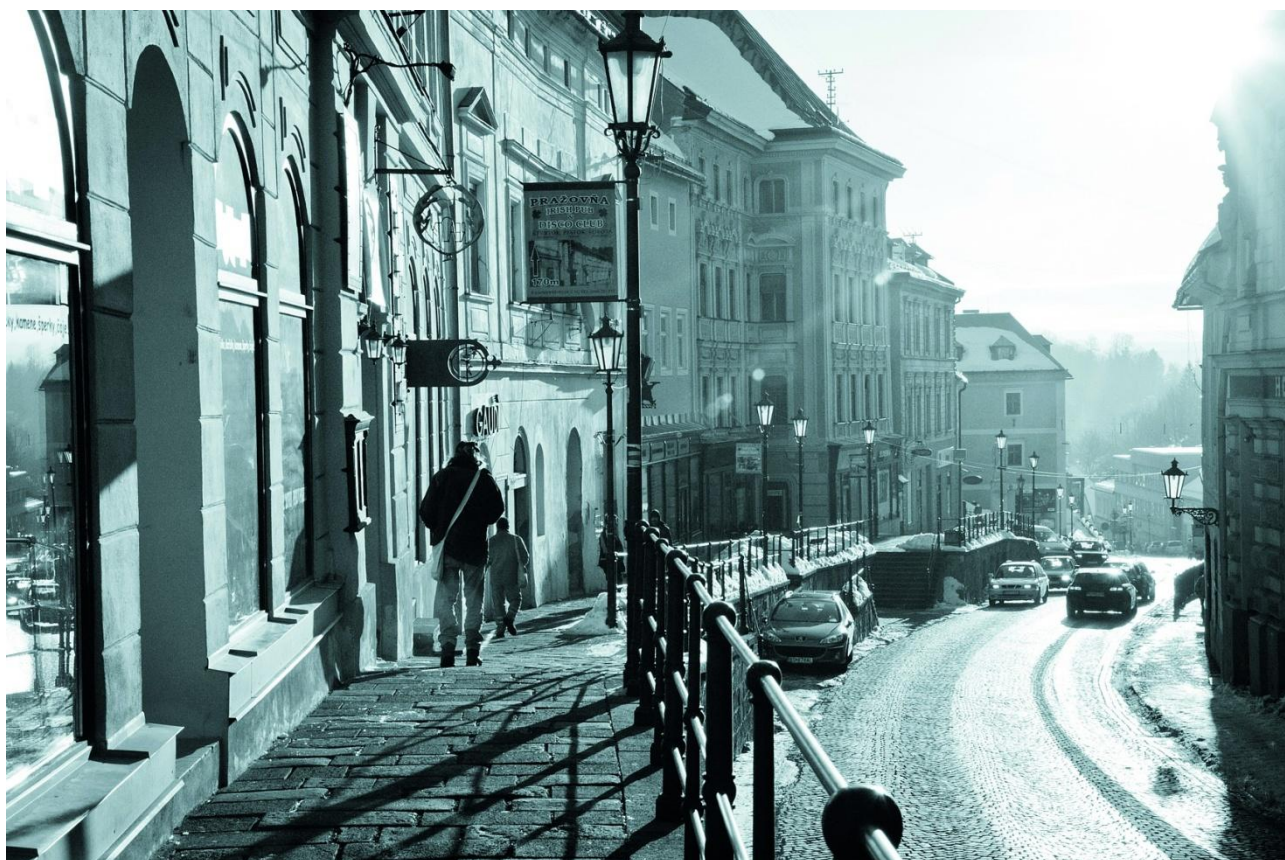


# Výročná správa 2018



## OBSAH

Príhovor predsedníčky predstavenstva .....	3
Príhovor výkonného riaditeľa .....	4
Údaje o organizácii.....	5
Poslanie a strednodobý výhľad organizácie.....	6
Štátna dotácia a aktivity z vlastných zdrojov v roku 2018 .....	7
Vyhodnotenie aktivít.....	8
Turizmus v Banskej Štiavnici a regióne .....	11
Činnosť organizácie .....	17
Hlavné úlohy organizácie v nasledujúcom období .....	18
Rozpočet a hospodárenie organizácie .....	19



## PRIHOVOR PREDSEDNÍČKY PREDSTAVENSTVA

Vážení priatelia!

## PRÍHOVOR VÝKONNÉHO RIADITEĽA

Podľa odhadov uvedených v tejto výročnej správe navštívi Banskú Štiavnicu ročne pol milióna ľudí a nechá tu 12 – 13 mil. Eur. Tieto peniaze ostávajú v regióne a generujú pracovné miesta v cestovnom ruchu, v službách, v stavebníctve a ďalších nadväzujúcich odvetviach. Dôsledkom rozvoja turizmu je celkový rast mesta, postupná obnova budov, zvýšenie príjmov podnikateľských subjektov a dôvera investorov v rozvoj turizmu. Z rozvoja mesta profituje aj región. Z plne obsadeného mesta sa návštevníci presúvajú aj na vidiek. Turizmus sa stal hybným mechanizmom, ktorý mení tvár regiónu.

Rast má aj svoje negatívne stránky. Návštevnosť mesta v letnej sezóne už dosahuje svoje limity a pre niektorých obyvateľov sa stáva obťažujúcou. Hlavným súčasným problémom je doprava a parkovanie domácich a návštevníkov. Ale sú tu aj menej viditeľné problémy: rastú ceny v kaviarňach a reštauráciách, ale aj ceny nehnuteľností, ktoré dosahujú rekordnú výšku medzi porovnateľnými mestami na Slovensku. Z centra mesta miznú malé obchody pre domácich, lebo ich majitelia viac utržia za predaj suvenírov. To isté sa stane s bytmi, keď zárobok za prenájom turistom vysoko prevýši cenu za nájom. Takýto vývoj by so sebou priniesol postupnú stratu atmosféry a identity mesta. Zvýšila by sa nespokojnosť obyvateľov mesta, ale aj niektorých obcí, ktoré poukazujú na nerovnomerný rozvoj vidieka a mesta.

