TRNAVSKÝ KRAJ ZÁŽITKOV

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu Trnavského kraja na roky 2026 – 2030

Jún 2026

Zhotovitelia koncepcie

doc. Ing. Tomáš Gajdošík, PhD.
Ing. Zuzana Gajdošíková, PhD., univ. doc.

Katedra cestovného ruchu
Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici

Realizované s finančnou podporou Ministerstva cestovného ruchu a športu Slovenskej republiky.

MINISTERSTVO
CESTOVNÉHO RUCHU
A ŠPORTU
SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Úvod

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu Trnavského kraja na roky 2026 – 2030 predstavuje strešný strategický dokument určujúci smerovanie rozvoja cestovného ruchu v území Trnavského kraja. Dokument predstavuje východisko pre koordinovaný rozvoj destinácie založený na princípoch moderného destinačného manažmentu, udržateľnosti, regionálnej identity a konkurencieschopnosti cestovného ruchu.

Potreba spracovania koncepcie vychádza z aktuálneho vývoja cestovného ruchu na regionálnej, národnej aj európskej úrovni. V posledných rokoch vzniklo na území Trnavského kraja viacero strategických dokumentov zameraných na cestovný ruch, kultúru, regionálny rozvoj, mobilitu, regionálne produkty či destinačný marketing. Existujúce strategické dokumenty vytvárajú odborný základ pre rozvoj cestovného ruchu v kraji. Zároveň vznikla potreba ich koordinácie a prepojenia do jednotného koncepčného rámca pre strategické riadenie destinácie, produktový rozvoj a marketing.

Koncepcia nepredstavuje novú stratégiu cestovného ruchu, ale strešný dokument prepájajúci existujúce stratégie a dopĺňajúci ich o aktuálne princípy destinačného manažmentu, udržateľnosti a digitalizácie. Dokument zároveň rešpektuje kontinuitu doterajšieho smerovania rozvoja cestovného ruchu v Trnavskom kraji a stanovuje smerovanie pre implementáciu rozvojových línií, marketingových aktivít a rozvojových opatrení.

Koncepcia zároveň rešpektuje strategické dokumenty a politiky cestovného ruchu na národnej a európskej úrovni. Dokument vychádza z pripravovanej Stratégie rozvoja udržateľného cestovného ruchu SR do roku 2035. Koncepcia zároveň reflektuje aktuálne smerovanie európskej politiky cestovného ruchu reprezentované iniciatívami European Agenda for Tourism 2030 a Transition Pathway for Tourism, ako aj pripravovanou EU Sustainable Tourism Strategy, ktorej prijatie Európska komisia avizuje v roku 2026.

Koncepcia reflektuje význam cestovného ruchu ako dôležitej súčasti regionálneho rozvoja, ktorá prispieva k ekonomickému rastu, tvorbe pracovných príležitostí, podpore lokálnej ekonomiky, ochrane kultúrneho a prírodného dedičstva a zvyšovaniu kvality života miestnych obyvateľov. Súčasne reaguje na meniace sa trendy cestovného ruchu, rastúci význam autenticity, zážitkovosti, udržateľnosti a inteligentného riadenia destinácií.

Trnavský kraj disponuje významným potenciálom rozvoja cestovného ruchu založeným na kultúrnom dedičstve, kúpeľníctve, vodnom potenciáli, vinohradníctve, vidieckom prostredí a výraznej regionálnej rozmanitosti jednotlivých subdestinácií. Významnou konkurenčnou výhodou kraja je jeho geografická poloha v blízkosti Bratislavy, Viedne a Budapešti, dobrá vonkajšia dopravná dostupnosť a vysoká koncentrácia atraktivít na relatívne malom území. Cieľom koncepcie je vytvoriť funkčný a dlhodobo využiteľný dokument, ktorý zosúladí strategické dokumenty na úrovni kraja, rešpektuje strategické dokument na úrovni Slovenska aj Európskej únie a bude slúžiť ako základ pre:

- koordináciu aktivít Krajskej organizácie cestovného ruchu Trnavský kraj a subjektov zainteresovaných na rozvoji cestovného ruchu,
- strategické riadenie destinácie,
- prípravu projektov a investičných zámerov,
- plánovanie rozvojových aktivít v cestovnom ruchu,
- tvorbu produktov cestovného ruchu,
- destinačný marketing,
- zvyšovanie kvality života miestnych obyvateľov.

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu Trnavského kraja na roky 2026 – 2030 nadväzuje na Stratégiu rozvoja cestovného ruchu na území TTSK na roky 2023 – 2027 a preberá jej základné rozvojové smerovanie. Zároveň reaguje na potrebu zabezpečiť kontinuitu rozvoja cestovného ruchu po skončení platnosti stratégie a vytvára spoločný rámec pre koordináciu rozvoja destinácie Trnavský kraj do roku 2030. Stratégia rozvoja cestovného ruchu na území TTSK na roky 2023 – 2027 predstavuje sektorovú analýzu pre rozvoj cestovného ruchu na území TTSK. Koncepcia rozvoja cestovného ruchu Trnavského kraja na roky 2026 – 2030 je aktuálny koordinačný a strategický rámec destinácie Trnavský kraj do roku 2030.

Kým Stratégia rozvoja cestovného ruchu na území TTSK na roky 2023 – 2027 predstavuje strategický dokument zameraný na rozvoj cestovného ruchu v rámci kompetencií Trnavského samosprávneho kraja, Koncepcia rozvoja cestovného ruchu Trnavského kraja na roky 2026 – 2030 je orientovaná na rozvoj destinácie Trnavský kraj ako celku. Prepája aktivity Krajskej organizácie cestovného ruchu Trnavský kraj, oblastných organizácií cestovného ruchu, samospráv, kultúrnych inštitúcií, podnikateľského sektora a ďalších partnerov pôsobiacich v cestovnom ruchu.

Koncepcia rozpracúva strategické priority v oblasti destinačného manažmentu, rozvoja ponuky, marketingu, partnerstiev, mobility a návštevníckej infraštruktúry a vytvára rámec pre prípravu akčných plánov jednotlivých subdestinácií. Po skončení platnosti Stratégie rozvoja cestovného ruchu na území TTSK na roky 2023 – 2027 bude Koncepcia predstavovať hlavný strategický a koordinačný dokument rozvoja cestovného ruchu v Trnavskom kraji až do roku 2030.

Obsah

Úvod 3
Obsah 5
Metodika spracovania koncepcie 6
1. Identita a charakter destinácie Trnavský kraj 7
Historické a kultúrne špecifiká destinácie Trnavský kraj 7
Pozícia Trnavského kraja na trhu cestovného ruchu 8
Regionálne subdestinácie Trnavského kraja 15
Atraktívnosť, unikátnosť a autenticita destinácie 17
Cieľové trhy destinácie Trnavský kraj 19
Trendy na trhu cestovného ruchu relevantné pre Trnavský kraj 20
2. Vízia, misia a horizontálne princípy 23
Vízia rozvoja cestovného ruchu 23
Misia KOCR Trnavský kraj 23
Horizontálne princípy rozvoja destinácie 23
3. Strategické ciele a rozvojové línie ponuky destinácie 25
Strategický cieľ 1 29
Strategický cieľ 2 32
Strategický cieľ 3 34
Strategický cieľ 4 36
4. Monitorovanie a hodnotenie 38
Indikátory návštevnosti 38
Ekonomický prínos cestovného ruchu 40
Udržateľnosť 41
Spokojnosť návštevníkov a miestnych obyvateľov 42
5. Implementácia koncepcie 44
Záver 46

Metodika spracovania koncepcie

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu Trnavského kraja na roky 2026 – 2030 bola spracovaná ako koncepčný a strategický dokument založený na princípoch destinačného manažmentu, udržateľného rozvoja a koordinovaného plánovania cestovného ruchu na regionálnej úrovni. Metodika spracovania dokumentu vychádzala z potreby vytvoriť dlhodobo využiteľný strešný dokument, ktorý prepája existujúce strategické dokumenty, reflektuje aktuálne trendy cestovného ruchu a slúži ako poklad pre ďalší rozvoj destinácie Trnavský kraj. Spracovanie koncepcie bolo založené na:

- analýze existujúcich strategických a rozvojových dokumentov,
- analýze štatistických údajov cestovného ruchu,
- identifikácii rozvojového potenciálu jednotlivých subdestinácií,
- implementácii rozvojových línií cestovného ruchu,
- zohľadnení aktuálnych trendov cestovného ruchu,
- konzultácii a zapracovaním pripomienok zainteresovaných subjektov.

Pri spracovaní dokumentu boli využité najmä:

- Stratégia rozvoja cestovného ruchu na území TTSK na roky 2023 – 2027,
- Mapovacia štúdia regionálneho značenia a regionálnych výrobkov na území Trnavského kraja (2022),
- Integrovaná územná stratégia TTSK 2021 – 2027,
- Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja TTSK 2023 – 2030,
- Stratégia rozvoja kultúry na území Trnavského samosprávneho kraja v rokoch 2023 – 2027,
- strategické dokumenty oblastných organizácií cestovného ruchu v kraji,
- rozvojové dokumenty subdestinácií Trnavského kraja,
- národné a regionálne dokumenty v oblasti kultúry, mobility, cyklodopravy, rozvoja vidieka.

Metodický prístup spracovania dokumentu bol založený na:

1. identifikácii identity a charakteru destinácie,
2. definovaní atraktívnosti, unikátnosti a cieľových trhov,
3. formulovaní vízie, misie a strategického smerovania destinácie,
4. uplatnení horizontálnych princípov rozvoja destinácie,
5. prepojení strategických cieľov s tematickými rozvojovými líniami cestovného ruchu,
6. návrhu systému monitorovania a hodnotenia rozvoja cestovného ruchu.

1. Identita a charakter destinácie Trnavský kraj

Historické a kultúrne špecifiká destinácie Trnavský kraj

Trnavský kraj patrí medzi historicky najvýznamnejšie regióny Slovenska. Jeho územie predstavuje priestor s mimoriadne bohatým kultúrnym dedičstvom, vysokou koncentráciou historických sídiel, sakrálnych pamiatok, kúpeľnej tradície, vinohradníckej kultúry a rozmanitých regionálnych identít. Strategická poloha kraja medzi Bratislavou, Viedňou, Budapešťou a Nitrou historicky podmieňovala intenzívne obchodné, kultúrne a spoločenské kontakty, ktoré sa premietli do charakteru krajiny aj sídelnej štruktúry. Historické a kultúrne dedičstvo predstavuje jednu z najvýznamnejších konkurenčných výhod Trnavského kraja v cestovnom ruchu.

Zdroje regiónu vytvárajú predpoklady pre rozvoj kultúrneho, poznávacieho, sakrálneho, gastronomického, vidieckeho a zážitkového cestovného ruchu. Súčasne tvoria základ regionálnej identity a autenticity destinácie.

Územie dnešného Trnavského kraja bolo osídlené už v praveku a postupne sa stalo významnou súčasťou Veľkej Moravy, Uhorského kráľovstva a neskôr Habsburskej monarchie. Strategická poloha regiónu pri Dunaji a na významných obchodných trasách podporovala vznik miest, obchodných centier a kultúrnych inštitúcií. Mimoriadne významnú úlohu zohrala Trnava, ktorá ako prvé slobodné kráľovské mesto na území dnešného Slovenska predstavovala centrum vzdelanosti, cirkevnej správy a kultúry. Význam Trnavy sa ešte zvýšil po presídlení ostrihomského arcibiskupstva v 16. storočí, čo viedlo k rozvoju sakrálnej architektúry a vzniku početných kostolov a kláštorov. Mesto si dodnes zachovalo charakter historického a duchovného centra regiónu.

Historický vývoj regiónu výrazne ovplyvnili aj vinohradnícke tradície Malých Karpát, rozvoj poľnohospodárstva na Podunajskej nížine, kúpeľníctvo a kultúrna rozmanitosť území obývaných slovenským, maďarským, chorvátskym a ďalším obyvateľstvom.

Trnavský kraj je zároveň destináciou výraznej vnútornej rozmanitosti, ktorú reprezentujú subdestinácie Záhorie, Trnava a okolie, Piešťany, Žitný ostrov a Matúšova zem.

Mapa subdestinácií Trnavského kraja



Zdroj: https://krajzazitkov.sk/

Pozícia Trnavského kraja na trhu cestovného ruchu

Trnavský kraj patrí medzi atraktívne regióny cestovného ruchu Slovenska s významným potenciálom v domácom aj zahraničnom cestovnom ruchu. Konkurenčnou výhodou kraja je jeho geografická poloha v blízkosti Bratislavy, Viedne a Budapešti, dobrá vonkajšia dopravná dostupnosť a rozmanitá ponuka produktov cestovného ruchu založených na kultúrnom dedičstve, kúpeľníctve, vodnom potenciáli, vinohradníctve a vidieckom prostredí.

Pozícia Trnavského kraja na trhu cestovného ruchu je daná kombináciou etablovaných subdestinácií s medzinárodným významom a menších autentických regiónov s potenciálom ďalšieho rozvoja. Významné postavenie v rámci cestovného ruchu kraja majú najmä Piešťany ako medzinárodne známa kúpeľná destinácia, Trnava ako historické a kultúrne centrum regiónu a územia Žitného ostrova orientované na vodný, rekreačný a športový cestovný ruch.

Trnavský kraj sa na trhu cestovného ruchu v súčasnosti profiluje ako destinácia:

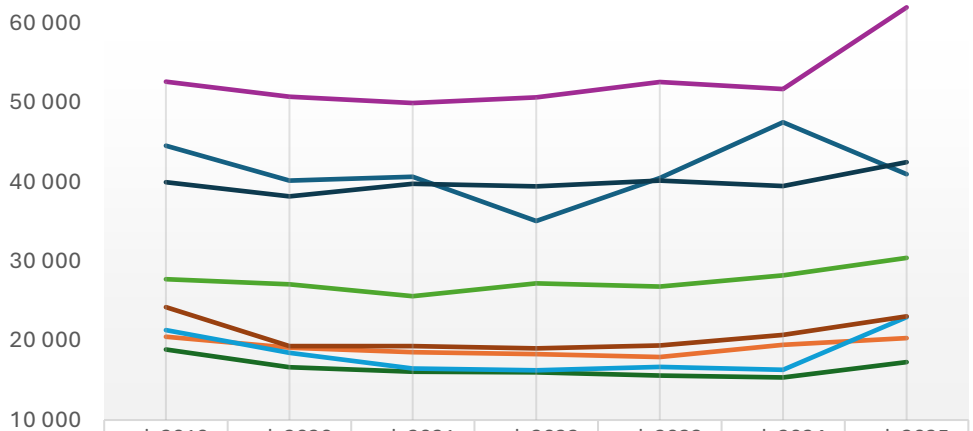
- kultúrneho a poznávacieho cestovného ruchu,
- kúpeľného a wellness cestovného ruchu,
- vodného a cyklistického cestovného ruchu,
- vidieckeho a gastronomického cestovného ruchu,
- krátkodobých pobytov a víkendového cestovania.

