

Dôvodová správa

I. Všeobecná časť

V zmysle § 4 ods. 1 písm. m) zákona č. 302/2001 Z. z. o samospráve vyšších územných celkov (zákon o samosprávnych krajoch) v znení neskorších predpisov sa samosprávny kraj pri výkone samosprávy stará o všestranný rozvoj svojho územia a o potreby svojich obyvateľov, pričom zároveň utvára podmienky na rozvoj cestovného ruchu a koordinuje tento rozvoj. Cestovný ruch je nutné chápať ako dôležité ekonomické odvetvie a nástroj regionálneho rozvoja.

II. Osobitná časť

V súlade s platnou legislatívou v oblasti cestovného ruchu a s prihliadnutím na skutočnosť, že Úrad Trenčianskeho samosprávneho kraja (TSK) v súčasnosti nedisponuje platným dokumentom, ktorý by sa strategicky venoval rozvoju cestovného ruchu, ako aj podľa vzoru iných samosprávnych krajov, bolo potrebné vypracovať analýzu cestovného ruchu v Trenčianskom samosprávnom kraji.

Predložený dokument pod názvom „Analýza súčasného stavu cestovného ruchu v Trenčianskom samosprávnom kraji a návrh cieľov rozvoja vrátane definovania potrebných nástrojov“ sa podrobne zaoberá zmapovaním aktívnych destinácií cestovného ruchu v TSK vrátane štruktúry najvýznamnejších kultúrnych, športových či spoločenských podujatí, návštevníkov, foriem a sezónnosti. Analýza zároveň poukazuje na potenciál doteraz neidentifikovateľných príležitostí rozvoja cestovného ruchu v kraji a ponúka porovnanie s inými kraji v rámci Slovenskej republiky. V kapitole 3 podkapitola 3.1 poukazuje na inštitucionálne zabezpečenie riadenia rozvoja cestovného ruchu v iných krajoch Slovenska, pričom poukazuje na absenciu krajskej organizácie cestovného ruchu v TSK a odporúča jej založenie. Založenie krajskej organizácie cestovného ruchu podľa zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov poskytuje priestor na efektívny destinačný manažment.

Záverečná kapitola sa venuje propagácii a zvyšovaniu povedomia o Trenčianskom samosprávnom kraji ako zaujímavej turistickej destinácii. Analýza navrhuje nástroje na lepšie zviditeľnenie kraja na Slovensku i v zahraničí prostredníctvom rôznych reklamných kampaní, inzerovania v odborných časopisoch, či vydávaním vlastného periodika.