie a občianske združenia

Okruh predpokladaných partnerov:

- Asociácia pútnických organizácií
- Medzinárodná asociácia Mariánskych miest (možné členstvo Levoče)
- Slovenský skauting
- Združenie kresťanských spoločenstiev mládeže
- Klub slovenských turistov (pohľad voľnočasových aktivít)
- Slovenský cykloklub (pohľad voľnočasových aktivít)

Účel spolupráce: Okruh týchto partnerov napomáha zdieľaniu skúseností v oblasti cestovného ruchu, pútnického turizmu a voľnočasových vzdelávacích a duchovných aktivít. Spolu tiež podporujú starostlivosť o organizáciu veľkých skupín pútnikov.

Kľúčové zodpovednosti:

- Zdieľanie know-how v oblasti cestovného ruchu, pútnického turizmu a voľnočasových vzdelávacích a duchovných aktivít – medzi sebou aj s prevádzkovateľom
- Koordinácia veľkých skupín pútnikov z vlastných radov
- Propagácia produktu v rámci svojho okruhu aktivít
- Poskytovanie spätnej väzby
- Komunikácia so združením v potrebných okruhoch spolupráce

Okruhy spolupráce s prevádzkovateľom:

- Znalostná báza pútnického turizmu
- Vzdelávací rozmer Svätomariánskej púte (najmä pre mládež)
- Zdieľanie know-how v oblasti cestovného ruchu, pútnického turizmu a voľnočasových vzdelávacích a duchovných aktivít – medzi sebou aj s prevádzkovateľom
- Požiadavky na služby cestovného ruchu v okolí cesty
- Propagácia produktu

Opis rolí všeobecných partnerov

Aktéri v cestovnom ruchu

Okruh predpokladaných partnerov:

- Cestovné kancelárie
- Cestovné agentúry
- Krajská organizácia cestovného ruchu – Severozápad Slovenska

Účel spolupráce: Partneri v cestovnom ruchu vytvárajú jeden zo spojovacích kanálov medzi prevádzkovateľom a verejnosťou - pútnikmi.

Kľúčové zodpovednosti:

- Použitie brandu produktu v komunikácii s verejnosťou a médiami
- Propagácia produktu a brandu
- Spolupráca s lokálnymi poskytovateľmi služieb cestovného ruchu
- Sprostredkovanie balíčkov cestovného ruchu
- Zdieľanie know-how v oblasti cestovného ruchu
- Komunikácia so združením v potrebných okruhoch spolupráce

Okruhy spolupráce s prevádzkovateľom:

- Tvorba samotného produktu
- Budovanie a využitie brandu produktu
- Spolupráca pri tvorbe „miestnych častí“ produktu (lokálna prevádzka pri každom pútnickom mieste)
- Kontakt s verejnosťou a médiami

Informačné kanály

Okruh predpokladaných partnerov:

- Národné a regionálne médiá
- Vzdelávacie podujatia a výstavy v oblasti cestovného ruchu

Účel spolupráce: Informačné médiá sa z definície svojej činnosti podieľajú na medializácii produktu a jeho brandu.

Kľúčové zodpovednosti:

- Propagácia produktu a jeho brandu
- Zdieľanie know-how v oblasti pútnického turizmu
- Komunikácia so združením v potrebných okruhoch spolupráce

Okruhy spolupráce s prevádzkovateľom:

- Využitie brandu produktu
- Propagácia produktu

Opis rolí všeobecných partnerov

Verejnosť - pútnici

Okruh predpokladaných partnerov:

- Pútnici podľa kategorizácie predpokladaných návštevníkov Svätomariánskej púte

Účel spolupráce: Pútnici sú špecifický druh partnera, ktorý spolupracuje implicitne, najmä na rozvoji služieb cestovného ruchu v okolí cesty a propagácii produktu.

Kľúčové zodpovednosti (striktno dobrovoľné):

- Vytváranie požiadavkov na poskytovateľov služieb cestovného ruchu v okolí cesty
- Propagácia produktu (tzv. „*word of mouth*“ – ústné odporúčanie)
- Poskytovanie spätnej väzby
- Komunikácia so združením v potrebných okruhoch spolupráce

Okruhy spolupráce s prevádzkovateľom:

- Využitie a rozvoj služieb cestovného ruchu v okolí cesty
- Propagácia produktu

Model poľského partnerstva

Vzhľadom na to, že sú **možnosti partnerstva s poľskými subjektmi** čiastočne obmedzené (formálnymi nástrojmi cezhraničnej spolupráce, odlišnosťami právnych systémov, rôznymi prioritami v rozvoji pútnického turizmu a napokon aj vzdialenosťou), spolupráca má **potenciál** rozvinúť ciele obidvoch strán hraníc.

Spoluprácu zaisťuje na SK strane **prevádzkovateľ** (združenie), ktorý rozhoduje o forme spolupráce s jednotlivými subjektmi na PL strane – **s farnosťami, samosprávami a ďalšími subjektmi**. Ponúka sa podpis obchodných zmlúv, partnerských zmlúv, memorand o spolupráci a iných deklarácií, ktoré definujú rozsah a ciele spolupráce.

Farnosti		Ostatné	
<p>Towarzystwo Jezusowe Dom Zakonny w Starej Wsi Spoločnosť Ježišova, náboženský dom v Starej Wsi</p>	<p>V Starej Wsi sa nachádza jedno z pútnických miest na Svätomariánskej púti. Ako partner cezhraničného projektu revitalizuje časti komplexu.</p>	<p>Województwo Podkarpackie</p>	<p>Vojvodstvo je vrchnou samosprávou Podkarpatska a má rozhodujúcu úlohu pri tvorbe stratégií, plánov a cieľov, od ktorých sa odvíja financovanie a možnosti spolupráce na lokálnej úrovni.</p>
<p>Parafia Rzymskokatolicka pw. św. Piotra Apostoła i św. Jana z Dukli w Krośnie Rímsko-katolícka farnosť sv. Petra apoštola a sv. Jána z Dukly v Krosne</p>	<p>Pútnické centrum sv. Jána Pavla II v Krosne je tiež pútnickým miestom. V rámci projektu prebieha údržba a rozvoj miesta, vytvorenie informačného stánku a podkladov pre propagáciu.</p>	<p>Inštitút medzikultúrneho dialógu Jána Pavla II</p>	<p>Inštitút organizuje a zaisťuje kultúrne, vzdelávacie a duchovné podujatia, projekty, konferencie, expozície a podobné aktivity. Z pohľadu Svätomariánskej púte je vhodným partnerom pre rozvoj duchovného a vzdelávacieho rozmeru púte.</p>
<p>Zgromadzenie Księży Misjonarzy Saletynów, Dom Zakonny Kongregácia kňazov misionárov La Salette</p>	<p>Pútnické centrum Matky Božej la Salette v Dębowci je ďalším z pútnických miest na trase púte. V rámci projektu realizuje drobné úpravy.</p>		
<p>Klasztor Znalezienia Krzyża Świętego Zakonu Braci Mniejszych Konwentualnych (Franciszkanów) Kláštor nájdenia svätého kríža</p>	<p>Posledné pútnické miesto na trase púte sa rozšírilo o nové prvky mobiliára s cieľom podporiť cestovný ruch a zlepšiť funkčnosť objektu.</p>		

Model poľského partnerstva - opis rolí

Poľskí partneri - farnosti

Okruh predpokladaných partnerov:

- Towarzystwo Jezusowe Dom Zakonny w Starej Wsi (Spoločnosť Ježišova, náboženský dom v Starej Wsi)
- Parafia Rzymskokatolicka pw. św. Piotra Apostoła i św. Jana z Dukli w Krośnie (Rímsko-katolícka farnosť sv. Petra apoštola a sv. Jána z Dukly v Krosne)
- Zgromadzenie Księży Misjonarzy Saletynów, Dom Zakonny (Kongregácia kňazov misionárov La Salette)
- Klasztor Znalezienia Krzyża Świętego Zakonu Braci Mniejszych Konwentalnych (Franciszkanów) (Kláštor nájdenia svätého kríža)

Účel spolupráce: Farnosti formujú a realizujú duchovné poslanstvo Svätomariánskej púte. Spolupráca medzi SK a PL farnosťami pomáha zjednotiť víziu duchovného rozmeru púte a má potenciál podporiť cestovný ruch.

Kľúčové zodpovednosti:

- Tvorba a rozvoj stratégie púte
- Spolupráca na organizácii spoločných duchovných, kultúrnych a vzdelávacích podujatí
- Realizácia spoločných projektov
- Komunikácia so združením v potrebných okruhoch spolupráce
- Zber dát o návštevnosti pútnických miest

Okruhy spolupráce s prevádzkovateľom:

- Stratégia púte
- Spoločné projekty – na investície, rozvoj, usporiadanie podujatí,...
- Propagácia produktu

Spolupráca najmä s cirkvami a cirkevnými subjektmi v SK

Poľskí partneri - Wojwodstva

Okruh predpokladaných partnerov:

- Województwo Podkarpackie

Účel spolupráce: Spolupráca je kľúčová pre vybudovanie cezhraničnej stratégie rozvoja pútnickej cesty a pre zjednotenie strategických cieľov.

Kľúčové zodpovednosti:

- Tvorba a zosúladenie strategických cieľov s víziou Svätomariánskej púte
- Koordinácia aktivít plynúcich zo stratégie s miestnymi partnermi
- Koordinácia marketingovej stratégie a plánu podpory cestovného ruchu v pútnických miestach

Okruhy spolupráce s prevádzkovateľom:

- Tvorba stratégií
- Financovanie projektov a prevádzky pútnických miest
- Propagácia produktu, využitie brandu

Spolupráca najmä s Prešovským samosprávnym krajom

Poľskí partneri - ostatní

Okruh predpokladaných partnerov:

- Inštitút medzikultúrneho dialógu Jána Pavla II

Účel spolupráce: Spolupráca rozširuje možnosti rozvoja jednotlivých pútnických miest aj púte ako celku.

Kľúčové zodpovednosti:

- Spolupráca pri poriadaní kultúrnych a vzdelávacích podujatí
- Komunikácia so združením v potrebných okruhoch spolupráce

Okruhy spolupráce s prevádzkovateľom:

- Propagácia produktu, využitie brandu

Koordinácia na poľskej strane hranice

- Ako vyplýva z príspevku k štúdiu realizovateľnosti projektu, rovnako ako každý organizovaný turistický produkt by mal aj chodník mať svojho koordinátora. Túto funkciu môže vykonávať inštitúcia pôsobiaca v miestnej samospráve, združenie alebo iný subjekt určený na to, aby chodník fungoval spôsobom, ktorý najlepšie vyhovuje potrebám turistov. V oblasti činností koordinátora okrem propagácie a monitorovania ponúk môže byť organizovanie podujatí, kultúrnych podujatí podporujúcich chodník a podujatí tematicky s ním spojených.