Významným faktorom konkurencieschopnosti kraja je vysoká koncentrácia atraktivít na relatívne malom území a možnosť prepájania viacerých typov zážitkov do komplexných produktov. Potenciál destinácie spočíva aj v prepájaní kultúrnych, prírodných a gastronomických prvkov do tematických rozvojových línií a v budovaní autentických zážitkov založených na regionálnej identite.

Z hľadiska dopytu má Trnavský kraj silnú pozíciu predovšetkým v segmente domáceho cestovného ruchu a krátkodobých pobytov návštevníkov z Bratislavského kraja, západného Slovenska a prihraničných regiónov Rakúska, Českej republiky a Maďarska. Súčasne disponuje potenciálom na rozvoj zahraničnej návštevnosti najmä v oblasti kúpeľného, kultúrneho a zážitkového cestovného ruchu. Územie kraja je vhodné na rozvoj horskej cykloturisitky (najmä v Malých Karpatoch) ako aj cestnej cykloturistiky.

Na trhu cestovného ruchu čelí Trnavský kraj konkurencii silných slovenských destinácií, predovšetkým Bratislavského, Žilinského a Prešovského kraja, ktoré disponujú výraznou medzinárodnou značkou alebo dominantnými prírodnými atraktivitami. Konkurenčná výhoda Trnavského kraja preto spočíva najmä v autenticite regiónu, dobrej vonkajšej dopravnej dostupnosti, rozmanitosti produktov, kvalite prostredia a možnostiach udržateľného rozvoja cestovného ruchu.

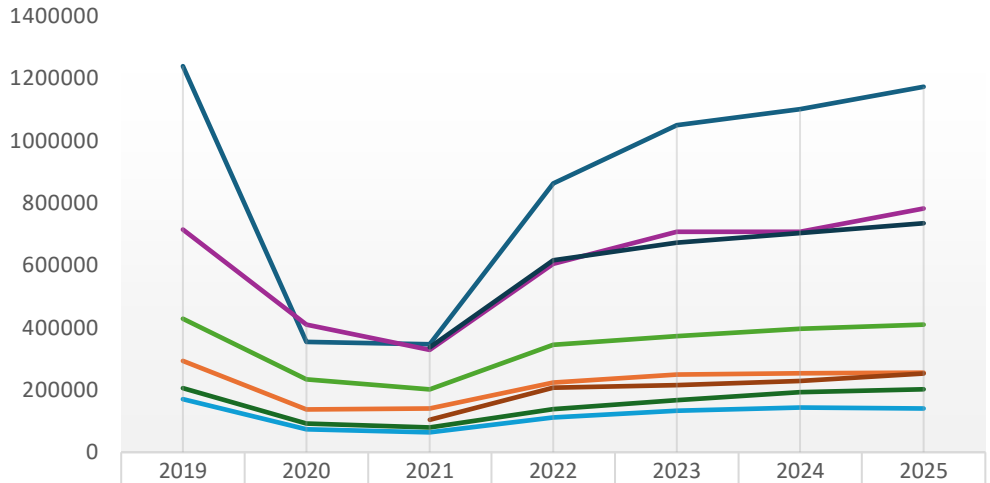
Počet disponibilných lôžok v krajoch SR



	rok 2019	rok 2020	rok 2021	rok 2022	rok 2023	rok 2024	rok 2025
Bratislavský kraj	44 574	40 158	40 643	35 078	40 508	47 529	40 971
Trnavský kraj	20 494	19 119	18 529	18 310	17 938	19 463	20 321
Trenčiansky kraj	18 886	16 650	16 098	16 005	15 614	15 361	17 311
Nitriansky kraj	21 317	18 472	16 480	16 264	16 707	16 335	22 965
Žilinský kraj	52 625	50 742	49 953	50 664	52 584	51 715	62 007
Banskobystrický kraj	27 754	27 110	25 605	27 216	26 816	28 218	30 431
Prešovský kraj	39 986	38 186	39 770	39 456	40 164	39 485	42 497
Košický kraj	24 225	19 307	19 325	19 026	19 388	20 716	23 052

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2026.

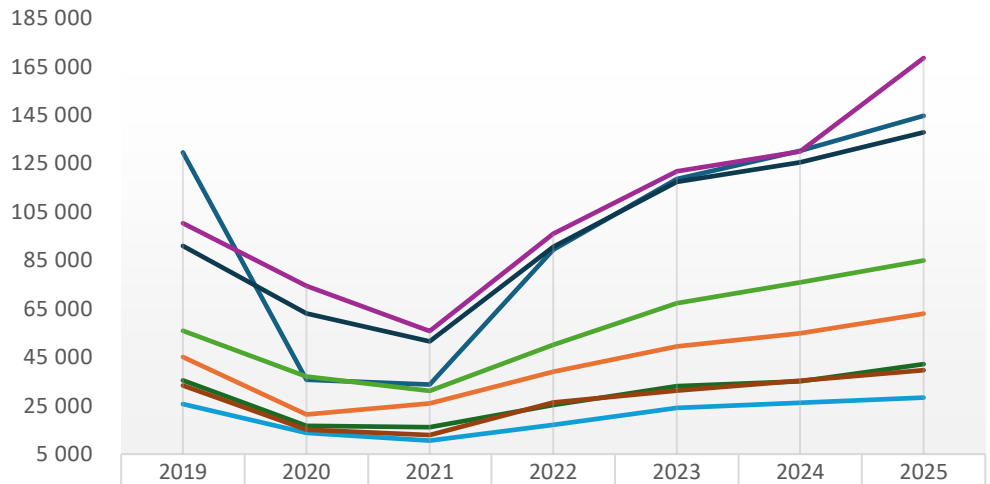
Počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach



	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Bratislavský kraj	1240062	353942	346810	862902	1050574	1101967	1173984
Trnavský kraj	293357	137390	140245	224158	249761	253272	255786
Trenčiansky kraj	205853	92288	79597	138376	167659	193204	202357
Nitriansky kraj	170477	73170	63866	111726	133562	144073	140361
Žilinský kraj	714865	410390	328770	605428	707759	708374	782893
Banskobystrický kraj	428833	234314	201815	345166	373002	396897	410048
Prešovský kraj	694043		337101	616475	672979	703978	735516
Košický kraj	248784		104217	207512	215163	228675	252879

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2025.

Tržby za ubytovanie v krajoch SR (tis. EUR)



	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Bratislavský kraj	129 597	35 715	33 696	89 381	118 528	130 212	144 707
Trnavský kraj	45 064	21 338	25 857	39 052	49 467	54 869	62 969
Trenčiansky kraj	35 489	16 589	16 095	25 306	33 057	35 043	42 130
Nitriansky kraj	25 595	13 696	10 547	17 026	24 023	26 156	28 305
Žilinský kraj	100 319	74 407	55 774	95 993	121 804	129 918	168 552
Banskobystrický kraj	55 899	36 979	31 090	50 067	67 340	75 896	84 923
Prešovský kraj	90 943	63 026	51 520	90 623	117 408	125 483	137 861
Košický kraj	33 279	15 131	12 842	26 308	31 258	35 246	39 635

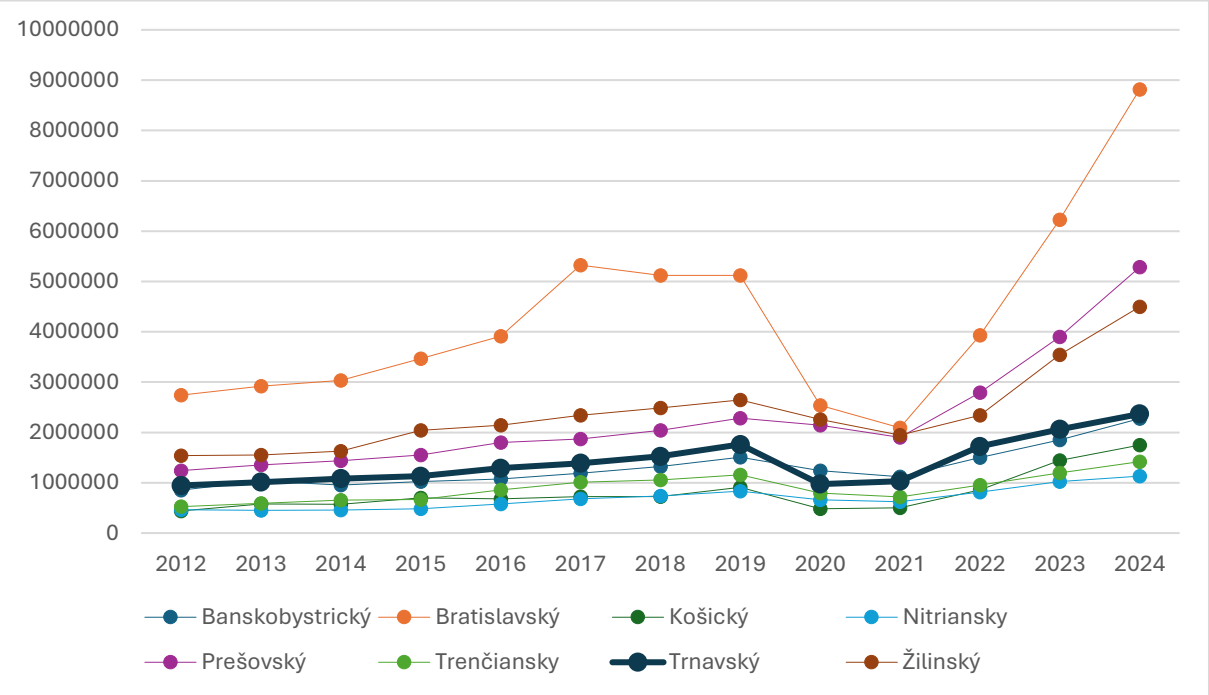
Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2026.

Porovnanie výšky vybratej dane za ubytovanie v krajoch Slovenska (rok 2024)

Kraj	Vybratá daň za ubytovanie (Eur)	Podiel na vybratej dani za ubytovanie v SR (%)	Sadzba dane za ubytovanie - krajské mesto (Eur)
Bratislavský	8 654 609,59	31,62	3,50/3,00
Trnavský	2 366 098,06	8,64	2,00
Trenčiansky	1 418 597,58	5,18	2,00
Nitriansky	1 129 166,03	4,13	2,00
Žilinský	4 496 969,33	16,43	2,00
Banskobystrický	2 274 364,65	8,31	2,00
Prešovský	5 282 982,49	19,30	2,20
Košický	1 748 292,52	6,39	2,50
Spolu	27 373 303,35	100,00	-

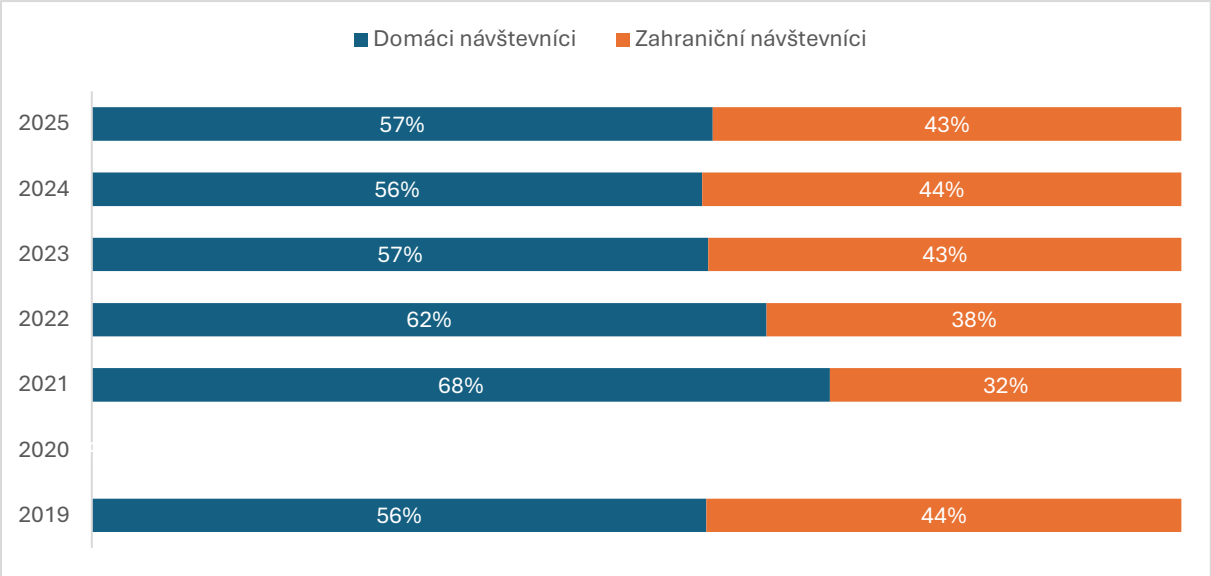
Zdroj: Spracované podľa údajov datacentra MFSR, 2025.

Vývoj výnosu dane za ubytovanie podľa krajov



Zdroj: Spracované podľa údajov datacentra MFSR, 2025.

Vývoj podielu domácich a zahraničných návštevníkov v Trnavskom kraji



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2026.

