



MINISTERSTVO

**DOPRAVY A VÝSTAVBY
SLOVENSKEJ REPUBLIKY**

**ANALÝZA MOŽNOSTÍ VYUŽITIA MOKRAĎOVÝCH ÚZEMÍ
PRE POTREBY TRVALO UDRŽATEĽNÝCH FORIEM
TURIZMU, MANUÁL PRE DESTINAČNÝ MANAŽMENT
RAMSARSKEJ LOKALITY**



október 2020

OBSAH

ZOZNAM POUŽITÝCH SKRATIEK.....	4
1 MOKRADE NA SLOVENSKU	7
2 VÝZNAM MOKRADÍ PRE CESTOVNÝ RUCH.....	8
2.1 <i>PRIAMY PRÍNOS MOKRADÍ.....</i>	8
2.2 <i>NEPRIAMY PRÍNOS MOKRADÍ.....</i>	8
3 PRINCÍPY ZUŽITKOVÁVANIA TURISTICKÉHO POTENCIÁLU MOKRADÍ.....	8
3.1 <i>SPRÍSTUPNENIE</i>	9
3.2 <i>OCHRANA</i>	9
3.3 <i>OSVETA A VZDELÁVANÍ</i>	9
3.4 <i>INTERPRETÁCIA.....</i>	9
3.5 <i>ZÁBAVA A AKTÍVNE PREŽÍVANIE.....</i>	9
3.6 <i>KVALITA.....</i>	10
3.7 <i>CIEĽOVÉ SKUPINY TURIZMU V MOKRAĎOVÝCH ÚZEMIACH.....</i>	10
3.7.1 <i>ŠKOLSKÉ SKUPINY.....</i>	10
3.7.2 <i>RODINY S DEŤMI.....</i>	11
3.7.3 <i>EKOTURISTI.....</i>	11
3.7.4 <i>FIREMNÉ SKUPINY</i>	11
3.7.5 <i>ŠTUDENTI PRÍRODNÝCH VIED.....</i>	11
5 PRODUKTOVÉ SKUPINY TURIZMU V MOKRAĎOVÝCH ÚZEMIACH	12
5.1 <i>VODNÝ TURIZMUS</i>	12
5.2 <i>REKREAČNÝ / KOMERČNÝ / ZÁŽITKOVÝ RYBOLOV.....</i>	13
5.3 <i>ČLNKOVANIE.....</i>	13
5.4 <i>BIRDWATCHING</i>	14
5.5 <i>ŠPORTOVÝ TURIZMUS</i>	14
5.6 <i>FOTOTURIZMUS</i>	15
5.7 <i>CYKLOTURISTIKA.....</i>	15
5.8 <i>HIPOTURISTIKA.....</i>	16
5.9 <i>POĽOVNÍCKY TURIZMUS.....</i>	16
5.10 <i>ADOPCIE MOKRADÍ.....</i>	17
5.11 <i>EKOTURIZMUS, DOBROVOĽNÍCKE AKCIE</i>	17
6 PRODUKTY CESTOVNÉHO RUCHU VHODNÉ PRE TURIZMUS MOKRAĎOVÝCH ÚZEMÍ	18
6.1 <i>NÁUČNÉ CHODNÍKY.....</i>	19
6.2 <i>ROZPRÁVKOVÉ CHODNÍKY.....</i>	19
6.3 <i>ZÁŽITKOVÉ TRASY, LETY</i>	20
6.4 <i>NÁUČNÉ PANELY</i>	21
6.5 <i>TURISTICKÍ SPRIEVODCOVIA</i>	22
6.6 <i>VIRTUÁLNI SPRIEVODCOVIA.....</i>	22
6.7 <i>TURISTICKÉ AKCIE.....</i>	23
7 MOŽNOSTI PROPAGÁCIE MOKRAĎOVÝCH ÚZEMÍ	23
7.1 <i>NÁRODNÝ PROPAGAČNÝ PORTÁL.....</i>	23
7.2 <i>MASKOT</i>	25

7.3 SOCHY	25
7.4 VIRTUÁLNE WEBOVÉ PREHLIADKY	26
7.5.1 PINTEREST	26
7.5.2 YOUTUBE.....	27
7.6 BLOGOSFÉRA	27
6.5 REGIONÁLNE TELEVÍZIE	28
6.6 SPOLUPRÁCA SO ŠKOLAMI.....	28
6.7 MOBILNÁ APLIKÁCIA.....	29
7 MOŽNOSTI FINANCOVANIA ROZVOJA TURISTICKÉHO POTENCIÁLU MOKRADÍ	32
7.1 FONDY EÚ	32
7.2 DOTAČNÝ MECHANIZMUS MINISTERSTVA DOPRAVY A VÝSTAVBY SR	32
Na rok 2021 je pre potreby dotačného mechanizmu zo štátneho rozpočtu vyčlenených 8,2 mil. eur..	34
8 PRÍPADOVÉ ŠTÚDIE	34
8.1 PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA 1: REVITALIZAČNÝ PROJEKT – „UKÁŽKOVÁ FARMA“ V ŠARDICIACH (ČESKÁ REPUBLIKA)	34
8.2 PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA 2 – MOKRAĎOVÁ REZERVÁCIA SINGHEI BULOH, (SINGAPURSKÁ REPUBLIKA).....	36
8.3 PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA 3 – PROJEKT „STAŇTE SE PATRONEM MOKŘADU JABLONNÉ“ (ČESKÁ REPUBLIKA).....	36
8.4 PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA 4 –ADOPCIE MOKRADÍ „ADOPT-A-WETLAND“ (USA)	37
8.5 PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA 5 –ZÁBAVNO-NÁUČNÝ CHODNÍK MACKA KUBÍKA V BACHLEDOVEJ DOLINE (SLOVENSKÁ REPUBLIKA)	38
ZÁVER.....	38
PRÍLOHA č. 1: SWOT analýza súčasného stavu a možností podpory mokradí zo strany sektora turizmu	39
PRÍLOHA č. 2: Obrazový materiál.....	40
PRÍLOHA č. 3: Predsudky a fakty o mokradiach	47
PRÍLOHA č. 4: Príklady oprávnených aktivít s možnosťou financovania z dotačného mechanizmu Ministerstva dopravy a výstavby SR.....	48

ZOZNAM POUŽITÝCH SKRATIEK

CR	cestovný ruch
ČR	Česká republika
DCR	domáci cestovný ruch
EÚ	Európska únia
DPFO	daň z príjmu fyzických osôb
GPS	globálny polohový systém (angl. Global Position System) – globálny družicový navigačný systém pre určenie okamžitej polohy a času, vyznačujúci sa vysokou presnosťou, funkčnosťou kdekoľvek na Zemi a nezávislosťou od počasia či doby dňa
LIFE	Finančný nástroj pre životné prostredie (franc.: L' Instrument Financier pour l'Environnement)
MDV	Ministerstvo dopravy a výstavby SR
SR	Slovenská republika
SR	
MŠ	materská škola
SNM	Slovenské národné múzeum
SR	Slovenská republika
SŠ	stredná škola
ŠOP SR	Štátna ochrana prírody Slovenskej republiky
QR kód	Quick Response Code – dvojrozmerný čiarový kód navrhnutý na rýchle dekódovanie, zložený z bielych a čiernych štvorcových modulov zložených do štvorcovej matice. Používa sa na kódovanie kontaktných informácií. Môže obsahovať webovú / e-mailovú adresu, telefónne číslo, kontaktné informácie vo formáte yCard alebo MECARD, správu SMS / MMS, geografickú pozíciu, údaje o udalosti (názov, miesto, čas, trvanie) vo formáte iCalendar
TIC	turistické informačné centrum
VŠ	vysoká škola

VÝCHODISKÁ

V kontexte klimatických zmien presúva Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej republiky ťažisko aktivít cestovného ruchu smerom k environmentálne inovatívnym formám, ktoré sú v súlade so zásadami trvalej udržateľnosti. Na rozdiel od masového turizmu majú nielen relatívne nízky dosah na ekosystémy, ale zároveň podporujú rozvoj miestnej komunity a potenciálu územia pre ďalšie generácie.

Turizmus mokrad'ových území je pomerne novým fenoménom. Svetová organizácia cestovného ruchu (UNWTO) v roku 2010 podpísala *Memorandum o spolupráci so sekretariátom Dohovoru o mokradiach*, ktorý ho uznal za plnohodnotnú produktovú triedu cestovného ruchu. Hoci na Slovensku zatiaľ mokrad'ový turizmus nedosahuje popularitu, akú by si zaslúžil, prínosy mokradí pre cestovný ruch sú nezanedbateľné. Pre ilustráciu možno spomenúť napríklad ochladzovanie prostredia, vytváranie podmienok pre agrárny a vidiecky turizmus udržiavaním vodnej hladiny a v neposlednom rade ich estetická funkcia, využiteľná pre potreby fototurizmu. Ostatné priame i nepriame prínosy mokradí pre cestovný ruch sú predmetom druhej kapitoly materiálu.

Zhodnocovanie turistického potenciálu mokrad'ových území je podmienené vyprofilovaním mokradí ako produktovej skupiny cestovného ruchu. V tomto bode treba zdôrazniť, že z pohľadu cestovného ruchu mokrade nie sú autonómnymi subjektmi cestovného ruchu ako napríklad geoparky. Z tohto dôvodu materiál nie je materiál koncipovaný ako príručka destinačného manažmentu, ktorý sekcia cestovného ruchu vytvorila v r. 2016 pre potreby riadenia geoparkov (voľne prístupný na oficiálnom webovom sídle geoparkov¹). Cieľom manuálu je definovanie a následné využitie turistického potenciálu mokrad'ových území previazaním mokradí na existujúcu ponuku služieb cestovného ruchu v danom regióne. Prvoradé je budovanie povedomia o mokradiach a predstavenie súvisiacich turistických možností. Vzhľadom na to, že turistika mokrad'ových oblastí na trhu cestovného ruchu zatiaľ nie je etablovaná, sú namieste skromnejšie ambície ohľadom turistického záujmu. Na druhej strane klimatické zmeny posúvajú v rebríčku popularity mokrad'ovú turistiku vzhľadom na nárast teploty ovzdušia počas letnej turistickej sezóny, ktorý prinútil určité turistické segmenty (seniori, rodiny s malými deťmi, ľudia so zdravotnými komplikáciami a pod.) zanechať zaužívané turistické aktivity ako je napr. vysokohorská turistika, a poobzerať sa po

¹ <https://www.geopark.sk/wp-content/uploads/2018/12/Methodika-pre-destinacny-manazment-geoparku.pdf>

alternatívach. Mokrad'ové územia ponúkajú v horúcich letných mesiacoch chlad a osvieženie a na tejto výhode možno postaviť rozvoj tejto produktovej skupiny.