Koordinátor chodníka

- Maršálsky úrad Podkarpatského vojvodstva – Oddelenie územnej spolupráce, Viacosobná kancelária pre cestovný ruch

Dostupnosť koordinátora

- Údaje koordinátora sú verejne prístupné na adrese: Maršálsky úrad Podkarpatského vojvodstva, Oddelenie územnej spolupráce (Marek Rainer – Vedúci oddelenia); Viacmiestna pozícia pre cestovný ruch (Agata Sarna – hlavný špecialista – koordinátor)
- Kancelária koordinátora je v rámci štátnej kancelárie, nie je dostupná v turistickej prevádzke

Informačné služby koordinátora vzhľadom na chodník

- Pevné, celoročné telefónne číslo slúžiace aj iným produktom alebo na iné účely (telefónne čísla: 17/747 64 29, 17/747 66 21)
- Cudzozajččná služba v telefónnych informáciách o chodníku (angličtina, němčina)

Dodatočné služby koordinátora

- Organizácia výletov typu studytour pre vedúcich predstaviteľov verejnej mienky
- V rámci organizovaných propagačných študijných pobytov je možnosť sprievodcovských služieb
- Ponúkание a organizovanie eventov na podporu chodníka a jeho témy:
 - Promočný event projektu na námestí Dukle (predstavenia umeleckých skupín, prezentácia regionálnych produktov, workshopy, hry a súťaže)
 - Dielňa na písanie ikon s názvom „Karpatská mariánska ikona“, Sanok
 - „Karpaty zakliate do dreva“ (vernisáž maľby ilpm v rámci projektu: „Mariánsky chodník – Svetlo z Východu“, Sanok, Múzeum ľudovej výstavby)

Zdroj: Mariánsky chodník „Svetlo z Východu“ – Príspevok k štúdiu realizovateľnosti projektu, autor: Ph.D. Paweł Rut

Návrh ekonomického modelu produktu Svätomariánska púť

Finančný model

Vstupy finančného modelu

- Základom je určenie nárastu návštevnosti pre jednotlivé produkty. Odhad nárastu vychádza z detailnej analýzy poptávky a odhadu skutočného dopytu – po osobitých segmentoch / produktoch / trhoch. Návštevnosť ovplyvňuje výnosy (spotreba, multiplikácia, výnosy z provízie od poskytovateľov služieb,...).

Zdroje pre výpočet nákladov a výnosov:

- prieskum trhu
- spracovanie dát z obdobných projektov
- štatistické údaje (o spotrebe v cestovnom ruchu, návštevnosti, census ubytovacích a reštauračných zariadení a.i.)
- odborný odhad a dobrá prax

Rozsah finančného modelu

- Finančný model opisuje finančné a ekonomické toky, ktoré budú prebiehať v rámci riadiaceho modelu a v interakcii s ďalšími subjektmi po dokončení Svätomariánskej púte. Hlavnú úlohu má prevádzkovateľ + štyria lokálni koordinátori pri pútnických miestach (nezávisle od právnej formy organizačného usporiadania). Medzi prevádzkovateľom, lokálnymi koordinátormi a tretími stranami prebiehajú finančné toky, ktoré ovplyvňujú výsledné ekonomické dopady na zainteresovaných subjektov, z pohľadu Svätomariánskej púte ako celku.
- Finančný model sa zamerá na dôležité pravidelné výnosy a náklady tak, aby čo najlepšie reflektoval súčasné možnosti dotknutých subjektov a reálny potenciál pre rozvoj zasiahnutého územia. Zohľadňuje malé a stredne veľké investície do obnovy a zlepšenia pútnických miest a ich okolia, ale veľké jednorázové investície, ktoré boli do značnej miery realizované pred projektom, neurčuje.
- Finančný model nezahŕňa nekvantifikovateľné ani kvazi-quantifikovateľné ekonomické dopady projektu. Realizácia takto komplexného projektu má dopady napríklad na rozvoj infraštruktúry oblasti, zamestnanosť, životnú úroveň obyvateľov, stabilizáciu ich ekonomickej situácie a ďalšie dopady, ktoré tento finančný model nezohľadňuje.

Toky finančných prostriedkov je možné rozdeliť na:

- **priame náklady a výnosy** (tu označované ako **finančné**) – medzi priame toky patria všetky prijaté prostriedky a úhrady, ktoré bezprostredne vstupujú do účtovníctva organizácií a sú súčasťou finančných plánov a rozpočtov
- **nepriame náklady a výnosy** (tu označované ako **ekonomické**) – medzi nepriame toky patria najmä príjmy do verejných rozpočtov, ktoré vznikajú v dôsledku realizácie projektu Svätomariánskej púte, zvyčajne vďaka zmene útrat návštevníkov regiónu, ich vplyvu na životnú úroveň miestnych obyvateľov a z toho plynúcu zmenu daňových výnosov krajského rozpočtu.

Výstup finančného modelu

- Dôsledkom spracovania finančného modelu je, že prevádzkovateľ aj každý lokálny model partnerstva má k dispozícii rámcový rozpočet na ďalších 15 rokov od spustenia projektu Svätomariánskej púte.
- Výstupom z finančného modelu je určenie udržateľnosti projektu. Výpočet ukazuje, do akej miery je udržateľnosť a finančná samostatnosť projektu reálna v horizonte 15 rokov.

Opis položiek finančných tokov - prevádzkovateľ

Prevádzkovateľ

Príjmy

Podpora z rozpočtu PSK	Pravidelná podpora prevádzkovateľa z krajského rozpočtu je kľúčovým pilierom udržateľnosti celého projektu. Nepredpokladá sa, že príspevok z rozpočtu bude dlhodobo pokrývať mandatorné náklady prevádzkovateľa, no v prvých rokoch prevádzky Svätomariánskej púte sa očakávajú zvýšené náklady na marketing, zriadenie spoločného informačného systému, nábor koordinátorov, vytvorenie spoločných prvkov (značenie, mapy, apod.). Očakáva sa, že relatívny príspevok PSK sa zníži a ustáli.
Štátna podpora cestovného ruchu	Štátna podpora cestovného ruchu sa riadi zákonom č. 91/2010 Zbierky zákonov, zákon o podpore cestovného ruchu. Podporu konkrétne približuje časť "Financovanie rozvoja cestovného ruchu", §§27-27i. Pre prevádzkovateľa prichádza do úvahy najmä poskytovanie investičnej pomoci pre oblasť cestovného ruchu (§ 27b). Z toho titulu je zrejmé, že ide o nepravidelný zdroj financovania založený na pláne rozvoja pútnických miest a cesty ako celku. Do štátnej podpory sa môže započítať tiež dotácia MŠVVŠ na turistické značenie, ktoré pokrýva náklady na vytvorenie a obnovu značenia ciest.
Dotácia z iných zdrojov **	Medzi poskytovateľov dotácií patrí okrem štátnych orgánov a samosprávnych útvarov (na slovenskej aj poľskej strane) tiež Európska únia a ďalší medzinárodní partneri. Je úlohou prevádzkovateľa, konkrétne koordinátora projektov a investíc, aktívne vyhľadávať nové spolupracujúce subjekty a nové výzvy na predkladanie žiadostí o poskytnutie dotácie. Príkladom účelu dotácií môže byť podpora zamestnanosti v regióne, ktorá sa zamerá na drobných podnikateľov.
Dobrovoľné príspevky	Dobrovoľné príspevky patria k nepravidelným a obmedzeným zdrojom príjmov. Dá sa očakávať, že príležitostne budú pútnici alebo drobní sponzori chcieť prispieť na zachovanie a kultiváciu pútnických miest. Tieto prostriedky nie sú dostatočne stabilným príjmom, aby bolo možné je zahrnúť do finančných plánov, napriek tomu je možné prostriedky využiť k drobným opravám a rozvoji pútnických miest a cesty ako celku.
Príjmy z vlastnej činnosti	Realizáciou produktov cestovného ruchu sa zvýši návštevnosť nielen pútnických miest, ale aj príľahlých obcí v Prešovskom kraji. Pre partnerských poskytovateľov služieb, ktorí chcú návštevnosť plno využiť a zároveň spĺňajú stanovené štandardy, je ponúknutá certifikácia a zahrnutie do propagácie stezky výmenou za províziu. Provízia tvorí príjmy z vlastnej činnosti.

****** V rámci združenia je možné využiť motivačnú varibílnu zložku mzdy pre koordinátora investíc a projektov. Jednou z jeho úloh je aktívne sa obzerať po možných zdrojoch externého financovania a pokiaľ možno zdroje aj zaistiť. Z každé získané dotácie či sponzorstva môže koordinátor získať percentuálnu alebo fixnú odmenu - províziu.

Opis položiek finančných tokov - prevádzkovateľ

Prevádzkovateľ

Výdavky

Rozvoj a údržba spoločných častí cesty

Významnou položkou investíc je budovanie spoločnej infraštruktúry a prvkov, ktoré nie sú viazané na konkrétne pútnické miesto. Výdavky v prvej fázi projektu sa očakávajú vyššie kvôli nutnosti vybudovania celkom novej turistickej cesty. Medzi pôvodcov výdavkov patrí označenie cesty, nákup a údržba mobiliára a prvkov drobnej architektúry, informačné panely, tabule a iné.

Náklady na produkty cestovného ruchu

V rámci projektu sa predpokladá vytvorenie skupiny produktov cestovného ruchu, ktorá podporuje rozvoj Svätomariánskej púte. Aby sa produkty mohli dostatočne rozvinúť, je potreba alokovať prostriedky na ich inicializáciu a údržbu. Časť prostriedkov sú vyvolané investície. Prevádzkovateľ zodpovedá za produkty, ktoré nie je možné priradiť ku konkrétnemu pútnickému miestu.

Úhrady za služby a dodávky v oblasti:

- *marketingu a propagácie*
- *prevádzky združenia*

Úhrady za služby a dodávky obecné znamenajú všetky výdavky smerom k dodávateľom a tretím stranám. Najväčšie skupiny sú marketing Svätomariánskej púte a prevádzka združenia.

Marketing odráža marketingový plán, výdavky zaň tak zrejme budú za webové stránky a online prezentáciu (vrátane sociálnych médií), propagačné materiály, grafické práce, účasť na konferenciách či spolupráca s organizáciami s podobným zameraním.

Prevádzka súvisí s akýmkoľvek výdavkami v rámci prevádzky združenia, právne a účtovné výdavky, náklady na kanceláriu, spracovanie projektov a ďalšie obdobné výdavky.

Výdavky na administratívu a mzdy

Táto kategória výdavkov ide označiť za vnútornú, lebo nemusí súvisieť s tretími subjektmi, len v prípade externého zaistenia koordinátorov. Výdavky za mzdy sa týkajú predovšetkým koordinátorov. V počiatočnej fázi sa očakávajú dva plné úväzky (FTEs) – pre koordinátora projektov a investíc a koordinátora cestovného ruchu a marketingu. Druhá menovaná pozícia sa po počiatočnom rozvoji združenia rozdelí na dvoch koordinátorov – pre cestovný ruch a pre marketing. Všetky pozície majú fixnú a motivačnú zložku.