Toto všetko sa však nemusí stať. Mnohé destinácie našli aspoň čiastočné riešenia na tieto problémy, a sú voľne dostupné na internete. Spočívajú v regulácii procesov, ktoré sa zatiaľ vyvíjali spontánne, napríklad v obmedzení dopravy v centre mesta, vzniku širšej pešej zóny, podpore viacdennej návštevy a potlačení jednodennej a podobne. Odľahčenie centra mesta a súčasne rozšírenie sezóny je možné docíliť budovaním celoročných návštevníckych atrakcií na okrajoch centra, rozvoj aktivít v okolitej prírode a obciach zase priláka iný typ návštevníka. Na to však je nutné vybudovať zodpovedajúci produkt: nové a moderné atrakcie nadväzujúce na banícku tradíciu, budovať infraštruktúry v prírode a udržiavať cyklo-, pešie a bežkárske trasy, náučné chodníky, vyriešiť konflikt rekreácie a ťažby. Na svoje riešenie čaká aj problém kapacity a kvality poskytovaných služieb, hlavne stravovacích, kde štandard požadovaný cieľovou skupinou poskytuje iba niekoľkých málo zariadení.

Je jasné, že na takýto rozsah aktivít nestačí organizácia s dvomi, či štyrmi zamestnancami, že Región 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 spoločná vízia, ako má turizmus v meste a regióne vyzeráť o desať – pätnásť rokov, a čo pre to treba urobiť. Na pôde Regiónu Štiavnica by mala vyrásť nová spolupráca všetkých subjektov, ktorých sa turizmus v regióne dotýka, spolupráca, ktorá premení marketingovú agentúru na organizáciu destinačného manažmentu. Kľúčom k takej zmene je v pochopenie, že riešenie budúcich úloh nespočíva na pleciach samosprávy, Regiónu Štiavnica, či vlády, ale na pleciach nás všetkých.

Igor Kuhn

## ÚDAJE O ORGANIZÁCI

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 7003
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. Matúš Kaník
Členovia predstavenstva:	Ervín Csaladi Stanislav Neuschl RNDr. Ľubica Kuková Ing. Michaela Makovínyová Ing. Tomáš Tóth
Dozorná rada:	MVDr. Branislav Babirád Ľudmila Blašková
Výkonný riaditeľ:	Igor Kuhn

V roku 2018 mala organizácia 46 členov, z toho 13 obcí, 30 podnikateľských a 3 nepodnikateľské subjekty. Po celý rok mala dvoch zamestnancov na plný pracovný úväzok: výkonného riaditeľa Igora Kuhna, a na pozícii vedúcej kancelárie Líviu Oláhovú. V polovici roka organizácii poskytla Regionálna agentúra BBSK organizácii ako výpomoc dvoch zamestnancov na pozíciách marketing a koordinátor rozvoja. 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 2018.

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.

V roku 2018 valné zhromaždenie rozhodlo, že RBŠ v roku 2019 zabezpečí Koncepciu rozvoja cestovného ruchu do roku 2025, ktorá nahradí existujúcu, už neaktuálnu Stratégiu.

Oblasti hlavnej činnosti sú popísané v ďalších kapitolách.

## ŠTÁTNA DOTÁCIA A AKTIVITY Z VLASTNÝCH ZDROJOV V ROKU 2018

Oblasťná organizácia Región Banská Štiavnica v zmysle zákona č. 91/2010 v roku 2018 napísala projekt a požiadala o poskytnutie štátnej dotácie na podporu činnosti organizácie. Dotácia 38 965 € nám bola v súlade so zákonom pridelená v rovnakej výške, ako je súhrnná hodnota vybraných členských príspevkov oblasťnej organizácie v roku 2017. Dotácia bola podľa zmluvy určená na aktivity v rámci bežných výdavkov. Neboli realizované žiadne kapitálové výdavky.

Vyúčtovanie dotácie poskytnutej na základe Zmluvy o poskytnutí dotácie z rozpočtovej kapitoly MDVRR SR zo dňa **20.1.2018** bolo vykonané v súlade so zákonom č. 91/2010 Z. z v znení zákona č. 556/2010 Z.z..

Aktivity	Vlastné a iné zdroje	Dotácia
Marketingové aktivity (Účasť na veľtrhoch a výstavách, prezentácia a poznávacie cesty novinárov, výroba propagačných materiálov)		22 465 €
Tvorba a podpora produktov (Kultúrny a poznávací CR, Vidiecky CR a agroturistika, Letný horský CR)		16 500 €
Spolu aktivity		39 947 €
Spolu (vlastné zdroje + dotácie) v €:		39 947 €

## VYHODNOTENIE AKTIVÍT

Vyhodnotenie sleduje štruktúru popisu projektu štátnej dotácie z roku 2018 po jednotlivých bodoch.

### 1. MARKETING A PROPAGÁCIA

#### 1. a) Mesačný kalendár podujatí

Ako zdroj informácií pre turistov o podujatiach na nasledujúci mesiac a ako službu našim členom (podnikateľským subjektom aj obciam) vyrábame, tlačíme a distribuujeme týždenný a mesačný kalendár podujatí. Plagáty distribuuje náš člen prostredníctvom rozvozu pizze po celom regióne v posledných dňoch mesiaca. Obce ich vešajú na vývesných tabuliach, podnikatelia vo svojich zariadeniach. Táto služba je vzhľadom k nízkym nákladom na rozvoz (100 Eur/mes) veľmi efektívna.

#### 1. b) 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 Región v roku 2018 na veľtrh ITF SLOVAKIATOUR. Pri existujúcich zdrojoch sú domáce aj vzdialenejšie zahraničné veľtrhy výrazne menej efektívne, ako marketingové aktivity na internete. Celkom sme zo štátnej dotácie na aktivity v tomto bode vynaložili 1123.20 Eur.

#### 1. b) Tlačové konferencie a infocesty

Infocesty bývajú spravidla efektívnou propagáciou vzhľadom k vynaloženým prostriedkom, aj keď výstupy nevieme ovplyvniť a často prichádzajú s časovým odstupom. V roku 2018 sme neorganizovali vlastné infocesty, iba spolupracovali s MDV SR na nimi zabezpečených infocestách. Španielski novinári uverejnili veľké množstvo výstupov v tlačenej podobe, na webových stránkach, facebooku aj Instagrame.

Bloggerka Archana „Outlook Traveller Best Blogger“, uverejnila na svojom blogu takisto niekoľko článkov s fotkami a dojmami z návštevy Banskej Štiavnice a regiónu.

Celkom sme na aktivity zo štátnej dotácie v tomto bode vynaložili 500 Eur.

#### 1. c) Inzercia

V oblasti tlačenej inzercie sme uverejnili sezónny kalendár v regionálnych verziách denníka SME a taktiež v časopise Hotelierstvo vyšiel PR článok o Banskej Štiavnici. Inzercia stála 1 056 Eur.