Prvá kapitola predstavuje mokrade na území Slovenskej republiky. Predmetom druhej kapitoly je význam mokradí z pohľadu cestovného ruchu. Princípy, na ktorých by malo byť postavené zužitkovanie turistického potenciálu mokrad'ových území, predstavuje tretia kapitola. Cieľové skupiny marketingu mokrad'ových území sú vymenované v podkapitole 3.7, vrátane usmernenia ohľadom spôsobu komunikácie s týmito cieľovými skupinami. Odporúčané spôsoby využitia turistického potenciálu mokradí, tzn. produktové skupiny cestovného ruchu, predstavuje piata kapitola, ktorej súčasťou sú úspešné príklady z praxe. Produkty cestovného ruchu ilustrované na praktických príkladoch sú predmetom šiestej kapitoly. Existujúce možnosti financovania rozvoja turistického potenciálu mokradí na národnej úrovni aj prostredníctvom fondov EÚ predstavuje siedma kapitola. Materiál je doplnený o inšpiratívne domáce i zahraničné prípadové štúdie a fotografický materiál.

1 MOKRADE NA SLOVENSKU

Definície mokradí sa rozchádzajú, ale bežná prax považuje za mokrad'ové územia plochy, ktoré sú natrvalo alebo aspoň časť roka zamokrené, prípadne zaplavené, avšak nie hlboko. Zjednodušene možno mokrade označiť za vodné útvary spojené s vodou, riekami, rybníkmi, jazerami, skrátka s typom ekosystémov viazaných na nadbytok vody. Mokrad' predstavuje biotop typický výskytom organizmov, ktoré ku svojej existencii potrebujú neustály účinok povrchových vôd alebo aspoň veľmi vysoké hladiny podzemných vôd. Môžeme si ju predstaviť ako akýsi prechod medzi suchozemským a vodným ekosystémom. Prirodzenou súčasťou mokradí sú organizmy a rastliny, ktoré ku svojmu životu (rast, rozmnožovanie) nevyhnutne potrebujú povrchovú a v menšej miere aj podzemnú vodu a to aspoň po určitú časť vegetačného obdobia. Základom mokradí je vysoká hladina spodných vôd a povrchových vôd, ktoré z lokality neodtekajú alebo ju pravidelne zavlažujú. Poznáme lúčne mokrade, poľné mokrade, lesné mokrade, rašeliniská, rákosia a litorálne pásmo (z lat. litoris - pobrežie) na pobreží stojatých vôd (napr. rybníkov a jazier), v ktorých svetlo prechádza až na sedimenty dna.

Slovenský zväz ochrany prírody a krajiny v spolupráci s Centrom mapovania mokradí v Prievidzi v rámci desaťročia ochrany mokradí vypracoval inventarizáciu v rámci publikácie *Mokrade Slovenska*. Na základe tu uvedených údajov sa na území Slovenskej republiky nachádza:

- 22 medzinárodne významných lokalít (z toho 11 ramsarských lokalít),
- 72 národne významných lokalít,
- 467 regionálne významných mokradí,
- 1050 lokálne významných mokradí.

Na webovom sídle ŠOP SR je zoznam názvov mokradí na území Slovenska vrátane plochy, uvedenia obce, okresu a typu mokrade.² Z tohto zoznamu odporúčame vychádzať pri oslovovaní škôl v jednotlivých krajoch s ponukou turistických aktivít súvisiacich s mokrad'ovými územiami (viac v časti 6.6).

² <http://www.sopsr.sk/cinnost/biotopy/mokrade/MokrSlov/tab1.htm#Bratislava>

2 VÝZNAM MOKRADÍ PRE CESTOVNÝ RUCH

2.1 PRIAMY PRÍNOS MOKRADÍ

- zmierňujú obdobie sucha ochladzovaním prostredia, súvisiaca vegetácia poskytuje tieň a osvieženie (seniorturizmus, turistika zdravotne znevýhodnených),
- udržiavaním vodnej hladiny zabezpečujú miestnu produkciu (predaj miestnych výrobkov),
- poskytujú vhodné podmienky pre športové aktivity (športový turizmus),
- vytvárajú podmienky pre vidiecky a agrárny turizmus,
- vytvárajú prirodzené prostredie pre zver (poľovnícky turizmus),
- vytvárajú podmienky pre pastierstvo (vidiecky turizmus),
- populácia rýb je závislá od mokradí (rekreačné rybárstvo),
- predstavujú súčasť kultúrneho dedičstva (kultúrny turizmus),
- sú estetickou a umeleckou inšpiráciou (fototurizmus),
- archeologické nálezy (archeologický turizmus),
- poskytujú základňu pre rekreačné a turistické aktivity (rekreačný rybolov, športový turizmus a i.).

2.2 NEPRIAMY PRÍNOS MOKRADÍ

- sú zdrojom pitnej a úžitkovej vody,
- chránia pred búrkovým prívalom,
- zvlhčujú vzduch,
- zmierňujú záplavy,
- dopĺňujú zdroje podzemných vôd,
- sú prirodzenými čističkami vôd (chemické, organické odpady, sedimenty),
- zabezpečujú kvalitu vody,
- stabilizujú miestnych klimatických pomerov (teplota, zrážky),
- udržiavajú stabilnú teplotu vody,
- umožňujú rozmanitosť biotopov a súvisiacich organizmov

3 PRINCÍPY ZUŽITKOVÁVANIA TURISTICKÉHO POTENCIÁLU MOKRADÍ

„Kto sa sám so sebou nenudí, nemusí cestovať. Ale počet turistov stále rastie.“

Gabriel Laub, český esejista a novinár

3.1 SPRÍSTUPNENIE

Mokrade, ktoré nie sú návštevníkom primerane sprístupnené a neposkytujú im možnosti pre pohodlné a príjemné trávenie času, pre nich zostanú len encyklopedickou informáciou. Kvalitná turistická infraštruktúra (napr. cyklotrasy a cyklostojany, kyvadlové autobusové linky, prístrešky s lavičkami, pozorovacie veže na pozorovanie prírody a vtáctva) pomáha vytvoriť destináciu, do ktorej sa návštevníci radi vracajú – a zvyšujú poskytovateľom služieb tržby a samosprávam príjmy z DPFO, miestnych daní, výbery parkovného, vstupného do múzeí, kultúrnych zariadení atď. Na druhej strane neprimerane vysoká miera dostupnosti môže viesť k zničeniu prírodného bohatstva.

3.2 OCHRANA

Užívanie mokrad'ových oblastí návštevníkmi nesmie negatívne ovplyvňovať schopnosť ich užívania budúcimi generáciami. Mokrade sú jedným z najohrozenejších ekosystémov v SR a týmto faktom treba apelovať na ochranný inštinkt turistov. Špeciálnu aktivitu pritom odporúčame vyvinúť v rámci nasledovných cieľových skupín: školské skupiny, študenti prírodných vied a ekonadšenci z priľahlých miest a obcí.

3.3 OSVETA A VZDELÁVANI

Aby rezidenti aj návštevníci vedeli oceniť hodnotu mokradí, musia pochopiť a osvojiť si ich dôležitosť vo vzťahu k nim samotným vrátane dôvodov, prečo mokrade potrebujú ochranu. Vzdelávanie žiakov, študentov, pedagógov a rezidentov by preto malo byť prirodzenou súčasťou rozvoja cestovného ruchu v mokrad'ových oblastiach.

3.4 INTERPRETÁCIA

Ak sa majú mokrad'ové územia stať atraktívnym turistickým cieľom pre návštevníkov a tiež predmetom záujmu rezidentov, musia tak byť aj prezentované. Propagácia mokrad'ových území by mala vysielat' jasné vysvetlenie, prečo sú mokrade významné a čím môžu byť atraktívne pre turistov, rezidentov, región, krajinu.

3.5 ZÁBAVA A AKTÍVNE PREŽÍVANIE

Mokrade v súčasnosti nemožno považovať za predmet primárneho záujmu turistov a preto odporúčame prepojiť turistiku mokrad'ových území na okolitú infraštruktúru cestovného ruchu. V prvej etape sa totiž musia dostať do povedomia návštevníkov ako jedna zo zaujímavých možností, ktoré ponúka príslušná destinácia. Pri propagácii mokrad'ových oblastí neodporúčame stavať mokrade do centra pozornosti: prax cestovného ruchu ukazuje, že návštevníci prejavujú znateľne väčší záujem o destinácie, ktoré poskytujú aktívny zážitok, v ktorom hrá návštevník dôležitú úlohu. To je možné docieľiť vhodnou interpretáciou bohatstva mokrad'ových oblastí spôsobom, ktorý by turistom ukázal možnosti aktívneho „vychutnávania“ destinácie. Tento rozmer do turistického prežívania destinácií vniesli mobilné aplikácie a interaktívne prvky (viď časti 5.6 a 6.7) založené na radosť z objavovania a ochrany miestnej flóry a fauny.