Opis položiek finančných tokov - lokálny model

Lokálny model partnerstva

Príjmy

Rozpočet obce

Každé pútnické miesto má výdavky na lokálne záležitosti. Pokiaľ sú očakávané príjmy za daný rok nižšie ako náklady, je rozdiel pokrytý z rozpočtu obce predmetného pútnického miesta.

Členské príspevky

Členské príspevky hradia poskytovatelia služieb, ktorí sa účastnia lokálneho modelu partnerstva. Príspevok hradia lokálnemu koordinátorovi predmetného pútnického miesta a časť príspevku pak tvorí transfer do rozpočtu prevádzkovateľa. Členský príspevok reflektuje pridanú hodnotu spoločného riadenia a propagácie. Výpočet výšky členských príspevkov vychádza z kľúča uvedeného na nasledujúcej stránke.

Príjmy z vlastnej činnosti

Každý koordinátor lokálneho modelu partnerstva (nech už záujmové združenie právnických osôb alebo koordinátor voľno-usporiadaných subjektov) má možnosť vytvárať príjmy vlastnou činnosťou v okolí pútnického miesta. Tento príjem je závislý od počtu návštevníkov, resp. návštevní v okolí pútnického miesta. Príkladom činnosti je:

- prenájom stánkov pre predaj regionálnych produktov,
- usporiadanie kultúrnych a vzdelávacích podujatí (príjmy z prenájmu, provízie z predaja, predaj vstupeniek, ...),
- poplatky z prenájmu parkovacích stání,
- a ďalšie možné príjmy.

Opis položiek finančných tokov - lokálny model

Lokálny model partnerstva

Výdavky

Údržba a kultivácia pútnického miesta

Jedna z najdôležitejších nákladových položiek sú investície do pútnických miest a okolia, údržby a kultivácie. Každé pútnické miesto má konkrétne požiadavky na údržbu a špecifické potreby na podporu turistickej atraktívnosti a bude posudzované oddelene. Medzi príklady položiek tejto skupiny výdavkov patrí úprava okolia pútnického miesta, značenie hlavných a podporných častí cesty, zaistenie parkovacích stání, údržba objektov a iné.

Náklady na produkty cestovného ruchu

V rámci projektu sa predpokladá vytvorenie skupiny produktov cestovného ruchu, ktorá podporuje rozvoj Svätomariánskej púte. Aby sa produkty mohli dostatočne rozvinúť, je potreba alokovať prostriedky na ich inicializáciu a údržbu. Časť prostriedkov sú vyvolané investície. Lokálne modely partnerstva zodpovedajú za produkty, ktoré spadajú priamo do ich oblasti pôsobnosti.

Podpora lokálnych poskytovateľov služieb

Pre zvýšenie pozitívnych prínosov projektu je vhodné vytvoriť podpornú štruktúru pre rozvoj lokálnych poskytovateľov služieb. Ak sa aspirujúci živnostník stane členom lokálneho združenia, môže mu byť ponúknutá podpora z podpornej schémy. Okrem toho má poskytovateľ možnosť čerpať priame výhody (spoločná propagácia, zdieľanie nákladov na obnovu okolia cesty) aj nepriame výhody členstva (kultivácia okolia, navýšenie návštevnosti atp.).

Úhrady za služby a dodávky v oblasti:

- **lokálneho marketingu a propagácie**
- **prevádzky združenia**

Úhrady za služby a dodávky obecne znamenajú všetky výdavky smerom k dodávateľom a tretím stranám. Najväčšie skupiny sú marketing Svätomariánskej púte a prevádzka združenia.

Marketing odráža marketingový plán, výdavky zaň tak zrejme budú za webové stránky a online prezentáciu (vrátane sociálnych médií), príprava článkov a tlačových správ, propagačné materiály, grafické práce, účasť na konferenciách či spolupráca s organizáciami s podobným zameraním.

Prevádzka súvisí s akýmikoľvek výdavkami v rámci prevádzky združenia, právne a účtovné výdavky, náklady na kanceláriu, spracovanie projektov a ďalšie obdobné výdavky.

Opis položiek finančných tokov - transfery

Transfery

Prevádzkovateľ -> lokálny model partnerstva

Príspevok na kultiváciu pútnického miesta	Svätomariánska púť funguje ako celok, udržiavanie úrovne je tak žiadúce na celej trase cesty. Z rozpočtu záujmového združenia je tak možné za určitých okolností čerpať príspevky na jeho kultiváciu, najmä ak sa jedná o súčasť investičných plánov a projektov. Na strane združenia je príspevok krytý dotáciami z verejných rozpočtov. Pomer príspevku vóči nákladom investičného projektu závisí od projektu. Údržba a drobné investície sú hradené z rozpočtu obcí, nie zo spoločného rozpočtu prevádzkovateľa.
Podpora lokálnych poskytovateľov služieb	Ak sa za pomocou dotačných titulov podarí vybudovať schému podpory zamestnanosti, ponúka sa niekoľko možností pomocou lokálnych poskytovateľov služieb. Každý lokálny koordinátor za určených podmienok rozhoduje o pomoci v svojom mieste pôsobenia.
Príspevok na spoločnú propagáciu	Prevádzkovateľ - združenie zodpovedá za marketingovú stratégiu, jej rozvoj a plnenie. Súčasťou marketingovej stratégie je vytvorenie spoločného brandu a vybraných spoločných prvkov propagácie - online prezentácia, propagačné materiály, účasť na vzdelávacích podujatiach, vydávanie tlačových správ apod. Príspevok pokrýva výdavky na tieto spoločné prvky propagácie a marketingovej stratégie.

Lokálny model partnerstva -> prevádzkovateľ

Členské príspevky	Členské príspevky hradia poskytovatelia služieb, ktorí sa účastnia lokálneho modelu partnerstva. Príspevok hradia lokálnemu koordinátorovi predmetného pútnického miesta a časť príspevku potom tvorí transfer do rozpočtu prevádzkovateľa. Členský príspevok reflektuje pridanú hodnotu spoločného riadenia a propagácie. Výpočet výše členských príspevkov vychádza z kľúče uvedeného na nasledujúcej stránke.
Príjmy z vlastnej činnosti - provízia	Samosprávy Levoča, Gaboltov, Lutina a Lietmannová budú naďalej prevádzkovať činnosti, ktoré generujú príjmy rozpočtu. S ohľadom na očakávané navýšenie návštevnosti pútnických miest sa predpokladá tiež navýšenie príjmov z tejto činnosti. Provízia je určité percento z príjmov, ktoré reflektuje pridanú hodnotu spoločného riadenia a organizácie Svätomariánskej púte.
Provízia za zprostredkovanie programu	Poskytovatelia služieb majú možnosť využiť služby koordinátora cestovného ruchu (a marketingu, v počítačovej fázi), ktorý môže inzerovať rôzne programy podlž trasy púte, pomáhať s prípravou podujatí apod. Pokiaľ sú tieto služby úspešné, poskytovateľ služieb zo zisku hradí koordinátorovi províziu. Vo výpočte je odhadnutá ako podiel z príjmov z vlastnej činnosti.

Príjmy z cestovného ruchu (spotreba)

Navýšenie počtu návštevníkov

Po realizácii projektu sa očakáva zvýšenie celkového počtu návštevníkov podlž trasy Svätomariánskej púte. V časoch hlavných pútí počet pútnikov kulminuje.



Spotreba návštevníkov

Takmer každý návštevník, či už výletník (jednodenný návštevník) alebo turista (viacdenný návštevník) spraví v cieľovom mieste svojho pobytu útratu. Konkrétna výška útraty závisí okrem iného od typu návštevníka, segmentu klientely, vytvorených okolností v mieste (konanie podujatí, infraštruktúry služieb cestovného ruchu, a iné ovplyvniteľné okolnosti) a náhodných veličín (počasie, nepredvídateľné udalosti).



Útrata návštevníkov pripadne rôznym poskytovateľom služieb a predajcom produktov. Ich príjmy vytvárajú multiplikatívny efekt.

Ubytovacie služby

Stravovacie služby

Služby osobnej dopravy

Služby cestovnej kancelárie/ agentúry a sprievodca

Kulturné služby (divadlá a koncerty, muzeá...)

Rekreačné a ostatné zábavné služby (šport a rekreačno športové služby, zábavné a rekreačné služby)

Rôzne služby cestovného ruchu (finančné a poisťovacie služby, prenájom ostatného tovaru)



Multiplikatívny efekt

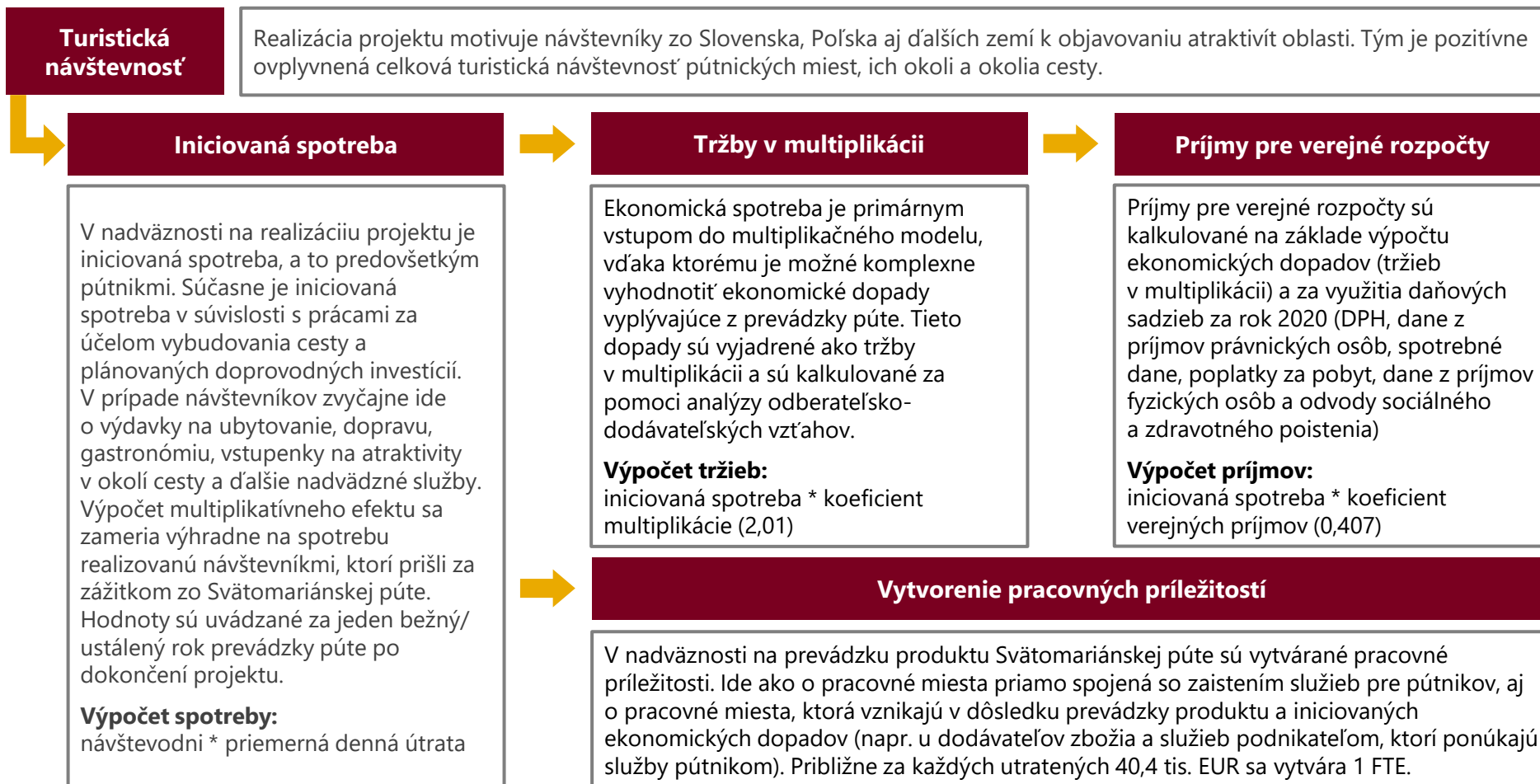


Priemerná útrata každého návštevníka sa pohybuje medzi **50 EUR - 60 EUR** za návštevníka za deň.**