#### 1. d) Tlačené materiály a ich distribúcia

Hlavným informačným nástrojom na mieste sú tlačoviny a stránka RBŠ. Postupne sme tlačoviny potrebné na dostatočnú informáciu o ponuke zredukovali na mapu mesta, atraktivít a služieb (v 4 jazykových mutáciách), letáky obcí a niekoľko ďalších letákov. Potreba tlačovín sa ustálila cca na 40 tis. ks ročne. V roku 2018 sme vytlačili letáky Mapa mesta v anglickej mutácii. Obnovili sme informačné tabule v meste Banská Štiavnica, v obci Podhorie vznikla nová tabuľa. Tlačili sa 4 kusy bannerov pre obce a zabezpečili sme každomesačnú tlač kalendárov podujatí pre našich členov. Na tlačové materiály v roku 2018 sme použili sumu 7516 €.

Propagačné materiály boli použité v TIC, na veľtrhoch a boli distribuované medzi členov. RBŠ vydával aj v roku 2018 kalendár podujatí pre každý mesiac a distribuoval ich 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) a plagáty pre jednotlivé podujatia. Grafické návrhy vyrábaných tlačovín náš vyšli na 3 410 Eur.

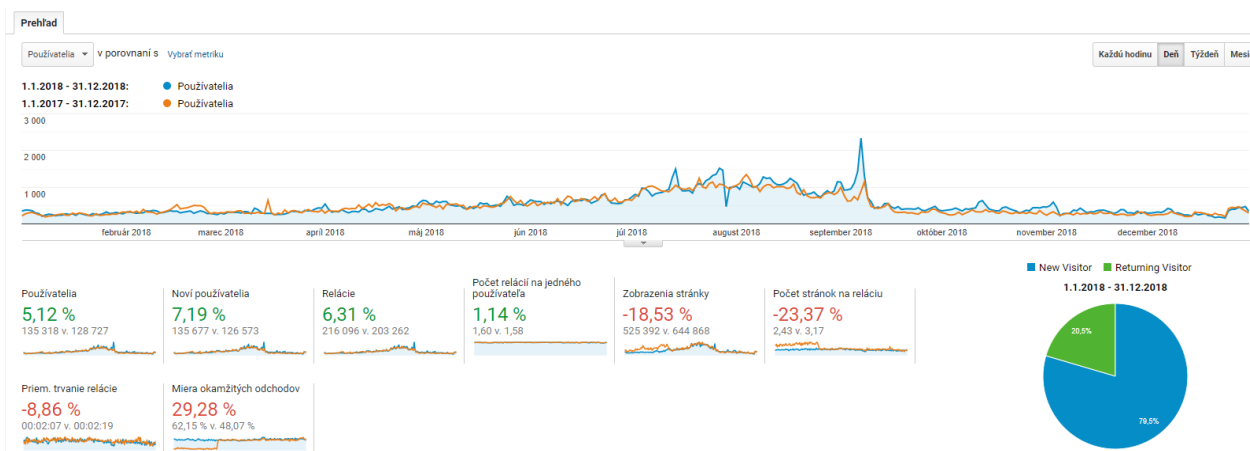
## 1.e) Videá

Video sa stáva čoraz populárnejšími a efektívnejšími prostriedkom propagácie. V roku 2018 sme natočili video na podporu regiónu.

### 1. e) činnosti e-marketingu

Hlavným marketingovým nástrojom je internet, má dobré výsledky a poskytuje možnosť analýzy. Internetový portál [banskastiavnica.travel](http://banskastiavnica.travel), ktorý má asi 800 podstránok RBŠ aktualizuje na mesačnej báze. Stránku spravujeme in house, platíme admina stránky a dodávateľa obsahu. V roku 2018 ju navštívilo

- 135 318 užívateľov (+5%), ktorí v
- 546 096 reláciách (+6%)
- zobrazili 525 392 stránok (-18%)
- 80% návštevníkov je nových



Okrem tejto stránky RBŠ prevádzkuje stránky [stivnicavino.sk](http://stivnicavino.sk), [vlnoplocha.sk](http://vlnoplocha.sk) a spolupracuje na tvorbe obsahu [visitworldheritage.com](http://visitworldheritage.com).

RBŠ v roku 2018 objednávalo realizáciu e marketingových kampaní u externého dodávateľa, médiá platí priamo. Spolupráca s externou agentúrou zabezpečujúcou e-marketingové aktivity sa ukázala byť v minulosti veľmi efektívna. V roku 2018 sme zorganizovali 16 kampaní na facebooku orientovaných na podporu návštevnosti podujatí v meste a regióne prevažne mimo hlavnej sezóny. To pozitívne ovplyvnilo návštevnosť podujatí, viaceré z nich zaznamenali svoj vrchol. Celkom sme na aktivity zo štátnej dotácie v tomto bode vynaložili 6 870 Eur, z toho na kampane 4 968 Eur a na médiá 1 902 Eur.

Účinnosť facebooku však postupne klesá, v budúcnosti bude treba hľadať nové riešenia.

Kampane zasiahli

- 245 758 ľudí, ktorí spravili
- 1 125 727 zobrazení a generovali
- 17 991 klikov na cieľové stránky
- videá pre podporu podujatí videlo 39 370 ľudí.



## 2. TVORBA A PODPORA PRODUKTOV CR

V meste a regióne existuje veľké množstvo podujatí regionálneho, celoslovenského aj medzinárodného významu, ktoré sú v letnej sezóne hlavným motivačným faktorom návštevy. V roku 2018 sme sa spolupodieľali na tvorbe štyroch mestských a siedmich regionálnych podujatí, sami sme vytvorili dve podujatia.

### 2. a) Kultúrny a poznávací CR

OOCR v roku 2018 spolupracovala na realizácii nosných mestských podujatí (Umenie na Trojici, Štiavnický živý šach, Nezabudnuté remeslá, Salamandrové dni). S cieľom rozšíriť sezónu a získať novú klientelu z oblasti zážitkovej gastronómie sme zorganizovali vlastné podujatia Vínna špacírka a Sitnianska paškrtá, česko-slovenský divadelný festival VLNOPLOCHA sme v roku 2018 zorganizovali bez podpory FPU. Vďaka podpore kampaňami mali mnohé podujatia rekordnú návštevnosť.

