

# Výročná správa 2016



## OBSAH

PRÍHOVOR PREDSEDNÍČKY PREDSTAVENSTVA .....	3
ÚDAJE O ORGANIZÁCIÍ .....	5
POSLANIE A STREDNODOBÝ VÝHLAD ORGANIZÁCIE .....	6
ŠTÁTNA DOTÁCIA A AKTIVITY Z VLASTNÝCH ZDROJOV V ROKU 2016.....	7
VYHODNOTENIE AKTIVÍT.....	8
ÚDAJE O NÁVŠTEVNOSTI REGIÓNU A TURISTICKOM ODVETVÍ .....	12
ROZPOČET A HOSPODÁRENIE ORGANIZÁCIE.....	15



## PRÍHOVOR PREDSEDNÍČKY PREDSTAVENSTVA

Vážení priatelia!

Máme príležitosť zhodnotiť štvrtý rok činnosti oblastnej organizácie cestovného ruchu Región Banská Štiavnica. Možno skonštatovať, že organizácia sa medzi organizačnými štruktúrami regiónu plne etablovala ako najdôležitejší aktér v oblasti turizmu. Za štyri roky sa postupne podarilo vybudovať základy pre jej činnosť – personálne kapacity a stabilný rozpočet, rastúcu členskú základňu, aj základné nástroje jej činnosti v oblasti strategického plánovania, informácií pre návštevníkov, marketingu aj budovania infraštruktúry CR a tvorby podujatí. Systematická práca RBŠ sa za pár rokov prejavila na imidži mesta (Banská Štiavnica spolu s Bojnícami sú najobľúbenejšími mestskými turistickými destináciami na Slovensku - prieskum TNS 2015), a vďaka podujatiam, ich modernému marketingu a vzniku nových ubytovacích zariadení a služieb vyššej kategórie aj na návštevnosti. Aj keď nie je možné získať presné čísla o návštevnosti mesta a regiónu, za posledných 5 rokov počet návštevníkov každoročne rástol. RBŠ odhaduje, že medziročný nárast počtu ubytovaných návštevníkov mesta sa pohybuje medzi 10 – 15%. To je na Slovensku pravdepodobne bezkonkurenčné číslo. Aj cieľová skupina sa zmenila z nízkorozpočtového návštevníka s batohom na príslušníka strednej triedy, obyvateľa väčšieho mesta, prichádzajú k nám teda stále solventnejší návštevníci. Zmena cieľovej skupiny je pre budúcnosť turizmu v Štiavnicí veľmi významná. Nová cieľová skupina je rádovo väčšia ako tá predchádzajúca a je schopná dokonale nasýtiť ponuku regiónu. Môžeme oprávnenne predpokladať, že návštevníci sa z naplnenej hlavnej sezóny budú postupne presúvať do víkendov mimo letných prázdnin, ubytovateľom a reštauráciám sa bude ľahšie dýchať, porastie zamestnanosť. Budúcnosť turizmu sa ukazuje v sľubných farbách.

Zmena však prinesie aj menej populárne dôsledky: preplnené mesto a tajchy, viac aut a problémy s dopravou a parkovaním, vyššie ceny v centre, väčšie nároky na počet podujatí (V Štiavnicí sa vždy niečo deje), stratu autenticity, vyššie nároky na údržbu a ďalšie. Nedá sa očakávať, že tieto dôsledky vyrieši RBŠ, alebo mesto samo. Treba spojiť sily a vziať na vedomie, že negatívne dôsledky sa budú dotýkať obyvateľov rovnako ako aj návštevníkov. Imidž sa buduje ťažko a zdĺhavo, stráca sa však nepomerne rýchlejšie a ešte ťažšie je ho znovunadobudnúť.

Vráťme sa však k RBŠ. Činnosť organizácie je veľmi rôznorodá, od zberu a distribúcie informácií, administrácie a aktualizácie internetového portálu, vydavateľskej činnosti (bedeker, tlačoviny) a distribúcie, budovania informačných tabúl, údržbe infraštruktúry a prostredia (okolie Počúvadlianskeho jazera, schody na Sitno, údržba trás pred sezónou) až po tvorbu podujatí, marketing a propagáciu. Každý nový produkt a činnosť si po zavedení žiadajú ďalšie kapacity na jeho udržanie. To všetko v prostredí náročnej administratívy (vedenie projektu dotácie a iných projektov, granty, zaobstarávanie potrebných povolení, podklady pre účtovníctvo, verejné obstarávania, personalistiku a služobné cesty, korešpondencia a verejné obstarávanie) zabezpečujú dvaja zamestnanci. OOCR v súčasnej podobe je na hranici svojich personálnych aj finančných limitov. Najväčšou slabinou je zaostávajúca komunikácia s členmi, obcami aj podnikateľmi, ktorá sa prejavuje nedostatočnou informovanosťou členov o činnosti OOCR aj slabšou informovanosťou OOCR o potrebách členov, hlavne obcí. OOCR tak nemôže dobre plniť funkcie destinačného manažmentu, ktorý je definitívnym cieľom organizácie. Pre ďalší chod Regiónu Banská Štiavnica je nevyhnutné zlepšiť spoluprácu členských subjektov, ale aj nečlenov naviazaných na cestovný ruch. Zdá sa, akoby niektorí očakávali, že organizácia samotná dokáže posunúť turizmus v regióne vpred. Skúsenosti zo zahraničia hovoria, že rozvoj destinácie je taký intenzívny a rýchly, ako je schopnosť jednotlivých hráčov „ťaháť za jeden povraz v prospech celku“. Dobrým príkladom takejto spolupráce je Vílna špacírka, kde subjekty vložili svoje sily, znalosti a prostriedky.