** Odhad priemerné útraty vychádza zo štatistických údajov o spotrebe návštevníkov, predchádzajúcich analýz a expertných znalostí.

Multiplikatívny efekt - metodika

Nepriame (ekonomické) dopady realizácie projektu Svätomariánskej púte vplývajú predovšetkým z nárastu návštevnosti v pútnických miestach a v okolí cesty. S ohľadom na veľký potenciál v už existujúcich turistických atrakciách v kombinácii s možným rozšírením infraštruktúry cestovného ruchu je nárast návštevnosti reálny a následné pozitívne ekonomické dopady očakávané.



Multiplikatívny efekt - výpočet

Počet návštevodní ukazuje počet dní, ktoré v mieste strávili výletníci (jednodňoví návštevníci) alebo turisti (návštevníci s prenocovaním). Ak dvaja návštevníci strávia v destinácii napríklad tri dny, ide o šesť návštevodňov.

Pozn.: Ide o odhadovaný nárast sumy návštevodní všetkých produktov 5. rok po ich spustení.

Pred realizáciou projektu	Spoločné	Levoča	Litmanová	Ľutina	Gabolto	Spolu
Návštevodny	25 000	27 000	16 000	16 000	16 000	100 000
Priemerná útrata za návštevedň (v €)	50	60	50	50	50	N/A

S ohľadom na to, že jednotlivé produkty budú spustené postupne podľa časového harmonogramu a pre každý produkt je predpokladaný až piaty rok ako ustálený (nábehová krivka), tak sa prínosy z cestovného ruchu ustália až v 9. roku činnosti.

Prínosy z cestovného ruchu (v €)	Spoločné	Levoča	Litmanová	Ľutina	Gabolto	Spolu
Spotreba vyplývajúca z cest. ruchu	1 250 000	1 620 000	800 000	800 000	800 000	5 270 000
Tržby v multiplikácii	2 512 500	3 256 200	1 608 000	1 608 000	1 608 000	10 592 700
Príjmy pre verejné rozpočty	508 750	659 340	325 600	325 600	325 600	2 144 890
Vplyv na zamestnanosť (FTE)	31	40	20	20	20	131

Prínosy z cestovného ruchu (v €)	Rok činnosti									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9 +	15
Projekcia										
Spotreba vyplývajúca z cest. ruchu	550 000	1 060 000	1 785 625	2 967 500	3 918 750	4 440 000	4 868 125	5 172 500	5 270 000	5 270 000
Tržby v multiplikácii	1 105 500	2 130 600	3 589 106	5 964 675	7 876 688	8 924 400	9 784 931	10 396 725	10 592 700	10 592 700
Príjmy pre verejné rozpočty	223 850	431 420	726 749	1 207 773	1 594 931	1 807 080	1 981 327	2 105 208	2 144 890	2 144 890
Vplyv na zamestnanosť (FTE)	14	26	44	73	97	110	120	128	130	130

Výpočet čiastkových častí modelu

Členský príspevok

- Členský príspevok hradí obec a farnosť v základnej výške 300 - 1 000 €, ďalej príspevok hradia poskytovatelia služieb na lokálnej úrovni v rámci lokálneho modelu partnerstva (lokálnemu združeniu alebo prevádzkovateľovi). Príspevok reflektuje ekonomické prínosy členstva.
- Navrhovaný spôsob je rozdelení podľa obratu súkromého subjektu tak, ako zobrazuje nasledujúca tabuľka:

Ročný obrat	0 - 30 000 €	30 001 - 100 000 €	100 001 € a viac
Členský príspevok	50 €	100 €	500 €

Provízia prevádzkovateľovi

- Dlhodobá udržateľnosť projektu závisí najmä na vyrovnaných finančných a ekonomických tokoch. S rastúcimi príjmami pre verejné rozpočty je možné viac investovať do aktivít prevádzkovateľa, ktoré zas pomáhajú rozvíjať lokálne produkty.
- Z toho dôvodu je záujmové združenie prevádzkovateľa financované čiastočne ako percentná provízia z príjmov vedúceho subjektu lokálneho združenia.

Príjmy z vlastnej činnosti lokálneho združenia

20 %
➔

Rozpočet prevádzkovateľa

Mzdové náklady

- Mzdové náklady hradí prevádzkovateľ za svojich zamestnancov a v rámci každého lokálneho modelu partnerstva hradí koordinátor lokálneho produktového manažéra.
- Prevádzkovateľ zahŕňa viac rolí ako skutočných úväzkov. Dôvodom je, že niektoré roly prevezmú zástupcovia členov združenia (napríklad pracovníci farností a obcí) v rámci svojej pracovnej agendy.
- Takisto na lokálnej úrovni nie je hlavný koordinátor označený za nového zamestnanca, pretože je to rola zamestnanca vedúceho subjektu. Produktový manažér pôsobí na polovičný úväzok pre každé pútnické miesto a je hradený lokálnym koordinátorom.

Pracovná pozícia	Prvý rok činnosti	Druhý rok činnosti	Tretí rok činnosti
Prevádzkovateľ			
Vedúci pracovník združenia	0,5	0,5	0,5
Pracovník prevádzky združenia	0,5	0,5	0,5
Koordinátor projektov a investíc	1	1	1
Koordinátor cestovného ruchu a marketingu	1	1	2
Spolu	3,4	3,4	4,4
Lokálny koordinátor			
Lokálny produktový manažér	0,5 x 4	0,5 x 4	0,5 x 4
Spolu	2	2	2

Rozpočet prevádzkovateľa

Predpokladané náklady (v €)	Rok činnosti										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9 +	15
Rozvoj a údržba spoločných častí stezky	80,000	73,000	71,000	32,500	37,500	40,500	30,500	30,500	30,500	30,500	45,500
<i>z toho značenie trás (smerové tabule, turistické značky, infotabule, ...)</i>	50,000	50,000	50,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	10,000
<i>z toho mobiliár a prvky drobnej architektúry (lavičky, osvetlenie, prístrešky, ...)</i>	20,000	5,000	5,000	5,000	5,000	15,000	5,000	5,000	5,000	5,000	15,000
<i>z toho kultivácia okolia cesty</i>	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
Náklady na produkty cestovného ruchu	0	8,000	6,000	12,500	17,500	10,500	10,500	10,500	10,500	10,500	10,500
Úhrady za služby a dodávky - marketing a propagácia	23,500	23,500	20,500	23,500	20,500	27,500	20,500	23,500	20,500	23,500	20,500
<i>z toho realizácia marketingových kampaní</i>	0	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
<i>z toho PR články, reportáže, tlačové správy, novinky</i>	1,000	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
<i>z toho účasť na eventoch a veľtrhoch</i>	0	3,000	0	3,000	0	3,000	0	3,000	0	3,000	0
<i>z toho príprava logotypu a designu, údržba</i>	10,000	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
<i>z toho web a elektronické a sociálne médiá</i>	5,000	1,000	1,000	1,000	1,000	5,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
<i>z toho príprava a tlač materiálov a dokumentov</i>	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500
Úhrady za služby a dodávky - prevádzka združenia (prenájom, facility management, účtovníctvo, právne, daňové či analyticko-poradenské služby, atď.)	10,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000
Mzdové náklady	1,000	84,500	84,500	84,500	109,850	109,850	109,850	109,850	109,850	109,850	109,850
<i>z toho na základné platy</i>	1,000	50,000	50,000	50,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000
<i>z toho na variabilnú zložku</i>	0	12,500	12,500	12,500	16,250	16,250	16,250	16,250	16,250	16,250	16,250
<i>z toho na odvody (SP, ZP)</i>	0	22,000	22,000	22,000	28,600	28,600	28,600	28,600	28,600	28,600	28,600
Administratívne náklady - nákup a obnova, správa majetku, hmotný a nehmotný majetok, nákup spotrebného materiálu (IT vybavenie, nábytok, doprava, materiály, apod.)	25,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000

Prevádzkové náklady sú vyznačené sivo.

Rozpočet prevádzkovateľa

Predpokladané náklady (v €)	Rok činnosti											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9 +	15	
Príspevok na kutiváciu pútnického miesta	44,000	48,000	48,000	48,000	50,000	48,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
<i>z toho pre oblasť Levoča</i>	12,000	12,000	12,000	14,000	12,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
<i>z toho pre oblasť Litmanová</i>	12,000	12,000	12,000	14,000	12,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
<i>z toho pre oblasť Gaboltov</i>	10,000	12,000	12,000	10,000	14,000	12,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
<i>z toho pre oblasť Ľutina</i>	10,000	12,000	12,000	10,000	12,000	16,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
Príspevok na spoločnú propagáciu pre lokálnych koordinátorov	3,525	3,525	3,075	3,525	3,075	4,125	3,075	3,525	3,075	3,525	3,525	3,075
Spolu	187,025	280,525	273,075	244,525	278,425	280,475	254,425	257,875	254,425	257,875	257,875	269,425

Prevádzkové náklady sú vyznačené sivo.