### 2. 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 (Podsitnianske dni hojnosti v Prenčove, Folklorne slávnosti v Podhorí, Beliansky krokodíl v Banskej Belej, Poďakovanie za úrodu v Beluji, Vábenie jeleňov v rámci Dní sv. Huberta vo Svätom Antone, Country fest Vyhne) a spoluorganizovala podujatia Majstrovstiev veta v ryžovaní zlata v Hodruši – Hámroch, ktoré do regiónu priniesli skoro 1000 návštevníkov. Celkom sme na aktivity v bodoch 2 a) a 2 b) vynaložili 16 499,26 Eur.

## 3. BUDOVANIE INFRAŠTRUKTÚRY CR

Budovanie infraštruktúry CR v roku 2018 nebolo predmetom štátnej dotácie MDV SR ani nebola realizovaná z vlastných zdrojov.

## TURIZMUS V BANSKEJ ŠTIAVNICI A REGIÓNE

Turizmus v meste a okolí už 8 rokov významne napreduje. Za dobu existencie RBŠ vzrástol počet návštevníkov mesta minimálne o 250% a regiónu o 400%. Štiavnica sa stala jednou z top destinácií Slovenska (Banská Štiavnica spolu s Bojnícami sú najobľúbenejšími mestskými turistickými destináciami na Slovensku - prieskum TNS 2015).

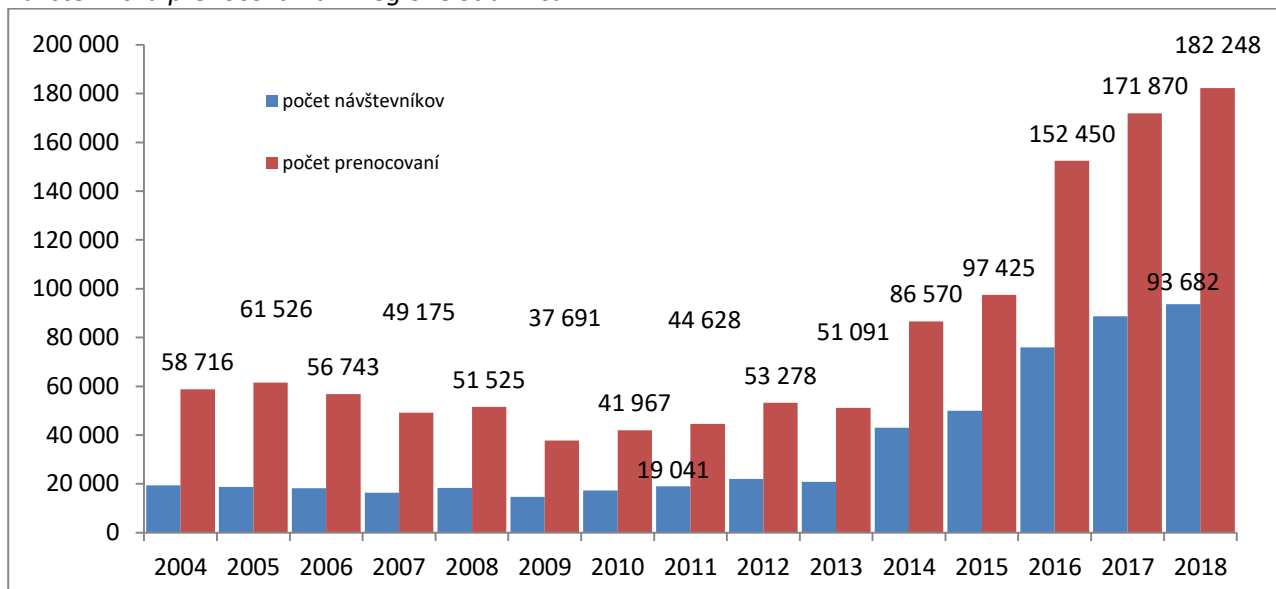
Cestovný ruch patrí medzi kľúčové hospodárske odvetvia v meste a regióne. Podľa konzervatívnych odborných odhadov RBŠ a našich partnerov navštívi Banskú Štiavnicu ročne do 0,5 milióna ľudí, z toho asi 50-60 tisíc ľudí v meste prespí priemerne 2 noci (spolu 100 – 120 tis. prenocovaní) a medzi 250 – 400 tisíc príde na jeden deň. V hlavnej sezóne sú všetky kapacity ubytovania, stravovania aj parkovania vyťažené. Dôsledkom sú lepšie zárobky zamestnancov (aj keď stále pod priemerom), vyššie zisky podnikateľov a lepší imidž mesta, sprevádzaný zvýšenou aktivitou investorov a záujmom do Štiavnice sa presťahovať.

K tejto zmene došlo na základe systematickej práce na imidži mesta, podujatiami organizovanými v meste a ich modernému marketingu, ale tiež vzniku nových atraktivít, ubytovacích zariadení a služieb vyššej kategórie.

Podľa prieskumu návštevníka z roku 2013 návštevník s prenocovaním minul za jeden deň 54 Eur, návštevník bez prenocovania 20 Eur. Celkový priamy prínos turizmu v Banskej Štiavnici by potom bol 12 – 13 mil. Eur ročne. K tomu treba pripočítať nepriamy prínos v podobe nadväzujúcich činností (služby, stavebníctvo atď.). Dôsledkom rozvoja turizmu je celkový rast mesta a vidieka, postupná obnova budov, zvýšenie príjmov podnikateľských subjektov a dôvera investorov v rozvoj turizmu.

Z rozvoja destinácie profituje aj región. S obsadenosťou kapacít v meste sa návštevníci aj investori presúvajú na vidiek, ktorý sekundárne profituje aj v dodávateľských odvetviach. Vo Vyhniach, Hodruši-Hámroch a v menšej miere aj v ďalších obciach vznikli nové kapacity, čo viedlo k nárastu návštevnosti asi o 400%.

### Návštevníci a prenocovania v Regióne Štiavnica



Zdroj: ŠÚ SR

Zmenil sa celý trh. Na Slovensku bezkonkurenčný a konštantný rast počtu návštevníkov a ich prenocovaní sprevádza zmena v cieľovej skupine. Nová cieľová skupina je početnejšia a solventnejšia, súčasne však povrchnejšia a menej citlivá k hodnotám. Silná návštevnosť v lete prináša so sebou významné nároky na dopravu a hrozbu straty atmosféry a identity mesta. Mesto je v sezóne preťažené. V geografických a pamiatkových obmedzeniach Štiavnice je orieškom hlavne otázka parkovania, destinácia stojí pred úlohou zabezpečiť dlhodobé aj krátkodobé riešenia. V dohľadnej dobe bude treba doriešiť aj otázku pešej zóny.