3.6 KVALITA

V prostredí tvrdej konkurencie musia ambiciózne destinácie ponúkať kvalitné služby po celej dĺžke návštevníckeho reťazca. Kvalita by mala sprevádzať návštevníka od výberu cieľového miesta, cez dopravu na miesto až po odchod z destinácie, pričom konkurenčnou výhodou je starostlivosť o zákazníka aj po odchode. Dobrým príkladom je Slovenské národné múzeum, ktoré v októbri 2017 spustilo elektronickú *Knihu prianí a sťažností* na linku Feedbacker.sk hashtag #snm. Ide o neverejnú anonymnú spätnú väzbu, ktorá posiela hodnotenie priamo kompetentným zamestnancom múzea a ponúka aj možnosť zverejnenia na Facebooku a cestovateľských portáloch Google Maps alebo Trip Advisor. Rozšírenie služby SNM zvažuje aj v rámci siete svojich múzeí na Slovensku (Handlová, Nitrianske Pravno, Levoča, Martin, Svidník, Krásnohorské Podhradie, Betliar, Dolná Strehová, Dolná Krupá, Modrý kameň, Bojnice, Častá, Sered', Modra, Košariská, Prešov, Myjava, Sklabiná).

3.7 CIEĽOVÉ SKUPINY TURIZMU V MOKRAĎOVÝCH ÚZEMIACH

V súvislosti s včlenením mokrad'ových oblastí do turistickej ponuky nie sú na mieste prehnané ambície v podobe masového záujmu turistov či vysokej ziskovosti. Odporúčame zamerať sa v prvej etape na školské skupiny a nadviazať spoluprácu s akademickým sektorom.

3.7.1 ŠKOLSKÉ SKUPINY

Regionálne ZŠ a SŠ sú kľúčovou cieľovou skupinou, najmä v období mimo hlavnej sezóny, keď je záujem bežných turistov nižší. Žiaci ZŠ a SŠ predstavujú cieľovú skupinu nielen z pohľadu vzdelávania a osvetu, ale sú tiež potenciálnymi turistami. Odporúčame vytvoriť sieť systematickej spolupráce s regionálnymi školami a na pravidelnej báze ponúkať výlety, exkurzie, podujatia s témou mokradií. Organizované skupiny vedené pedagogickým dozomom sú veľkou skupinou a sú preto zaujímavé aj z ekonomického hľadiska. Viaceré cestovné kancelárie ponúkajú školám výlety s motiváciou v podobe vernostných zliav pre pravidelných zákazníkov či na troj- a viacdenné zájazdy, pobytov zadarmo či finančnej odmeny pre pedagógov. Samotným výletom by malo predchádzať budovanie povedomia o mokradiach medzi žiakmi, ideálne formou názornej projekcie a interaktívnych hier, vďaka ktorým žiaci spoznajú, kde v blízkosti ich bydliska sa mokrade nachádzajú, aké mokrade sú na Slovensku a prečo sú dôležité.

3.7.2 RODINY S DEŤMI

Táto skupina je pomerne náročná na ponuku cestovného ruchu, sprievodnú infraštruktúru a oceňujú najmä kvalitné detské atrakcie (napr. oddychové miesta s rozprávkovými motívmi, ihriská, rozprávkové postavy z dreva, a pod.).

3.7.3 EKOTURISTI

Hoci ekoturizmus predstavuje len 2% celkového objemu tržieb svetového cestovného ruchu, je ideálnou produktovou skupinou pre ľudí vyhýbajúcich sa preplneným destináciám masového turizmu. Táto skupina návštevníkov využíva aspoň čiastočne ekologické dopravné prostriedky, predovšetkým bicykle.

3.7.4 FIREMNÉ SKUPINY

Blízka poloha k okresným mestám robí z mokrad'ových oblastí ideálne miesta na konanie firemných akcií. Mnohé ubytovacie zariadenia už využívajú rastúcu popularitu tejto formy zamestnaneckých benefitov a prispôsobujú svoje prevádzky ponukou špeciálne prispôbelených priestorov a salónov. *Sliezsky dom* prestaval bývalý Klub horských vodcov na konferenčnú miestnosť vrátane technického vybavenia, dataprojektora, premietacieho plátna, flipchart a Wi-Fi pripojenia na internet.

3.7.5 ŠTUDENTI PRÍRODNÝCH VIED

Sektor vzdelávania je jednou z kľúčových súčastí rozvoja mokradí z pohľadu vzdelávania, osvetu aj samotného cestovného ruchu. Odporúčame riadiacim subjektom mokrad'ových oblastí nadviazať aktívnu spoluprácu s vysokými školami so zameraním na prírodné vedy a cestovný ruch (zabezpečenie odborných prednášok, účasť na prieskumoch, pomoc pri príprave odborných prác). Študenti oceňujú obohatenie vyučovacieho procesu a mokrad'ové oblasti môžu využiť výsledky ich výskumnej činnosti. V Českej republike sa v roku 2013 spustila webová aplikácia *Diplomkomat*, ktorá umožňuje firmám nahrávať typy a zadania diplomových prác, ktoré by boli využiteľné v praxi. Prírodovedecká fakulta Univerzity Palackého v Olomouci sa umiestnila medzi TOP 20 inštitúcií v českom výskume aj vďaka tomu, že využila možnosť spolupráce s firemným sektorom, ktorému umožnila podieľať sa na výskumoch, čo firmám ušetrilo prostriedky na prevádzkovanie samostatného výskumného pracoviska. Vývojová realizácia výskumu prebieha pod gesciou školy, za východiská výskumu sú zodpovedné firmy. Škola profituje príjmami z tejto spolupráce a nie je striktne odkázaná na financie od ministerstva školstva.

5 PRODUKTOVÉ SKUPINY TURIZMU V MOKRAD'OVÝCH ÚZEMIACH

Tvorba produktov cestovného ruchu týkajúcich sa mokrad'ových území je založená na princípoch zužitkovania turistického potenciálu (kapitola 3) a prispôsobuje sa vytýčeným cieľovým skupinám (kapitola 4).

5.1 VODNÝ TURIZMUS

Turisti, ktorí sa vyhýbajú masovým formám kúpania v aquaparkoch, kúpaliskám či kúpeľoch, trávajú letné horúčavy v blízkosti prírodných jazier či vodných nádrží. Konkurenčnou výhodou mokradí sú široké turistické možnosti bezprostredného okolia vodných plôch (arboréta, múzeá, hrady, zámky a pod.), ktoré predlžujú pobyt návštevníka v destinácii a predstavujú zdroj ziskov aj pre poskytovateľov stravovacích a ubytovacích služieb. Vodácke zájazdy na pokojnej a mierne tečúcej vode sú ideálnym spôsobom prežitia letnej dovolenky pre skupiny priateľov a známych s možnosťou využitia služieb profesionálnych inštruktorov a individuálnej úpravy programu. Náročnejšou alternatívou kempingu a penziónov je ubytovanie v prenajatom *kajutovom člne*, v ktorom je možné podniknúť turistickú vodnú cestu v minimálnom trvaní 2 noci. Ponúkajú komfort počas plavby aj v nočných hodinách a sú ideálnym riešením pre turistov, ktorí preferujú aktívne a dobrodružne strávenú dovolenku. Samozrejmosťou je priestor na spanie, autochladnička a skrinky s úložným priestorom.

Riadenie kajutových lodí nie je podmienené špeciálnymi skúškami či preukazmi, potrebné je len zaškolenie personálom prístavu ohľadom zásad bezpečnej a pohodlnej plavby

5.2 REKREAČNÝ / KOMERČNÝ / ZÁŽITKOVÝ RYBOLOV

Slovensko ponúka až 900 rybárskych revírov prevažne s pstruhovými, lipňovými, kaprovitými a lososovými rybami.³ Možnosti turistického využitia rybníkov siahajú od krátkodobého relaxu pri vodných plochách až po niekoľkodňové pobyty v primerane vybavených rybárskych chatách na území rybárskych revírov. Odporúčame riadiacim subjektom osloviť mladšie skupiny návštevníkov prostredníctvom zážitkového turizmu (napr. lov rýb s udicou, historické techniky lovu pod vedením inštruktora, lov z rybárskeho člna) a zážitkovej gastronómie na báze rybích špecialít a vodnej hydiny. Predmetom zážitku pritom nie je samotný pokrm, ale zážitok spočívajúci vo vlastnoručnej príprave jedla pod vedením inštruktora, v niektorých prípadoch priamo obsluhujúcim personálom, v spojení so zábavou a komunikáciou s hosťami. Pokrmy z rýb sa pripravujú zvyčajne priamo vo voľnej prírode, ale aj v interiéri. Začiatočníci ocenia služby skúseného sprievodcu, ktorý poskytne potrebné inštrukcie a zavedie na miesto, kde sa nachádza najväčší zdroj rýb. Do portfólia cestovných kancelárií sa dostávajú rybárske zájazdy, pričom jednou z najobľúbenejších destinácií sú nórske *Lofoty* (Príloha č. 2, Obr. 3), kde má lov rýb dlhoročnú tradíciu (lososy, tresky, pstruhy, halibuty, miene a i.). Existuje množstvo špecializovaných cestovných kancelárií ponúkajúce rybárske zájazdy do Nórska, Fínska, Švédska, Kanady, Madagaskaru, Slovinska atď. Záujemcovia o rybársku dovolenku na Slovensku sa v súčasnosti obmedzujú prevažne na ponuky ubytovania pre rybárov.

5.3 ČLNKOVANIE

Najmä v letnej sezóne sa mimoriadnej obľube teší člnkovanie na vodných plochách s možnosťou využitia služieb súkromného veslára. Strediská, ktoré investovali do zariadenia a ponúkajú komplexné služby v podobe požičovní lodiek a výstroja, priľahlých stravovacích zariadení a ubytovacích služieb, sa stávajú obľúbeným cieľom rodín s deťmi. Na rybníkoch je v mesiacoch apríl – október bežné požičiavanie lodiek najmä v piatok, sobotu, nedeľu a cez štátne sviatky. Na začiatku sezóny sa zaužívalo slávnostné „odomknutie“ rybníka. Tejto obľúbenej športovej aktivite možno dodať aj spoločenský a kultúrny rozmer: Štrbské pleso

³ <http://slovakia.travel/rybarstvo>

v roku 2014 obnovilo tradíciu *Benátskych nocí*, ktorých korene siahajú do roku 1936. Prvý ročník spestril tatranské slávnosti vojenskou hudbou a osvetlením člnov.