Predpokladané príjmy (v €)	Rok činnosti											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9 +	15	
Podpora z verejných prostriedkov	119,000	123,000	123,000	109,500	111,500	109,500	101,500	101,500	101,500	101,500	101,500	103,000
<i>z toho základný príspevok PSK</i>	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
<i>z toho štátny príspevok na rozvoj CR</i>	15,000	15,000	15,000	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	3,000
<i>z toho dotácie z iných zdrojov</i>	4,000	8,000	8,000	8,000	10,000	8,000	0	0	0	0	0	0
Dobrovoľné príspevky	0	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Príjmy z vlastnej činnosti	0	3,750	6,250	13,203	20,625	24,531	27,500	30,078	31,250	31,250	31,250	31,250
Členské príspevky	0	2.400	2.700	3.650	4.450	4.750	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Príjmy z vlastnej činnosti - provízia	0	2.000	4.050	6.288	10.713	14.688	16.700	18.325	19.613	20.100	20.100	20.100
Provízia za zprostredkovanie programu	0	500	1.013	1.572	2.678	3.672	4.175	4.581	4.903	5.025	5.025	5.025
Rozpočet Prešovského samosprávneho kraja	68,025	148.375	135.563	109.813	127.959	122.834	98.050	96.891	90.659	93.500	93.500	103.550
Spolu	187,025	280,525	273,075	244,525	278,425	280,475	254,425	257,875	254,425	257,875	257,875	269,425

SALDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
--------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

Investičné náklady (projekt) - Levoča

Navrhované náklady na rozvoj - Levoča

Investičná oblasť	Priorita	Náklady na vznik (v EUR)	Popis
Rozvoj údržby značenia miestnych trás, doprovdných trás, naučných ciest a ostatných turistických trás medzi existujúcimi POI	vysoká	18-20 tis.	Celkové náklady na údržbu a rozvoj značenia, smerových tabulí, informačných tabulí, naučných ciest a cyklotrás.
	stredná	3-5 tis.	Prepojenie kultúrne a historicky zaujímavých miest a okolitých oblastí (Vysoké Tatry, Slovenský raj).
Rozvoj prvkov drobnej architektúry	stredná	3-5 tis.	Inštalácia mobiliára a prvkov drobnej architektúry do blízkosti hlavnej stezky a podporných trás (investície Rímskokatolíckej cirkvi už významne prispeli k rozvoju bezprostredného okolia pútnického miesta)
Vybudovanie cestnej infraštruktúry a súvisiacich prvkov	stredná	3-5 tis.	Údržba ciest, ktorá zaisťuje, že cesty zvládnu premávku návštevníkov a pútnikov - motoristov.
	vysoká	15-20 tis.	Zriadenie parkoviska pri pútnickom mieste a v okolí.
Vznik regionálnych podujatí - tržnice pre miestne výrobky	vysoká	4-6 tis.	Vytvorenie tržnice lokálnych výrobkov, na ktorej majú svoje výrobky ponúkať pútnikom miestni občania (nezávisle od členstva v riadiacej štruktúre). - Levoča je najväčšou obcou zo štvorice a má tak adekvátne vysoký potenciál pre usporiadanie pravidelných podujatí so zameraním na kultúru, históriu, vzdelávanie a tradície.
Údržba budov a nehnuteľných objektov	nízka	3-5 tis.	Udržiavanie budov a iných objektov, ktoré sú vo vlastníctve obce, v reprezentatívnom stave pre pútnikov. Prioritne sa údržba zameria na historicky a kultúrne významné objekty, sekundárne na objekty bez väčšieho regionálneho významu.
NEINVESTIČNÝ NÁKLAD Zriadenie informačného stánku	vysoká	1 tis. ročne	Každá obec si môže zriadiť informačný stánok v blízkosti pútnického miesta. Stánok ponúka propagačné materiály o Svätomariánskej púti, informácie o konkrétnom pútnickom mieste a v neposlednom rade tiež informácie o miestnych živnostníkoch a poskytovateľoch služieb, čím ich podporuje.

Pozn.: Výber investícií a odhad nákladov vychádza z posúdenia miestnych podmienok, prieskumu trhu a odborného odhadu.

Investičné náklady (súkromné) - Levoča

Navrhované náklady na súkromé investície poskytovateľov služieb - Levoča

Investičná oblasť	Cieľová hodnota	Náklady na vznik (v EUR)	Popis
Zvyšovanie ubytovacích kapacít	150-400 nových lôžok	spolu cca 4,5-12 mil. EUR	Možnosti ubytovania v Levoči sú do určitej miery rozvinuté. V prípade nárastu návštevnosti bude ubytovacia kapacita poddimenzovaná, čím vzniká potenciál pre budovanie nových ubytovacích priestorov.
Reštauračné zariadenia	5-12 nových reštaurácií / prevádzok	spolu cca 375-650 tis. EUR	V okolí cesty je potenciál pre zariadenia s celoročnou prevádzkou aj so sezónnym predajom napríklad formou rýchleho občerstvenia. Každý segment klientely prináša inú oblasť dopytu a iné požiadavky na stravovanie po dobu púte, pričom súčasné stravovacie zariadenia nie sú vždy dostatočné.
Ďalšie služby	podľa potreby	50-200 tis. EUR za jednu službu	Už v dobe prípravy projektu pôsobí v okolí cesty rad poskytovateľov služieb, remeselníkov, pestovateľov, chovateľov a ďalších, ktorí ponúkajú svoje výrobky a služby pútnikom. Väčšinou ide o tradičné, regionálne významné alebo inak špecifické produkty s väzbou na miestne tradície alebo o sekundárne služby cestovného ruchu (servis a prenájom bicyklov, farmácia, autoservis, benzínové pumpy atď.), čo je vhodná skupina produktov a služieb pre návštevníkov.

Podpora pre poskytovateľov služieb môže mať viacero podob, od výhodných pôžičiek, sponzorstva, podielu v investujúcich subjektoch či vyvolaných investíc samosprávy/prevádzkovateľa. Podpora spočíva tiež v rozvoji produktov cestovného ruchu.

Pre rozvoj cestovného ruchu sú kritické ďalšie služby, ktoré môžu ovplyvniť rozhodnutie pútnikov o návšteve, je preto dôležité ich podporu zdôrazniť.

Rozpočet lokálneho modelu - Levoča

Predpokladané náklady (v €)	Rok činnosti										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9 +	15
Údržba a kultivácia pútnického miesta	21,000	32,000	20,000	9,000	7,000	9,000	12,000	14,000	10,000	7,000	11,000
<i>z toho údržba značenia miestnych trás, doprovodných trás, naučných ciest a ostatných turistických trás medzi existujúcimi POI</i>	15,000	10,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
<i>z toho rozvoj prvkov drobnej architektúry</i>	5,000	2,000	0	0	0	2,000	0	0	0	0	2,000
<i>z toho budovanie cestnej infraštruktúry</i>	0	10,000	10,000	2,000	0	0	5,000	2,000	0	0	2,000
<i>z toho vybudovanie tržnice pre miestne výrobky</i>	1,000	5,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
<i>z toho údržba budov a nehnuteľných objektov</i>	0	5,000	3,000	0	0	0	0	5,000	3,000	0	0
Náklady na produkty cestovného ruchu	0	3,000	4,000	5,000	9,000	8,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Podpora rozvoja lokálnych poskytovateľov služieb	0	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Úhrady za služby a dodávky - marketing a propagácia	4,500	6,500	6,500	6,500	6,500	7,000	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500
<i>z toho realizácia marketingových kampaní</i>	1,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
<i>z toho PR články, reportáže, tlačové správy, novinky</i>	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
<i>z toho web a elektronické a sociálne médiá</i>	1,000	500	500	500	500	1,000	500	500	500	500	500
<i>z toho príprava a tlač materiálov a dokumentov</i>	1,000	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
<i>z toho prevádzka informačného stánku</i>	1,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
Úhrady za služby a dodávky - prevádzka združenia (prenájom, facility management, účtovníctvo, právne, daňové či analyticko-poradenské služby, atď.)	3,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Mzdové náklady	500	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005
<i>z toho na základné platy</i>	0	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
<i>z toho na variabilnú zložku</i>	0	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
<i>z toho na odvody (SP, ZP)</i>	0	255	255	255	255	255	255	255	255	255	255

Prevádzkové náklady sú vyznačené sivo.

Rozpočet lokálneho modelu - Levoča

Predpokladané náklady (v €)	Rok činnosti											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9 +	15	
Administratívne náklady - nákup a obnova, správa majetku, hmotný a nehmotný majetok, nákup spotrebného materiálu (IT vybavenie, nábytok, doprava, materiály, apod.)	5,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Príjmy z vlastnej činnosti - provízia prevádzkovateľovi	0	1,125	1,706	2,663	4,744	6,094	6,825	7,481	7,988	8,100	8,100	8,100
Členské príspevky	0	1,500	1,500	2,000	2,500	2,500	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750
Provízia za sprostredkovanie programu	0	281	427	666	1,186	1,523	1,706	1,870	1,997	2,025	2,025	2,025
Spolu	34,000	56,411	46,138	37,833	42,935	46,122	48,786	51,607	48,239	45,380	49,380	49,380

Prevádzkové náklady sú vyznačené sivo.

Predpokladané príjmy (v €)	Rok činnosti											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9 +	15	
Členské príspevky	0	3,000	3,000	4,000	5,000	5,000	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500
Príjmy z vlastnej činnosti	0	5,625	8,531	13,313	23,719	30,469	34,125	37,406	39,938	40,500	40,500	40,500
Príspevok na kutiváciu pútnického miesta	12,000	12,000	12,000	14,000	12,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
z toho pravidelné platby z rozpočtu prevádzkovateľa	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
z toho nepravidelné dotácie	2,000	2,000	2,000	4,000	2,000	0	0	0	0	0	0	0
Podpora rozvoja lokálnych poskytovateľov služieb	0	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Príspevok prevádzkovateľa na spoločnú propagáciu	1,410	1,410	1,230	1,410	1,230	1,650	1,230	1,410	1,230	1,410	1,230	1,230
Rozpočet obce	20,590	31,376	18,377	2,111	0	0	0	0	0	0	0	0
Spolu	34,000	56,411	46,138	37,833	44,949	50,119	55,855	59,316	61,668	62,410	62,230	62,230

SALDO	0	0	0	0	2,014	3,997	7,069	7,710	13,428	17,030	12,850	12,850
--------------	----------	----------	----------	----------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Investičné náklady (projekt) - Litmanová

Navrhované náklady na rozvoj - Litmanová

Investičná oblasť	Priorita	Náklady na vznik	Popis
Rozvoj údržby značenia miestych trás, doprovodných trás, naučných ciest a ostatných turistických trás medzi existujúcimi POI	vysoká	18-20 tis.	Celkové náklady na údržbu a rozvoj značenia, smerových tabulí, informačných tabulí, naučných ciest a cyklotrás.
	stredná	3-5 tis.	Prepojenie kultúrne a historicky zaujímavých miest a okolitých oblastí (spojenie s poľskou stranou).
Rozvoj prvkov drobnej architektúry	stredná	3-5 tis.	Inštalácia mobiliára a prvkov drobnej architektúry do blízkosti hlavnej cesty a podporných trás (projekt Gréckokatolíckej cirkvi významne prispel k rozvoju pútnického turizmu v obci, otvorený pútnický dom ponúka dostatok informácií o mieste, zázemie pre pútnikov aj menšie podujatia).
Vybudovanie cestnej infraštruktúry a súvisiacich prvkov	stredná	2-5 tis.	Údržba cest, ktorá zaisťuje, že cesty zvládna premávku návštevníkov a pútnikov-motoristov.
	vysoká	15-20 tis.	Vybudovanie parkoviska pre pútnikov na okraji obce tak, aby sa neprepíňala hlavná ulica.
	stredná	5-10 tis.	Postavenie chodníka k parkovisku pre pútnikov s pohybovým obmedzením.
Údržba budov a nehnuteľných objektov	nízka	5-10 tis.	Udržiavanie budov a iných objektov, ktoré sú vo vlastníctve obce, v reprezentatívnom stave pre pútnikov. Prioritne sa údržba zamerá na historicky a kultúrne významné objekty, sekundárne na objekty bez väčšieho regionálneho významu.
NEINVESTIČNÝ NÁKLAD Zriadenie informačného stánku	vysoká	1 tis. ročne	Každá obec si môže zriadiť informačný stánok v blízkosti pútnického miesta. Stánok ponúka propagačné materiály o Svätomariánskej púti, informácie o konkrétnom pútnickom mieste a v neposlednom rade tiež informácie o miestnych živnostníkoch a poskytovateľoch služieb, čím ich podporuje.