Pritom sa neustále otvárajú nové príležitosti, ktoré by bola chyba nevyužiť. Spomeňme napríklad grant BBSK, ktorý umožňuje tak potrebné budovanie a údržbu infraštruktúry CR, na druhej strane vyžaduje každoročne spolufinancovanie vo výške 50% (rádovo medzi 5 – 10 tis. €), alebo projekt regionálnej zľavovej

karty, ktorá patrí k základnej výbave rozvinutej destinácie, vyžaduje však spolufinancovanie cca 7 tis. € ročne. Otvorená je otázka správy turistických a náučných chodníkov, bežkárskych a cyklotrás, rovnako masívne využívanie tajchov na rekreáciu, avšak bez potrebnej infraštruktúry a služieb.

Možno konštatovať, že RBŠ dosiahla v svojej existencii určitý míľnik a na to, aby dobre plnila svoje úlohy a napredovala, musí prejsť zmenami. Úloh v oblasti turizmu, ktoré pred nami stoja je veľa. Prioritou je vyriešiť otázku parkovania a dopravy v meste. Z ďalších potrebných rozvojových aktivít treba spomenúť vybudovanie pešej zóny na časti nám. sv. Trojice, rekonštrukcia interiérov Kultúrneho centra, vybudovanie nástupného miesta a strediska pre rekreáciu v prírode, ale aj vybudovanie nových produktov pre náročnejších návštevníkov, incentívny (firemné akcie) a konferenčný CR a tvorba nových podujatí.

Región Banská Štiavnica samotný so svojimi kapacitami nezmení tvár turizmu v regióne. Vytvára však priestor pre spoluprácu medzi subjektmi cestovného ruchu a samosprávami. V tomto priestore by mala do dvoch rokov vzniknúť vízia, ako má turizmus v meste vyzerieť o desať – pätnásť rokov, a čo pre to treba urobiť. Región Banská Štiavnica je fungujúcou a potrebnou organizáciou. Je na nás všetkých, akou organizáciou sa stane.

Na záver sa patrí poďakovať sa všetkým členom i spolupracujúcim subjektom za podporu.

Mgr. Nadežda Babiaková

predseda predstavenstva

## ÚDAJE O ORGANIZÁCIÍ

Oblasťná organizácia cestovného ruchu Región Banská Štiavnica (ďalej aj organizácia, RBŠ) bola založená ustanovujúcim valným zhromaždením dňa 4. decembra 2011 na základe zákona č. 91/2010 Z. z. v zmysle neskorších dodatkov. Dňa 15. decembra 2011 bola zaregistrovaná na Ministerstve dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR.

Identifikačné údaje organizácie:

Názov:	Región Banská Štiavnica
Typ:	Oblasťná organizácia cestovného ruchu
Adresa:	Kammerhofská 1, 969 01 Banská Štiavnica
IČO:	42197813
DIČ:	2023409916
Právna forma:	119 nezisková organizácia
Výpis z registra:	<a href="http://www.statistics.sk/pls/wregis/detail?wxidorg=1197624">http://www.statistics.sk/pls/wregis/detail?wxidorg=1197624</a>
www:	banskastiavnica.travel
Mail:	region@banskastiavnica.travel
Číslo prevádzkového účtu:	SK17 5600 0000 0014 4765 3002
Číslo dotačného účtu:	SK17 5600 0000 0014 4765 3003
Banka:	Prima banka Slovensko, a.s. Hodžova 11, 010 11 Žilina

Hlavnými orgánmi Región Banská Štiavnica sú valné zhromaždenie, predstavenstvo, dozorná rada a výkonný riaditeľ.

Predseda predstavenstva:	Mgr. Nadežda Babiaková
Podpredseda predstavenstva:	Ing. Adrian Švec
Členovia predstavenstva:	Ing. Darina Kaníková Vladimír Bevelaqua RNDr. Ľubica Kuková Ing. Michaela Makovínyová
Dozorná rada:	MVDr. Branislav Babirád Ľudmila Blašková
Výkonný riaditeľ:	Igor Kuhn

V roku 2016 mala organizácia 50 členov, z toho 13 obcí, 35 podnikateľských a 2 nepodnikateľské subjekty. Po celý rok mala dvoch zamestnancov na plný pracovný úväzok: výkonného riaditeľa Igora Kuhna, a na pozícii vedúcej kancelárie Miroslavu Ciglanovú. Organizácia vedie účtovnú evidenciu v súlade so zákonom č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v zmysle neskorších predpisov (podvojný účtovníctvo) a je povinná postupovať v súlade s ustanoveniami zákona č. 25/2006 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov; zákona č. 502/2001 Z. z. o finančnej kontrole a vnútornom audite a zákona č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov v zmysle neskorších predpisov. V zmysle zákona č. 91/2010 a neskorších predpisov Región Banská Štiavnica požiadal o pridelenie štátnej dotácie na rok 2016. Zoznam členov, stanovy, zmluvy a pod. sú uverejnené na <http://www.banskastiavnica.travel>

## POSLANIE A STREDNODOBÝ VÝHLAD ORGANIZÁCIE

Poslaním OOCR Región Banská Štiavnica je riadiť rozvoj cestovného ruchu v dotknutom území a pri plnom zachovaní hmotného, nehmotného a prírodného dedičstva rozvíjať, propagovať a marketovať región ako medzinárodne známu destináciu a maximalizovať prínos turizmu pre región Banskej Štiavnice, jeho obyvateľov a miestnu ekonomiku prostredníctvom zvýšenia počtu turistov, predĺženia ich pobytu v regióne, zlepšenia spokojnosti turistov a zvýšenia ich výdavkov. OOCR vytvára platformu pre spoluprácu všetkých dotknutých subjektov, ktorá je pre ďalší rozvoj turizmu nevyhnutná. Prínos organizácie je v postupnom zlepšovaní riadenia rozvoja cestovného ruchu na profesionálnej, trhovej a nezávislej báze.