5.4 BIRDWATCHING

Vďaka technickému pokroku a cenovo prístupnej technike nie je viac pozorovanie vtákov v ich prirodzenom prostredí výsadou vedcov. Ceny ďalekohľadov na pozorovanie vtákov, vybavené precíznou optikou začínajú pri cene 40,- eur. Medzi najbežnejšie vodné vtáctvo radíme rybárika riečneho, volavku bielu, bučička močiarného či volavku popolavú. Pozorovanie vtáctva pre zahraničných i domácich klientov má vo svojom portfóliu napr. špecializovaná cestovná kancelária *watching.sk*, ktorá organizuje zájazdy a výlety zamerané prioritne na pozorovanie vtáctva na území Slovenska a priľahlých krajín (Rakúsko, Maďarsko), pričom v rámci nekomerčných aktivít a v súčinnosti s ornitológmi organizujú prednášky zamerané na ochranu vtákov a šírenie povedomia a vtáctve ako aj exkurzie pre deti a krátke kurzy pozorovania vtákov či kurzy vtáčích hlasov v okolí Bratislavy. Birdwatching je ideálna aktivita pre rodiny s deťmi (Príloha č. 2, Obr. 4), treba však zohľadniť skutočnosť, že deti zvyčajne neoblubujú dlhé cesty autom a preto je vhodné vybrať si lokality blízko trvalého bydliska. Pri tejto aktivite je vhodné využiť detskú súťaživosť: ak dieťa uhádne napr. päť druhov vtákov, môže získať nejakú odmenu. Znalosti detí o okolitej prírode môže prehĺbiť založenie zošita, do ktorého si môžu lepiť fotografie pozorovaných vtákov a dopisovať zaujímavé informácie o vtáctve.

5.5 ŠPORTOVÝ TURIZMUS

Sedavý spôsob zamestnania v uzavretých priestoroch motivuje využiť voľný čas na aktívny odpočinok v rámci športového cestovného ruchu spojeného s určitým stupňom fyzickej záťaže. Športovo-rekreačné možnosti prírody sú limitované sezónou a do značnej miery tiež počasím. Mokrade sa počas letnej sezóny môžu využiť ako prírodné kúpaliská a pláže pri vodnej ploche, ale sú aj vhodnými miestami na behanie. Beh po rušných mestských uliciach má na organizmu paradoxne negatívny organizmus: vdychovanie škodlivých exhalátov a výfukových plynov oslabuje dýchacie funkcie a zužuje tepny. Na behanie sa nehodia ulice, ale ani mestské parky, pretože ovzdušie je znečistené v celej mestskej oblasti. *Beh* v okolí vodných plôch naproti tomu poskytuje kvalitnejšie ovzdušie a navyše vďaka nerovnému terénu telo spáli približne o 10% viac kalórií, nehovoriac o estetických benefitoch, ktoré ponúka príroda. Zo športových aktivít v blízkosti vodných plôch majú ekonomický prospech bufety a stravovacie prevádzky, v ktorých sa najmä malé skupinky spoločne športujúcich návštevníkov po

športovom výkone radi osviežia. Kým daždivé počasie je väčšinou turistov vnímané negatívne, v športovom turizme je, naopak, výhodou: prieskumy športovej vedy ukazujú, že pri mrholení a vysokej vlhkosti vzduchu sa dá dosiahnuť lepší fyzický výkon.

V októbri 2016 odštartovala kampaň Ligy proti rakovine *Krok ku zdraviu* s heslom: „Prejdite spolu za mesiac toľko krokov ako Matej za rok.“ Slovenský atlét venujúci sa chôdzi Matej Tóth podľa kampane urobil 10 miliónov krokov ročne a úlohou Slovákov bolo spoločne prekonať toto číslo. Zapojení záujemcovia si svoje „kroky“ namerané mobilnou aplikáciou iHealth mohli vymeniť za zľavy od partnerov projektu alebo vecné odmeny. Vďaka monitorovacím vlastnostiam lokálnych kontextových služieb QR a Bee Tagg (viac v časti 5.6 Virtuálni sprievodcovia) možno podobnú logiku aplikovať aj v oblasti rozvoja športového turizmu v mokrad'ových oblastiach.

5.6 FOTOTURIZMUS

Tento segment nie je v súčasnosti na Slovensku rozvinutý a nefiguruje v portfóliu žiadnej cestovnej kancelárie, čo je škoda, pretože vhodne dopĺňa pešiu turistiku či cykloturistiku. V zahraničí sa veľkej obľube tešia najmä školenia fotografie *tour guides*, ktoré ponúkajú nadobudnutie či zlepšenie fotografických zručností pod vedením profesionálneho certifikovaného fotografa. Nekladú pritom dôraz na techniku fotenia, ale skôr na kreativitu a vlastný prejav účastníka. Album záberov mokradí môže zároveň poslúžiť ako propagačný materiál. Existuje široká škála programov pre amatérskych fotografov v závislosti od stupňa znalosti a záujmu. Účastníci si nielen osvoja užitočné tipy a techniky fotenia, ale môžu objaviť nepoznané esteticky hodnotné miesta v okolí. Jedným z propagátorov tejto inovatívnej produktovej triedy je dobrovoľný strážca prírody Jaroslav Slašťan (Príloha č. 2, Obr. 8), ktorý domácim i zahraničným ponúka záujemcom bezpečné sprevádzanie k druhom žiadanej zveri. Stretnutie „na vlastnú päsť“ s voľne žijúcou zverou môže skončiť tragicky aj napriek maskovaniu 3D sieťami. Kvalifikovaný sprievodca musí byť nielen jazykovo zdatný, disponovať znalosťami prírody a zásadami poskytovania prvej pomoci, ale musí byť schopný včas rozpoznať signály šeliem a vystihnúť chvíľu, kedy sa treba dať na ústup. Vzhľadom na nutnosť nenápadného správania v teréne a tým pádom aj minimálnym dosahom na zver je fototurizmus výborným príkladom trvalo udržateľnej formy turizmu.

5.7 CYKLOTURISTIKA

Územie Slovenska v súčasnosti disponuje viac než 13 000 km značenými cyklistickými trasami, pričom národná cyklostratégia umožňuje túto sieť rozšíriť o nevyužívané železničné trate (táto prax je bežná napr. na Morave či v Prahe). Mokrad'ové oblasti ponúkajú cyklistom zaujímavé výhľady na mokrad'ové ekosystémy – mokré lúky, slatiny, močiare, kroviny a lužné lesy, obývané vzácnymi druhmi flóry a fauny.

5.8 HIPOTURISTIKA

Korene hipoturizmu siahajú do 50. rokov 20. storočia do Francúzska, keď vozidlá prebrali úlohu vozidiel ťahaných koňmi. Z jazdectva sa postupne vyvinula oddychová aktivita a v 80. rokoch začal podnikať prvý špecializovaný touroperátor. Súčasní záujemcovia si môžu vybrať od rekreačnej konskej turistiky na úrovni začiatočníkov až po niekoľkodňové výlety na konskom chrbte, ktoré si už vyžadujú určité schopnosti, skúsenosti a tiež technický stupeň. Jazdectvo pomáha udržiavať cesty a trasy a apetít hipoturistov povzbudzuje spoluprácu malých podnikateľov mikroregiónu v oblasti gastronómie. Základnými typmi trás sú tzv. *slučkové trasy*, ktoré predpokladajú ubytovanie v jazdeckom centre alebo jazdeckom penzióne na niekoľko dní a každý deň absolvuje jednu jazdu s návratom do centra vo večerných hodinách. Alternatívou sú *spojené trasy*, tzn. jazdy medzi viacerými bodmi po línii v rámci trasy, ktoré si vyžadujú viac než jeden deň jazdy, preto je spotrebné stráviť noc vždy na inom mieste, tu už je potrebná zručnosť a dobrá fyzická kondícia. Návštevníci si môžu prenajať koňa spoločne so sprievodcom na jazdu v trvaní 1 - 6 hodín. Tieto služby sa poskytujú v jazdeckom centre a pokrýva potreby pre daný región. Súčasťou ponuky bývajú aj jazdy pre sporadických jazdcov.

5.9 POĽOVNÍCKY TURIZMUS

Vzhľadom na rôzny stupeň ochrany je táto produktová skupina do značnej miery limitovaná. Nepopierateľným pozitívom výkonu poľovníctva je eliminovanie rizika premnoženia určitých druhov zveri, ktorá by inak ohrozovala ľudí a poškodzovala životné prostredie. Trvalo udržateľná forma turizmu berie ohľad na zachovanie biodiverzity a rešpektuje ekologické a etické zásady. Zákon je najotvorenejší k *sprevádzanému pozorovaniu zveri* v jej prirodzenom prostredí vrátane možnosti fotografovania, filmovania a populárno-náučného výkladu sprievodcu. Pre marginalizované regióny so slabou infraštruktúrou môže byť poľovnícky turizmus zaujímavým zdrojom príjmov. Pre ekonomiku turizmu sú kombinované poľovnícke cesty spojené s ubytovaním, stravovaním, a doplnkovými službami (doprava po poľovnom revíri, zabezpečenie streliva, preparácia trofejí, predaj ulovenej zveriny) významnejšie než krátkodobé poľovnícke cesty. Mokrad'ové územia môžu účastníkom

poľovníckeho turizmu ponúknuť dostatok pernatej zveri ako napr. jarabice, bažanty, kuropty, či divé kačice.