Pozn.: Výber investícií a odhad nákladov vychádza z posúdenia miestnych podmienok, prieskumu trhu a odborného odhadu.

Investičné náklady (súkromné) - Litmanová

Navrhované náklady na súkromé investícia poskytovateľov služieb - Litmanová

Investičná oblasť	Cieľová hodnota	Náklady na vznik (v EUR)	Popis
Zvyšovanie ubytovacích kapacít	100-150 nových lôžok	spolu cca 3-4,5 mil. EUR	Možnosti ubytovania v Litmanovej pokrývajú súkromé apartmány, chaty a ubytovanie u miestnych obyvateľov. V prípade nárastu návštevnosti bude ubytovacia kapacita poddimenzovaná, čím vzniká potenciál pre budovanie nových ubytovacích priestorov.
Reštauračné zariadenia	2-5 nových reštaurácií / prevádzok	spolu cca 150-375 tis. EUR	V okolí cesty je potenciál pre zariadenie s celoročnou prevádzkou aj so sezónnym predajom napríklad formou rýchleho občerstvenia. V Litmanovej je priestor aj pre alternatívnu formu komunitných gastronomických služieb, kedy sa vytvorí spoločný priestor, ktorý umožní variť miestnym obyvateľom.
Ďalšie služby	podľa potreby	50-200 tis. EUR za jednu službu	Už v dobe prípravy projektu pôsobí v okolí cesty rad poskytovateľov služieb, remeselníkov, pestovateľov, chovateľov a ďalších, ktorí ponúkajú svoje výrobky a služby pútnikom. Väčšinou ide o tradičné, regionálne významné alebo inak špecifické produkty s väzbou na miestne tradície alebo o sekundárne služby cestovného ruchu (servis a prenájom bicyklov, farmácia, autoservis, benzínové pumpy atď.), čo je vhodná skupina produktov a služieb pre návštevníkov.

Podpora pre poskytovateľov služieb môže mať viacero podôb, od výhodných pôžičiek, sponzorstva, podielu v investujúcich subjektoch či vyvolaných investíc samosprávy/prevádzkovateľa. Podpora spočíva tiež v rozvoji produktov cestovného ruchu.

Pre rozvoj cestovného ruchu sú kritické ďalšie služby, ktoré môžu ovplyvniť rozhodnutie pútnikov o návšteve, je preto dôležité ich podporu zdôrazniť.

Rozpočet lokálneho modelu - Litmanová

Predpokladané náklady (v €)	Rok činnosti										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9 +	15
Údržba a kultivácia pútnického miesta	15,000	25,000	25,000	15,000	5,000	20,000	10,000	10,000	10,000	7,000	7,000
<i>z toho údržba značenia miestnych trás, doprovodných trás, naučných ciest a ostatných turistických trás medzi existujúcimi POI</i>	15,000	10,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
<i>z toho rozvoj prvkov drobnej architektúry</i>	0	0	5,000	0	0	10,000	0	0	5,000	0	0
<i>z toho budovanie cestnej infraštruktúry</i>	0	15,000	15,000	0	0	5,000	5,000	0	0	2,000	2,000
<i>z toho údržba budov a nehnuteľných objektov</i>	0	0	0	10,000	0	0	0	5,000	0	0	0
Náklady na produkty cestovného ruchu	0	3,000	4,000	5,000	9,000	8,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Podpora rozvoja lokálnych poskytovateľov služieb	0	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Úhrady za služby a dodávky - marketing a propagácia	1,000	2,500	2,500	2,500	2,500	3,000	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
<i>z toho realizácia marketingových kampaní</i>	0	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
<i>z toho web a elektronické a sociálne médiá</i>	0	500	500	500	500	1,000	500	500	500	500	500
<i>z toho príprava a tlač materiálov a dokumentov</i>	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
<i>z toho prevádzka informačného stánku</i>	500	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Úhrady za služby a dodávky - prevádzka združenia (prenájom, facility management, účtovníctvo, právne, daňové či analyticko-poradenské služby, atď.)	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Mzdové náklady	500	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005
<i>z toho na základné platy</i>	0	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
<i>z toho na variabilnú zložku</i>	0	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
<i>z toho na odvody (SP, ZP)</i>	0	255	255	255	255	255	255	255	255	255	255

Prevádzkové náklady sú vyznačené sivo.

Rozpočet lokálneho modelu - Litmanová

Predpokladané náklady (v €)	Rok činnosti											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9 +	15	
Administratívne náklady - nákup a obnova, správa majetku, hmotný a nehmotný majetok, nákup spotrebného materiálu (IT vybavenie, nábytok, doprava, materiály, apod.)	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Príjmy z vlastnej činnosti - provízia prevádzkovateľovi	0	500	875	1,438	2,094	2,969	3,344	3,656	3,875	4,000	4,000	4,000
Členské príspevky	0	300	400	550	650	750	750	750	750	750	750	750
Provízia za sprostredkovanie programu	0	125	219	359	523	742	836	914	969	1,000	1,000	1,000
Spolu	18,000	34.930	36.499	28.352	23.272	38.966	26.935	27.325	27.599	24.755	24.755	24.755

Prevádzkové náklady sú vyznačené sivo.

Predpokladané príjmy (v €)	Rok činnosti											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9 +	15	
Členské príspevky	0	600	800	1.100	1.300	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Príjmy z vlastnej činnosti	0	2.500	4.375	7.188	10.469	14.844	16.719	18.281	19.375	20.000	20.000	20.000
Príspevok na kutiváciu pútnického miesta	12,000	12,000	12,000	14,000	12,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
z toho pravidelné platby z rozpočtu prevádzkovateľa	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
z toho nepravidelné dotácie	2,000	2,000	2,000	4,000	2,000	0	0	0	0	0	0	0
Podpora rozvoja lokálnych poskytovateľov služieb	0	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Príspevok prevádzkovateľa na spoločnú propagáciu	705	705	615	705	615	825	615	705	615	705	615	615
Rozpočet obce	5,295	18.125	17.709	4.359	0	10.797	0	0	0	0	0	0
Spolu	18,000	34.930	36.499	28.352	25.384	38.966	29.834	31.486	32.490	33.205	33.115	33.115

SALDO	0	0	0	0	2.112	0	2.899	4.161	4.891	8.450	8.360
--------------	----------	----------	----------	----------	--------------	----------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Investičné náklady (projekt) - Gaboltov

Navrhované náklady na rozvoj - Gaboltov

Investičná oblasť	Priorita	Náklady na vznik	Popis
Rozvoj údržby značenia miestnych trás, doprovodných trás, naučných ciest a ostatných turistických trás medzi existujúcimi POI	vysoká	18-20 tis.	Celkové náklady na údržbu a rozvoj značenia, smerových tabulí, informačných tabulí, naučných ciest a cyklotrás.
	stredná	3-5 tis.	Prepojenie kultúrne a historicky zaujímavých miest a okolitých oblastí (spojenie s poľskou stranou).
Rozvoj prvkov drobnej architektúry	stredná	5-10 tis.	Inštalácia mobiliára a prvkov drobnej architektúry do blízkosti hlavnej cesty a podporných trás (projekt Rímskokatolíckej cirkvi významne prispel ku kultivácii pútnického turizmu v obci, okolie pútnického miesta má veľmi dobré zázemie pre návštevníkov, vrátane oddychových zón, zázemia pre pútnikov aj menších podujatí či informačného systému).
Vybudovanie cestnej infraštruktúry a súvisiacich prvkov	stredná	2-5 tis.	Údržba ciest, ktorá zaisťuje, že cesty zvládnu premávku návštevníkov a pútnikov-motoristov.
	vysoká	15-20 tis.	Vybudovanie parkoviska pre pútnikov na okraji obce tak, aby sa neprepĺňala hlavná ulica.
	stredná	5-10 tis.	Postavenie chodníka k parkovisku pre pútnikov s pohybovým obmedzením.
Údržba budov a nehnuteľných objektov	nízka	5-10 tis.	Udržiavanie budov a iných objektov, ktoré sú vo vlastníctve obce, v reprezentatívnom stave pre pútnikov. Prioritne sa údržba zamerá na historicky a kultúrne významné objekty, sekundárne na objekty bez väčšieho regionálneho významu.
NEINVESTIČNÝ NÁKLAD Zriadenie informačného stánku	vysoká	1 tis. ročne	Každá obec si môže zriadiť informačný stánok v blízkosti pútnického miesta. Stánok ponúka propagačné materiály o Svätomariánskej púti, informácie o konkrétnom pútnickom mieste a v neposlednom rade tiež informácie o miestnych živnostníkoch a poskytovateľoch služieb, čím ich podporuje.

Pozn.: Výber investícií a odhad nákladov vychádza z posúdenia miestnych podmienok, prieskumu trhu a odborného odhadu.

Investičné náklady (súkromné) - Gaboltov

Navrhované náklady na súkromé investícia poskytovateľov služieb - Gaboltov

Investičná oblasť	Cieľová hodnota	Náklady na vznik (v EUR)	Popis
Zvyšovanie ubytovacích kapacít	50-150 nových lôžok	spolu cca 1,5-4,5 mil. EUR	Možnosti ubytovania v Gaboltove až na jednu výnimku pokrývajú súkromé apartmány, chaty a ubytovanie u miestnych obyvateľov. V prípade nárastu návštevnosti bude ubytovacia kapacita poddimenzovaná, čím vzniká potenciál pre budovanie nových ubytovacích priestorov.
Reštauračné zariadenia	2-5 nových reštaurácií / prevádzok	spolu cca 150-375 tis. EUR	V okolí cesty je potenciál pre zariadenie s celoročnou prevádzkou aj so sezónnym predajom napríklad formou rýchleho občerstvenia. V Gaboltove je priestor aj pre alternatívnu formu komunitných gastronomických služieb, kedy sa vytvorí spoločný priestor, ktorý umožní variť miestnym obyvateľom.
Ďalšie služby	podľa potreby	50-200 tis. EUR za jednu službu	Už v dobe prípravy projektu pôsobí v okolí cesty rad poskytovateľov služieb, remeselníkov, pestovateľov, chovateľov a ďalších, ktorí ponúkajú svoje výrobky a služby pútnikom. Väčšinou ide o tradičné, regionálne významné alebo inak špecifické produkty s väzbou na miestne tradície alebo o sekundárne služby cestovného ruchu (servis a prenájom bicyklov, farmácia, autoservis, benzínové pumpy atď.), čo je vhodná skupina produktov a služieb pre návštevníkov.