Organizácia v roku 2013 získala strategický materiál, ktorý schválila na valnom zhromaždení dňa 27.11.2013. Stratégia je zverejnená na <http://www.stiavnica.travel/index.php/na-stiahnutie/strategia>

Stratégia sleduje cieľ etablovať Región Banská Štiavnica ako fungujúcu a jedinečnú destináciu v horizonte 10 rokov. Ciele stratégie sú rozšíriť sezónnosť, lepšie vyťažiť zariadenia aj na vidieku, pritažnúť aj vyššie socioekonomické kategórie návštevníkov. Zvýšenie počtu návštevníkov a imidžu regiónu prinesie postupne možnosť zvýšiť ceny a tržby. Stratégia predpokladá kontinuálny a dlhodobý rast primeraný ekonomickej situácii. Tieto úlohy sú z veľkej miery naplnené.

Stratégia určuje čiastkové ciele, definuje aktivity, ktoré vedú k dosiahnutiu týchto cieľov a navrhuje nositeľov aktivít. Medzi hlavných patria mesto Banská Štiavnica a Región Banská Štiavnica. V prípade RBŠ je zrejmé, že pre zabezpečenie navrhovaných aktivít je nutné posilniť ľudské aj finančné zdroje organizácie. V budúcom období bude organizácia hľadať cesty, ako to docieľiť.

Oblasti hlavnej činnosti sú popísané v ďalších kapitolách.

## ŠTÁTNA DOTÁCIA A AKTIVITY Z VLASTNÝCH ZDROJOV V ROKU 2016

Oblasťná organizácia Regi3n Bansk3 Štiavnica v zmysle zákona č. 91/2010 v roku 2015 napísala projekt a požiadala o poskytnutie štátnej dotácie na podporu činnosti organizácie. Dotácia 38 741  nám bola v súlade so zákonom pridelen3 v rovnakej výške, ako je súhrnn3 hodnota vybraných členských príspevkov oblasťnej organizácie v roku 2015. Dotácia bola podla zmluvy určená na aktivity v rámci bežných výdavkov. Neboli realizované žiadne kapit3lov3 v3davky.

Vyúčtovanie dotácie poskytnutej na z3klade Zmluvy o poskytnutí dotácie z rozpočtovej kapitoly MDVRR SR zo dňa 14.7.2016 bolo vykonané v súlade so zákonom č. 91/2010 Z. z v znení zákona č. 556/2010 Z.z..

Aktivity	Vlastné a in3 zdroje	Dotácia
Marketingov3 aktivity (Účasť na veľtrhoch a v3stav3ch, prezent3cia a pozn3vacie cesty novin3rov, v3roba propagačných materi3lov)		20 202,17 
Tvorba a podpora produktov (Kult3rny a pozn3vací CR, Vidiecky CR a agroturistika, Letný horský CR)		18 808,22 
Budovanie infraštrukt3ry CR (Pešie turistick3 trasy a informačné tabule, údržba oddychovej z3ny na N3m. sv.Trojice)	18 879,36 	
Tvorba a podpora produktov – divadelný festival VLNOPLOCHA	10 000 	
Spolu aktivity	28 879,36 č	38 741 
Spolu (vlastné zdroje + dotácie) v :	67 620,36 č	

## VYHODNOTENIE AKTIVÍT

### HLAVNÉ CIELE PROJEKTU

Hlavnými cieľmi projektu v súlade so schválenou stratégiou bolo udržať návštevnosť na úrovni predchádzajúceho roku, zlepšiť informovanosť o ponuke, udržiavať existujúcu infraštruktúru CR v oblasti rekreácie v prírode a podporiť produkty kultúrneho a poznávacieho CR (Strieborné mesto), vidieckeho CR a infraštruktúru CR. Hlavným cieľom je podporiť návštevnosť zo Slovenska a Čiech. Sekundárnym cieľom je zlepšiť výber dane za ubytovanie a štatistické vykazovanie.

#### A) MARKETING A PROPAGÁCIA

##### a) Účasť na veľtrhoch a výstavách

Cieľom účasti na výstavách je prezentovať ponuku na hlavných cieľových trhoch. Po preverení efektivity prostriedkov vynaložených v predchádzajúcich rokoch za účasť na výstavách sme zredukovali účasť na ITF SlovakiaTour.

##### b) Prezentácia a poznávacie cesty novinárov

Infocesty blogerov sú efektívnou a nízko nákladovou formou propagácie, podporili sme študijnú cestu španielskych novinárov, poľskej TV a nemeckej WDR, ktoré obe venovali 30' reláciu Banskej Štiavnici.

##### c) Informácie a inzercia v médiách

Hlavným informačným nástrojom sú tlačoviny (na mieste) a stránka RBŠ. Postupne sme zredukovali tlačoviny na mapu mesta (v 4 jazykových mutáciách), letáky obcí a niekoľko ďalších letákov. Potreba tlačovín sa ustálila cca na 40 tis. ks ročne. V roku 2016 sme vydali Leták OZ Eisenbach Vyhne a letáky Mapa mesta v 4 jazykových mutáciách. RBŠ vydával v roku 2016 kalendár podujatí pre každý mesiac. Mesačný kalendár v spolupráci so Združením turizmu distribuoval do všetkých členských obcí, jednotlivým členom, na výlepové miesta a prostredníctvom internetu. Účelom kalendára bolo v predstihu informovať o kultúrnej ponuke regiónu. S tým istým účelom vydával aj podrobnejší týždenný kalendár (každý štvrtok). Propagačné materiály boli použité v TIC, na veľtrhoch a boli distribuované medzi členov.