5.10 ADOPCIE MOKRADÍ

Pre ľudí, ktorí sa pre nedostatok času nemôžu venovať aktívnej forme dobrovoľníctva, sú riešením tzv. adopčné projekty. Najväčšej popularite sa tešia adopcie zvierat: príkladom je symbolická adopcia *Adoptujte si kozy*, ktorá umožňuje prispieť sumou 10,- 20,- alebo 30,- eur na krmivo a prístrešky pre zvieratá na Devínskej Kobyle a vo Veľkom Léli, čo pozitívne ovplyvňuje biotopy lúk a pasienkov okolia Bratislavy, ktoré v súčasnosti trpia stratou vzácnych druhov kvetov či motýľov. Košický projekt *KESA (Košická stromová adopcia)* organizovaný Správou mestskej zelene v spolupráci s mestom Košice zapája verejnosť do výsadby stromov vo verejných priestoroch mesta. Popri ozelenení mesta a zvýšení kvality životného prostredia pestuje pozitívny vzťah verejnosti k zeleni ako k hodnotám, ktoré treba chrániť a zušľachťovať. Stromy sú očíslované a ľudia si ich môžu adoptovať zaplatením adopčného poplatku zahŕňajúceho drevinu, kotviaci materiál, štítky s označením a certifikát adoptívneho rodiča podpísaný primátorom mesta, pričom sieť s ponúkanými lokalitami je zakreslená vo verejne dostupnej interaktívnej mape, ktorá eviduje stromy podľa mena adoptívneho rodiča alebo rodiny. Adopcie mokradí sú na Slovensku novinkou, ale v zahraničí sú takéto projekty pomerne bežné. Vyškolené viacčlenné tímy dohliadajú na rybníky v okolí svojho bydliska, dozerajú na nich a udržiavajú ich najmenej štyrikrát do roka (viď kapitola 8, Prípadová štúdia č. 4).

5.11 EKOTURIZMUS, DOBROVOĽNÍCKE AKCIE

Prax ukazuje, že chrániť mokrade striktným zákazom vstupu na mokrad'ové územie je nerozumné. Odoberanie biomasy obhospodarovaním má totiž ochranný účinok pred nežiaducim zalesnením územia. Kým však v predvojnovom období boli ľudia odkázaní na obhospodarovanie vlhkých plôch, v súčasnosti táto potreba používaním veľkoplošného strojového obhospodarovania pôdy zanikla. Mokrade sú pre techniku neprístupné, ale ručné kosenie sú poväčšine ochotní robiť len fanatici. V súčasnosti však existujú aj ľahké technické stroje na hospodárenie v mäkkých pôdach, financovateľné EÚ s perspektívou využitia biomasy z rašelinísk, slatín a podmáčaných spoločenstiev.⁴ Dobrovoľnícke akcie usporiadané v rámci

⁴ BARLOG, M. *Nezastupiteľné mokrade*. In: sme.sk [online]. 2009 [cit. 2018-09-07]. Dostupné na: <<https://barlog.blog.sme.sk/c/194395/Nezastupitelne-mokrade.html>>.

ekoturistických podujatí môžu významne prispieť ku kultivácii chránených území ako cieľov turizmu (napr. zberom odpadu, starostlivosťou o infraštruktúru, výsadbou drevín alebo kosením lúk). Pri propagácii týchto aktivít odporúčame klásť dôraz na ich zdravotné a ekonomické výhody v kontraste s trávením času vo fitnesscentre: hodina ručného kosenia spáli 1360-1820 kJ, čo je približne 30 minút výkopov alebo 60 min. aerobiku, a príjemným bonusom pre dobrovoľníka je budovanie svalovej hmoty na čerstvom vzduchu a príjemný pocit z pomoci prírode. Za zmienku stojí aj to, že stredná záťaž spojená s kosením znižuje možnosť ischemickej choroby srdca, obezity, cukrovky a prispieva k fyzickej a duševnej pohode. Blízky styk s prírodou znižuje psychické napätie vyvolané dlhodobým stresom. Vhodné je podnietiť aj záujem o faunu mokraďových oblastí, ideálne spôsobom, ktorý bude nielen užitočný pre živočíchy, ale zároveň nesie dôležitý prvok interaktívnosti (podkapitola 3.5), tzn. aktívneho prežívania turistického produktu, ktorý je ideálnym spôsobom budovania blízkeho vzťahu medzi návštevníkom a mokraďovými územiami. Oblúbenou aktivitou je budovanie zábran pre žaby počas jarnej migrácie na miesta párenia v záujme zníženia úhynu týchto obojživelníkov pod kolesami motorových vozidiel pri prechode cez cestné komunikácie. Inštruovaní dobrovoľníci pod vedením environmentálnych organizácií prenášajú zachytené žaby cez cestu k vodným nádržiam, kde im už nehrozí nijaké nebezpečenstvo (Príloha č. 2, Obr. 10 a 11).

6 PRODUKTY CESTOVNÉHO RUCHU VHODNÉ PRE TURIZMUS MOKRAĎOVÝCH ÚZEMÍ

Úspešné destinácie cestovného ruchu vytvárajú komplexný súbor zážitkov v podobe služieb cestovného ruchu, pre ktorý sú charakteristické vzájomná podmienenosť a komplementárnosť. S ohľadom na nemateriálny charakter nie je možné služby vopred vyskúšať, preto pri ich ponuke majú dôležitú úlohu informácie vo fáze rozhodovania potenciálnych návštevníkov.

Marketing produktov cestovného ruchu zvyčajne rozlišuje tri úrovne produktu:

- všeobecný produkt – jadro, ktoré tvorí ponuka špecializovaných služieb (preprava, prenocovanie) a variabilná primárna ponuka cieľového miesta,
- očakávaný produkt, s ktorým sa v skutočnosti stretne zákazník a ktorým sa producent služieb odlišuje od konkurencie (prostredie, atmosféra, pohostinnosť, ochota pracovníkov, kvalita, značka),

- širší produkt poskytuje dodatočný zážitok (prekvapenie, zľava pre stáleho hosťa, blahoželanie k sviatku).

6.1 NÁUČNÉ CHODNÍKY

Turistické a exkurzné trasy príjemne kombinujú pohyb so vzdelávaním. Majú podobu turistických chodníkov so zastávkami opatrenými informačnými tabuľami, pričom informácie sa môžu zameriavať na rôzne oblasti ako napr. prírodné bohatstvo, lesníctvo, technické zaujímavosti, históriu a pod. Hlavným poslaním takýchto trás je predĺžiť pobyt návštevníkov v destinácii. Štandardným počtom je 10 - 12 zastávok. Náučná trasa musí byť trasou v pravom zmysle slova, tzn. viesť z bodu A do bodu B. Za náučnú trasu nemôžeme považovať skupinu informačných panelov, voľne umiestnených v teréne. Výhodou náučného chodníka sú zabudované odpočívadlá, drevené koše a lavičky, ktoré návštevníkom spríjemňujú prehliadku. Náučný chodník by mal byť rozhodne tematicky previazaný na dané miesto. Ak sa do trasy vloží prvok interaktivity, informácie si turista lepšie osvojí, ale treba dbať na to, aby úlohy nadväzovali na tému a rozvíjali ju, či dopĺňali. Pri budovaní trasy treba pamätať na to, že ju bude potrebné tiež udržiavať, čo je finančne náročné. Vzdelávacie rozmer náučných trás môže v prospech marginálnych regiónov využiť aj popularitu slávnych rodákov ako napr. *Chodník Jozefa Krónera v Staškove*, ktorý začína v strážnom dome pre železničnú trať z Čadce do Makova a rodnom dome obľúbeného herca v hornokysuckej obci Staškov z roku 1914. V 90. rokoch bol po rekonštrukcii používaný na rekreačné účely, ale pre slabý záujem začal pustiť. V roku 2011 bol otvorený ako pamätná izba vybavená osobnými vecami Jozefa Krónera (kreslo, okuliare, soška Oscara za Obchod na korze, šálka, rybárske čížmy), ktoré venovala jeho dcéra Zuzana Krónerová. Po náučnej trase turistov sprevádza 12 sôch na motívy Krónerových divadelných hier a filmov (Tisícročná včela; Pacho, hybský zbojník; Sváko Ragan; Obchod na korze; My sme malí muzikanti; Ty, ktorý si na nebesiach; Slovácko sa nesúdi; Fidlikant na streche; Kubo; Biela nemoc, Profesor Poležajev; Ľudia z maringotiek). Pri tvorbe náučných chodníkov je výhodou, ak majú nielen vzdelávacie, ale aj hravý rozmer. (viac v kapitole 8, Prípadová štádia č. 5).

6.2 ROZPRÁVKOVÉ CHODNÍKY

Miestne príbehy a povesti ponúkajú nespočetné množstvo možností môžu byť inšpirované príbehmi, ktoré sa viažu k miestam. Ideálne je chodník „zasvätiť“ konkrétnej postave s lokálnym významom alebo rozprávkovej postave, súvisiacej s vodou (vodník, rusalka, škriatok a pod.). Trasy by mali byť prispôbené detskému turistovi v otázke dĺžky a

stúpania. Pri jednotlivých zastaveniach sa návštevníci môžu dozvedieť o tomto príbehu. Stúpanie, dĺžka okruhu a trvanie trasy by mala byť prispôsobená detským návštevníkom. Ideálne je napojenie rozprávkových chodníkov na štandardné turistické trasy. Oblíbené sú tiež tzv. rozprávkové aleje, zložené z drevených sôch rozprávkových bytostí (ježibaba, vodník, čert, biela pani, permoník, smrčka a pod.), pričom sochy môžu byť doplnené tabuľkami s popisom alebo QR kódom, ktorý umožňuje prístup k ďalším informáciám alebo úlohám. Súčasťou tejto trasy môže byť aj lanový park a podobné atrakcie. Popularitu kocúra Mikeša od oblíbeného českého ilustrátora Josefa Ladu zúročuje *Mikešova cesta* z Hrusic do Říčan. Na 20 kilometroch trasy čaká deti symbolických 12 zastavení s tabuľkami, na ktorých si môžu prečítať úryvky z Kocúra Mikeša a pokochať sa obrázkami, ktoré sa vždy vzťahujú k reálnym miestam, na ktorých čierny kocúr prežíval svoje dobrodružstvá. Ak sa dieťa počas putovania unaví, môže si cestu skrátiť a hocikde v rámci trasy nasadnúť na autobus alebo vlak. Trasu možno prejsť aj na bicykli, pričom trasy sú na mape vyznačené.