Zdrojové trhy zahraničných návštevníkov

Krajina	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Česká republika	96 149	D	32 403	69 361	95 521	97 956	98 037
Nemecko	15 430	6 166	5 872	10 537	14 478	14 941	15 688
Poľsko	9 231	2 618	2 826	6 689	8 753	9 545	9 601
Maďarsko	7 657	2 131	2 421	D	6 584	7 410	6 949
Rakúsko	6 790	3 323	3 318	5 434	6 376	6 549	7 059
Francúzsko	5 393	824	641	1 736	3 663	2 797	1 947
Izrael	4 181	194	558	2 854	3 129	2 257	2 940
Taliansko	3 674	909	1 492	2 170	2 835	3 386	3 333
Rusko	3 596	1 012	D	288	282	369	457
Spojené kráľovstvo	3 367	706	D	1 553	1 683	1 964	2 137
Ostatné ázijské štáty	3 362	220	686	2 192	2 118	2 344	2 636
Ukrajina	2 796	713	719	2 716	3 813	3 634	3 636
Rumunsko	2 111	D	457	1 183	1 245	1 638	1 670
Španielsko	1 822	367	355	792	1 209	778	910
Spojené štáty americké	1 808	152	402	969	D	1 346	1 517
Belgicko	1 747	D	289	732	1 001	1 006	1 079
Čínska ľudová republika	1 341	31	D	197	301	604	901
Holandsko	1 304	260	D	D	1 042	1 171	1 084
Švajčiarsko	1 184	464	470	781	941	973	1 109
Chorvátsko	1 087	D	320	651	834	959	987
Srbsko	1 039	D	D	901	D	1 255	1 215
Slovinsko	977	466	334	557	D	967	835
Iné	12 147	2 071	1 969	6 340	8 446	9 803	10 189

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚSR, 2026. D – neposkytnutý údaj

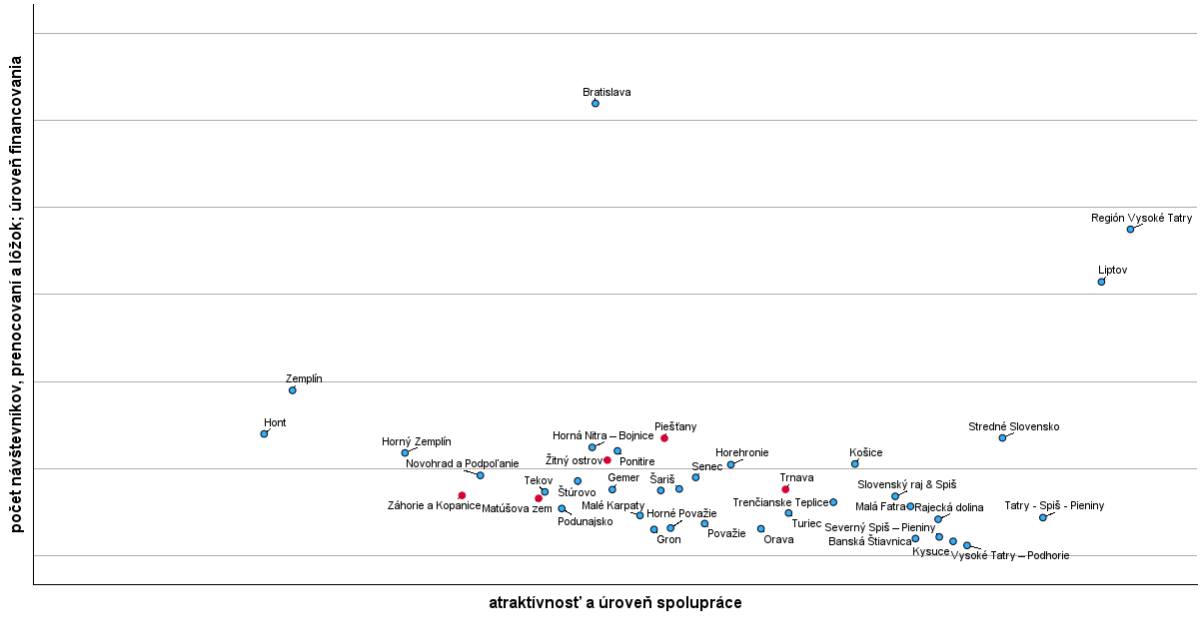
Z hľadiska kapacít ubytovacích zariadení patrí Trnavský kraj medzi stredne veľké regióny cestovného ruchu na Slovensku. Najvyššie kapacity a návštevnosť dlhodobo dosahujú Bratislavský, Žilinský a Prešovský kraj, ktoré predstavujú najsilnejšie regióny cestovného ruchu Slovenska. Trnavský kraj si udržiava stabilnú pozíciu najmä vďaka kúpeľnému cestovnému ruchu a rozmanitej ponuke produktov cestovného ruchu.

Vývoj návštevnosti poukazuje na význam domácich návštevníkov, ktorí predstavujú viac ako polovicu návštevnosti kraja, čo je z hľadiska odolnosti cestovného ruchu a ideálneho pomeru domácich a zahraničných návštevníkov (60:40) pozitívne. Po poklese návštevnosti v období pandémie COVID-19 došlo k postupnému obnoveniu domáceho aj zahraničného dopytu a návratu rastového trendu.

Vývoj tržieb za ubytovanie zároveň naznačuje rastúci ekonomický význam cestovného ruchu v kraji. Z pohľadu zahraničnej návštevnosti patria medzi najvýznamnejšie zdrojové trhy Česká republika, Nemecko, Poľsko, Maďarsko a Rakúsko. Dominancia návštevníkov zo stredoeurópskeho priestoru potvrdzuje význam geografickej blízkosti a dobrej vonkajšej dopravnej dostupnosti regiónu.

Výška vybratej dane za ubytovanie predstavuje dôležitý ukazovateľov ekonomickej výkonnosti cestovného ruchu v jednotlivých regiónoch Slovenska. V roku 2024 dosiahol Trnavský kraj výnos z dane za ubytovanie vo výške 2,37 mil. Eur, čo predstavovalo 8,64 % z celkového výnosu dane za ubytovanie v Slovenskej republike. V porovnaní s ostatnými krajmi sa Trnavský kraj zaradil medzi regióny so stredne silnou ekonomickou výkonnosťou cestovného ruchu. Dominantné postavenie si dlhodobo udržiava Bratislavský kraj s podielom viac ako 31 %, nasledovaný Prešovským a Žilinským krajom, ktoré profitujú najmä z horského a rekreačného cestovného ruchu. Výška vybratej dane v Trnavskom kraji odráža význam kúpeľníctva, mestského cestovného ruchu a rekreačných pobytov.

Konkurencieschopnosť subdestinácií Trnavského kraja



Zdroj: Vlastné spracovanie, 2026.

Hoci Trnavský kraj nedosahuje úroveň najvýznamnejších turistických regiónov Slovenska, v rámci západného Slovenska patria jeho subdestinácie medzi stabilné a konkurencieschopné destinácie s potenciálom ďalšieho rozvoja najmä v oblasti kúpeľného, kultúrneho, zážitkového a víkendového cestovného ruchu. Výsledky analýzy konkurencieschopnosti naznačujú, že subdestinácie Trnava a okolie, Piešťany, Žitný ostrov, Matúšova zem a Záhorie sa nachádzajú v relatívne priaznivej pozícii z hľadiska kombinácie atraktívnosti, úrovne spolupráce aktérov cestovného ruchu, návštevnosti, prenocovaní, lôžkovej kapacity a finančných zdrojov. Najvýraznejšie postavenie z hľadiska výkonových

ukazovateľov a financovania dosahujú Piešťany, ktoré profitujú z rozvinutého kúpeľného cestovného ruchu. Trnava má dobré predpoklady z hľadiska atraktívnosti a úrovne spolupráce.

Dominantné postavenie na Slovensku si udržiavajú Bratislava, Región Vysoké Tatry a Liptov. V rámci ostatných destinácií Slovenska predstavujú subdestinácie Trnavského kraja konkurencieschopnú skupinu destinácií, ktorá na západnom Slovensku patrí medzi výkonnejšie a rozvojovo perspektívne regióny cestovného ruchu.

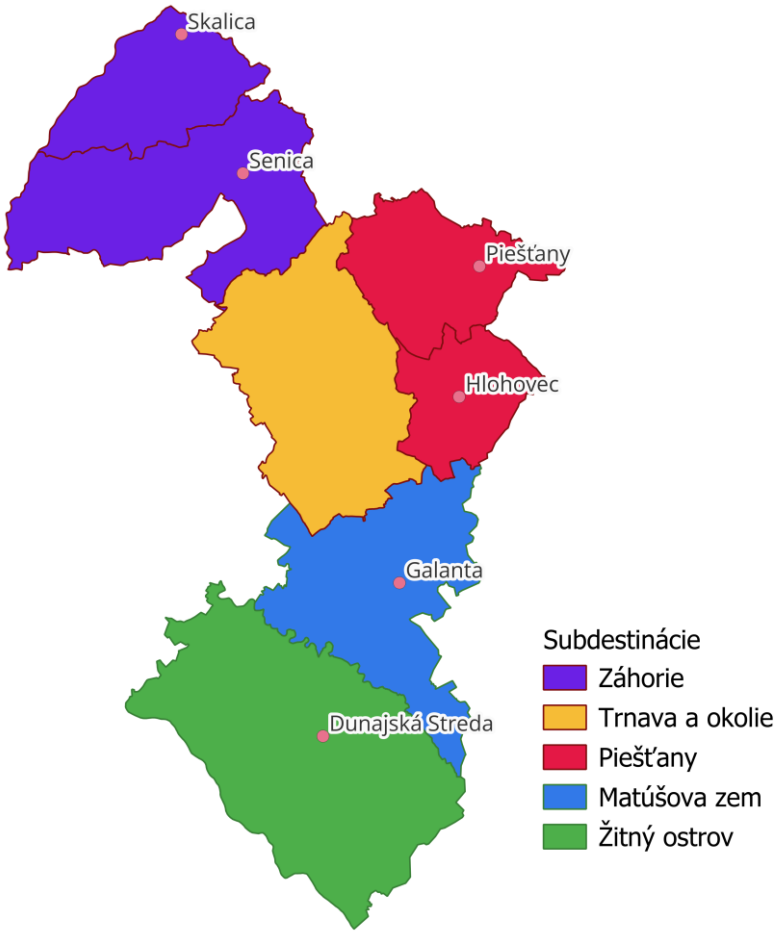
Osobitosťou destinácií Trnavského kraja je rozmanitosť jednotlivých subdestinácií, ktoré spolu dokážu ponúknuť návštevníkovi komplexný zážitok. Koordinácia spolupráce oblastných organizácií cestovného ruchu, ktoré zastupujú tieto subdestinácie, dokáže vytvoriť synergický efekt. Spoluprácou je možné lepšie využiť potenciál subdestinácií. Aktivity KOCR tak majú výrazný potenciál posilniť konkurencieschopnosť regiónu vo vzťahu k ostatným významným destináciám na Slovensku.

Regionálne subdestinácie Trnavského kraja

Trnavský kraj je charakteristický vnútornou rozmanitosťou, ktorá je vhodným predpokladom pre rozvoj konkurencieschopného a autentického cestovného ruchu. Jednotlivé subdestinácie disponujú špecifickými prírodnými, kultúrnymi, historickými a spoločenskými charakteristikami, ktoré vytvárajú predpoklady pre tvorbu diferencovaných produktov cestovného ruchu a zároveň umožňujú budovanie komplexnej a tematicky rozmanitej destinácie na úrovni kraja.

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu Trnavského kraja je strategický dokument zameraný na smerovanie rozvoja destinácie, tematické rozvojové línie, partnerstvá a destinačný manažment. Jej cieľom nie je vytvárať úplný zoznam atraktivít, lokalít alebo zariadení cestovného ruchu. Uvedený zoznam by bol rozsiahly, časom premenlivý a nevyhnutne by vyvolával otázky reprezentatívnosti jednotlivých lokalít. Jednotlivé subdestinácie zahŕňajú široké spektrum kultúrnych, prírodných, rekreačných a iných atraktivít. Koncepcia ich neidentifikuje jednotlivo, ale pracuje s nimi na úrovni nosných tém, tematických rozvojových línií a strategických rozvojových potenciálov.

Subdestinácie Trnavského kraja



Zdroj: Vlastné spracovanie, 2026.

	Subdestinácia	Identita a charakter	Kľúčové produkty	Jedinečné prvky
Tradičné subdestinácie	**Región Záhorie**	gastronomický, kúpeľný, pútnický a poznávací región	gastronomický, religiózny a vidiecky cestovný ruch, kúpeľníctvo	Kúpele Smrdáky, Vínna cesta Záhorie, skalický trdelník, pútnické miesta, technické a sakrálne pamiatky
	Región Trnava a okolie	historické, kultúrne a duchovné centrum kraja	kultúrny, mestský, gastronomický a kongresový cestovný ruch	historické jadro Trnavy, sakrálne dedičstvo, univerzitné prostredie, vinárska tradícia
	Rezort Piešťany	medzinárodná kúpeľná a wellness destinácia	zdravotný, wellness, kongresový a športový cestovný ruch	kúpeľníctvo medzinárodného významu, balneológia, kúpeľný ostrov, rieka Váh a Sĺňava
	Matúšova zem	vidiecky, kultúrny, rekreačný a agrárny región	agroturistika, gastronómia, rekreácia pri vode	poľnohospodárska tradícia, termálne kúpaliská, kaštiele a vidiecke prostredie, vodné mlyny
	Žitný ostrov	vodná, termálna a rekreačná krajina	vodný, wellness a športový cestovný ruch, cykloturistika, rekreácia pri vode,	dunajská vodná krajina, termálne zdroje, vodné ramená Dunaja, športová infraštruktúra, multikultúrne prostredie

Strategický význam subdestinácií Trnavského kraja

Región Záhorie

- región s výrazným potenciálom vínneho, gastronomického, kúpeľného a poznávacieho cestovného ruchu,
- rozvoj vidieckeho, cyklistického a cezhraničného cestovného ruchu založeného na prírodnom a kultúrnom dedičstve,
- významná úloha pri rozvoji tematických produktov spojených s vínom, gastronómiou, pútnickými miestami a regionálnou identitou.

Región Trnava a okolie

- kultúrne, historické a duchovné centrum Trnavského kraja,
- významný potenciál mestského, kultúrneho, gastronomického a MICE cestovného ruchu,
- rozvoj krátkodobých pobytov, podujatí a gastronómie v prepojení s historickým prostredím regiónu.

Rezort Piešťany

- medzinárodne etablovaná kúpeľná a wellness destinácia Slovenska,
- centrum zdravotného, wellness, MICE a športového cestovného ruchu,
- významný potenciál zahraničnej návštevnosti a budovania prémiovej značky cestovného ruchu Trnavského kraja.

Matúšova zem

- vidiecke a rekreačné zázemie Trnavského kraja s dôrazom na lokálne produkty a tradičné prostredie,
- potenciál pre rozvoj agroturistiky, kultúrneho cestovného ruchu, gastronómie a rekreácie pri vode,
- významná úloha pri podpore lokálnych producentov, regionálnych produktov a menších zážitkových aktivít.

Žitný ostrov

- destinácia založená na vodnom potenciáli, termálnych zdrojoch a rekreačnom využití krajiny Podunajska,
- potenciál pre rozvoj vodnej turistiky, cykloturistiky, športového cestovného ruchu, wellness a rekreácie pri vode,
- významná úloha pri rozvoji udržateľného cestovného ruchu založeného na prírodných zdrojoch, gastronómii a pomalom cestovaní.

Strategická úloha subdestinácií v rámci kraja

Subdestinácia	Strategická úloha v rámci kraja
Región Záhorie	rozvoj vínneho, gastronomického a poznávacieho cestovného ruchu s cezhraničným potenciálom
Región Trnava	kultúrne, mestské a gastronomické centrum destinácie
Rezort Piešťany	kúpeľná destinácia medzinárodného významu
Žitný ostrov	rekreačné a vodné zázemie kraja
Matúšova zem	kultúra, autentické vidiecke zázemie a lokálne produkty

Atraktívnosť, unikátnosť a autenticita destinácie

Atraktívnosť Trnavského kraja je založená na kombinácii kultúrneho dedičstva, prírodného potenciálu, kúpeľnej tradície, regionálnych produktov a rozmanitosti jednotlivých subdestinácií. Významnou konkurenčnou výhodou kraja je vysoká koncentrácia atraktivít na relatívne malom území, dobrá vonkajšia dopravná dostupnosť kraja a možnosť prepájania viacerých typov zážitkov do komplexných produktov cestovného ruchu. Destinácia Trnavský kraj disponuje pestrou ponukou atraktivít, ktoré zahŕňajú historické mestá, sakrálne pamiatky, kúpeľné a wellness zariadenia, vodné plochy, cyklotrasy, vinohradnícke oblasti, vidiecke prostredie a kultúrne podujatia. Atraktívnosť kraja je zároveň posilnená jeho geografickou polohou v blízkosti významných stredoeurópskych centier a dobrou vonkajšou dostupnosťou pre domácich aj zahraničných návštevníkov.