Záujem návštevníkov sa z hlavnej sezóny presúva aj do víkendov mimo sezónu, čo je jedným z cieľov stratégie rozvoja regiónu. V roku 2018 sme sa zaoberali nie už zvyšovaním počtu návštevníkov, ale zvládnutím rastu a distribúciou návštevníkov do mimo sezóny a do regiónu, tiež rozvojom aktivít v okolitej prírode a obciach, aby sa tlak návštevníkov rozložil.

## 1. MERATEĽNÉ UKAZOVATELE

### A. REGIÓN BANSKÁ ŠTIAVNICA

Cieľom bolo zvýšiť návštevnosť v regióne a udržať a stabilizovať dosiahnuté čísla v meste, návštevnosť v meste však opäť vzrástla a v regióne sa zvýšila iba o 2%. Plán hlavných ukazovateľov pre región a rok 2018 bol 153 000 prenocovaní a 94 000 Eur vybraných na dani za ubytovanie. Ciele boli prekročené, keď počet prenocovaní dosiahol 185 035 (+20%) a daň bola vybraná vo výške 119 909 Eur (+27%), tržby narástli o 9%. Treba však vziať do úvahy, že ani údaje ŠÚ SR, ani vybraná daň za ubytovanie nezodpovedajú realite. RBŠ odhaduje, že celoročne iba mesto Banská Štiavnica navštívi cca 60 tis. turistov, ktorí urobia cca 120 tis. prenocovaní. V regióne rozdiely oproti skutočnosti vytvárajú hlavne malé zariadenia, veľké hotely platia daň zväčša správne.

Odhadujeme, že medziročný nárast počtu turistov a ubytovaných návštevníkov regiónu v roku 2018 sa opäť pohyboval medzi 10 – 15%. Vychádzame pritom z údajov partnerov (viď Ostatné členské subjekty).

Daň za ubytovanie	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Región Banská Štiavnica	62 296	63 461	75 482	74 486	93 754	104 414	119 909
Banská Štiavnica	14 591	16 865	25 700	24 307	27 099	32 366	46 187
Spolu obce bez BŠ	47 705	46 596	49 782	50 179	66 655	72 048	73 723
Prenocovania	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Región Banská Štiavnica	100 368	106 593	130 593	133 996	171 483	198 383	185 035
Banská Štiavnica	29 182	33 729	51 399	48 613	54 198	64 732	66 877
Spolu obce bez BŠ	71 186	72 864	79 194	85 383	117 285	133 651	118 158

Zdroj: Daň za ubytovanie

Ani údaje v nasledujúcej tabuľke nie sú smerodajné. ŠÚ SR pre celý región pracuje s údajmi od 70 ubytovacích zariadení, pritom iba v Banskej Štiavnici je skoro 100 platcov dane za ubytovanie. Ale aj keď údaje nie sú relevantné v absolútnej výške, možno ich považovať za platné v relatívnej výške a povedať, že tržby ubytovacích zariadení sa od roku 2015 zdvojnásobili, a to pri relatívne nezmenených kapacitách ubytovania okolo 2000 lôžok.

Výkony ubytovacích zariadení podľa ŠÚ SR	členovia RBŠ - všetky obce						
	2015	2016	%	2017	%	2018	%
Ubytovacie zariadenia spolu	60	51	85	67	131	70	104
Počet izieb spolu	75						
Počet lôžok (aj s prístelkami)	2 137	1 797	84	2 022	113	2 095	104
Návštevníci spolu	49 932	76 006	152	88 627	117	93 682	106
Počet prenocovaní	97 425	152 450	156	171 870	113	182 248	106
Tržby za ubytovanie v €	2 816 043	5 275 349	187	5 761 137	109	5 648 171	98
Priemerná cena	29	35	120	34	97	31	92
Priemerná obsadenosť lôžok				23,3		23,8	102