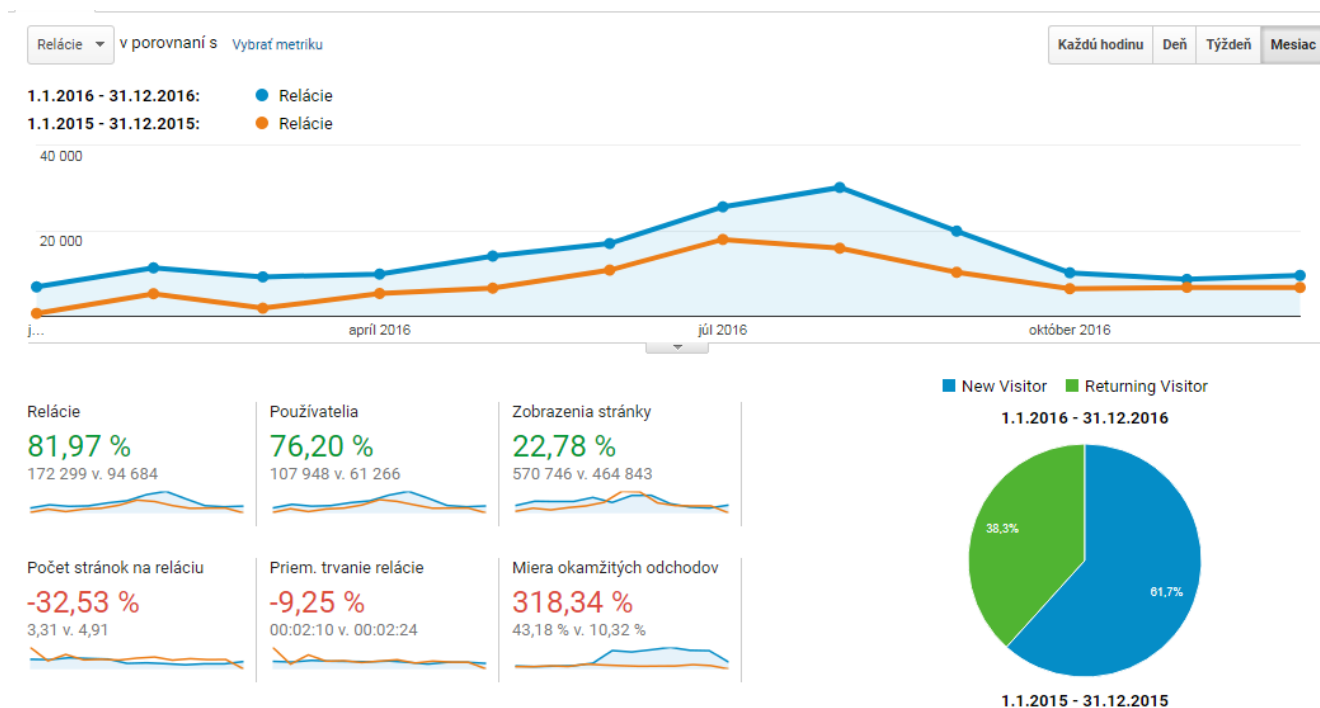
Z vlastných zdrojov sme vydali bedeker pre región Banská Štiavnica a v roku 2016 sme predali 1292 ks v celkovej hodnote 7 642 Eur. Z výťažku sme spolufinancovali grant na infraštruktúru CR.

##### d) WEB

RBŠ vlastní a spravuje tri stránky: stianicavino.sk pre potreby Vítnej špacírky, vlonoplocha.sk pre divadelný festival a banskastiavnica.travel. Úpravy funkcií stránok, udate a zálohovanie stránok zabezpečuje externý administrátor, obsah zabezpečuje RBŠ in house. Kvôli prehľadnosti tu podávame prehľad iba o banskastiavnica.travel, ktorá je hlavným zdrojom informácií návštevníka a hlavný marketingový nástroj RBŠ. Stránka existuje v 4 jazykových mutáciách, do cudzích jazykov sú preložené iba statické informácie, ktoré existovali k termínu odovzdania projektu. Prehľad ubytovacích zariadení a kalendár podujatí nie je v možnostiach RBŠ prekladať do cudzích jazykov, plánujeme ich preložiť prekladačom Google v roku 2017, po doriešení prípravných prác (update modulov, prerobenie systému zverejňovania UZ a kalendára podujatí atď).

V roku 2016 banskastiavnica.travel navštívilo 107 948 užívateľov (+76%), ktorí v 172 299 reláciách (+82%) zobrazili 570 746 stránok (+23%).





#### d) Činnosti e-marketingu

Hlavným marketingovým nástrojom pre kampane sú sociálne siete, majú dobré výsledky a poskytujú možnosť analýzy. RBŠ objednáva realizáciu e marketingových kampaní u externého dodávateľa, médiá platí priamo. V roku 2016 sme zorganizovali 24 kampaní na facebooku orientovaných na podporu návštevnosti podujatí v meste a regióne prevažne mimo hlavnej sezóny. Kampane zasiahli 342 038 ľudí, ktorí spravili 2,35 milióna zobrazení a generovali 36 660 klikov na cieľové stránky, z toho 13 224 jedinečných. To pozitívne ovplyvnilo návštevnosť stránky a podujatí, viaceré z nich zaznamenali svoj vrchol.

### B) TVORBA A PODPORA PRODUKTOV CR

#### a) Kultúrny a poznávací CR

Podujatia v meste sú v letnej sezóne hlavným motivačným faktorom návštevy. V meste existuje veľké množstvo podujatí regionálneho, celoslovenského aj medzinárodného významu. Organizácia spolupracovala na realizácii nosných podujatí (Štiavnický živý šach, Umenie na Trojici), na podujatiach rozširujúcich sezónu (Zimomravenie, Budenie sitnianskych rytierov), spoluorganizovala vystúpenie Carmen Cigánskych diablov a celoslovenského Zimného zrazu turistov, sami sme už tradične zorganizovali podujatia Vínná špacírka a Sitnianska paškrta s cieľom rozšíriť sezónu a získať novú klientelu z oblasti zážitkovej gastronómie a jarný divadelný festival Vlnoplocha.