Unikátnosť Trnavského kraja spočíva predovšetkým v kombinácii kultúrnej rozmanitosti, kúpeľného cestovného ruchu a vodného potenciálu územia. Výnimočné postavenie majú historická Trnava ako centrum sakrálnej a kultúrnej identity regiónu, Piešťany ako medzinárodne známa kúpeľná

destinácia, ako aj územia Žitného ostrova a Matúšovej zeme s charakteristickou riečnou krajinou, vodnými mlynmi a rekreačným potenciálom.

Autenticita Trnavského kraja vychádza z kombinácie regionálnych tradícií, lokálnej gastronómie, vinohradníctva, remesiel, kultúrnych podujatí a zachovaného charakteru viacerých vidieckych oblastí. Autenticita predstavuje významný predpoklad pre rozvoj zážitkového, kultúrneho a vidieckeho cestovného ruchu, ktorý je založený na jedinečných lokálnych skúsenostiach a kontakte návštevníka s lokálnym prostredím, regionálnymi producentmi a miestnymi obyvateľmi.

Z pohľadu ďalšieho rozvoja destinácie predstavujú atraktívnosť, unikátnosť a autenticita základné predpoklady budovania konkurencieschopnej a udržateľnej destinácie. Strategickým zámerom rozvoja cestovného ruchu v Trnavskom kraji preto má byť ochrana a rozvíjanie regionálnej identity, podpora autentických produktov cestovného ruchu a prepájanie kultúrneho a prírodného potenciálu regiónu do ponuky destinácie.

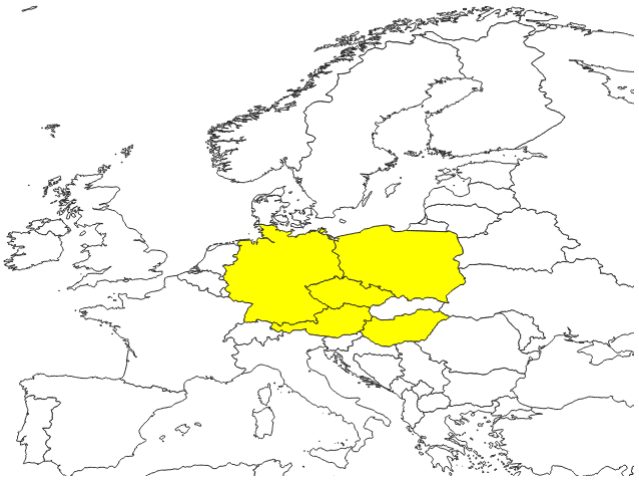
Cieľové trhy destinácie Trnavský kraj

Cieľové trhy Trnavského kraja vychádzajú z:
- geografickej polohy destinácie,
- charakteru ponuky a produktov cestovného ruchu,
- existujúcej štruktúry návštevníkov,
- potenciálu ďalšieho rozvoja domáceho a zahraničného cestovného ruchu.

Z pohľadu trhu cestovného ruchu predstavuje Trnavský kraj destináciu orientovanú predovšetkým na krátkodobé a víkendové pobyty v kultúrnom a zážitkovom cestovnom ruchu. Dlhodobé pobyty sa uplatňujú v kúpenom a wellness cestovnom ruchu. Významné postavenie v rámci cieľových trhov má domáci cestovný ruch (57 %), ktorý predstavuje stabilný a z pohľadu odolnosti destinácie, dôležitý segment.

Prioritné zahraničné cieľové trhy

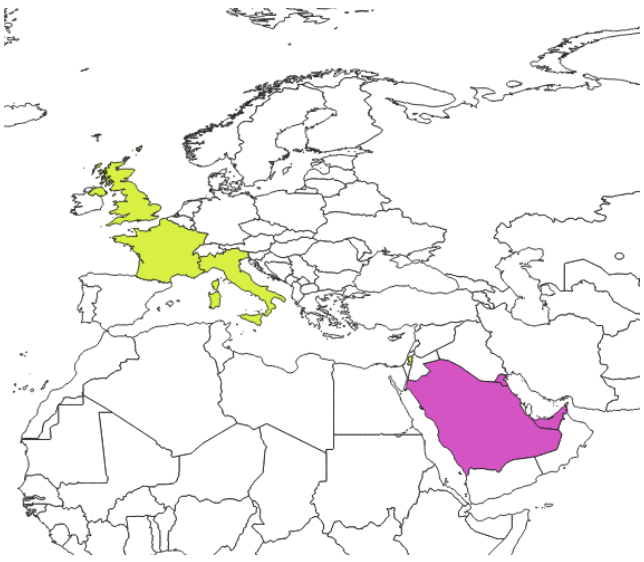
- Česká republika
- Nemecko
- Poľsko
- Maďarsko
- Rakúsko



V zahraničnom cestovnom ruchu patria medzi prioritné cieľové trhy predovšetkým krajiny strednej Európy, ktoré dlhodobo predstavujú najvýznamnejšie zdrojové trhy návštevníkov Trnavského kraja.

Perspektívne zahraničné trhy

- Francúzsko
- Taliansko
- Izrael
- Spojené kráľovstvo
- GCC trhy



Vzhľadom na zdrojové trhy zahraničných návštevníkov patria k perspektívnym trhom najmä Francúzsko, Taliansko, Izrael a Spojené kráľovstvo. Osobité postavenie majú aj GCC trhy (najmä Saudská Arábia, Kuvajt, Spojené arabské emiráty), ktoré síce nie sú dostatočne reflektované v oficiálnej štatistike, ale vzhľadom na vysokú kúpnu silu, rastúci záujem o zdravotný cestovný ruch a dlhšie pobyty majú výrazný rastový potenciál.

Z pohľadu produktovej orientácie destinácie sú prioritnými segmentmi:

- návštevníci kultúrneho a poznávacieho cestovného ruchu,
- wellness a kúpeľní klienti,
- účastníci krátkodobých a víkendových pobytov,
- cykloturisti a aktívni návštevníci,
- návštevníci vidieckeho a gastronomického cestovného ruchu,
- rodiny s deťmi,
- seniori,
- návštevníci orientovaní na autentické zážitky a regionálne produkty.

Pre ďalší rozvoj destinácie je dôležité posilňovať najmä:

- predlžovanie dĺžky pobytu,
- opakované návštevy,
- prepájanie rozvojových línií,
- rozvoj celoročného cestovného ruchu,
- budovanie silnej značky destinácie Trnavský kraj.

Cieľové trhy destinácie by sa mali rozvíjať diferencovane podľa charakteru jednotlivých subdestinácií, pričom Piešťany predstavujú najvýznamnejší medzinárodný produkt kraja, Trnava a okolie kultúrno-poznávací produkt a územia Žitného ostrova, Matúšovej zeme a Záhoria najmä produkty rekreačného, vodného, vidieckeho a zážitkového cestovného ruchu.

Trendy na trhu cestovného ruchu relevantné pre Trnavský kraj

Trnavský kraj disponuje predpokladmi na využitie viacerých aktuálnych trendov na trhu cestovného ruchu, ktoré sú v súlade s jeho identitou, ponukou a charakterom subdestinácií. Dokumenty a prieskumy medzinárodných (UN Tourism, WTTC), európskych organizácií (Európska komisia, ETC) cestovného ruchu a pripravovaná Stratégia rozvoja udržateľného cestovného ruchu SR do roku 2035 poukazujú na rastúci význam autentických zážitkov, udržateľnosti, zdravého životného štýlu a individuálnych foriem cestovania. Z pohľadu Trnavského kraja sú najperspektívnejšie nasledovné trendy:

1. Longevity a healthy ageing
2. Silver tourism
3. Slow tourism
4. Farm-to-table a regionálne produkty
5. Zážitkový cestovný ruch
6. Regeneratívny cestovný ruch
7. Digitálne plánované, fyzicky autentické cestovanie

Uvedené trendy vhodne nadväzujú na to, čím Trnavský kraj disponuje a nevyžadujú vytvárať úplne novú identitu destinácie. Trnavský kraj má potenciál postupne rozvíjať sa aj ako destinácia zdravia, vitality a aktívneho starnutia.

Longevity a healthy ageing (dlhovekosť a zdravé starnutie - v súčasnosti jeden z najsilnejších trendov v Európe**)**

- prevencia a zdravý životný štýl,
- regenerácia,
- wellness,
- mentálne zdravie,
- aktívne starnutie.

Najväčší potenciál: Piešťany.

Silver tourism (cestovanie seniorov)

- rastúca skupina návštevníkov 55+,
- vyššia kúpna sila,
- záujem o kultúru, wellness, kúpeľníctvo a poznávanie.

Najväčší potenciál: Piešťany, Trnava a okolie, Záhorie.

Slow tourism (pomalé cestovanie)

- dlhší pobyt v destinácii,
- objavovanie miestnej kultúry,
- cykloturistika,
- pešie spoznávanie krajiny,
- vodná turistika na Malom Dunaji,
- vidiecke a lokálne zážitky.

Najväčší potenciál: Žitný ostrov, Matúšova zem, Záhorie.

Farm-to-table a lokálna gastronómia

- regionálne potraviny,
- lokálni producenti,
- vinohradníctvo,
- remeselná výroba,
- krátke dodávateľské reťazce.

Najväčší potenciál: Matúšova zem, Záhorie.

Zážitkový cestovný ruch (návštevníci sa odkláňajú od pasívneho prehliadania pamiatok)

- ochutnávanie,
- vyrábanie,
- objavovanie,
- učenie sa.

Najväčší potenciál: celý Trnavský kraj.

Regeneratívny cestovný ruch

- ochrana a zveľaďovanie životného prostredia,
- obnova pamiatok,
- podpora lokálnych komunít,
- predaj regionálnych produktov.

Najväčší potenciál: celý Trnavský kraj.

Digitálne plánované, fyzicky autentické cestovanie

- vyhľadávanie, rezervovanie, navigovanie online,
- očakávanie autentického zážitku offline - na mieste.

Najväčší potenciál: celý Trnavský kraj.

2. Vízia, misia a horizontálne princípy

Vízia rozvoja cestovného ruchu

Trnavský kraj je:

- destinácia autentických zážitkov a kvalitného života,
- založená na:
  - kultúrnom dedičstve,
  - kúpeľníctve,
  - prírodnom potenciáli,
  - regionálnej rozmanitosti,

ktorá prepája:

- moderné prístupy destinačného manažmentu,
- princípy udržateľného cestovného ruchu,
- princípy konkurencieschopnosti destinácií cestovného ruchu.

Misia KOCR Trnavský kraj

Misiou Krajskej organizácie cestovného ruchu Trnavský kraj je koordinovať a rozvíjať:

- konkurencieschopný,
- udržateľný,
- autentický cestovný ruch

na princípoch:

- moderného destinačného manažmentu,
- regionálnych partnerstiev,
- tematických rozvojových línií,
- budovania silnej značky destinácie.

s cieľom zvyšovať:

- atraktívnosť destinácie,
- kvalitu zážitku návštevníkov,
- kvalitu života miestnych obyvateľov.

Horizontálne princípy rozvoja destinácie

Horizontálne princípy predstavujú prierezové témy uplatňované naprieč všetkými strategickými piliermi, strategickými cieľmi a opatreniami Koncepcie rozvoja cestovného ruchu Trnavského kraja na roky 2026 – 2030. Ich cieľom je zabezpečiť koordinovaný rozvoj cestovného ruchu, ochranu regionálnych hodnôt, posilňovanie identity destinácie a vytváranie kvalitného prostredia pre návštevníkov aj miestnych obyvateľov. Horizontálne princípy zároveň podporujú prepájanie kultúrnych, prírodných, ekonomických a spoločenských aspektov rozvoja územia.

Partnerstvá a spolupráca

Rozvoj destinácie je založený na spolupráci Krajskej organizácie cestovného ruchu Trnavský kraj, Trnavského samosprávneho kraja, Krajskej inovačnej a rozvojovej agentúry, oblastných organizácií cestovného ruchu, kultúrnych inštitúcií, podnikateľského sektora, regionálnych producentov a ďalších aktérov regionálneho rozvoja.

Regionálna identita a autenticita

Rozvoj destinácie je založený na jedinečných hodnotách Trnavského kraja, jeho kultúrnej rozmanitosti, tradíciách, regionálnych produktoch, lokálnych komunitách a autentických zážitkoch. Súčasťou budovania regionálnej identity je aj koordinovaný systém destinačných značiek a názvoslovia zabezpečujúci jednoznačnú identifikáciu Trnavského kraja a jeho subdestinácií na domácich a zahraničných trhoch.

Kvalita a konkurencieschopnosť destinácie

Rozvoj cestovného ruchu smeruje k zvyšovaniu kvality destinačnej ponuky, služieb, infraštruktúry a návštevníckeho zážitku s cieľom posilňovať konkurencieschopnosť Trnavského kraja na domácom aj medzinárodnom trhu cestovného ruchu.

Inteligentný rozvoj a inovácie

Pri rozvoji cestovného ruchu sa využívajú inteligentné a inovatívne technológie a dátovo orientovaný destinačný manažment s cieľom monitorovania a hodnotenia rozvoja cestovného ruchu a prijímania včasných manažérskych rozhodnutí.

Udržateľnosť

Rozvoj cestovného ruchu rešpektuje princípy environmentálnej, ekonomickej a sociálnej udržateľnosti s dôrazom na ochranu prírodného a kultúrneho dedičstva, efektívne využívanie zdrojov a zachovanie autenticity územia.

Kvalita života miestnych obyvateľov

Cestovný ruch sa rozvíja ako súčasť kvalitného životného prostredia miestnych obyvateľov s dôrazom na podporu lokálnej ekonomiky, verejného priestoru, služieb a komunitného rozvoja.