V zimnom období sa drevené sochy z rozprávkových trás môžu presunúť do krytých priestorov až do jari a trasa bude slúžiť ako tradičná lesná cesta. Nie je to však nevyhnutné. Príkladom je *Ježíškova cesta* v okolí Božího daru (okres Karlovy Vary), ktoré je najvyšším položeným miestom v Českej republike. Trasa začína v infocentre, kde záujemcovia dostanú zápisník na úlohy, mapku a potrebné informácie. Kto donesie na spiatočnej ceste do infocentra vyplnený zápisník, dostane malú odmenu. K dispozícii sú dva okruhy a je možné prejsť ju aj s kočiarikom alebo na bežkách. Trasa ponúka možnosť lesného občerstvenia nazvané výstižne Krmelec s otváracími hodinami sobota, nedeľa sviatky 11:00-16:00. Deti môžu navštíviť Ježíškovu poštu a pozrieť sa na vlastivedné múzeum s vystaveným betlehemom s otváracími hodinami pondelok - nedeľa 8:00 - 18:00.

6.3 ZÁŽITKOVÉ TRASY, LETY

Zážitkové trasy sú formou zábavného a hravého spoznávania destinácie formou hry, príp. teambuildingovej aktivity a sú založené na atraktívnom príbehu (oblíbené sú detektívne alebo historické zápletky). Účastníci namiesto pasívnej prechádzky s odborným výkladom sprievodcu aktívne riešia rôzne úlohy, ktorú sú v priamej súvislosti s daným miestom. Informácie neprijímajú pasívne, ale sami si ich získavajú napr. TIC, od rezidentov alebo vo forme zašifrovaných tajných správ. Ideálne je absolvovanie trasy v skupine, čo posilňuje tímového ducha a zlepšuje zábavu. Pre školské skupiny je tento produkt cestovného ruchu optimálnou formou zážitkového učenia. To, čo deti sami zažijú a sami si zistia, si osvoja lepšie ako keby ich len počuli alebo videli. Jednou z najoblíbenějších tém je hľadanie pokladu a plátí

pravidlo, že kľúčová je zápletka hry a prevedenie jednotlivých úloh musí byť dobre hrateľné. Treba pritom dbať na detaily v podobe historických kostýmov a dobových tlačovín či rekvizít. Zážitkové trasy v *Prahe* určené pre firemné tímy zapájajú do trasy aj nereálne postavy hrané členmi realizačného tímu prezlečené napr. za mnícha, žobráka, žandára či iné fiktívne postavy, od ktorých musia získať informácie, ktoré ich nasmerujú bližšie k cieľu. Hry sa zvyčajne zavŕšia večierkom s programom v jednej zo zapojených reštaurácií. Pre prostredie mokradí možno použiť postavy z obľúbených rozprávok, povestí, mýtov či legiend, viažucich sa k daným miestam. Trasou zvyčajne sprevádza postava úzko spojená s témou, ktorá návštevníkom prichystá určitý počet zastavení. Na týchto zastaveniach deti plnia úlohy a skúšajú svoje schopnosti a navyše sa niečo zaujímavé dozvedia. Prevádzkovatelia okolitých reštauračných zariadení a kaviarní môžu zúročiť výhodu blízkej polohy a zapojiť sa do zážitkovej trasy napr. ponukou tematicky ladených pokrmov (napr. špeciality z rýb a vodnej hydiny) za zvýhodnených cenových podmienok.

Pohľady na mokradňové oblasti môžu turisti obdivovať tiež vďaka zážitkovým letom na jednomotorových, dvojmotorových aj nemotorových lietadlách. Zážitkové a fotografické lety na Slovensku ponúka napr. *Aeroklub Kamenica nad Cirochou* štandardne v trvaní 30 minút a viac okolo vodných nádrží Šírava, Domaša, Starina a Morské oko. Cena letu sa v závislosti od dĺžky a počtu osôb pohybuje od 70,- do 250,- eur.

6.4 NÁUČNÉ PANELY

Náučné panely turistom predstavujú prírodné a kultúrno-historické hodnoty interpretovaného územia. Sú súčasťou náučných chodníkov a poznávacích okruhov. Mali by byť umiestnené na miestach sústredenia návštevníkov (dopravné terminály, pešie zóny a pod.), riadne očíslované a organizované presne podľa plánu uvedenom na prvom z informačných panelov. Optimálne je, aby bol na každom z informačných panelov na trase menší plánik celej trasy. Návštevník sa lepšie zorientuje, ale bude mať predstavu o celej dĺžke trasy. Trasu od jedného panelu k druhému môžu vyznačovať smerovky na rázcestiach alebo symboly trasy (napr. vodník v prípade vodníckej trasy). Väčší počet panelov na menšej ploche nielen spôsobuje vizuálny smog, ale panely od rôznych osaditeľov (obec, správca lokality) si často aj odporujú. Panel nesmie zakrývať interpretovaný objekt a strhávať na seba zbytočnú pozornosť. Ideálnou formou panelu, ktorý vizuálne nenaruša okolie, je pultová verzia typická pre

vyhliadky.⁵ Pomer obrazového a textového materiálu musí byť vyvážený. Na náučných paneloch by mali byť uvedené len podstatné a zaujímavé informácie a to formou, ktorú pochopí aj laik. Treba počítať aj s vandalizmom a zvoliť preto ťažko zničiteľný materiál, napr. vytvrdené plasty. Príbehy krajiny, udalosti viazané na miesto, legendy a povesti, zaujímavé informácie.

6.5 TURISTICKÍ SPRIEVODCOVIA

Vyškolení sprievodcovia s primeranými komunikačnými zručnosťami a znalosťami miestnych pomerov môžu turistom umožňovať fotografovanie mokrad'ových oblastí alebo usmerňovať osoby, ktoré sa v území pohybujú účelovo za štúdiom, výskumom, nakrúcaním, prežívaním krajiny a pod. Interpretovaním prírodných a kultúrnych hodnôt územia a skvalitňujú zážitok turistov. Špeciálnou kategóriou sprievodcov sú tzv. *wildwatcheri*, ktorí sprevádzajú turistov po prírode za cieľom pozorovania zveri v jej prirodzenom prostredí a pútavým spôsobom interpretujú prírodné hodnoty územia. Slovenský wildwatcher a zároveň majiteľ takto zameranej cestovnej kancelárie Vladimír Trulík priblížil sprevádzané pozorovanie zveri v inšpiratívnom rozhovore pre denník SME.⁶

6.6 VIRTUÁLNI SPRIEVODCOVIA

Popri klasických chodníkoch sa tešia obľube aj tzv. virtuálne trasy založené na interaktívnych informačných tabuliach doplnených tzv. tagglitom,⁷ ktorý pomocou dvojrozmerného čiarového kódu (taggu) presmeruje na webovú adresu a stiahne obsah. Výklad územia sprístupňujú mobilné aplikácie pre čítanie *QR* alebo *Bee-Tagg kódov*. Tieto lokálne kontextové služby načítajú zaujímavosti daného miesta na základe jeho GPS súradníc bez potreby akéhokoľvek fyzického značenia v teréne a ponúkajú virtuálne náučné a prehliadkové trasy s prepojenými stanoviskami. Hoci virtuálna alternatíva panelov znižuje vizuálnu záťaž prostredia, prináša úžitok len časti turistom a preto ju nemožno považovať za plnohodnotnú náhradu tradičných panelov či hovoriť o zastaranosti fyzickej podoby panelov. Zmyslom *QR kódov* by malo byť umiestňovanie prevažne takých informácií, ktoré nemožno umiestniť na tradičné tabule, resp. ich na nich možno umiestňovať len za cenu vysokých nákladov. *QR kódy* by sa v žiadnom prípade nemali obmedzovať len na digitálne kopírovanie informácií z tabule.

⁵ MORAVEC, J. *Jak (ne)dělat náučné stezky*. In: ekolist [online]. 2016 [cit. 2018-09-10]. Dostupné na: <<https://ekolist.cz/cz/publicistika/priroda/jak-ne-delat-naucne-stezky>>

⁶ dostupné na portáli selmy.cz na adrese <https://www.selmy.cz/clanky/sprievodca-po-prirode-stretli-ste-medveda-nemate-sa-coho-bat/>

⁷ tabuľka s kódom

Výhodou virtuálnych sprievodcov je monitorovanie návštevnosti vďaka serveru Taggmanager, ktorý zisťuje, koľko osôb navštívilo pomocou mobilného zariadenia webové sídlo.

6.7 TURISTICKÉ AKCIE

V spojitosti s vodnými plochami sa tradične konajú rôzne podujatia. Niektoré si pamätajú už len tí najstarší, iné pretrvali roky. Azda najznámejšie je symbolické odomknutie hladiny Štrbského plesa pri otvorení letnej turistickej sezóny (Príloha č. 2, Obr. 5). Obec Vyšná Myšľa v r. 2013 obnovila zanedbané močidlo v snahe zachovať ho pre ďalšie generácie a v r. 2019 priblížila zvyk prania šatstva na rybníku podujatím „Ako sa v minulosti pralo na Rybníku“ (Príloha č. 2, Obr. 6) s ukázkami prania a spevu folklórnych piesní v lokalite oddychovej zóny, v ktorej sa nachádza roklina so žriedlom s vytekajúcou podzemnou nezamrzajúcou vodou (voda teplá 14°C zásobuje vodou aj priľahlú mokraď a v zime nezamrzá). „Rybník“ je v skutočnosti močidlom, ktoré sa v minulosti využívalo ako kúpele, na močenie ľanu, či ešte v 90.-ych rokoch minulého storočia na pranie bielizne. Táto prírodná rarita sa stala aj kultúrnou atrakciou.