#### b) Vidiecky CR a agroturistika

Jedným z cieľov stratégie rozvoja CR je podpora turizmu vo vidieckych oblastiach. Preto RBŠ na základe výberu predstavenstva spolupracovala na realizácii takých kultúrnych podujatí, ktoré podporili návštevnosť regiónu (Budenie sitnianskych rytierov, Beliansky krokodíl a Podsitnianske dni hojnosti) a zorganizovala podujatie Sitnianska paškrta. Spoluorganizovali sme tiež otvorenie letnej turistickej sezóny v obciach Banský Studenec, Svätý Anton a Vyhne. Najvýznamnejším podujatím vidieckeho CR sa stalo Zimné stretnutie Klubu slovenských turistov, ktoré sme spoluorganizovali a do regiónu prilákali na štyri dni viac ako 1500 návštevníkov.

## BUDOVANIE INFRAŠTRUKTÚRY CR

### a) Schody na Sitno

V roku 2016 sme zrealizovali projekt Schody na Sitno s podporou grantového programu BBSK. Projekt zahŕňal opravu nebezpečne poškodeného schodiska, vytvorenie nového náučného chodníka Sitno, odvodnenie studničky a postavenie zásteny na prenosné WC na vrchole Sitna. Spolufinancovanie projektu vo výške 7 994 Eur (celková cena projektu 17 994) sme zabezpečili z prostriedkov za predaj bedekra.

V súlade s projektom sme na letnú sezónu 2016 pripravili zelenú oddychovú zónu na Nám. Sv. Trojice v Banskej Štiavnici, ktorú sme zrealizovali v roku 2012.

## ZÁVER

Región Banská Štiavnica vykonal všetky aktivity a dosiahol ciele, ktoré si vytýčil v projekte.

## ČINNOSŤ ORGANIZÁCIE

Činnosti, ktoré organizácia zabezpečuje, možno rozdeliť na aktivity administratívneho charakteru a aktivity naplňajúce hlavnú činnosť organizácie. Vzhľadom k rozpočtu organizácie iba nevyhnutné minimum odborných prác je zabezpečované v subdodávke a všetky potrebné administratívne práce zabezpečujú zamestnanci organizácie. Administratívne práce súvisia s chodom organizácie, (vedením účtovníctva, vedením štatistík, komunikácie s členmi, MDVRR, SACR, partnermi a inými inštitúciami, tvorbou plánu práce, rozpočtov, atď.), a s realizáciou ročného plánu aktivít (písanie projektov, získavanie povolení atď.). V oblasti plánovania organizácia vytvorila dokumenty Plán aktivít a rozpočet pre rok 2016 a výročnú správu. Dokumenty schválili, resp. vzali na vedomie členovia na valných zhromaždeniach.

Čo sa týka hlavných aktivít, Región Banská Štiavnica vykonal všetky aktivity a dosiahol ciele, ktoré si vytýčil v projekte. Aj keď štátna dotácia prišla až v polovici účtovného roku, podarilo sa v skrátenom termíne uskutočniť všetky plánované aktivity. V priebehu roka RBŠ na základe spresnenia aktivít požiadal o presun finančných prostriedkov medzi jednotlivými aktivitami v rámci kapitoly bežných výdavkov. Po povolení presunu sa podarilo vyčerpať štátnu dotáciu v plnej výške v termíne stanovenom zákonom. Vyúčtovanie dotácie RBŠ predložila MDVRR v termíne do 15.4.2016.

Z aktivít mimo projektu štátnej dotácie sa Región Banská Štiavnica v roku 2016 sústredil na organizáciu podujatí Štiavnická vína špacírka a divadelného festivalu VLNOPLOCHA a na predaj bedekra s cieľom postupným predajom zabezpečiť prostriedky na spolufinancovanie projektov.

## ÚDAJE O N3VŠTEVNOSTI REGI3NU A TURISTICKOM ODVETVÍ

Projekt vzhľadom k dobrým výsledkom návštevnosti v roku 2015 nerátal s veľkým rastom počtu návštevníkov a prenocovaní. Celkovým cieľom bolo udržať a stabilizovať dosiahnuté čísla.

### MERATEĽNÉ UKAZOVATELE

**Údaje ŠÚ SR** hovoria o poklese počtu ubytovacích zariadení v Banskej Štiavnici z 32 na 22 (pokles z 1058 na 677 postelí). To však nezodpovedá realite, RBŠ na základe prieskumu na internete eviduje v meste cca 100 ubytovacích zariadení. Aj keď niektoré sú malé a nevzťahuje sa na nich povinnosť reportovať ŠÚ SR, medzi dátami ŠÚ SR a skutočnosťou existuje veľký rozdiel. Aj napriek deklarovanému zníženiu počtu zariadení, počet návštevníkov v evidovaných zariadeniach podľa ŠÚ SR vzrástol o 13%, počet prenocovaní o 10%, tržby vzrástli o 3%. RBŠ v spolupráci s ŠÚ SR podniká kroky k zlepšeniu vykazovania v regióne, pre potreby analýzy sú však údaje ŠÚ SR použiteľné iba orientačne.