3. Strategické ciele a rozvojové línie ponuky destinácie

Strategické ciele rozvoja destinácie Trnavský kraj nadväzujú na existujúci strategický rámec Krajskej organizácie cestovného ruchu Trnavský kraj a rešpektujú kontinuitu doterajšieho smerovania rozvoja cestovného ruchu v území. Koncepcia nadväzuje na existujúce strategické dokumenty Trnavského kraja a prepája ich do jednotného rámca rozvoja cestovného ruchu založeného na princípoch moderného destinačného manažmentu, udržateľnosti a konkurencieschopnosti. Navrhnuté strategické ciele vychádzajú zo strategického rámca definovaného v dokumente Mapovacia štúdia regionálneho značenia a regionálnych výrobkov na území Trnavského kraja (2022). Ich štruktúra zároveň reflektuje potrebu dlhodobej koordinácie rozvoja cestovného ruchu na krajskej úrovni a stanovuje smerovanie pre implementáciu rozvojových línií, marketingových aktivít, partnerstiev a rozvojových opatrení realizovaných KOCR Trnavský kraj a subjektmi zainteresovanými na rozvoji cestovného ruchu.

Hlavný strategický cieľ KOCR Trnavský kraj

Formovať Trnavský kraj ako jedinečnú, kultúrne rozmanitú, kreatívnu a udržateľnú destináciu so silnou vnútornou aj vonkajšou identitou vytváraním podmienok pre rozvoj ľudských, vzácnych kultúrnych a prírodných zdrojov (Mapovacia štúdia regionálneho značenia a regionálnych výrobkov na území Trnavského kraja, 2022).

Tematické rozvojové línie ponuky destinácie Trnavský kraj

Tematické rozvojové línie ponuky destinácie Trnavský kraj predstavujú potenciál kraja pre rozvoj cestovného ruchu a charakter atraktivít, ktoré sú hlavným motívom návštevy Trnavského kraja. Pri analýze rozvojových línií ponuky Trnavského kraja vychádza Koncepcia z preferencií cieľových trhov Trnavského kraja, analýzy pripravovanej Stratégie rozvoja udržateľného cestovného ruchu SR do roku 2035 a European Travel Commision (Monitoring Sentiment for intra-european travel Spring/ Summer, 2026). Tematické rozvojové línie ponuky destinácie Trnavský kraj rozlišujeme z hľadiska rekreačných a nerekreačných foriem cestovného ruchu.

POTENCIÁL TRNAVSKÉHO KRAJA pre rozvoj cestovného ruchu
↓
ATRAKTIVITY + MOTÍVY NÁVŠTEVY
↓
TEMATICKÉ ROZVOJOVÉ LÍNIE PONUKY DESTINÁCIE TRNAVSKÝ KRAJ
↓
REKREAČNÉ + NEREKREAČNÉ FORMY CESTOVNÉHO RUCHU
↓
KREATÍVNA TVORBA PRODUKTOV CESTOVNÉHO RUCHU

Rozvojové línie ponuky Trnavského kraja v rekreačných formách cestovného ruchu

Rozvojová línia	Vybrané podmienky a atraktivity Trnavského kraja
Kultúra a pamiatky - **mestské pobyty (city break)**	- hmotné a nehmotné kultúrne dedičstvo - dedičstvo zapísané na reprezentatívnom zozname UNESCO - umelecké organizácie a osobnosti - mestská kultúra medzinárodného významu - religiózne a pútnické atraktivity - festivaly a kultúrne podujatia - iné špecializované inštitúcie a atraktivity

Spoznávanie prírody a aktivity v prírode
- **„Nature & Outdoors“**
- **príroda a vidiek**
	- podmienky pre spoznávanie prírody a krajiny a prírodných procesov
	- návšteva jaskýň
	- podmienky pre letné a mimo sezónne športy a aktivity v prírode:
	  - turistika, nordic-walking a menej náročné prechádzky v prírode (pešia turistika)
	  - cykloturistika
	  - vodná turistika
	  - športy pri vodných plochách a v otvorených areáloch vodných športov
	  - iné.
	- podmienky pre spoznávanie vidieckej krajiny a regionálnej produkcie:
	  - apituristika
	  - agroturistika
	  - podmienky pre spoznávanie inej lokálnej produkcie a výroby.

Gastronómia
- **kulinárstvo, jedlo a víno**
	- podmienky pre ochutnávanie miestnych gastronomických špecialít
	  - vínna turistika (vínne cesty)
	  - iné

Letná rekreácia pri vode	- vodné plochy určené na kúpanie - termálne/netermálne vody na kúpanie
Wellness a relax	- špecializované wellness pobyty v kúpeľoch a iných zariadeniach

Rozvojové línie ponuky Trnavského kraja v nerekreačných formách cestovného ruchu

Rozvojová línia	Vybrané podmienky a atraktivity Trnavského kraja
Zdravotný cestovný ruch - **kúpeľný cestovný ruch**	- prírodné liečebné pramene - infraštruktúra pre zdravotný/kúpeľný cestovný ruch
MICE	- kongresy a konferencie, - obchodné podujatia, - športové podujatia medzinárodného významu, - vedecko-vzdelávacie zázemie, - mestá s kultúrou medzinárodného významu

Tematické rozvojové línie ponuky predstavujú hlavné motívy návštevy a formy trávenia voľného času návštevníkov Trnavského kraja. Nejde o samostatné produkty cestovného ruchu, ale o širšie tematické rámce, ktoré vychádzajú z prírodných, kultúrnych, spoločenských a hospodárskych predpokladov územia a zároveň reflektujú preferencie návštevníkov na domácich a zahraničných trhoch.

Súčasné európske prístupy k rozvoju cestovného ruchu, vrátane odporúčaní European Travel Commission , UN Tourism a pripravovanej Stratégie rozvoja udržateľného cestovného ruchu SR do roku 2035, čoraz viac zdôrazňujú orientáciu na návštevnícke motívy, zážitky a tematické oblasti dopytu namiesto tradičného členenia cestovného ruchu podľa jednotlivých produktov. Rozvojové línie preto

predstavujú rámec, prostredníctvom ktorého je možné reagovať na meniace sa potreby návštevníkov a trendy na trhu cestovného ruchu.

Na základe týchto rozvojových línií vytvárajú KOCR Trnavský kraj, oblastné organizácie cestovného ruchu a ďalší partneri konkrétne produkty, zážitkové balíky, tematické trasy, podujatia a marketingové kampane. Jednotlivé produkty pritom môžu prepájať viacero rozvojových línií súčasne, čím vzniká komplexná a atraktívna ponuka založená na autenticite, kvalite návštevníckeho zážitku a efektívnom využívaní potenciálu územia.

Rozvojové línie ponuky zároveň vytvárajú spoločný rámec pre koordináciu rozvoja cestovného ruchu na úrovni kraja, prepájanie jednotlivých subdestinácií a identifikáciu priorít v produktovom rozvoji, marketingu, investíciách a partnerstvách.

Väzba rozvojových línií na subdestinácie Trnavského kraja

Subdestinácia	Kultúra a pamiatky	Spoznávanie prírody a aktivity v prírode	Gastronómia	Letná rekreácia pri vode	Wellness a relax	Zdravotný cestovný ruch	MICE
Záhorie	●	●	●	○	○	●	○
Trnava a okolie	●	○	●	○	○	○	●
Piešťany	○	●	○	●	●	●	●
Žitný ostrov	○	●	○	●	●	○	○
Matúšova zem	●	●	●	●	○	○	○

● nosná rozvojová línia subdestinácie

○ doplnková rozvojová línia subdestinácie

Rozvojové línie sú v jednotlivých subdestináciách zastúpené v rôznej intenzite. Označenie nosných rozvojových línií vyjadruje oblasti s najväčším potenciálom rozvoja a najvýznamnejším príspevkom k celkovej ponuke destinácie Trnavský kraj. Doplnkové rozvojové línie predstavujú tematické oblasti, ktoré môžu rozširovať a dopĺňať ponuku subdestinácie.

Jednotlivé rozvojové línie sa v Trnavskom kraji neviažu na jednu konkrétnu lokalitu, ale sú rozvíjané prostredníctvom viacerých subdestinácií. Každá subdestinácia pritom disponuje špecifickými predpokladmi pre rozvoj vybraných foriem cestovného ruchu a prispieva k budovaniu komplexnej a tematicky rozmanitej ponuky kraja. Prepojenie rozvojových línií a subdestinácií vytvára predpoklady pre koordinovaný rozvoj destinácie Trnavský kraj, efektívnejšie plánovanie marketingových aktivít a tvorbu produktov cestovného ruchu založených na silných stránkach jednotlivých území. Súčasne umožňuje lepšie zacieliť rozvojové aktivity oblastných organizácií cestovného ruchu a vytvára rámec pre prípravu ich akčných plánov v nadväznosti na Koncepciu rozvoja cestovného ruchu Trnavského kraja na roky 2026 – 2030.

Model strategického rozvoja cestovného ruchu Trnavského kraja na roky 2026 – 2030

Hlavný strategický cieľ

Formovať Trnavský kraj ako jedinečnú kultúrne rozmanitú, kreatívnu a udržateľnú destináciu so silnou vnútornou aj vonkajšou identitou vytváraním podmienok pre rozvoj ľudských, vzácnych kultúrnych a prírodných zdrojov.

PILIER 1 **Destinačný manažment a partnerstvá**	**PILIER 2** **Identita destinácie a produktový rozvoj**	**PILIER 3** **Marketing a značka destinácie**	**PILIER 4** **Mobilita, dostupnosť a návštevnícka infraštruktúra**
Strategický cieľ 1 Vytvárať podmienky pre uplatňovanie princípov destinačného manažmentu v kraji.	**Strategický cieľ 2** Rozvíjať a „spolu-tvoriť“ destinačnú ponuku kraja založenú na vzácnych prírodných a kultúrnych zdrojoch vrátane ľudských zdrojov.	**Strategický cieľ 3** Realizovať destinačný marketing.	**Strategický cieľ 4** Vytvárať podmienky pre mobilitu návštevníkov, vrátane pohybu v rámci športovo-rekreačného využívania územia.
Špecifické ciele **1.1** Rozvíjať siete a strategické partnerstvá v Trnavskom kraji na regionálnej a lokálnej úrovni. **1.2** Rozvíjať strategické plánovanie a koncepčný prístup k financovaniu rozvojových aktivít v cestovnom ruchu na regionálnej a lokálnej úrovni. **1.3** Rozvoj spolupráce na národnej a medzinárodnej úrovni.	**Špecifické ciele** **2.1** Rozvíjať tematickú destinačnú ponuku Trnavského kraja, ktorá posilňuje kultúrnu identitu. **2.2** Zvyšovať kvalitu produktov a služieb vytváraním podmienok pre rozvoj miestnych zdrojov.	**Špecifické ciele** **3.1** Rozvíjať strešnú komunikačnú identitu Trnavského kraja založenú na rozmanitosti kultúry. **3.2** Realizácia komunikačných aktivít v nadväznosti na strešnú identitu Trnavského kraja a distribúcia destinačnej ponuky.	**Špecifické ciele** **4.1** Zlepšenie mobility návštevníkov medzi turistickými bodmi záujmu. **4.2** Zlepšovať dopravné napojenie kraja na domáce a zahraničné trhy.
Opatrenia	**Opatrenia**	**Opatrenia**	**Opatrenia**

Tematické rozvojové línie ponuky – spoločný základ rozvoja						
Kultúra a pamiatky	Príroda	Gastronómia	Letná rekreácia pri vode	Wellness a relax	Zdravotný cestovný ruch	MICE

PILIER 1 Destinačný manažment a partnerstvá

Strategický cieľ 1

Vytvárať podmienky pre uplatňovanie princípov destinačného manažmentu v kraji.

Strategický cieľ je zameraný na budovanie koordinovaného systému destinačného manažmentu, rozvoj partnerstiev a spolupráce medzi aktérmi cestovného ruchu, kultúry a regionálneho rozvoja, ako aj vytváranie podmienok pre koncepčný a udržateľný rozvoj cestovného ruchu v Trnavskom kraji.

Špecifický cieľ	Opatrenia	Tematické rozvojové línie ponuky
1.1 Rozvíjať siete a strategické partnerstvá v Trnavskom kraji na regionálnej a lokálnej úrovni	**1.1.1** Formovať strešný systém destinačného manažmentu v kraji (systém spolupráce OOCR v rámci KOCR a s KIRA).	- kultúra a pamiatky - spoznávanie prírody a aktivity v prírode - gastronómia - letná rekreácia pri vode - wellness a relax - zdravotný cestovný ruch - MICE
	1.1.2 Formovať systém spolupráce pri rozvoji destinačnej ponuky s kultúrnymi inštitúciami (prierezový strategický prístup k rozvoju kultúry aj ako súčasti ponuky v cestovnom ruchu).	- kultúra a pamiatky
	1.1.3 Koordinovaný rozvoj systémov regionálneho značenia ako systémov kvality a iných spoluprác, ktoré prispievajú k zvyšovaniu kvality destinačnej ponuky.	- spoznávanie prírody a aktivity v prírode - gastronómia

Rozvojové línie pri Špecifickom cieli 1.1 boli priradené na základe ich prepojenia s rozvojom partnerstiev, regionálnej identity a koordinovaného destinačného manažmentu. Opatrenie 1.1.1 sa zameriava na rozvoj systému spolupráce KOCR a KIRA s OOCR, posilňovanie týchto partnerstiev vrátane rozvoja vzťahov medzi OOCR v kraji navzájom. Krajská organizácia cestovného ruchu má plniť rolu vedúcej organizácie, ktorá určuje strategické smerovanie, povzbudzuje, motivuje ostatné zainteresované subjekty (najmä OOCR) a koordinuje záujmy. Oblastné organizácie cestovného ruchu pôsobia ako vedúce organizácie vo svojej destinácii. Vytvárajú produkt destinácie, distribuujú a marketingovo komunikujú svoju destináciu na špecifikovaných trhoch. Zároveň zastupujú záujmy zainteresovaných subjektov (najmä miestnej samosprávy, podnikov a organizácií na svojom území a miestnych obyvateľov.

Opatrenie 1.1.2 sa zameriava na formovanie systému spolupráce s kultúrnymi inštitúciami, ktorý by mal byť založený na prierezovom strategickom prístupe k rozvoju kultúry ako súčasti ponuky v cestovnom ruchu. Toto opatrenie integruje kultúrno-poznávací, religiózny a pútnický cestovný ruch.

Opatrenie 1.1.3 sa zameriava na koordinovaný rozvoj systémov regionálneho značenia ako systémov kvality, ktoré združujú regionálnych producentov a výrobcov a sú nositeľmi značky kvality označujúcich pôvod produktov a výrobkov z kraja. Pobyt na vidieku a agroturistika, gastronómia, ako aj vinársky cestovný ruch sú prepojené s regionálnymi producentmi, lokálnymi komunitami a rozvojom autentických regionálnych produktov cestovného ruchu.