7 MOŽNOSTI PROPAGÁCIE MOKRAĎOVÝCH ÚZEMÍ

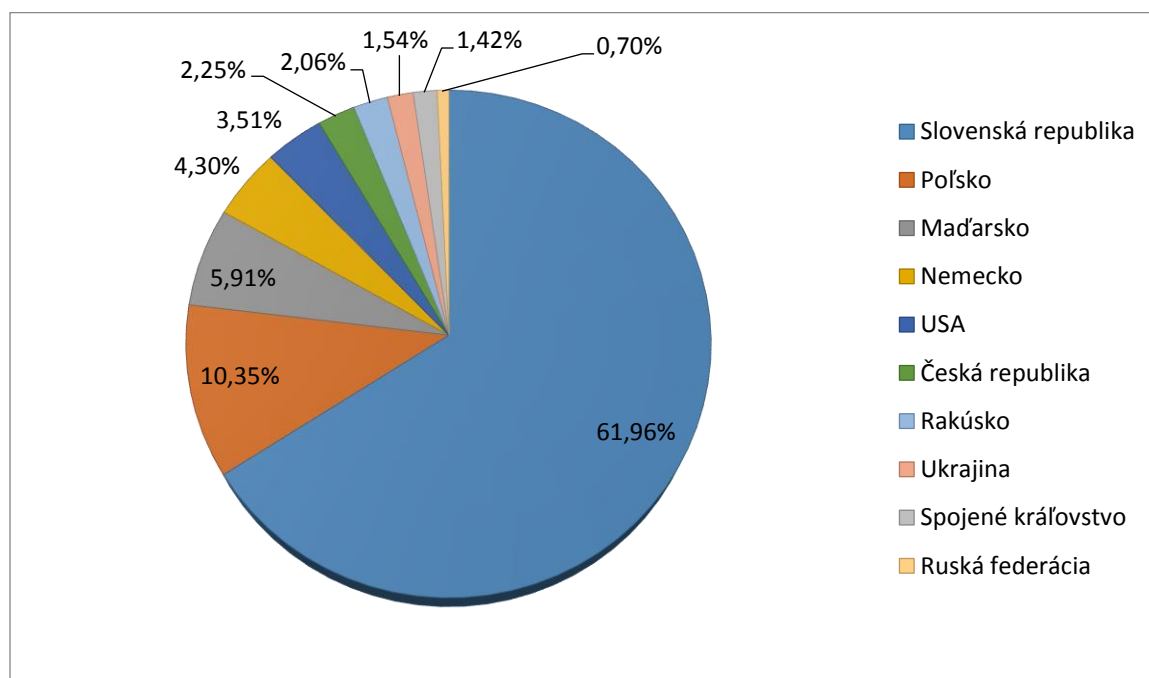
Turizmus mokraďových oblastí je medzi produktovými skupinami cestovného ruchu nováčikom. Vzhľadom na fakt, že mokrade same osebe nie sú vyčerpávacím produktom cestovného ruchu, bude potrebné v prvej etape presvedčiť prevádzkovateľov služieb v sektore turizmu o turistickom potenciáli mokraďových oblastí a tiež o možnostiach napojenia mokraďovej turistiky na existujúcu ponuku cestovného ruchu. V zásade platí, že čím menšiu má produkt cestovného ruchu ekonomickú bonitu, o to tesnejšiu spoluprácu musia zainteresovaní prevádzkovatelia vyvinúť, aby prilákali návštevníkov. V prípade mokraďových území môže profitovať najmä supraštruktúra cestovného ruchu (predovšetkým stravovacie a ubytovacie zariadenia v blízkosti mokradí). Vzhľadom na to, že mokrade nie sú z ekonomického hľadiska lukratívnym produktom, propagáciu budú s najvyššou pravdepodobnosťou iniciovať a realizovať predovšetkým nadšenci, ktorí veria v úspech tejto environmentálne inovatívnej produktovej triedy a dokážu aktivovať aj ďalších ľudí.⁸

7.1 NÁRODNÝ PROPAGAČNÝ PORTÁL

⁸ ako to bolo v prípade programu AAW z bodu 5.1

Slovakia Travel je komplexným informačným a propagačným portálom Slovenska ako destinácie cestovného ruchu, využívajúci internet ako populárny distribučný kanál, ktorý zjednocuje a zastrešuje relevantné informácie o Slovensku na jednom vstupnom bode, predovšetkým vo fáze rozhodovania a plánovania dovolenkových ciest. Existuje možnosť národnej propagácie turistiky v mokrad'ových oblastiach prostredníctvom Slovakia.Travel v sekcii „Čo vidieť a robiť“ a „Príroda a krajina“ (na ilustračnej fotografii na obale tohto materiálu sú zobrazené Dunajské luhy, snímka je z fotogalérie portálu slovakia.travel). Momentálne sa v tejto sekcii nachádzajú priečinky Národné parky, Jaskyne a Geoparky.⁹ V období január – september 2020 portál navštívilo viac než 1,26 milióna užívateľov, z toho bezmála 62% zo Slovenska.

Tab. č. 1: Návštevnosť portálu Slovakia.Travel v r. 2020 (január - september)



Zdroj: slovakia.travel

Viac než desatinu návštevníkov portálu tvorili Poliaci a nasledovali návštevníci z Maďarska. Je zaujímavé, že informácie o Slovensku ako dovolenkovvej destinácii viac zaujímali Nemcov a Američanov než Čechov, ktorí o informácie na našom národnom propagačnom portáli prejavili len o trochu väčší záujem než Rakúšania.

⁹ <https://slovakia.travel/co-vidiet-a-robit/priroda-a-krajina>

7.2 MASKOT

Maskot je praxou overený marketingový nástroj, ktorý môže efektívne pomôcť budovať kontakt medzi mokrad'ami a najmä detskými návštevníkmi na sociálnych sieťach a webových sídlach. Dobrý maskot by mal byť nápaditý a po tematickej stránke úzko previazaný na príslušnú destináciu. Záujem detí o mokrade môže vzbudiť či zvýšiť počítačová hra, v ktorej bude maskot hrať hlavnú postavu. Animovaný maskot dáva destinácii vlastnú identitu, predovšetkým vďaka animovanej forme maskota si detskí turisti dobre zapamätajú, môžu sa s ňou odfotiť a porozprávať. V turistických informačných centrách sa môže maskot predávať ako hračka, kľúčienka alebo ako obrázok na hrnčekoch či tričkách. Maskot *Vodník Člupko* je hrdinom pekne ilustrovanej knihy Svetlany Majchrákovéj, v ktorej prežíva šesť veselých príbehov. Existuje aj jeho hračkárska podoba a v animovanej podobe „pracuje“ pre istý hotel na Slniečnych jazerách.

7.3 SOCHY

Sochy (z dreva, kameňa, hliníkovej zliatiny) stvárňujúce postavy s väzbou na dané miesto, sú pre turistov vyhľadávaným miestom fotografovania. Zverejňovaním fotografií na sociálnych sieťach robia turisti týmto destináciám neplatenú reklamu. Slovenskou sochou medzinárodného významu je *Čumil* na križovatke Laurinskej, Panskej a Rybárskej brány v Bratislave z tvorby akademického sochára Viktora Hulíka (*1949), ktorá už 21 rokov láka turistov a inšpirovala stovky kópií v Rusku, Bielorusku či na Ukrajine. Mimoriadnej obľube sa tešia tie sochy, ktoré s turistami pri fotografovaní zdanlivo „spolupracujú“ ako napr. zliatinový sochár v prístavnom austrálskom meste Fremantle s prázdnu stoličkou, na ktorú sa môžu posadiť turisti a nechať si u „maestra“ urobiť bustu (Príloha č. 2, Obr. č. 1). Vo väzbe na mokrad'ové územia sú vhodné rozprávkové postavy späté s mokrad'ami (vodníci, vodné žienky, rusalky). Tejto tematiky sa chopil sochár Igor Mosný a vytvoril sochu vodníka Valentína, ktorý od r. 1998 v centre Trenčína púta pozornosť miestnych aj turistov. Ak sa k sochám viaže aj príbeh, tento zvyšuje ich príťažlivosť. V knihe o tomto vodníkovi jej autor - mím Vlado Kulíšek vysvetľuje, že práve Valentínovi vďaka Trenčania za studne, ktoré kedysi slúžili ako napájadlá pre dobytok na miestne zaniknutého trhoviska. Kulíšek sa rozhodol napísať o vodníkovi knihu po tom, ako Valentína sám stvárnil: „Asi pol hodiny som sedel na lešení na studni, mal som na

očiach pingpongové loptičky, vyliezol som na námestie, kde bolo plno ľudí. Odvtedy mám k nemu svojský vzťah.“¹⁰

7.4 VIRTUÁLNE WEBOVÉ PREHLIADKY

Vzhľadom na obmedzený časový fond ekonomicky aktívneho obyvateľstva sú destinácie nútené prísť za cieľovými skupinami až „do obývačky“. 3D zábery esteticky priťažlivých turistických bodov umožňujú potenciálnym návštevníkom preniesť sa na miesto a na vlastné oči „otestovať“ atmosféru týchto lokalít. Podobnú taktiku s úspechom praktizujú ubytovacie a stravovacie zariadenia. Portál na podporu cestovného ruchu na Slovensku a propagáciu slovenských regiónov Virtual Travel ponúka virtuálne panoramatické prehliadky turisticky atraktívnych miest na Slovensku. Návštevníci internetovej stránky virtualtravel.sk môžu napríklad nahliadnuť do Vihorlatského skanzenu v Humennom a zoznámiť sa s ukázkami rezbárskeho umenia, hospodárskymi domami, vahadloovou studňou či vyše 250-ročným dreveným kostolom Sv. Michala Archanjela.

7.5 SOCIÁLNE SIETE

Až 60 % používateľov Facebooku priznáva, že fotografie ich priateľov ich inšpirujú k cestovným plánom. V očiach váhajúcich záujemcov pôsobia dôveryhodne recenzie na sociálnych sieťach (tzv. potvrdenie treťou stranou, angl. *social proof*). Je v ľudskej povahe uveriť skôr hodnoteniu bežných ľudí ako strojeným marketingovým informáciám: 88 % turistov si pred rezerváciou pozerá recenzie a polovica z nich priznáva, že sa rozhodujú na základe týchto recenzií. Používateľské recenzie súčasne poskytujú prevádzkovateľom zariadení cestovného ruchu cennú spätnú väzbu. Aktívny profil prevádzky na sociálnej sieti je v mori konkurenčných ponúk obrovskou výhodou. Treba však dbať na flexibilné vkladanie reakcií na hodnotenia a zjavnú snahu riešiť prípadnú nespokojnosť zákazníkov so službami.