Zdroj: ŠÚ SR

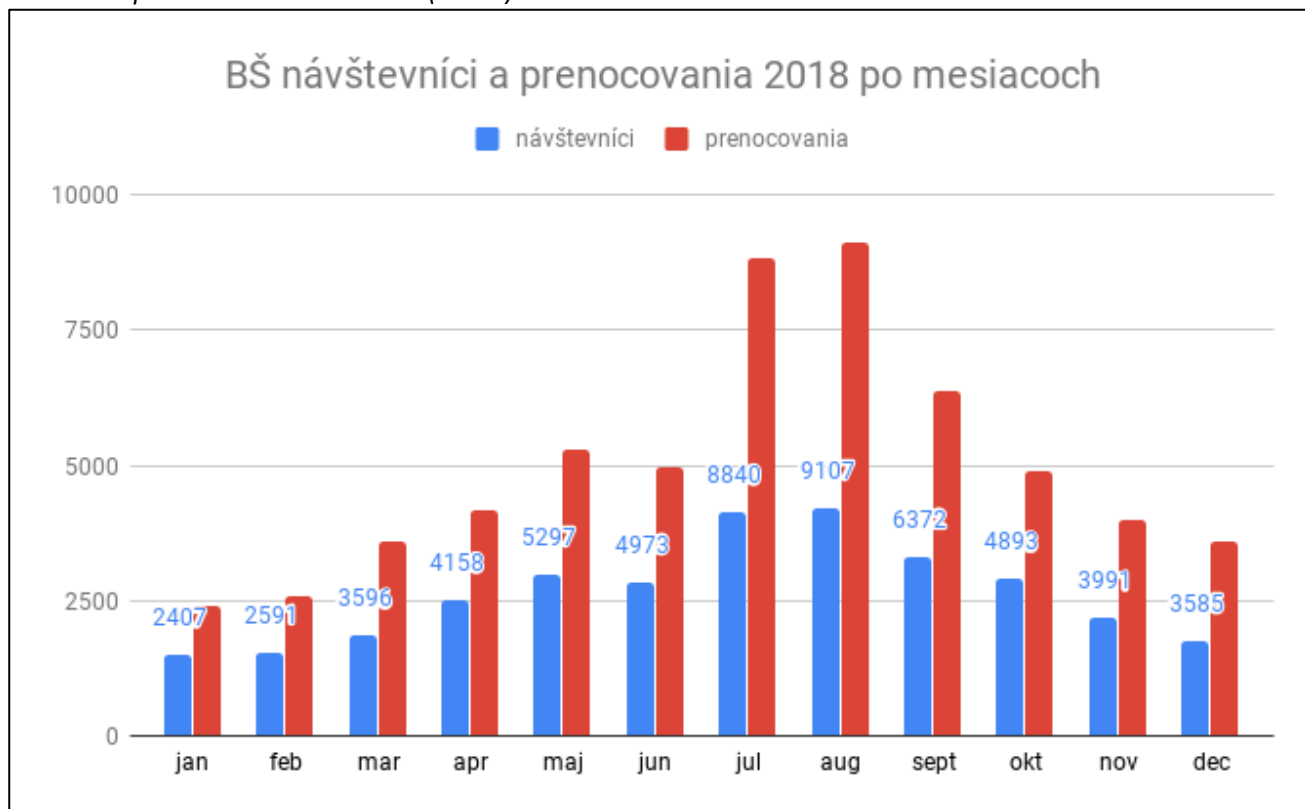
## B. MESTO BANSK3 ŠTIAVNICA

Údaje ŠÚ SR hovoria o raste po3tu ubytovac3ch zariaden3 v Banskej Štiavnici z 36 (v roku 2017) na 39. To v3ak nezodpoved3 realite, RBŠ eviduje v meste asi 100 ubytovac3ch zariaden3. Aj keď niektor3 s3 mal3 a nevzťahuje sa nich povinnosť reportovať ŠÚ SR, existuje tu veľk3 odch3lka. Veľk3 n3rast z roku 2017 sa nezopakoval, hoci n3rast n3v3tevnosti vykazuje Turistick3 informa3n3 centrum (59 846 / +5%), Múzeum vo Sv3tom Antone (50 000 / + 4%), aj expoz3cie SBM (142 539 / + 7%). Podhodnoten3 je priemern3 cena ubytovania aj priemern3 obsadenosť l3žok.

Vybran3 ukazovatele CR pre mesto BŠ a rok 2018 (ŠÚ SR)

Výkony ubytovac3ch zariaden3 podľa ŠÚ SR	BŠ						
	2015	2016	%	2017	%	2018	%
Ubytovacie zariadenia spolu	32	22	69	36	164	<b>39</b>	108
Po3et izieb spolu	382						
Po3et l3žok (aj s pr3stelkami)	1 058	677	64	827	122	<b>950</b>	115
N3v3tevn3ci spolu	19 790	22 345	113	31 057	139	<b>31 705</b>	102
Po3et prenocovan3	36 973	40 521	110	54 766	135	<b>59 810</b>	109
Tržby za ubytovanie v €	914 923	939 555	103	1 289 673	137	<b>1 400 110</b>	109
Priemern3 cena	25	23	94	24	102	<b>23</b>	99
Priemern3 obsadenosť l3žok				18		<b>17</b>	95

Sez3nnosť pre mesto BŠ a rok 2018 (ŠÚ SR)



Vy333 v3ber dane za ubytovanie v Banskej Štiavnici treba prip3sať zvy3šeniu sadzby dane z 0,50 na 0,70 Eur.

Bansk3 Štiavnica	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Daň	14 591	16 864	25 699	24 306	27 098	32 366	46 187
Prenocovania	29 182	33 729	51 399	48 613	54 198	64 732	66 877

### C. VYHNE

Vo Vyhniach podľa ŠÚ SR narástol počet prenocoaní a obsadenosť, ale poklesla priemerná cena (o 11 Eur!) aj tržby. Údaje pre Vyhne asi najviac zodpovedajú skutočnosti, určujú ich zväčša veľké hotely. Vysoká priemerná cena zodpovedá úrovni služieb, ktoré ponúkajú.

Výkony ubytovacích zariadení podľa ŠÚ SR	Vyhne						
	2015	2016	%	2017	%	2018	%
Ubytovacie zariadenia spolu	13	13	100	11	85	<b>12</b>	109
Počet izieb spolu	202						
Počet lôžok (aj s prístelkami)	555	600	108	571	95	<b>572</b>	100
Návštevníci spolu	18 480	36 607	198	35 194	96	<b>37 084</b>	105
Počet prenocoaní	34 802	74 352	214	68 689	92	<b>75 996</b>	111
Tržby za ubytovanie v €	1 192 137	3 322 253	279	3 137 254	94	<b>2 722 699</b>	87
Priemerná cena	34	45	130	46	102	<b>36</b>	78
Priemerná obsadenosť lôžok				33		<b>36</b>	110

Výber dane ostal na úrovni roku 2017, počet prenocoaní odvodený od vybranej dane je 70 000, čo približne zodpovedá počtu prenocoaní nahlásených ŠÚ SR.

Vyhne	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Daň	41 847	40 183	40 298	39 685	49 665	49 057	49 360
Prenocovania	59 781	57 404	57 568	56 693	70 950	70 081	70 514

### D. HODRUŠA – HÁMRE

Údaje ŠÚ SR pre Hodrušu – Hámre hovoria o najsilnejšom medzoročnom náraste v regióne. Ubytovatelia vykázali cca 19 tis. turistov a cca 37 tis. prenocoaní, čo zodpovedá nárastu o 24%, resp. o 17%. Tržby narástli o 37%, priemerná cena je okolo 36 Eur.

Výkony ubytovacích zariadení podľa ŠÚ SR	Hodruša-Hámre						
	2015	2016	%	2017	%	2018	%
Ubytovacie zariadenia spolu	5	4	80	6	150	6	100
Počet izieb spolu	75						
Počet lôžok (aj s prístelkami)	220	209	95	269	129	277	103
Návštevníci spolu	7 484	10 602	142	15 647	148	19 462	124
Počet prenocoaní	13 759	20 813	151	32 100	154	37 474	117
Tržby za ubytovanie v €	566 044	775 005	137	1 056 986	136	1 357 116	128
Priemerná cena	41	37	91	33	88	36	110
Priemerná obsadenosť lôžok				33		37	113

V Hodruši - Hámroch vybrali na dani za ubytovanie 16,5 tis. Eur, čo predstavuje nárast o 20 %, počet prenocoaní odvodený od výšky vybranej DzU je však 55 tisíc, teda o tretinu viac ako uvádza ŠÚ SR.

Hodruša - Hámre	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Daň	1 016	2 533	6 589	6 513	10 129	14 154	16 586
Prenocovania	3 387	8 446	16 474	21 711	33 765	47 182	55 287

### E. SVÄTÝ ANTON

Vo Svätom Antone prestal vykazovať, alebo zanikol jeden z troch subjektov. Preto ŠÚ SR neposkytuje údaje pre obec. Škoda, v minulosti patrili k najrýchlejšie rastúcim v regióne.