Špecifický cieľ	Opatrenia	Tematické rozvojové línie ponuky
1.2 Rozvíjať strategické plánovanie a koncepčný prístup k financovaniu rozvojových aktivít v cestovnom ruchu na regionálnej a lokálnej úrovni	**1.2.1** Modely financovania rozvojových potrieb v cestovnom ruchu ako súčasti sociálneho a hospodárskeho rozvoja kraja.	- kultúra a pamiatky - spoznávanie prírody a aktivity v prírode - gastronómia - letná rekreácia pri vode - wellness a relax - zdravotný cestovný ruch - MICE
	1.2.2 Uplatňovať nástroje pre strategické plánovanie a rozhodovanie v cestovnom ruchu.	

Rozvojové línie pri Špecifickom cieli 1.2 boli priradené podľa ich významu pre strategické plánovanie, financovanie a dlhodobý rozvoj cestovného ruchu v Trnavskom kraji. Zámerom opatrenia 1.2.1 je vytvárať nástroje a modely financovania rozvojových potrieb v cestovnom ruchu, ktoré prispievajú k formovaniu Trnavského kraja ako udržateľnej destinácie. Je potrebné využívať diverzifikované financovanie rozvoja cestovného ruchu. Ide o kombináciu členských príspevkov, dotačných schém, financovania z projektov (vrátane cezhraničných) ako aj príjmov z vlastnej činnosti. Kultúrno-poznávací, prírodný a zdravotný cestovný ruch predstavujú nosné oblasti cestovného ruchu kraja. Opatrenie 1.1.2 sa zameriava na koncepčné uplatňovanie nástrojov pre strategické plánovanie a rozhodovanie v cestovnom ruchu na regionálnej aj lokálnej úrovni, t. j. nástroje, ktoré pomôžu zároveň efektívne nasmerovať financovanie na rozvojové potreby, a ktoré majú z dlhodobého hľadiska najvyšší význam prispieť k dlhodobému udržateľnému rozvoju. Dôležitá je vzájomná logická prepojenosť strategických a koncepčných dokumentov na nadnárodnej, národnej, regionálnej a lokálnej úrovni. To umožňuje pri plánovaní rozvoja cestovného ruchu využívať už existujúce analýzy a čerpať z nich kľúčové informácie a zároveň vytvárať nadväznosť z hľadiska tvorby ponuky a zamerania sa na cieľové skupiny návštevníkov.

Špecifický cieľ	Opatrenia	Tematické rozvojové línie ponuky
1.3 Rozvoj spolupráce na národnej a medzinárodnej úrovni	**1.3.1** Rozvoj spolupráce a výmena skúseností s organizáciami cestovného ruchu na národnej úrovni.	- kultúra a pamiatky - spoznávanie prírody a aktivity v prírode - gastronómia - letná rekreácia pri vode - wellness a relax - zdravotný cestovný ruch - MICE
	1.3.2 Rozvoj spolupráce s CK a CA.	- kultúra a pamiatky - gastronómia - zdravotný cestovný ruch - spoznávanie prírody a aktivity v prírode - MICE

Tematické rozvojové línie pri Špecifickom cieli 1.3 boli priradené podľa ich potenciálu pre prezentáciu Trnavského kraja na domácom aj zahraničnom trhu cestovného ruchu a potreby spolupráce s externými partnermi a distribučnými kanálmi. Opatrenie 1.3.1 sa zameriava na posilňovanie spolupráce s organizáciami, ktoré tvoria kostru destinačného manažmentu v iných krajoch, najmä výmenu skúseností medzi KOCR a OOCR a spoločné presadzovanie záujmov na národnej

úrovni. Rovnako sem patrí aj rozvoj spolupráce s profesijnými združeniami, napríklad v sektore HORECA ako je Asociácia hotelov a reštaurácií Slovenska, a v oblasti rozvoja regionálneho značenia systémy regionálneho značenia v iných krajoch a Národná sieť Miestnych akčných skupín Slovenska a iné.

Špecifickým je využitie potenciálu rozvoja spoločných produktov medzi viacerými krajmi. V rámci prierezovej subdestinácie Malý Dunaj, ktorá sa prechádza Trnavským , Bratislavským a Nitrianskym krajom je vhodná spolupráca s KOCR Bratislavský kraj Turizmus a KOCR Nitriansky kraj. Ide o subdestinácu s jedinečnou riečnou krajinou s potenciálom pre rozvoj prírodného, pomalého a zážitkového cestovného ruchu. S Trenčianskym krajom je opodstatnená spolupráca na tematickom prepájaní rozvojových línií územia Malých a Biely Karpát, ako aj kúpeľných miest. V severnej časti Trnavského kraja existuje ďalej potenciál pre rozvoj medzikrajskej spolupráce založenej na spoločných prírodno-geografických charakteristikách územia Malých Karpát. Ide o priestor prepájajúci Bratislavský, Trnavský a Trenčiansky kraj, ktorý vytvára predpoklady pre spoločný rozvoj produktov, tematických trás a koordinovanú marketingovú prezentáciu karpatského územia. Toto územie sa zároveň čiastočne prekrýva so subdestináciou Záhorie, čím vzniká priestor na prepájanie prírodných, kultúrnych a rekreačných aktivít v širšom regionálnom kontexte. S Bratislavským krajom ide o tému gastronómie. Je možné na to využiť kooperačné projekty s inými organizáciami cestovného ruchu a získať tak dodatočné financovanie.

Opatrenie 1.3.2 sa zameriava na rozvoj distribučných ciest produktov prostredníctvom CK a CA. Kultúrno-poznávací, religiózny a pútnický a gastronomický cestovný ruch podporujú budovanie regionálnej identity destinácie. Zdravotný cestovný ruch nadväzuje na medzinárodné postavenie kúpeľníctva a aktivity v prírode a MICE cestovný ruch súvisia s rastúcim významom tematických a zážitkových foriem cestovného ruchu vhodných aj pre zahraničných návštevníkov.

PILIER 2 Identita destinácie a produktový rozvoj

Strategický cieľ 2

Rozvíjať a „spolu-tvoriť" destinačnú ponuku kraja založenú na vzácnych prírodných a kultúrnych zdrojoch vrátane ľudských zdrojov.

Strategický cieľ je zameraný na rozvoj autentickej destinačnej ponuky Trnavského kraja založenej na kultúrnom dedičstve, prírodnom potenciáli, regionálnych tradíciách a lokálnych produktoch. Dôležitou súčasťou cieľa je prepájanie kultúry, zážitkovosti, regionálnej identity a kvalitných služieb cestovného ruchu do tematických rozvojových línií kraja. Strategický cieľ zároveň podporuje rozvoj lokálnych producentov, tradičných remesiel, gastronómie a regionálnych špecialít ako významných prvkov autenticity destinácie.

Špecifický cieľ	Opatrenia	Tematické rozvojové línie ponuky
2.1 Rozvíjať tematickú destinačnú ponuku Trnavského kraja, ktorá posilňuje kultúrnu identitu	**2.1.1** V spolupráci s partnermi vytvárať zážitkové produkty v nosných produktových líniách kraja.	- kultúra a pamiatky - spoznávanie prírody a aktivity v prírode - gastronómia - letná rekreácia pri vode - wellness a relax - zdravotný cestovný ruch - MICE
	2.1.2 Rozvoj zázemia pre poskytovanie zážitkových produktov zameraných na prezentáciu histórie, tradícií a umenia (vrátane regionálnej výroby) a prírodného dedičstva.	- kultúra a pamiatky - spoznávanie prírody a aktivity v prírode - gastronómia

Tematické rozvojové línie pri Špecifickom cieli 2.1 boli priradené podľa ich prepojenia s rozvojom tematických a zážitkových produktov založených na kultúrnom dedičstve, prírodnom potenciáli, regionálnych tradíciách a autentických zážitkoch Trnavského kraja. Zaradené rozvojové línie podporujú využívanie kultúrnych, prírodných a regionálnych zdrojov ako základných prvkov konkurencieschopnosti a autenticity Trnavského kraja. Opatrenie 2.1.1 sa zameriava na tvorbu zážitkových produktov zameraných na prezentáciu histórie, tradícií a umenia a prírodného dedičstva (vrátane zážitkov spojených s regionálnou výrobou a produkciou), ktoré sú koncepčne rozvíjané v tematických rozvojových líniách kraja. Opatrenie 2.1.2 sa zameriava na rozvoj zázemia pre poskytovanie zážitkových produktov zameraných na prezentáciu histórie, tradícií a umenia (vrátane regionálnej výroby) a prírodného dedičstva.

Špecifický cieľ	Opatrenia	Tematické rozvojové línie ponuky
2.2 Zvyšovať kvalitu produktov a služieb vytváraním podmienok pre rozvoj miestnych zdrojov	2.2.1 Rozvojom siete predajných miest kvalitných regionálnych výrobkov rozšíriť destinačnú ponuku kraja a zvýšiť jej kvalitu.	- kultúra a pamiatky - spoznávanie prírody a aktivity v prírode - gastronómia
	2.2.2 Zvyšovanie kvality služieb prostredníctvom podpory zaradenia regionálnych špecialít a kvalitných regionálnych potravín do ponuky.	- spoznávanie prírody a aktivity v prírode - gastronómia

Tematické rozvojové línie pri Špecifickom cieli 2.2 boli priradené podľa ich prepojenia s rozvojom kvality destinačnej ponuky, regionálnych produktov a využívania miestnych zdrojov v Trnavskom kraji. Rozvojové línie sú prepojené s regionálnou produkciou, gastronómiou, lokálnymi službami a budovaním kvalitného návštevníckeho zážitku. Súčasne podporujú rozvoj regionálnej identity, lokálnych komunít, využívanie tradičných produktov, regionálnych špecialít a autentického prostredia.

Zámerom opatrenia 2.2.1 je prostredníctvom siete predajných miest zlepšiť dostupnosť kvalitných regionálnych výrobkov pre návštevníkov a ich umiestnením do hlavných bodov záujmu, ako aj zvýšiť kvalitu poskytovaných služieb. Predajné a prezentačné pulty rozšíria kvalitnú destinačnú ponuku (služby v bodoch záujmu), zvýšia kvalitu návštevníckeho servisu a zároveň posilnia kultúrnu identitu kraja. Sú zároveň nástrojom podpory predaja výsledkov tvorivej činnosti miestnych ľudských zdrojov (prienik s opatrením 3.2). Zámerom opatrenia 2.2.2 je zvyšovanie kvality služieb podporou zaradenia regionálnych špecialít a kvalitných regionálnych potravín do ponuky.

PILIER 3 Marketing a značka destinácie

Strategický cieľ 3

Realizovať destinačný marketing.

Strategický cieľ je zameraný na budovanie jednotnej a rozpoznateľnej identity Trnavského kraja ako kultúrne rozmanitej a autentickej destinácie cestovného ruchu. Dôležitou súčasťou cieľa je rozvoj destinačnej značky, koordinovaná komunikácia rozvojových línií kraja a efektívna prezentácia destinácie na domácom aj medzinárodnom trhu cestovného ruchu. Strategický cieľ zároveň podporuje prepájanie regionálnej identity, kultúrneho dedičstva, regionálnych produktov a zážitkov do jednotnej komunikačnej platformy destinácie.

Špecifický cieľ	Opatrenia	Tematické rozvojové línie ponuky
3.1 Rozvíjať strešnú komunikačnú identitu Trnavského kraja založenú na rozmanitosti kultúry	**3.1.1** Tvorba a rozvoj destinačnej značky a komunikačnej identity kraja.	- kultúra a pamiatky - zdravotný cestovný ruch, - letná rekreácia pri vode - gastronómia
	3.1.2 Tvorba a rozvoj systému prezentácie a komunikácie regionálnych výrobkov v súlade so strešnou identitou kraja.	- spoznávanie prírody a aktivity v prírode - gastronómia

Rozvojové línie pri Špecifickom cieli 3.1 boli priradené podľa ich prepojenia s budovaním jednotnej destinačnej značky a komunikačnej identity Trnavského kraja založenej na kultúrnej rozmanitosti, autenticite a regionálnej identite. Kultúrny potenciál Trnavského kraja je v porovnaní s inými regiónmi na Slovensku oveľa silnejší, ponúka oveľa viac tém a atraktivít, ktoré môžu návštevníka zaujať. Zaradené rozvojové línie najvýraznejšie reprezentujú charakter, tradície a jedinečnosť regiónu a zároveň podporujú spoločnú prezentáciu destinácie na domácom aj medzinárodnom trhu cestovného ruchu.

Opatrenie 3.1.1 sa zameriava na návrh a implementáciu obsahového konceptu komunikačnej identity kraja založeného na tradíciách, kultúrnych špecifikách a zdravotnom cestovnom ruchu, ktoré reprezentujú aj regionálne výrobky a ich výrobcovia. Z hľadiska tvorby a rozvoja destinačnej značky a komunikačnej identity kraja je nevyhnutné pracovať s názvami KOCR Trnavský kraj (Trnavský kraj zážitkov / Experience Trnava Region) a OOCR Trnava Tourism (Región Trnava / Trnava Region), keďže pre zahraničného návštevníka môže byť náročné rozlíšiť komunikáciu krajskej destinácie od komunikácie subdestinácie Trnava a okolie.

Z hľadiska destinačného marketingu je vhodné usilovať sa o jasnú a zrozumiteľnú hierarchiu značiek na úrovni kraja a jednotlivých subdestinácií. Väčšina oblastných organizácií cestovného ruchu v Trnavskom kraji využíva vo svojej komunikácii geograficky identifikovateľné názvy území (Záhorie, Piešťany, Žitný ostrov, Trnava a okolie), ktoré návštevníkom umožňujú jednoduchú orientáciu v priestore. Označenie Matúšova zem predstavuje historický a kultúrny názov územia s významnou identitnou hodnotou, avšak najmä pre zahraničných návštevníkov nemusí byť bez dodatočného vysvetlenia geograficky zrozumiteľný ani jednoznačne lokalizovateľný. V rámci ďalšieho rozvoja destinačného marketingu je preto vhodné diskutovať o spôsobe prezentácie tejto subdestinácie tak,

aby sa zachovala jej historická identita a zároveň sa posilnila jej rozpoznateľnosť a orientácia návštevníkov v priestore.

Mal by sa vytvoriť koordinovaný systém destinačných značiek a názvoslovia používaného na úrovni kraja a jednotlivých subdestinácií tak, aby bola zabezpečená jednoznačná identifikácia destinácií na domácom aj zahraničnom trhu cestovného ruchu. Ide o definovanie pravidiel používania názvov destinácií, ich jazykových mutácií a vizuálnej identity.

Opatrenie 3.1.2 sa zameriava na tvorbu a rozvoj systému prezentácie a komunikácie regionálnych výrobkov v súlade so strešnou identitou kraja.