Výkony ubytovacích zariadení podľa ŠÚ SR	členské obce RBŠ spolu			BŠ		
	2015	2016	%	2015	2016	%
Ubytovacie zariadenia spolu	60	51	85	32	22	69
Počet izieb spolu	75			382		
Beds in total (aj s prístelkami)	2 137	1 797	84	1 058	677	64
Návštevníci spolu	49 932	76 006	152	19 790	22 345	113
Počet prenocovaní	97 425	152 450	156	36 973	40 521	110
Tržby za ubytovanie v €	2 816 043	5 275 349	187	914 923	939 555	103

	Svätý Anton			Vyhne		
	2015	2016	%	2015	2016	%
Ubytovacie zariadenia spolu	4	3	75	13	13	100
Počet izieb spolu	30			202		
Beds in total (aj s prístelkami)	95	73	77	555	600	108
Návštevníci spolu	1 773	3 223	182	18 480	36 607	198
Počet prenocovaní	1 773	3 352	189	34 802	74 352	214
Tržby za ubytovanie v €	35 460	63 364	179	1 192 137	3 322 253	279

	Štiavnické Bane			Hodruša-Hámre		
	2015	2016	%	2015	2016	%
Ubytovacie zariadenia spolu	6	6	100	5	4	80
Počet izieb spolu	75			75		
Beds in total (aj s prístelkami)	170	207	122	220	209	95
Návštevníci spolu	2 213	2 968	134	7 484	10 602	142
Počet prenocovaní	9 315	12 583	135	13 759	20 813	151
Tržby za ubytovanie v €	103 300	162 311	157	566 044	775 005	137

### MESTO BANSK3 ŠTIAVNICA

Aj keď ani **výber dane za ubytovanie** neodráža dobre skutočnosť, spolu s údajmi o návštevnosti najväčších atraktivít regiónu a odborným odhadom lepšie slúžia na orientáciu na trhu CR v regióne. Na dani za ubytovanie sa v meste vybralo 27 099 €, čo zodpovedá 54 198 prenocovaniam a je o 2792 € a 11% viac ako v roku 2015. Vzhľadom k predpokladanému rastu o 15% a súčasne nárastu počtu zariadení môžeme konštatovať, že platobná disciplína sa nezlepšila. RBŠ spolu s obcami a podnikateľmi podniká kroky k zlepšeniu výberu dane za ubytovanie.

## REGI3N BANSKÁ ŠTIAVNICA

V štiavnickom regi3ne prišlo tiež k rozvoju. Celková vybraná daň za ubytovanie dosahuje 93 745 € (nárast o 26%), najväčší nárast vykázali obce Vyhne a Hodruša-Hámre. Tento nárast stojí na aktivitách veľkých hotelov, pri ktorých sa dá predpokladať, že výber dane za ubytovanie viac-menej zodpovedá skutočnosti.

obec / výber dane v EUR	sadzba	2012	2013	2014	2015	2016	%
Regi3n Banská Štiavnica		62296	63461	75482	74486	93754	<b>125,87</b>
obec Baďan			0	0	0	7	
obec Banská Belá	0,4	430	213	156	52	248	<b>481,40</b>
mesto Banská Štiavnica	0,5	14591	16865	25700	24307	27099	<b>111,49</b>
obec Banský Studenec	0,66		0	0	84	236	<b>281,10</b>
obec Hodruša – Hámre	0,4	1016	2534	6590	6513	10130	<b>155,52</b>
obec Ilija		264	0	0	165	0	0
obec Močiar			0	0	0	0	0
obec Počúvadlo			0	0	0	0	0
obec Podhorie	0,5	72	233	246	212	0	0
obec Prenč3v			0	0	0	0	0
obec Svätý Anton	0,66	2133	1757	1477	1573	2368	<b>150,55</b>
obec Štiavnické Bane	0,5	1942	1677	1016	1896	4002	<b>211,08</b>
obec Vyhne	0,7	41848	40183	40298	39685	49665	<b>125,15</b>

## OSTATNÉ SUBJEKTY CR A ODBORNÝ ODHAD

Cestovný ruch patrí medzi kľúčové hospodárske odvetvia v meste a regi3ne. Turizmus v meste už niekoľko rokov významne napreduje. RBŠ odhaduje, že medziročný nárast počtu turistov a ubytovaných návštevníkov mesta v roku 2016 sa pohybuje okolo 15%. Podľa odhadov RBŠ sa v meste Banská Štiavnica realizuje ročne okolo 100 tis. prenocovaní, denných návštevníkov môže byť raz toľko.

Všetky ubytovacie zariadenia v meste boli počas hlavnej sezóny plne vyťažené, nebolo možné zohnať ani jednu voľnú posteľ, podobne je to počas predĺžených víkendov v mimosez3ne. Záujem návštevníkov sa presúva aj do víkendov mimo sez3nu, čo je jedným z cieľov stratégie rozvoja regi3nu. Mimo hlavnej sezóny uvažujeme o vyťaženosti približne 50%.

V roku 2016 využilo služby Turistického informačného centra 55 016 ľudí, čo je o 14% viac ako v predchádzajúcom roku.

Návštevnosť v expozíciách Slovenského banského múzea dosiahla 130 746 návštevníkov, čo predstavuje oproti vlaňajšiemu roku nárast o 14 %.

Návštevnosť v Múzeu vo Svätom Antone ostala približne na úrovni roku 2015, cca 50 000 návštevníkov.

## CIEĽOVÉ SKUPINY

Rok 2016 potvrdil zmeny v cieľovej skupine, ktoré sa začali prejavovať v roku 2015. Priemerný návštevník sa mení z nízkorozpočtového turistu „s batohom“, na člena strednej triedy, obyvateľa mesta. K tejto zmene došlo na základe systematickej práce na imidži mesta (Banská Štiavnica spolu s Bojnicami sú najobľúbenejšími mestskými turistickými destináciami na Slovensku - prieskum TNS 2015), podujatiami organizovanými v meste a ich modernému marketingu, ale tiež vzniku nových ubytovacích zariadení a lepších služieb. Nová cieľová skupina je početnejšia a solventnejšia, súčasne však povrchnejšia a menej citlivá k hodnotám. Prináša so sebou významné problémy s parkovaním a hrozbu straty atmosféry a identity mesta. V roku 2016 sme sa zaoberali nie už zvyšovaním počtu návštevníkov, ale zvládnutím rastu

a distribúciou návštevníkov do mimo sezóny a do regiónu. Okrem riešenia problémov infraštruktúry sa treba zaoberať aj rozvojom aktivít v okolitej prírode a obciach, aby sa tlak návštevníkov rozložil.