Ubytovacie zariadenia spolu	Svätý Anton				
	2015	2016	%	2017	2018
Ubytovacie zariadenia spolu	4	3	75	D	D
Počet izieb spolu	30		-	D	D
Počet lôžok (aj s prístelkami)	95	73	77	D	D
Návštevníci spolu	1 773	3 223	182	D	D
Počet prenocovaní	1 773	3 352	189	D	D
Tržby za ubytovanie v €	35 460	63 364	179	D	D
Priemerná cena	20	19	95	D	D
Priemerná obsadenosť lôžok				D	D

Vybratá daň za ubytovanie činí 2 395 €, čo zodpovedá 3 629 prenocovaniam, mierny pokles

Sv. Anton	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Daň	2133	1757	1476	1573	2368	2634	2395
Prenocovania	3 232	2 662	2 238	2 383	3 588	3 991	3 629

### F. ŠTIAVNICKÉ BANE

Štiavnické Bane prekvapili v minulom roku stále rastúcimi kapacitami a slušnými tržbami. V tomto roku prekvapili nevysvetliteľným prepadom. Zdá sa, že piarský turizmus je nestabilný a nevyspytateľný.

Ubytovacie zariadenia spolu	Štiavnické Bane						
	2015	2016	%	2017	%	2018	%
Ubytovacie zariadenia spolu	6	6	100	9	150	10	10
Počet izieb spolu	75						
Počet lôžok (aj s prístelkami)	170	207	122	266	129	221	83
Návštevníci spolu	2 213	2 968	134	3189	107	1326	42
Počet prenocovaní	9 315	12 583	135	12007	95	3987	33
Tržby za ubytovanie v €	103 300	162 311	157	203885	126	73183	36
Priemerná cena	11	13	116	17	132	18	106
Priemerná obsadenosť lôžok				17		5	

Na dani sa tiež vybralo menej, ako v roku 2017.

Štiavnické Bane	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Daň	1 942	1 677	1 016	1 896	4 002	5 231	4 316
Prenocovania	3 884	3 354	2 033	3 792	8 004	10 464	8 633

## G. OSTATNÉ ČLENSKÉ OBCE A OSTATNÉ SUBJEKTY CR

Dáta pre ostatné obce sú nedostupné, alebo obce nemajú UZ.

### Ostatné subjekty CR

V roku 2018 využilo služby **Turistického informačného centra** 59 846 ľudí, čo je o 5% viac ako v predchádzajúcom roku. Záujem návštevníkov sa presúva aj do víkendov mimo sezónu, čo je jedným z cieľov stratégie rozvoja regiónu. Počas predĺžených víkendov sa návštevnosť približuje letnej sezóne.

Návštevnosť v expozíciách **Slovenského banského múzea** dosiahla 142 539 návštevníkov, čo predstavuje oproti vlaňajšiemu roku nárast o 7 %.

Návštevnosť v **Múzeu vo Svätom Antone** ostala približne na úrovni roku 2017, cca 50 000 návštevníkov.

**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.

## ČINNOSŤ ORGANIZÁCIE

Činnosti, ktoré organizácia zabezpečuje, možno rozdeliť na aktivity administratívneho charakteru a aktivity napĺňajúce hlavnú činnosť organizácie. Vzhľadom k rozpočtu organizácie iba nevyhnutné minimum odborných prác je zabezpečované v subdodávke a všetky potrebné administratívne práce zabezpečujú zamestnanci. Administratívne práce súvisia s chodom organizácie (verejnými obstarávaniami, vedením účtovníctva, vedením štatistík, komunikácie s členmi, MDVRR, AOCC, partnermi a inými inštitúciami, tvorbou plánu práce, rozpočtov, atď.), a s realizáciou ročného plánu aktivít (písanie projektov, získavanie povolení pre projekty infraštruktúry, písanie PR, natáčanie videí, e-marketingové kampane atď.). V oblasti plánovania organizácia vytvorila dokumenty Plán aktivít a rozpočet pre rok 2018 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 a vyčerpať štátnu dotáciu v plnej výške v termíne stanovenom zákonom. Vyúčtovanie dotácie RBŠ predložila MDVRR v termíne do 15.4.2019.

Z aktivít mimo projektu štátnej dotácie sa Región Banská Štiavnica v roku 2018 sústredil na organizáciu podujatí Štiavnická vína špacírka a na predaj bedekra s cieľom postupným predajom zabezpečiť prostriedky na spolufinancovanie projektov. Tiež sme realizovali údržbu oddychovej zóny na Nám. sv. Trojice, údržbu dvoch predajných stánkov pre lokálne produkty. Región Banská Štiavnica žiadal o podporu projektu Štiavnica z nadhľadu v hodnote 15 500 € z grantového systému Banskobystrického samosprávneho kraja. Tento projekt bol podporený sumou len 3500€, čo bolo veľmi málo na realizáciu, preto sa tento projekt nemohol realizovať.

V roku 2018 nám Rozvojová agentúra BBSK platí dvoch zamestnancov, ktorí sa vo veľkej miere podieľajú na plnení úloh našej organizácie. Významne sa tým znížila záťaž pôvodných dvoch zamestnancov, ktorí už niekoľko rokov nedokázali v plnej miere zabezpečiť potrebný rozsah a objem úloh.

Nedostačujúcimi však ostávajú finančné zdroje. Členské príspevky, ktoré idú na prevádzkové náklady nestačia pokryť nutnú valorizáciu miezd, ktoré sú na úrovni a spreď 8 rokov, ani pokryť náklady na väčšie kancelárie (4 pracovníci v kancelárii 4x4 m), nehovoriac o rozvojových aktivitách. Všetky v minulosti zrealizované aktivity žiadajú náklady na údržbu, ktoré nemožno pokryť zo štátnej dotácie. Projekty infraštruktúry CR, ktoré organizácia v minulosti čiastočne realizovala aj z vlastných zdrojov, neboli v roku 2018 realizované. Pri súčasných finančných zdrojoch je aj do budúcnosti ohrozené spolufinancovanie projektov z grantových schém BBSK a ďalších zdrojov.

Situáciu nevyriešia ani vysoké členské príspevky BBSK, ktoré sú v plnej výške alokované do projektu Promenáda na Počúvadle.