Špecifický cieľ	**Opatrenia**	**Tematické rozvojové línie ponuky**
3.2 Realizácia komunikačných aktivít v nadväznosti na strešnú identitu Trnavského kraja a distribúcia destinačnej ponuky	**3.2.1** Komunikácia a distribúcia destinačnej ponuky na domácom trhu cestovného ruchu.	- kultúra a pamiatky - spoznávanie prírody a aktivity v prírode - gastronómia - letná rekreácia pri vode - wellness a relax - zdravotný cestovný ruch - MICE
	3.2.2 Komunikácia a distribúcia destinačnej ponuky na medzinárodnom trhu cestovného ruchu (vrátane distribúcie prostredníctvom CK a CA).	- zdravotný cestovný ruch - MICE - gastronómia - spoznávanie prírody a aktivity v prírode

Rozvojové línie pri Špecifickom cieli 3.2 boli priradené podľa ich významu pre komunikáciu, prezentáciu a distribúciu destinačnej ponuky Trnavského kraja na domácom aj medzinárodnom trhu cestovného ruchu. Identifikované rozvojové línie s potenciálom oslovenia rôznych cieľových skupín návštevníkov zároveň tvoria nosnú súčasť marketingovej komunikácie a prezentácie destinácie. Opatrenie 3.2.1 sa zameriava na realizáciu komunikačných a prezentačných aktivít v nadväznosti na strešnú identitu Trnavského kraja na domácom trhu. Opatrenie 3.2.2 sa zameriava na prioritné (Česká republika, Nemecko, Poľsko, Maďarsko, Rakúsko) a perspektívne trhy (Francúzsko, Taliansko, Izrael, Spojené kráľovstvo a GCC trhy).

PILIER 4 Mobilita, dostupnosť a návštevnícka infraštruktúra

Strategický cieľ 4

Vytvárať podmienky pre mobilitu návštevníkov, vrátane pohybu v rámci športovo-rekreačného využívania územia.

Strategický cieľ je zameraný na zlepšovanie dostupnosti atraktivít cestovného ruchu, rozvoj udržateľnej mobility a prepájanie jednotlivých subdestinácií Trnavského kraja prostredníctvom kvalitnej návštevníckej infraštruktúry. Ide o jeden z prvkov manažmentu návštevníkov, ktorý usmerňuje turistické prúdy a spotrebiteľské správanie s cieľom rozptýliť návštevníkov po celom regióne. Vytváraním podmienok pre mobilitu návštevníkov a marketingovými aktivitami sa má podporiť priestorové a časové rozptýlenie návštevníkov ako aj poznávanie nových atraktivít.

Dôležitou súčasťou cieľa je rozvoj cyklistických, peších a vodných trás, podpora ekologických foriem dopravy a zvyšovanie dostupnosti destinácie pre domácich aj zahraničných návštevníkov. Strategický cieľ zároveň podporuje rozvoj športovo-rekreačných aktivít a prepojenie prírodných, kultúrnych a rekreačných lokalít do funkčných návštevníckych celkov.

Špecifický cieľ	Opatrenia	Tematické rozvojové línie ponuky
4.1 Zlepšenie mobility návštevníkov medzi turistickými bodmi záujmu	**4.1.1** Sprístupňovanie bodov záujmu (POI) a územia prostredníctvom rozvoja trás pre udržateľné športovo-rekreačné využívanie územia.	- spoznávanie prírody a aktivity v prírode - letná rekreácia pri vode
	4.1.2 Rozvoj udržateľnej mobility návštevníkov kraja.	- kultúra a pamiatky - spoznávanie prírody a aktivity v prírode - gastronómia - letná rekreácia pri vode - wellness a relax - zdravotný cestovný ruch - MICE

Rozvojové línie pri Špecifickom cieli 4.1 boli priradené podľa ich prepojenia s rozvojom mobility návštevníkov, sprístupňovaním turistických bodov záujmu a rozvojom športovo-rekreačného využívania územia Trnavského kraja. Zaradené rozvojové línie sú závislé od kvalitnej návštevníckej infraštruktúry, dostupnosti rekreačných lokalít a prepájania územia prostredníctvom tematických trás a udržateľnej mobility. Návštevníci nenavštevujú len najvýznamnejšie atraktivity v regióne, ale rozptyľujú sa do všetkých častí regiónu.

Špecifický cieľ	Opatrenia	Tematické rozvojové línie ponuky
4.2 Zlepšovať dopravné napojenie kraja na domáce a zahraničné trhy	**4.2.1** Spolupráca pri rozvoji leteckého napojenia na kľúčové zahraničné trhy pre zahraničnú návštevnosť kraja.	- zdravotný cestovný ruch - MICE - gastronomický - spoznávanie prírody a aktivity v prírode
	4.2.2 Verejná osobná doprava (komunikácia potrieb spojení verejnou osobnou dopravou a i.)	- kultúra a pamiatky - zdravotný cestovný ruch - spoznávanie prírody a aktivity v prírode - letná rekreácia pri vode

Rozvojové línie pri Špecifickom cieli 4.2 boli priradené podľa ich prepojenia s dopravnou dostupnosťou Trnavského kraja a napojením regiónu na domáce a zahraničné zdrojové trhy cestovného ruchu. Zaradené rozvojové línie sú závislé od kvalitného dopravného napojenia, dostupnosti verejnej dopravy a efektívnej mobility návštevníkov v rámci regiónu.

Opatrenie 4.2.1 sa týka spolupráce pri rozvoji leteckého napojenia na kľúčové zahraničné trhy pre zahraničnú návštevnosť kraja. Vzhľadom na špecifické postavenie Letiska Piešťany ako produktovo orientovaného letiska s prepojením na zdravotný a zážitkový cestovný ruch je cieľom podporovať rozvoj charterových a ďalších leteckých spojení naviazaných na konkrétne produkty cestovného ruchu Trnavského kraja. Dôležitou súčasťou opatrenia je využívanie vlastnej cestovnej kancelárie KOCR Trnavský kraj ako nástroja na tvorbu, propagáciu a predaj produktov prepájajúcich leteckú dopravu s kúpeľnými pobytmi, kultúrno-poznávacím cestovným ruchom, vinárskymi zážitkami a ďalšími nosnými rozvojovými líniami kraja. Opatrenie nadväzuje na doterajšie skúsenosti s rozvojom charterových spojení a podporuje diverzifikáciu zdrojových trhov a zvyšovanie zahraničnej návštevnosti z perspektívnych trhov. Pri úspešnom trende vývoja leteckého napojenia Piešťanského letiska na kľúčové zahraničné trhy je možné uvažovať aj nad vybudovaním kongresového centra neďaleko letiska. Pred rozhodnutím o výstavbe takejto infraštruktúry je nevyhnutné realizovať štúdiu uskutočniteľnosti (feasibility study).

4. Monitorovanie a hodnotenie

Monitorovanie a hodnotenie Koncepcie rozvoja cestovného ruchu Trnavského kraja na roky 2026 – 2030 predstavuje nástroj:

- priebežného sledovania vývoja cestovného ruchu,
- hodnotenia efektívnosti realizovaných opatrení,
- identifikácie potrieb ďalšieho rozvoja destinácie.

Systém monitorovania má byť založený na pravidelnom zbere dát, vyhodnocovaní indikátorov a spolupráci Krajskej organizácie cestovného ruchu Trnavský kraj, Trnavského samosprávneho kraja, Štatistického úradu SR, oblastných organizácií cestovného ruchu, podnikateľského sektora a ďalších subjektov cestovného ruchu.

Monitorovanie by malo byť realizované priebežne počas celého obdobia implementácie koncepcie, pričom súčasťou procesu je:

- monitorovanie návštevnosti a výkonnosti destinácie,
- hodnotenie ekonomického prínosu cestovného ruchu,
- sledovanie udržateľnosti rozvoja cestovného ruchu,
- hodnotenie spokojnosti návštevníkov a miestnych obyvateľov

Výsledky monitorovania by mali slúžiť ako podklad pre strategické rozhodovanie, plánovanie aktivít KOCR Trnavský kraj a aktualizáciu rozvojových a marketingových opatrení destinácie.

Indikátory návštevnosti

Monitorovanie indikátorov návštevnosti predstavuje základný nástroj hodnotenia výkonnosti destinácie a vývoja cestovného ruchu v Trnavskom kraji. Sledovanie návštevnosti umožňuje identifikovať trendy dopytu, sezónnosť cestovného ruchu, vývoj cieľových trhov a efektívnosť marketingových a rozvojových aktivít realizovaných na úrovni kraja a jednotlivých subdestinácií.

Systém monitorovania návštevnosti by mal byť založený na pravidelnom zbere a vyhodnocovaní dát na krajskej aj lokálnej úrovni s dôrazom na porovnateľnosť údajov v čase a možnosť priebežného hodnotenia vývoja destinácie. Ide tak o inteligentný prístup k rozvoju cestovného ruchu.

Súčasťou monitorovania návštevnosti je aj hodnotenie podielu domácich a zahraničných návštevníkov, ktorý predstavuje významný faktor stability a odolnosti destinácie voči externým krízam a výkyvom trhu cestovného ruchu.

Odporúčané indikátory monitorovania návštevnosti

Oblasť monitorovania	Navrhované indikátory
Základné ukazovatele návštevnosti	počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach, počet prenocovaní, počet jednodňových návštevníkov
Štruktúra návštevníkov	podiel domácich a zahraničných návštevníkov, podiel cieľových segmentov návštevníkov

Zdrojové trhy	návštevnosť podľa krajín pôvodu, vývoj prioritných zahraničných trhov
Výkonnosť destinácie	priemerná dĺžka pobytu, sezónnosť návštevnosti, obsadenosť ubytovacích kapacít, opakované návštevy
Subdestinácie	návštevnosť jednotlivých regiónov a lokalít
Tematické rozvojové línie	návštevnosť hlavných bodov záujmu a podujatí
Digitálne dáta a marketing	návštevnosť webových stránok, online rezervácie, interakcie na sociálnych sieťach, digitálny dosah kampaní

Pri monitorovaní návštevnosti sa odporúča využívať:

- údaje Štatistického úradu SR,
- údaje KOCR a OOCR,
- návštevnícke prieskumy,
- dáta ubytovacích zariadení,
- dáta z online rezervačných systémov,
- mobilitné a geolokačné dáta,
- analýzu webových stránok a sociálnych médií,
- údaje o návštevnosti hlavných bodov záujmu.

Súčasťou hodnotenia návštevnosti by malo byť aj pravidelné porovnávanie vývoja Trnavského kraja s ostatnými krajmi Slovenska a konkurenčnými destináciami v stredoeurópskom priestore. Dôležité je zároveň sledovať vývoj návštevnosti v jednotlivých subdestináciách kraja s cieľom podporovať vyvážený regionálny rozvoj a znižovanie priestorovej koncentrácie návštevnosti. Z pohľadu strategického rozvoja destinácie je prioritou nielen rast návštevnosti, ale najmä:

- zvyšovanie kvality návštevníckeho zážitku,
- predlžovanie dĺžky pobytu,
- podpora celoročného cestovného ruchu,
- rozvoj opakovaných návštev,
- posilňovanie ekonomickej hodnoty návštevnosti pre región a miestne komunity.

Ekonomický prínos cestovného ruchu

Ekonomický prínos cestovného ruchu predstavuje jeden z najvýznamnejších ukazovateľov rozvoja destinácie a zároveň dôležitý nástroj hodnotenia efektívnosti realizovaných aktivít cestovného ruchu. Monitorovanie ekonomických dopadov umožňuje sledovať význam cestovného ruchu pre regionálnu ekonomiku, zamestnanosť, podnikateľské prostredie a kvalitu života obyvateľov. V podmienkach Trnavského kraja je ekonomický význam cestovného ruchu spojený predovšetkým s:

- kúpeľným a wellness cestovným ruchom,
- mestským, kultúrnym a MICE cestovným ruchom,
- ubytovacími, gastronomickými a voľnočasovými službami,
- rozvojom regionálnych produktov a lokálnych podnikov.

Systém monitorovania ekonomického prínosu cestovného ruchu by mal byť založený na kombinácii štatistických údajov, dát destinačného manažmentu a priebežného hodnotenia ekonomických trendov.

Odporúčané indikátory monitorovania ekonomického prínosu cestovného ruchu

Oblasť monitorovania	Navrhované indikátory
Ekonomický prínos cestovného ruchu	výnos dane za ubytovanie, tržby za ubytovanie, priemerné výdavky návštevníkov, odhad ekonomických dopadov CR
Regionálny rozvoj	počet subjektov cestovného ruchu, zamestnanosť v cestovnom ruchu, podpora lokálnych producentov a regionálnych produktov
Tematické rozvojové línie	návštevnosť atraktivít a podujatí cestovného ruchu
Marketing a prezentácia destinácie	online návštevnosť, dosah marketingových kampaní, interakcie na sociálnych sieťach, mediálne výstupy destinácie

Pri hodnotení ekonomického prínosu cestovného ruchu sa odporúča využívať najmä:

- údaje Štatistického úradu SR,
- údaje KOCR a OOCR,
- dáta ubytovacích zariadení,
- návštevnícke prieskumy,
- analytické dáta digitálnych platforiem,
- údaje o návštevnosti atraktivít a podujatí.

Súčasťou hodnotenia ekonomického prínosu má byť aj sledovanie:

- multiplikačných efektov cestovného ruchu,
- podpory lokálnych podnikov,
- ekonomických prínosov regionálnych produktov,
- vplyvu cestovného ruchu na zamestnanosť a podnikateľské prostredie.

Z pohľadu dlhodobého rozvoja destinácie je cieľom monitorovania ekonomického prínosu cestovného ruchu podporovať rast kvality a pridanej hodnoty cestovného ruchu, nie výlučne rast počtu

návštevníkov. Prioritou rozvoja Trnavského kraja je preto rozvoj udržateľného cestovného ruchu s pozitívnym ekonomickým dopadom na región a miestnych obyvateľov.

Udržateľnosť

Udržateľnosť predstavuje jeden zo základných princípov rozvoja cestovného ruchu v Trnavskom kraji a zároveň je významným predpokladom konkurencieschopnosti destinácie. Rozvoj cestovného ruchu by mal byť realizovaný spôsobom, ktorý rešpektuje prírodné a kultúrne hodnoty územia, podporuje kvalitu života miestnych komunít a vytvára rovnováhu medzi ekonomickými prínosmi cestovného ruchu a ochranou zdrojov rozvoja cestovného ruchu. V podmienkach Trnavského kraja je téma udržateľnosti významná najmä z pohľadu:

- ochrany prírodného dedičstva,
- ochrany kultúrneho a historického dedičstva regiónu,
- rozvoja kúpeľných a rekreačných lokalít,
- podpory lokálnych producentov, regionálnych produktov a miestnych obyvateľov,
- rozvoja udržateľnej mobility,
- zachovania autenticity jednotlivých subdestinácií.

Monitorovanie udržateľnosti cestovného ruchu by malo byť zamerané na sledovanie environmentálnych, sociálnych a ekonomických účinkov cestovného ruchu na územie kraja. Dôležitou súčasťou hodnotenia by malo byť aj sledovanie vplyvu cestovného ruchu na verejný priestor, dopravnú zaťaženosť a kvalitu života obyvateľov.