## CIEĽOVÉ TRHY

Cieľové trhy ostávajú Slovensko, Česko, Maďarsko. Hlavné cieľové skupiny sú domáci a zahraniční kultúrni a poznávací turisti, domáci a zahraniční horskí cyklisti, resp. bežkári a rodiny s deťmi z miest západného a stredného Slovenska. Z hľadiska veku oslovujeme všetky kategórie.

## ZÁVERY

Plán hlavných ukazovateľov pre potreby projektu štátnej dotácie a región na rok 2016 bol 134 000 prenocovaní a 75 000 Eur vybraných na dani za ubytovanie. Ciele boli vysoko prekročené, keď počet prenocovaní dosiahol 152 450 (+56%) a daň bola vybraná vo výške 93 745 Eur (+26%).

Základné indikátory – výstupy projektu na území OOCR/KOCR*		2015	2016
Počet prenocovaní		133 996	152 450
Výška vybratej dane za ubytovanie		74 486,36	93 754
Odporúčané indikátory – výstupy projektu na území OOCR/KOCR			
Počet návštevníkov**	jednodňových	neznámy	neznámy
Počet zamestnaných v CR **		neznámy	neznámy
Počet vyškolených osôb		0	0
Počet návštevníkov podporenej atraktivity, podujatia, kultúrnej pamiatky a pod.	Múzeum Sv. Anton	50 000	50 000
	Slovenské banské múzeum	112 745	130 746
	TIK Banská Štiavnica	48 370	55 016
	SPOLU	211 115	235 762

Pozn.: ŠÚ SR neposkytol údaje z dôvodu ochrany osobných údajov pre obec Banská Belá.

## ÚLOHY

Všetko nasvedčuje tomu, že región Štiavnica môže rátať so stálym rastom návštevnosti. Dochádza tiež k postupnému rozširovaniu sezóny a lepšiemu vyťaženiu vidieka. Najdôležitejšou úlohou privátneho sektora bude vysporiadať sa s rastom v oblasti služieb a ich kvality. Najdôležitejšou spoločnou úlohou RBŠ, verejnej správy a privátneho sektora CR je zvládnuť zvýšený nápor návštevníkov a ich aut, vystavaním záchytného parkoviska a zmenami v systéme dopravy a parkovania mesta.

## VYHODNOTENIE ČASOVEJ REALIZÁCIE PROJEKTU A ÚČELOVÉHO POUŽITIA DOTÁCIE

Všetky plánované práce, s výnimkou vyššie uvedených a zdôvodnených aktivít, boli realizované k určenému termínu. Kvôli nepredpokladaným okolnostiam sme požiadali o presun časti rozpočtu medzi položkami akceptačným listom. Vďaka flexibilnému umožneniu tejto zmeny sme boli schopní projekt ukončiť včas a v plnej miere. Dotácia bola za účelom stanovenom v projekte vyčerpaná v plnej sume.

## KONCEPČNÉ DOKUMENTY PODĽA § 25 ZÁKONA

Predstavenstvo RBŠ vypracovalo a valné zhromaždenie schválilo na svojom zasadnutí Ročný plán aktivít na rok 2016 a Rozpočet na rok 2016 a Výročnú a monitorovaciu správu.

## ROZPOČET A HOSPODÁRENIE ORGANIZÁCIE

Organizácia z roku 2015 preniesla výsledok hospodárenia 4 012 €. V roku 2016 pracovala s rozpočtom 94 219.60 €, celkový výsledok hospodárenia za rok 2015 je 1 233.36 €, do roku 2016 prenáša 2 027 €.

Hospodárenie organizácie skontrolovala dozorná rada organizácie dňa 22.9.2016. Kontrola nezistila žiadne nedostatky a výsledok hospodárenia odporučila valnému zhromaždeniu schváliť.

Oblasťná organizácia cestovného ruchu Región Banská Štiavnica nemá žiadne podľžnosti voči štátu na odvodoch, poplatkoch a daniach, ani žiadnym iným organizáciám, svoje záväzky si plnila riadne a včas.

### CELKOVÉ HOSPODÁRENIE ORGANIZÁCIE V ROKU 2015 V €

PRÍJMY a VÝDAVKY SPOLU	plán	skutočnosť
Prenos z r. 2015	4012.00	4012.00
Príjmy spolu	93855.00	104219.60
Výdavky spolu	-93927.00	-106998.24
<b>HOSPODÁRENIE SPOLU</b>	<b>3940.00</b>	<b>1233.36</b>

### PRÍJMY ORGANIZÁCIE

Príjmy v roku 2016 dosiahli 104 219.60 €, z toho 38 017 € tvoria príjmy z členských príspevkov, štátna dotácia tvorí 38 741 €, grant na podporu budovania infraštruktúry 10 000 € a grant Fondu na podporu umenia na divadelný festival 10 000 €. Predaj bedekra dosiahol 7 461.60 €, zásoby tvoria 12 375 €.