Podpora pre poskytovateľov služieb môže mať viacero podôb, od výhodných pôžičiek, sponzorstva, podielu v investujúcich subjektoch či vyvolaných investíc samosprávy/prevádzkovateľa. Podpora spočíva tiež v rozvoji produktov cestovného ruchu.

Pre rozvoj cestovného ruchu sú kritické ďalšie služby, ktoré môžu ovplyvniť rozhodnutie pútnikov o návšteve, je preto dôležité ich podporu zdôrazniť.

Rozpočet lokálneho modelu - Gaboltov

Predpokladané náklady (v €)	Rok činnosti										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9 +	15
Údržba a kultivácia pútnického miesta	15,000	25,000	25,000	15,000	5,000	20,000	10,000	10,000	10,000	7,000	7,000
<i>z toho údržba značenia miestnych trás, doprovodných trás, naučných ciest a ostatných turistických trás medzi existujúcimi POI</i>	15,000	10,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
<i>z toho rozvoj prvkov drobnej architektúry</i>	0	0	5,000	0	0	10,000	0	0	5,000	0	0
<i>z toho budovanie cestnej infraštruktúry</i>	0	15,000	15,000	0	0	5,000	5,000	0	0	2,000	2,000
<i>z toho údržba budov a nehnuteľných objektov</i>	0	0	0	10,000	0	0	0	5,000	0	0	0
Náklady na produkty cestovného ruchu	0	0	3,000	4,000	8,000	7,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Podpora rozvoja lokálnych poskytovateľov služieb	0	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Úhrady za služby a dodávky - marketing a propagácia	1,000	2,500	2,500	2,500	2,500	3,000	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
<i>z toho realizácia marketingových kampaní</i>	0	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
<i>z toho web a elektronické a sociálne médiá</i>	0	500	500	500	500	1,000	500	500	500	500	500
<i>z toho príprava a tlač materiálov a dokumentov</i>	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
<i>z toho prevádzka informačného stánku</i>	500	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Úhrady za služby a dodávky - prevádzka združenia (prenájom, facility management, účtovníctvo, právne, daňové či analyticko-poradenské služby, atď.)	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Mzdové náklady	500	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005
<i>z toho na základné platy</i>	0	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
<i>z toho na variabilnú zložku</i>	0	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
<i>z toho na odvody (SP, ZP)</i>	0	255	255	255	255	255	255	255	255	255	255

Prevádzkové náklady sú vyznačené sivo.

Rozpočet lokálneho modelu - Gaboltov

Predpokladané náklady (v €)	Rok činnosti											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9 +	15	
Administratívne náklady - nákup a obnova, správa majetku, hmotný a nehmotný majetok, nákup spotrebného materiálu (IT vybavenie, nábytok, doprava, materiály, apod.)	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Príjmy z vlastnej činnosti - provízia prevádzkovateľovi	0	0	500	1,000	2,094	2,781	3,281	3,656	3,938	4,000	4,000	4,000
Členské príspevky	0	300	400	550	650	750	750	750	750	750	750	750
Provízia za sprostredkovanie programu	0	0	125	250	523	695	820	914	984	1,000	1,000	1,000
Spolu	18,000	31.305	35.030	26.805	22.272	37.732	25.857	26.325	26.677	23.755	23.755	23.755

Prevádzkové náklady sú vyznačené sivo.

Predpokladané príjmy (v €)	Rok činnosti											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9 +	15	
Členské príspevky	0	600	800	1.100	1.300	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Príjmy z vlastnej činnosti	0	0	2.500	5.000	10.469	13.906	16.406	18.281	19.688	20.000	20.000	20.000
Príspevok na kutiváciu pútnického miesta	10,000	12,000	12,000	10,000	14,000	12,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
z toho pravidelné platby z rozpočtu prevádzkovateľa	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
z toho nepravidelné dotácie	0	2,000	2,000	0	4,000	2,000	0	0	0	0	0	0
Podpora rozvoja lokálnych poskytovateľov služieb	0	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	10,000	1,000	1,000
Príspevok prevádzkovateľa na spoločnú propagáciu	705	705	615	705	615	825	615	705	615	705	615	615
Rozpočet obce	7,295	17,000	18,115	9,000	0	8,500	0	0	0	0	0	0
Spolu	18,000	31.305	35.030	26.805	27.384	37.732	29.521	31.486	32.803	42.205	33.115	33.115

SALDO	0	0	0	0	5.112	0	3.665	5.161	6.126	18.450	9.360	9.360
--------------	----------	----------	----------	----------	--------------	----------	--------------	--------------	--------------	---------------	--------------	--------------

Investičné náklady (projekt) - Ľutina

Navrhované náklady na rozvoj - Ľutina

Investičná oblasť	Priorita	Náklady na vznik	Popis
Rozvoj údržby značenia miestnych trás, doprovdných trás, naučných ciest a ostatných turistických trás medzi existujúcimi POI	vysoká	18-20 tis.	Celkové náklady na údržbu a rozvoj značenia, smerových tabulí, informačných tabulí, naučných ciest a cyklotrás.
	stredná	3-5 tis.	Prepojenie kultúrne a historicky zaujímavých miest a okoitých oblastí (spojenie so sieťou cyklotrás).
Rozvoj prvkov drobnej architektúry	stredná	5-10 tis.	Inštalácia mobiliára a prvkov drobnej architektúry do blízkosti hlavnej cesty a podporných trás (projekt Gréckokatolíckej cirkvi bol zacielený na kuliváciu pútnického miesta a podporných prvkov - zázemia pre pútnikov a rozšírenie možných aktivít pre návštevníkov aj občanov obce).
Vybudovanie cestnej infraštruktúry a súvisiacich prvkov	stredná	2-5 tis.	Údržba ciest, ktorá zaisťuje, že cesty zvládnu premávku návštevníkov a pútnikov-motoristov.
	vysoká	15-20 tis.	Vybudovanie parkoviska pre pútnikov na okraji obce tak, aby sa neprepíňala hlavná ulica.
	stredná	5-10 tis.	Postavenie chodníka k parkovisku pre pútnikov s pohybovým obmedzením.
Údržba budov a nehnuteľných objektov	nízka	5-10 tis.	Udržiavanie budov a iných objektov, ktoré sú vo vlastníctve obce, v reprezentatívnom stave pre pútnikov. Prioritne sa údržba zameria na historicky a kultúrne významné objekty, sekundárne na objekty bez väčšieho regionálneho významu.
NEINVESTIČNÝ NÁKLAD Zriadenie informačného stánku	vysoká	1 tis. ročne	Každá obec si môže zriadiť informačný stánok v blízkosti pútnického miesta. Stánok ponúka propagačné materiály o Svätomariánskej púti, informácie o konkrétnom pútnickom mieste a v neposlednom rade tiež informácie o miestnych živnostníkoch a poskytovateľoch služieb, čím ich podporuje.

Pozn.: Výber investícií a odhad nákladov vychádza z posúdenia miestnych podmienok, prieskumu trhu a odborného odhadu.

Investičné náklady (súkromné) - Ľutina

Navrhované náklady na súkromé investície poskytovateľov služieb - Ľutina

Investičná oblasť	Cieľová hodnota	Náklady na vznik (v EUR)	Popis
Zvyšovanie ubytovacích kapacít	50-150 nových lôžok	spolu cca 1,5-4,5 mil. EUR	Možnosti ubytovania v Ľutine pokrývajú súkromé apartmány, chaty a ubytovanie u miestnych obyvateľov. V prípade nárastu návštevnosti bude ubytovacia kapacita poddimenzovaná, čím vzniká potenciál pre budovanie nových ubytovacích priestorov.
Reštauračné zariadenia	2-5 nových reštaurácií / prevádzok	spolu cca 150-375 tis. EUR	V okolí cesty je potenciál pre zariadenie s celoročnou prevádzkou aj so sezónnym predajom napríklad formou rýchleho občerstvenia. V Ľutine je priestor aj pre alternatívnu formu komunitných gastronomických služieb, kedy sa vytvorí spoločný priestor, ktorý umožní variť miestnym obyvateľom.
Ďalšie služby	podľa potreby	50-200 tis. EUR za jednu službu	Už v dobe prípravy projektu pôsobí v okolí cesty rad poskytovateľov služieb, remeselníkov, pestovateľov, chovateľov a ďalších, ktorí ponúkajú svoje výrobky a služby pútnikom. Väčšinou ide o tradičné, regionálne významné alebo inak špecifické produkty s väzbou na miestne tradície alebo o sekundárne služby cestovného ruchu (servis a prenájom bicyklov, farmácia, autoservis, benzínové pumpy atď.), čo je vhodná skupina produktov a služieb pre návštevníkov.

Podpora pre poskytovateľov služieb môže mať viacero podôb, od výhodných pôžičiek, sponzorstva, podielu v investujúcich subjektoch či vyvolaných investícií samosprávy/prevádzkovateľa. Podpora spočíva tiež v rozvoji produktov cestovného ruchu.

Pre rozvoj cestovného ruchu sú kritické ďalšie služby, ktoré môžu ovplyvniť rozhodnutie pútnikov o návšteve, je preto dôležité ich podporu zdôrazniť.

Rozpočet lokálneho modelu - Ľutina

Predpokladané náklady (v €)	Rok činnosti										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9 +	15
Údržba a kultivácia pútnického miesta	15,000	25,000	25,000	15,000	10,000	20,000	5,000	10,000	10,000	5,000	5,000
<i>z toho údržba značenia miestnych trás, doprovodných trás, naučných ciest a ostatných turistických trás medzi existujúcimi POI</i>	15,000	10,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
<i>z toho rozvoj prvkov drobnej architektúry</i>	0	0	5,000	0	0	10,000	0	0	5,000	0	0
<i>z toho budovanie cestnej infraštruktúry</i>	0	15,000	15,000	0	5,000	5,000	0	0	0	0	0
<i>z toho údržba budov a nehnuteľných objektov</i>	0	0	0	10,000	0	0	0	5,000	0	0	0
Náklady na produkty cestovného ruchu	0	3,000	4,000	2,000	8,000	13,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
Podpora rozvoja lokálnych poskytovateľov služieb	0	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Úhrady za služby a dodávky - marketing a propagácia	1,000	2,500	2,500	2,500	2,500	3,000	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
<i>z toho realizácia marketingových kampaní</i>	0	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
<i>z toho web a elektronické a sociálne médiá</i>	0	500	500	500	500	1,000	500	500	500	500	500
<i>z toho príprava a tlač materiálov a dokumentov</i>	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
<i>z toho prevádzka informačného stánku</i>	500	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Úhrady za služby a dodávky - prevádzka združenia (prenájom, facility management, účtovníctvo, právne, daňové či analyticko-poradenské služby, atď.)	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Mzdové náklady	500	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005	1,005
<i>z toho na základné platy</i>	0	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
<i>z toho na variabilnú zložku</i>	0	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
<i>z toho na odvody (SP, ZP)</i>	0	255	255	255	255	255	255	255	255	255	255

Prevádzkové náklady sú vyznačené sivo.