Odporúčané indikátory monitorovania udržateľnosti

Oblasť monitorovania	Navrhované indikátory
Environmentálna udržateľnosť	podiel ekologických foriem dopravy, rozvoj cyklistickej infraštruktúry, návštevnosť prírodne citlivých lokalít, environmentálne certifikácie zariadení
Kultúrna udržateľnosť	stav a využívanie kultúrnych pamiatok, podpora regionálnych tradícií, počet kultúrnych podujatí a aktivít
Sociálna udržateľnosť	spokojnosť miestnych obyvateľov s rozvojom cestovného ruchu, vplyv cestovného ruchu na kvalitu života
Ekonomická udržateľnosť	podpora lokálnych producentov, podiel regionálnych produktov v destinačnej ponuke, lokálne ekonomické prínosy cestovného ruchu
Mobilita a infraštruktúra	využívanie verejnej dopravy, rozvoj peších a cyklistických trás, dostupnosť turistických lokalít inak ako osobným autom
Riadenie návštevnosti	sezónnosť návštevnosti, koncentrácia návštevníkov v lokalitách, návštevnosť citlivých a exponovaných území

Pri monitorovaní udržateľnosti sa odporúča využívať:

- údaje KOCR a OOCR,
- údaje samospráv a organizácií ochrany prírody,
- návštevnícke a rezidentské prieskumy,

- mobilitné a geolokačné dáta,
- údaje o návštevnosti hlavných bodov záujmu,
- environmentálne a územné analytické podklady,
- údaje poskytovateľov služieb cestovného ruchu.

Dôležitou súčasťou monitorovania by malo byť aj pravidelné hodnotenie únosnosti návštevnosti vybraných lokalít a identifikácia potenciálnych negatívnych dopadov cestovného ruchu na územie. Výsledky monitorovania by mali slúžiť ako podklad pre nastavovanie opatrení v oblasti mobility, infraštruktúry, ochrany prírody, regulácie návštevnosti a rozvoja destinačnej ponuky. Princípy udržateľnosti budú zohľadňované pri rozvojových líniách, destinačnom marketingu aj plánovaní infraštruktúrnych aktivít.

Cieľom Trnavského kraja je rozvíjať cestovný ruch ako udržateľnú súčasť regionálneho rozvoja, ktorá podporuje ekonomickú prosperitu regiónu, zachovanie kultúrnych a prírodných hodnôt a zároveň prispieva ku kvalite života miestnych obyvateľov.

Spokojnosť návštevníkov a miestnych obyvateľov

V podmienkach moderného destinačného manažmentu je dôležité sledovať nielen spokojnosť návštevníkov s kvalitou služieb a zážitkov, ale aj postoje domácich obyvateľov k rozvoju cestovného ruchu. Spokojnosť návštevníkov a miestnych obyvateľov predstavuje významný indikátor kvality a udržateľnosti cestovného ruchu. Pravidelné monitorovanie umožňuje hodnotiť kvalitu návštevníckeho zážitku, vplyv cestovného ruchu na kvalitu života miestnych obyvateľov, identifikovať silné stránky destinácie a oblasti vyžadujúce zlepšenie. Podpora miestnych obyvateľov predstavuje významný predpoklad udržateľného rozvoja destinácie a zachovania autentického charakteru regiónu.

Monitorovanie spokojnosti by malo byť realizované pravidelne prostredníctvom návštevníckych a rezidentských prieskumov, online hodnotení, digitálnych analytických nástrojov a spätnej väzby od subjektov zainteresovaných na rozvoji cestovného ruchu.

Odporúčané indikátory monitorovania spokojnosti

Oblasť monitorovania	**Navrhované indikátory**
Spokojnosť návštevníkov	celková spokojnosť s návštevou destinácie, hodnotenie kvality služieb, hodnotenie atraktivít a podujatí, pomer pozitívnych online hodnotení a recenzií
Návštevnícky zážitok	autenticita zážitku, kvalita informácií, orientácia v území, dostupnosť služieb
Destinačná infraštruktúra	spokojnosť s dopravou, cyklotrasami, verejným priestorom, čistotou a dostupnosťou zariadení
Digitálny marketing	spokojnosť s webovou prezentáciou, online informáciami, digitálnymi službami a navigáciou
Opakovaná návštevnosť	ochota opätovne navštíviť destináciu, odporúčanie destinácie ďalším návštevníkom
Spokojnosť obyvateľov	postoje miestnych obyvateľov k cestovnému ruchu, vnímanie prínosov a negatívnych dopadov
Kvalita života	vplyv cestovného ruchu na verejný priestor, dopravu, služby, kultúrny život a životné prostredie

Pri monitorovaní spokojnosti sa odporúča využívať:

- pravidelné návštevnícke prieskumy,
- prieskumy medzi miestnymi obyvateľmi,
- online hodnotenia a recenzie,
- analytiku webových stránok a sociálnych médií,
- spätnú väzbu od poskytovateľov služieb cestovného ruchu,
- údaje turistických informačných centier.

Súčasťou monitorovania by malo byť aj sledovanie rozdielov medzi jednotlivými subdestináciami Trnavského kraja a jednotlivými rozvojovými líniami cestovného ruchu. Výsledky hodnotenia spokojnosti by mali slúžiť ako podklad pre zvyšovanie kvality služieb, rozvoj návštevníckej infraštruktúry, plánovanie marketingových aktivít a nastavovanie priorít destinačného manažmentu.

Cieľom Trnavského kraja je rozvíjať cestovný ruch ako kvalitnú a pozitívne vnímanú súčasť života regiónu, ktorá prináša kvalitný návštevnícky zážitok, podporuje miestnych obyvateľov a prispieva k atraktívnosti a identite destinácie.

5. Implementácia koncepcie

Implementácia Koncepcie rozvoja cestovného ruchu Trnavského kraja na roky 2026 – 2030 je založená na princípoch koordinovaného destinačného manažmentu, partnerstva a spolupráce. Úspešná realizácia koncepcie predpokladá aktívne prepájanie činností:

- Krajskej organizácie cestovného ruchu Trnavský kraj,
- Trnavského samosprávneho kraja,
- Krajskej inovačnej a rozvojovej agentúry,
- oblastných organizácií cestovného ruchu v kraji,
- miest a obcí,
- podnikateľských subjektov,
- kultúrnych inštitúcií,
- regionálnych producentov,
- ďalších subjektov zainteresovaných na rozvoji cestovného ruchu.

Súčasťou implementácie je prepájanie aktivít jednotlivých subdestinácií a podpora spoločnej identity destinácie Trnavský kraj. Implementácia koncepcie bude realizovaná priebežne počas celého obdobia 2026 – 2030 a bude reflektovať aktuálny vývoj cestovného ruchu, potreby trhu a možnosti financovania rozvojových aktivít. Súčasťou implementácie bude aj pravidelné monitorovanie a hodnotenie plnenia strategických cieľov, opatrení a indikátorov definovaných v koncepcii.

Koncepcia je otvoreným dokumentom, ktorý umožňuje priebežnú aktualizáciu cieľov a opatrení podľa vývoja destinácie, vývoja dopytu, externých podmienok a strategických potrieb Trnavského kraja.

Postup implementácie koncepcie

Implementácia koncepcie je založená na koordinovanom a systematickom postupe realizovanom KOCR Trnavský kraj v spolupráci s členskými subjektmi a ďalšími relevantnými subjektmi cestovného ruchu v území.

1. Koordinácia partnerov a destinačného manažmentu

KOCR Trnavský kraj bude zabezpečovať pravidelnú koordináciu kraja a oblastných organizácií cestovného ruchu, samospráv, kultúrnych inštitúcií, podnikateľských subjektov a ďalších partnerov s cieľom zosúlaďovať rozvojové a marketingové aktivity destinácie v cestovnom ruchu.

2. Podpora projektových aktivít a financovania

KOCR Trnavský kraj bude podporovať prípravu spoločných projektových zámerov, vyhľadávanie možností externého financovania a prepájanie rozvojových aktivít s národnými a európskymi programami podpory cestovného ruchu, kultúry, mobility a regionálneho rozvoja.

3. Tvorba a implementácia plánov aktivít

Strategické ciele a opatrenia koncepcie budú premietané do plánov aktivít KOCR Trnavský kraj a partnerských organizácií. Súčasťou plánovania bude určovanie priorít, časového harmonogramu, zodpovedností a možností financovania jednotlivých aktivít.

4. Koordinovanie tematických rozvojových línií

KOCR Trnavský kraj bude v spolupráci s partnermi koordinovať prepájanie subdestinácií, rozvoj nosných rozvojových línií cestovného ruchu a tvorbu produktov založených na kultúrnom dedičstve, kúpeľníctve, prírodnom potenciáli, regionálnych tradíciách a autentických zážitkoch.

5. Tvorba a implementácia akčných plánov oblastných organizácií cestovného ruchu

S cieľom zabezpečiť efektívne napĺňanie Koncepcie rozvoja cestovného ruchu Trnavského kraja na úrovni jednotlivých subdestinácií bude KOCR Trnavský kraj koordinovať a metodicky podporovať prípravu akčných plánov oblastných organizácií cestovného ruchu. Akčné plány budú vychádzať zo strategických cieľov, opatrení a rozvojových línií definovaných v koncepcii a zároveň budú reflektovať špecifiká jednotlivých subdestinácií.

Úlohou akčných plánov bude identifikovať konkrétne rozvojové aktivity, produkty cestovného ruchu, marketingové opatrenia, partnerstvá a možnosti financovania na úrovni jednotlivých oblastných organizácií cestovného ruchu.

Tvorba akčných plánov predstavuje dôležitý nástroj pre prepojenie strategickej úrovne riadenia destinácie Trnavský kraj s praktickou implementáciou rozvojových aktivít v území a vytvára predpoklady pre koordinovaný rozvoj jednotlivých subdestinácií aj destinácie Trnavský kraj ako celku.

6. Koordinácia marketingových a komunikačných aktivít

Implementácia koncepcie bude zahŕňať koordinovaný destinačný marketing, rozvoj spoločnej identity destinácie Trnavský kraj a prepájanie marketingových aktivít jednotlivých subdestinácií.

7. Monitoring a priebežné hodnotenie koncepcie

Súčasťou implementácie bude pravidelné monitorovanie plnenia strategických cieľov, opatrení a indikátorov definovaných v koncepcii. Výsledky monitorovania budú slúžiť ako podklad pre aktualizáciu cieľov a opatrení, nastavovanie ďalších aktivít vzhľadom na vývoj trhu cestovného ruchu a potreby destinácie. Za koordináciu monitorovania a priebežné vyhodnocovanie plnenia koncepcie zodpovedá KOCR Trnavský kraj v spolupráci s partnermi cestovného ruchu v území.

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu Trnavského kraja na roky 2026 – 2030 predstavuje základný strategický rámec rozvoja cestovného ruchu v kraji aj po skončení platnosti Stratégie rozvoja cestovného ruchu na území TTSK na roky 2023 – 2027. V období rokov 2028 – 2030 bude plniť funkciu hlavného koncepčného dokumentu pre koordináciu rozvojových, produktových a marketingových aktivít v cestovnom ruchu na úrovni kraja.

Záver

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu Trnavského kraja na roky 2026 – 2030 predstavuje strešný strategický dokument vytvorený s cieľom koordinovať ďalší rozvoj cestovného ruchu v území Trnavského kraja v období významných zmien na národnej aj európskej úrovni. Potreba spracovania koncepcie vychádza zo súčasného vývoja cestovného ruchu, rastúceho dôrazu na udržateľnosť, kvalitu života a regionálnu identitu, ako aj z pripravovaných strategických dokumentov Slovenskej republiky a Európskej únie v cestovnom ruchu.

V nasledujúcom období sa očakáva prijatie novej Stratégie rozvoja udržateľného cestovného ruchu Slovenskej republiky do roku 2035, ktorá bude určovať smerovanie rozvoja cestovného ruchu na národnej úrovni. Súčasne Európska únia pripravuje nový strategický rámec rozvoja cestovného ruchu nadväzujúci na iniciatívy European Agenda for Tourism 2030 a Transition Pathway for Tourism, pričom Európska komisia avizuje prijatie novej európskej stratégie udržateľného cestovného ruchu v roku 2026. Tieto dokumenty kladú dôraz najmä na udržateľnosť, odolnosť destinácií, digitalizáciu, inteligentný destinačný manažment, podporu miestnych obyvateľov a zvyšovanie konkurencieschopnosti európskych regiónov cestovného ruchu.

Trnavský kraj zároveň disponuje viacerými strategickými a rozvojovými dokumentmi spracovanými na krajskej, regionálnej a lokálnej úrovni. Potreba vytvorenia tejto koncepcie preto nespočíva vo vytváraní úplne nového strategického rámca, ale v potrebe prepájania existujúcich dokumentov, zosúladenia rozvojových priorít a vytvorenia jednotného strategického a implementačného rámca pre činnosť KOCR Trnavský kraj a jej partnerov. Koncepcia vytvára priestor pre efektívnejšiu koordináciu aktivít, rozvoj partnerstiev, systematické riadenie rozvojových línií a prepojenie marketingových, rozvojových a investičných aktivít v cestovnom ruchu.

Významnou súčasťou koncepcie je definovanie strategických rozvojových línií, ktoré predstavujú hlavný nástroj implementácie rozvoja cestovného ruchu v Trnavskom kraji. Rozvoj kultúrno-poznávacieho, kúpeľného, prírodného, vinárskeho, vidieckeho, športového či MICE cestovného ruchu vytvára predpoklady pre budovanie tematicky rozmanitej a konkurencieschopnej destinácie schopnej osloviť rôzne cieľové skupiny návštevníkov na domácom aj medzinárodnom trhu cestovného ruchu.

Koncepcia zároveň zdôrazňuje význam regionálnych subdestinácií, ktorých rozmanitosť predstavuje jednu z najvýznamnejších konkurenčných výhod Trnavského kraja. Prepájanie kultúrnych, prírodných, kúpeľných, vodných a vidieckych produktov cestovného ruchu vytvára potenciál pre rozvoj autentických zážitkov, podporu lokálnych komunít a posilňovanie regionálnej identity kraja.

Úspešná implementácia koncepcie závisí najmä od dlhodobej spolupráce partnerov cestovného ruchu, koordinovaného destinačného manažmentu, stabilného financovania rozvojových aktivít a schopnosti reagovať na meniace sa potreby návštevníkov a aktuálne trendy cestovného ruchu.

Koncepcia stanovuje smerovanie pre dlhodobé budovanie Trnavského kraja ako modernej, autentickej a udržateľnej destinácie cestovného ruchu, ktorá prepája kultúrne dedičstvo, kúpeľníctvo, prírodný potenciál a regionálnu rozmanitosť s princípmi kvalitného života, spolupráce a inteligentného destinačného manažmentu.