Štátna dotácia, ktorá sa rovná výške členských príspevkov je už tiež nedostačujúca. Hlavne v oblasti tlačových materiálov a podpory a marketingu podujatí je rozpočet organizácie poddimenzovaný. Ak sa nepodarí v roku 2019 zabezpečiť navýšenie zdrojov, je treba rátať so zmrzením rozvoja ďalších aktivít. V roku 2019 pritom bude treba zabezpečiť nový turistický internetový portál, ktorý je morálne zastaraný a nestačí zmenám, ktorá sa za uplynulý čas udiali v oblasti technológií. Rovnako treba investovať do rozvoja produktov banického dedičstva a produktov obcí, aby mali čo ponúknuť návštevníkovi. Osobitnou kapitolou je rozvoj aktivít v prírode, kde chýbajú prostriedky na údržbu cyklo, peších a bežeckých trás, a náučných chodníkov, nehovoriac o potrebe budovať novú infraštruktúru.

## HLAVNÉ ÚLOHY ORGANIZÁCIE V NASLEDUJÚCOM OBDOBÍ

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.

- Zlepšiť povedomie o úlohách RBŠ v rozvoji turizmu
- Zvýšiť finančné zdroje RBŠ
- Zlepšiť spoluprácu s privátnymi subjektmi a obcami
- Realizovať aktivity na rozšírenie sezóny a podporu návštevnosti regiónu
- Vytvoriť novú stránku [banskastiavnica.travel](http://banskastiavnica.travel)
- Vytvoriť nové letáky pre región a Múzeum vo Svätom Antone a videá pre región
- V spolupráci s dotknutými vytvoriť Koncepciu rozvoja CR v regióne a reálne stratégie na dosiahnutie jednotlivých dlhodobých cieľov rozvoja CR v regióne

Niektoré dôležité spoločné úlohy CR v strednodobom horizonte

- Vybudovať záchytné parkovisko, riešiť dopravnú a parkovaciu situáciu
- Budovať infraštruktúru CR, podporiť pobyt návštevníkov v prírode, lepšie spropagovať tajchy
- Zriadiť pešiu zónu na Nám. sv. Trojice

## ROZPOČET A HOSPODÁRENIE ORGANIZÁCIE

Organizácia z roku 2017 preniesla výsledok hospodárenia 1722.50 €. V roku 2018 pracovala s rozpočtom 133 084.36 €, do roku 2019 prenáša 52 950.53 €.

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

### CELKOVÉ HOSPODÁRENIE ORGANIZÁCIE V ROKU 2018 V €

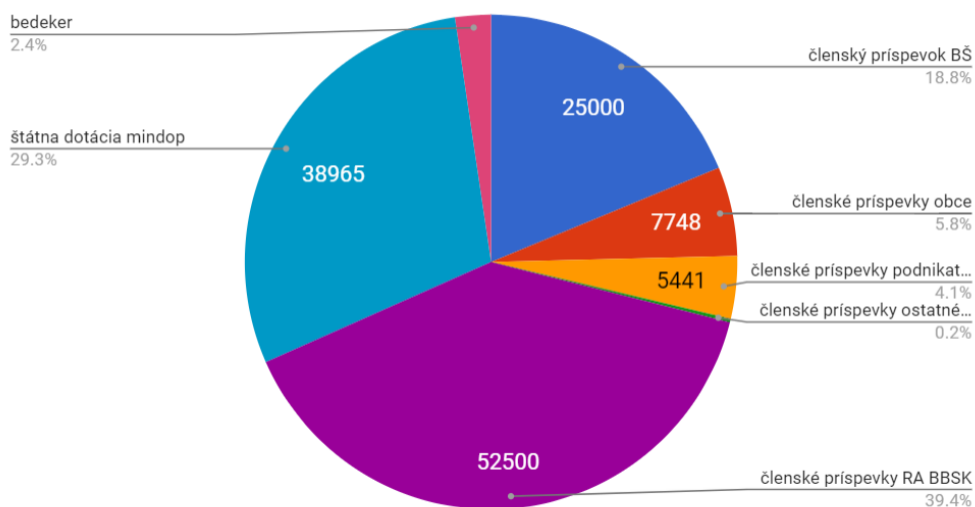
Hospodárenie RBŠ k 31.12.2018 v €	Plán €	Skutočnosť €
Príjmy spolu	117,765.00	133,084.36
Výdavky spolu	-119,965.00	80,133.83
<b>ROZDIEL</b>	<b>-2,200.00</b>	<b>52,950.53</b>

### PRÍJMY ORGANIZÁCIE

Príjmy v roku 2018 dosiahli 133 084.36 €, z toho 90 989 € tvoria príjmy z členských príspevkov, štátna dotácia tvorí 38 396 €, predaj bedekra dosiahol 3 130.36 €.

Príjmy	133 084.36
členský príspevok BŠ	25000
členské príspevky obce	7748
členské príspevky podnikateľské subjekty	5441
členské príspevky ostatné subjekty	300
členské príspevky RA BBSK	52500
štátna dotácia mindop	38965
bedeker	3130.36

### Príjmy 2018 133 084,36 Eur



## VÝDAVKY ORGANIZÁCIE

Výdavky v roku 2018 dosiahli výšku 79 095.17 €. Z toho 51 % tvoria náklady na aktivity, 12% prevádzkové a 37% mzdové náklady. V mzdových nákladoch sú započítané aj náklady externých spolupracovníkov a práce na dohodu. Z nákladov na hlavné aktivity tvoria 29,4 % náklady na marketingové aktivity a 21,2 % náklady na podporu podujatí regiónu, náklady na budovanie infraštruktúry v roku 2018 nevznikli, pretože sme nezískali žiadne granty.

<b>Výdavky</b>	<b>80 133.83</b>
mzdy a prevádzka	38 581.1
marketing	23 291.4
podujatia	16 732.67
infraštruktúra	490
iné	1 038.66

<b>Náklady</b>	<b>38 581.1</b>
mzdy zamestnancov	17 479.04
odvody	11 465.41
prevádzka	9 636.65

<b>Aktivity - dotácia</b>	<b>40 200</b>
marketing	<b>22 464.99</b>
výstavy a infocesty	1 742.85
inzercia a kalendáre	2 156
e-marketing	6 870.74
tlačoviny a video	11 695.4
podujatia	<b>16 499.26</b>
mesta	8 743
RBŠ (Vínna špacírka, Sitnianska paškrta)	2 584.26
obcí	5 172

### Výdavky 2018