Rozpočet lokálneho modelu - Ľutina

Predpokladané náklady (v €)	Rok činnosti											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9 +	15	
Administratívne náklady - nákup a obnova, správa majetku, hmotný a nehmotný majetok, nákup spotrebného materiálu (IT vybavenie, nábytok, doprava, materiály, apod.)	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Príjmy z vlastnej činnosti - provízia prevádzkovateľovi	0	375	969	1,188	1,781	2,844	3,250	3,531	3,813	4,000	4,000	4,000
Členské príspevky	0	300	400	550	650	750	750	750	750	750	750	750
Provízia za sprostredkovanie programu	0	94	242	297	445	711	813	883	953	1.000	1.000	1.000
Spolu	18,000	34.774	36.616	25.039	26.882	43.810	22.818	28.169	28.521	23.755	23.755	23.755

Prevádzkové náklady sú vyznačené sivo.

Predpokladané príjmy (v €)	Rok činnosti											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9 +	15	
Členské príspevky	0	600	800	1.100	1.300	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Príjmy z vlastnej činnosti	0	1.875	4.844	5.938	8.906	14.219	16.250	17.656	19.063	20.000	20.000	20.000
Príspevok na kutiváciu pútnického miesta	10,000	12.000	12.000	10.000	12.000	16.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
z toho pravidelné platby z rozpočtu prevádzkovateľa	10,000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
z toho nepravidelné dotácie	0	2.000	2.000	0	2.000	6.000	0	0	0	0	0	0
Podpora rozvoja lokálnych poskytovateľov služieb	0	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Príspevok prevádzkovateľa na spoločnú propagáciu	705	705	615	705	615	825	615	705	615	705	615	615
Rozpočet obce	7,295	18.594	17.357	6.297	3.060	10.266	0	0	0	0	0	0
Spolu	18,000	34.774	36.616	25.039	26.882	43.810	29.365	30.861	32.178	33.205	33.115	33.115

SALDO	0	0	0	0	0	0	6.548	2.692	3.657	9.450	9.360
--------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Zhrnutie finančného modelu

Finančná analýza	Rok prevádzky						Spolu
Ročné saldo po spustení všetkých produktov (5.-15. rok prevádzky, v EUR)	5	6	7	8	9 +	15	Za 0.-15. rok
Levoča	3 997	7 069	7 710	13 428	17 030	12 850	149 247
Litmanová	0	2 899	4 161	4 891	8 450	8 360	73 123
Gabolto	0	3 665	5 161	6 126	18 450	9 360	140 123
Lutina	0	6 548	2 692	3 657	9 450	9 360	78 957
Prevádzkovateľ	0	0	0	0	0	0	0
Náklady prevádzkovateľa - PSK	120 734	98 050	96 891	90 659	93 500	103 550	1 662 719
Náklady samospráv	29 363	1 900	1 900	1 900	1 900	1 900	280 018

Predpokladá sa, že k stabilizácii nákladov dôjde po úhrade inicializačných investícií do produktov cestovného ruchu a potrebnej podpornej infraštruktúry. Zároveň približne 4-5 rokov potrvá, kým návštevnosť narastie na svoj potenciál pri daných podmienkach. V dobe, kedy dôjde k stabilizácii nákladov je teda realizácia produktov pre lokálne pútnické miesta finančne výhodná, a to aj bez započítania nekvantifikovateľných prínosov projektu.

Prevádzku finančne zaisťuje PSK, ktorý z finančného pohľadu nevytvára čisté príjmy.

Ekonomické prínosy	Za stabilizovaný rok prevádzky (v EUR)	Za prvých 15 rokov (v mil. EUR)
Spotreba vyplývajúci z cest. ruchu	5 270 000	56,4
Tržby v multiplikácii	10 592 700	113,3
Príjmy pre verejné rozpočty	2 144 890	22,9
Vplyv na zamestnanosť (FTE)	131	130

Očakávané celkové príjmy pre verejné rozpočty za prvých 15 rokov od zahájenia realizácie projektu 22,9 mil. EUR.

Po stabilizácii nákladov a príjmov projektu sa očakáva, že pre oblasti **pútnických miest bude zisk v rade 10 tis. EUR ročne**. Príspevok PSK bude potrebný aj po dobu prevádzky projektu, ale bude kompenzovaný celkovými vysokými príjmami pre verejné rozpočty **cca 2 mil. EUR ročne, vytvorením 130 pracovných miest** a ďalšími možnými socioekonomickými dopadmi.

Za prvých 15 rokov prevádzky sa očakávajú **príjmy pre verejné rozpočty približne 23 mil. EUR** pri vynaložených **výdavkoch približne 2 mil. EUR**.

Závěrečné zhrnutie dopadov projektu

Očekávané dopady po 15 rokoch od zahájenia projektu

Kvantitatívne

Náklady z verejných zdrojov		
Náklad	Spolu za 15 rokov	
Náklady na investície a prevádzku hradené samosprávnymi jednotkami	Levoča	87 453 EUR
	Litmanová	60 785 EUR
	Gabolto	64 410 EUR
	Lutina	67 369 EUR
	PSK	3 162 719 EUR
Dotácie	104 500 EUR	
Náklady spolu	3 547 237 EUR	

Výnosy pre verejné rozpočty		
Výnos	Spolu za 15 rokov	
Výnosy z vlastnej činnosti pre samosprávne jednotky	Levoča	476 625 EUR
	Litmanová	233 750 EUR
	Gabolto	226 250 EUR
	Lutina	228 750 EUR
	PSK	375 937 EUR
Výnosy zo zvýšenej spotreby	22 947 677 EUR	
Výnosy spolu	24 488 990 EUR	

Odhadovaný nárast návštevnosti oblasti za 15 rokov		
Spoločné	225 562 osôb	300 750 návštevodní
Levoča	238 313 osôb	317 750 návštevodní
Litmanová	140 250 osôb	187 000 návštevodní
Gabolto	135 750 osôb	181 000 návštevodní
Lutina	137 250 osôb	183 000 návštevodní
Spolu	877 125 osôb	1 169 500 návštevodní

Z pohľadu zadávateľa je dôležitý pomer nákladov a výnosov pre verejné rozpočty. Tabuľky ukazujú celkové hodnoty za prvých 15 rokov realizácie projektu, vrátane plánovaných investícií a prípadných dotácií z verejných zdrojov. Aj keď príjmy priamo do rozpočtu prevádzkovateľa nedosahujú výšky nákladov, celkové výnosy z očakávanej zvýšenej spotreby návštevníkov regiónu niekoľkonásobne prevyšujú vynaložené prostriedky.

Vďaka realizácii projektu sa predpokladá nárast návštevnosti v každej časti cesty.

Závěrečné zhrnutie dopadov projektu

Očakávané dopady po 15 rokoch od zahájenia projektu

Kvalitatívne

Jedným z hlavných dopadov projektu je rozvoj regiónu po mnohých stránkach. Zhrnutie najväčších kvalitatívnych dopadov projektu na región je nasledujúce:

Kvalita života obyvateľov: Noví návštevníci prinášajú veľký potenciál pre zvýšenie kvality života obyvateľov obcí v okolí cesty. Návštevníci v mieste vytvárajú tlak na kultiváciu oblasti, vytvárajú dopyt po najrôznejších službách a produktoch a najmä spravia útratu, ktorá pomáha financovať pozitívne zmeny. Vzhľadom na to, že segmenty návštevníkov zahŕňujú predovšetkým kultúrne a duchovné zameranie, nepredpokladajú sa žiadne negatívne efekty z prílišnej komercializácie oblasti.

Zamestnanosť: Ruka v ruke s útratami návštevníkov prichádzajú tiež príležitosti k podnikaniu a rozšíreniu existujúcich prevádzok, ale tiež väčší obrat už existujúcich podnikateľov, čo upevňuje istotu pracovníkov.

Rozvoj duchovného a kultúrneho rozmeru regiónu: Prichádzajúci návštevníci budú zameraní na duchovný zážitok a kultúrnu skúsenosť. Časť kultúrneho a duchovného života tak bude prispôbená ich počtu a požiadavkám, čo napomáha celkovému rozvoju duchovnej a kultúrnej stránky regiónu.

Atraktívna značka regiónu: Svätomariánska púť ponúka značku, ktorá je veľmi silná z pohľadu marketingu cestovného ruchu, pričom sa spája s kultivovanými prívlastkami - duchovná, kultúrna, so zameraním na vzdelávanie mladých, ochranu životného prostredia, tradície a v modernom pútnickom duchu. Zároveň všetky tieto aspekty citlivo využíva k rozvoju regiónu a vytváraniu zisku.

Zodpovedný prístup k životnému prostrediu: Pútnický turizmus sa nespája s komerčnou spotrebou turisticky umelých atrakcií, ale skôr s individuálnym prežitkom v kludnom a čistom prostredí, čo ide ruka v ruke s čistým životným prostredím.

Záver

Po 15 rokoch od zahájenia realizácie projektu sa očakávajú veľmi zrejme dopady projektu:

3,5 mil. EUR
približne vydaných
z verejných prostriedkov
za 15 rokov

24,5 mil. EUR
približne získaných pre
verejné rozpočty za 15
rokov

**Vyššie 1 mil.
návštevodní**
realizovaných za prvých
15 rokov prevádzky

**Nevyčísliteľný
PR dosah**
získaný z realizácie
projektu

Realizácia projektu má neodiskutovateľné prínosy nielen pre rozpočet samospráv a štátu, ale aj pre rozvoj regiónu, rozšírenie jeho značky a zvýšenie povedomia o turistických atrakciách v okolí. Cestovný ruch - pútnický turizmus - prináša potenciál rozvoja zamestnanosti, kultúry a príležitostí pre ďalšie projekty, zvyšuje kvalitu života obyvateľov a v neposlednom rade finančný aspekt, a to zisk pre verejné rozpočty.

Kontaktná osoba:

Mgr. Ondřej Špaček

Mobil: +420 602 265 851

e-mail: ondrej.spacek@ce-traffic.com