### VÝDAVKY ORGANIZÁCIE

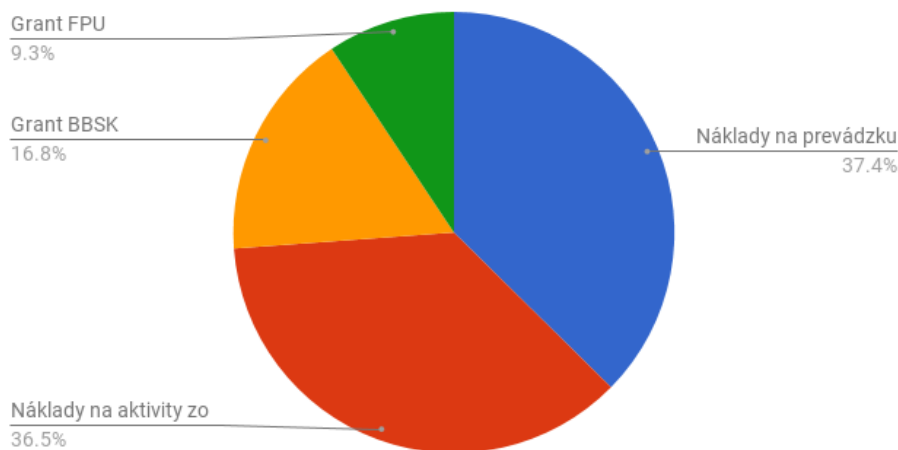
Výdavky v roku 2016 dosiahli výšku 106 998.24 €. Z toho 58% tvoria náklady na hlavné aktivity, 7% prevádzkové a 35% mzdové náklady. V mzdových nákladoch sú započítané aj náklady externých spolupracovníkov a práce na dohodu. Z nákladov na hlavné aktivity tvoria 32% náklady na budovanie infraštruktúry, 23% náklady na marketingové aktivity a 45% náklady na podporu podujatí regiónu.

VÝDAVKY SPOLU	plán	skutočnosť
Náklady na prevádzku	37 192.00	39 993.85
Náklady na aktivity zo štátnej dotácie	38 741.00	39 010.39
Grant BBSK	17 994.00	17 994.00
Grant FPU	10 000.00	10 000.00
<b>VÝDAVKY SPOLU</b>	<b>103 927.00</b>	<b>106 998.24</b>

Štruktúra výdavkov organizácie v roku 2015 v €

NÁKLADY NA PREVÁDZKU	Plán v €	Skutočnosť v €
<b>Prevádzkové náklady</b>	<b>1 240.00</b>	<b>1 240.77</b>
prenájom priestorov	624.00	624.96
energie a pod.	384.00	363.12
webhosting	122.00	252.69
domény	110.00	
<b>Personálne náklady</b>	<b>33 540.00</b>	<b>32 998.37</b>
mzdy zamestnancov	20 400.00	17 399.79
odvody do fondov a daň zo mzdy	7 188.00	11 887.10
stravovanie	192.00	1 071.48
tvorba sociálneho fondu	120.00	0.00
vedenie účtovníctva. personalistiky	1 440.00	1 440.00
grafik - paušál	1 200.00	0.00
fotograf - paušál	1 200.00	0.00
admin webstranok	1 200.00	1 200.00
práca na dohody	600.00	0.00
<b>Režijné náklady</b>	<b>2 412.00</b>	<b>5 754.71</b>
cestovné náklady	1 200.00	1 822.31
telekomunikačné náklady	720.00	757.22
poštové náklady	120.00	
bankové účty	132.00	170.90
kancelársky materiál. drobný nákup	240.00	573.80
poštovné a kolky	0.00	1264.99
iné náklady /PC servis, prenájom plochy, daň za dohody, DPH z služby, nákup licencií a pod.	0.00	1165.49
<b>SPOLU NÁKLADY NA PREVÁDZKU</b>	<b>37 192.00</b>	<b>39 993.85</b>

Štruktúra výdavkov 2016





NÁKLADY NA AKTIVITY	Plán v €	Skutočnosť v €
<b>Marketingové náklady</b>	<b>18 577</b>	<b>20 202.17</b>
<b>ITF Slovakiaitour 2016</b>	<b>2 119.2</b>	<b>2 119.2</b>
veselá planéta Košice		0
<b>Tlačové konferencie a infocesty</b>	<b>500</b>	<b>347.9</b>
španielski novinári		43.4
nemeckí novinári		64.5
poľská TV		240
<b>Inzercia, video a činnosti e-marketingu</b>	<b>9 757.8</b>	<b>9 860.07</b>
video	1000	800
inzercia	1000	960
mesačný kalendár podujatí	1200	1100
zabezpečenie e-marketingu iFocus	5000	4920.48
nákup médií e-marketingu FB & GAd	3000	2079.59
<b>Tlačené materiály a grafické návrhy</b>	<b>6 200</b>	<b>7 875</b>
Grafické návrhy		2580
Tlačené materiály		5295
<b>Podpora podujatí</b>	<b>20 164</b>	<b>18 808.22</b>
<b>podujatia mesta BŠ</b>	<b>9 164</b>	<b>7 827.4</b>
Zimomravenie		1500
Carmen 3.6.2016		572.4
Budenie sitnianskych rytierov 11.6.2016		655
Umenie na Trojici 25.6.2016		1565
Štiavnický živý šach 9.7.2016		950
Zimný zraz turistov		2585
<b>podujatia RBŠ</b>	<b>6 000</b>	<b>5 681.66</b>
Vínna špacírka	0	0
Sitnianska paškrta		1298
Vlnoplocha		4383.66
<b>Vidiecky CR a agroturistika</b>	<b>5000</b>	<b>5299.16</b>
Podsitnianske dni hojnosti-Baďan		299.96
Beliansky krokodíl 16.7.2016		899.2
Zahájenie letnej sezóny 2016 Banský Studenec		1200
Zahájenie letnej sezóny 2016 Svätý Anton		900
Zahájenie letnej sezóny 2016 Vyhne		2000
<b>SPOLU AKTIVITY ZO ŠTÁTNEJ DOTÁCIE</b>	<b>38741.00</b>	<b>39010.39</b>