7.5.1 PINTEREST

Využívanie Pinterestu je založené na vkladaní kvalitných fotografií s vysokým rozlíšením. Aktívna účasť na tejto sociálnej sieti môže zvýšiť povedomie o turistických službách spojených s mokradľami, zvýšiť záujem a následne predaj. Efektívnejšie sú tzv. piny

¹⁰ MARTINÁK, P. *Kulišek vyliezol zo studne skôr ako vodník*. In: mytrencin.sme.sk [online]. 2020 [cit. 2020-10-12]. Dostupné na: <<https://mytrencin.sme.sk/c/7240991/kulisek-vyliezol-zo-studne-skor-ako-vodnik.html>>

s viacerými ponukami, ktoré môžu zasiahnuť širšiu skupinu používateľov (možností však nesmie byť priveľa, nanajvýš štyri), aby nepôsobil dojmom preplnenosti. Mimoriadne obľúbené sú *tipy a dobré rady*, naznačené v popise alebo v prekrývajúcom texte, so zvyšnými informáciami na cieľovej stránke.¹¹

7.5.2 YOUTUBE

Internetová televízia je 2. najpopulárnejší vyhľadávačom po Googli: v súčasnosti má vyše miliardy používateľov. Šanca, že subjekt sa objaví na 1. strane Googlu po tom, ako použije video YouTube na svojej stránke, stúpa až 50-krát. Video je najatraktívnejšou formou obsahu na internete, pretože pôsobí na viac zmyslov používateľa ako text. Na Slovensku má 2,9 milióna užívateľov, pričom vo vekovej kategórii 15 - 34 rokov má zásah 88% a viac než polovica užívateľov má 35 - 54 rokov.¹² Už v r. 2014 až 65% rekreačných turistov pozerá obsah spojený s cestovaním predtým, ako vycestuje a až 85% používateľov si rezervuje dovolenku po tom, ako vidia kvalitné video. YouTube patrí pod firmu Google a spolupráca sa v praxi prejavuje tak, že publikovaný obsah obohatený o video stopu je automaticky postúpený na vyššie miesto vo vyhľadávači. V súčasnosti prevažuje skupina turistov „money rich, time poor“ (z angl. „bohatí na peniaze, chudobní na čas“), u ktorých hrá veľkú úlohu obmedzený čas na dovolenku (zvyčajne len jedna ročne). O to viac citlivejší sú na riziko, že destinácia nebude po estetickej stránke či v otázke kvality služieb stáť za investovaný čas. Aktéri tzv. *cestovateľských vlogov* za váhajúcich turistov tento problém môžu vyriešiť a súčasne ponúknuť „návod“ na použitie destinácie. Úspešným príkladom je zábavný cestopis *Vo štvorici po Slovensku* (2012) v hlavnej úlohe s obľúbenými hercami (Róbert Jakab, Lukáš Latinák, Juraj Kemka, Marián Miedzga, Dano Dangl, Juraj Lukáč, Adela Vinczeová), vďaka ktorému sa mohli diváci dozvedieť zaujímavé informácie o málo známych krásach Slovenska a inšpirovať sa k ich návšteve.

7.6 BLOGOSFÉRA

Približne 30 % turistov pred tým, ako si kúpia dovolenku, číta cestovateľské blogy týkajúce sa danej destinácie a až 60 % podnikateľov v odvetví cestovného ruchu tvrdí, že blogovanie im zvyšuje predaj. Blogy sú tretím najvýznamnejším zdrojom vplyvu pri kúpnom správaní a výborným spôsobom, ako zvýšiť povedomie o produkte a ranking v Googli.

¹¹ <https://business.pinterest.com/sk/make-pins-that-boost-traffic>

¹² <https://www.itlearning.sk/youtube-a-marketing-tipy-a-strategie/>

Vzhľadom na to, že mokrad'ová turistika je zatiaľ medzi produktmi cestovného ruchu outsiderom, je žiaduce zvyšovať povedomie o mokradiach aj takýmto spôsobom.

6.5 REGIONÁLNE TELEVÍZIE

Regionálna identita posúva lokálne televízie bližšie k záujmom a potrebám obyvateľov území, pre ktoré vysielajú. Hodnotu publikovaného obsahu zvyšuje skutočnosť, že diváci sú jeho spolutvorcami a informácie pokladajú za užitočné pre svoje každodenné fungovanie. Pravidelný blok reportáží z oblasti cestovného ruchu môže výrazne zvýšiť povedomie o turistických atraktivitách v danej oblasti. Inšpiratívnym počínom je seriál turistických tipov *Autobusem na výlet* z dielne Regionální televize CZ r.r.o. v spolupráci s ČSAD Vsetín a.s., vysielaný na portáli regionalnitemvize.cz (všetky diely sú zverejnené aj na YouTube). Seriál sa teší veľkej obľube a preto tvorcovia pristúpili v júli 2018 k nakrúteniu druhej série. Realizačný tím na vlastnej koži skúša zaujímavé trasy za sprievodu kamery. Priemerná dĺžka videí je prijateľných 7 minút, ktoré sú nabité zaujímavými informáciami a pôsobivými zábermi. V závere relácie sú uvedené potrebné informácie ohľadom grafikonu príslušných spojov.

Reportáže z akcií, ktoré sú tematicky previazané na mokrade (slávnostné otvorenie rybníka, športové hry, predstavenie možností fototurizmu v danej oblasti a pod.), môžu veľkou mierou prispieť k tomu, aby diváci regionálnych televízií začali vnímať mokrade z turistickej perspektívy ako atraktívne miesto na trávenie voľného času.

6.6 SPOLUPRÁCA SO ŠKOLAMI

Žiaci MŠ, ZŠ a SŠ sú dôležitou cieľovou skupinou z hľadiska turizmu i osvety, pričom škola je ideálnym miestom, kde možno osloviť veľké skupiny detí. Budovaniu povedomia o mokradiach môžu napomôcť *interaktívne prednášky* zamerané napríklad na vyvrátenie predsudkov o mokradiach. (Príloha č. 3)

Jednou z navrhovaných foriem spolupráce akademického sektora so základným a stredným školstvom sú *terénne výukové programy* pre žiakov na báze dobrodružstva a osvety (prispôbené jednotlivým vekovým skupinám). Pedagógovia určite ocenia *terénny workshop* založený na skúsenostiach kolegov, ktorí s touto formou osvety majú skúsenosti a môžu poskytnúť námety na tvorbu ďalších úspešných programov.

Obľúbeným popularizačným nástrojom prakticky čohokoľvek sú *fotosúťaže* a technologická úroveň telekomunikačnej techniky umožňuje zapojiť sa aj žiakom, ktorí nemajú k dispozícii fotoaparát.

Spolupráca zainteresovaných subjektov zo sektora turizmu so školami môže nadobudnúť systematický charakter vďaka zostaveniu *ponukového listu aktivít* v rámci okresu, ktorý sa predloží jednotlivým školám v okrese. Predpokladom je zoznam mokradí v okrese vrátane polohy, zaujímavých faktov a námetov hier a aktivít na mieste.

Pardubický kraj podporuje turistiku detí *vandrovňou knižkou*, požičajúc si dve storočia starý názov registra prác remeselníckych tovarišov, ktorí si do neho nechali zapisovať zastávky a dĺžku práce u majstrov. Brožúrka s rozprávkovou tematikou je kronikou výletov malých turistov a stimuluje návštevnosť konkrétnych turistických bodov vo vytypovanej destinácii nasledovným spôsobom: dieťa dostane v každom zapojenom bode do knižky odtlačok pečiatky alebo nálepku, ktoré slúžia ako dôkaz, že miesto navštívili. Za určitý počet pečiatok, resp. nálepiek získa malý turista rozprávkový titul a vecnú cenu, ktorú si prevezme v príslušnom TIC alebo priamo v škole. Ekonomický prínos pre zúčastnené subjekty spočíva v tom, že získavanie pečiatok je spojené s výdavkami v zapojených prevádzkach (rodné domy, parky, biofarmy, reštaurácie, hrady, zámky, múzeá a pod.).

Vzhľadom na veľký úspech celoštátnej *kampane* „Do školy na bicykli 2018“, ktorá prebiehala od 21. do 25. mája pod gesciou MDV SR, možno odporučiť tento spôsob podpory turizmu v mokradňových územiach medzi žiakmi ZŠ a SŠ. Obrovskou výhodou kampane je získať mediálne známu tvár (ideálne s väzbami na propagovanú oblasť, napr. známy rodák) ako v prípade cyklokampane, pre ktorú sa deťom z videopozvánky prihovoril trojnásobný majster sveta v cyklistike Peter Sagan.¹³

6.7 MOBILNÁ APLIKÁCIA

Projekt Tajný život mesta od septembra 2016 na Slovensku a v Česku pod záštitou ministra vtedajšieho životného prostredia Lászlóa Sólymosa a v spolupráci s partnerskou Technickou univerzitou vo Zvolene na inovatívne spoznávanie divo rastúcich druhov rastlín v okolí. Mobilná aplikácia *Pl@ntNet* kompatibilná s operačným systémom Android a iOS. Pútavou formou „vytiahne“ turistov na výlety. Do projektu sa môžu zapojiť školy a prezentovať ich verejnosti. Má vzdelávaciu funkciu v oblasti ochrany biodiverzity. Dopĺňali databázu miestnych rastlín do tejto medzinárodnej aplikácie žiaci 50 slovenských a českých škôl, organizovaného Centrom environmentálnej a etickej výchovy Živica. Ovládanie aplikácie je jednoduché a zvládnu ho aj najmenšie deti. Popradskí žiaci dokonca objavili vzácne rašelinisko

¹³ <https://zh-cn.facebook.com/doskolynabicykli/videos/1273598822658999/>

len niekoľko metrov od obytnej zóny. Bolo sa treba len prihlásiť do súťaže. Projekt finančne zastrešila Stredoslovenská vodárenská prevádzková spoločnosť, a.s., Podtatranská vodárenská prevádzková spoločnosť, a.s. a spoločnosť Veolia Energia Slovensko, a.s. s cieľom prehĺbiť environmentálne povedomie o biodiverzite.

Aplikácia *iNaturalis* je zameraná na zdieľanie poznatkov a postrehov užívateľov o prírode vrátane vedeckej stránky. Je to akási online komunita prírodovedcov, ekológov a milovníkov prírody. Nadšenci zbierajú dáta, ktoré by malý vedecký tím nedokázal zozbierať na obmedzených priestranstvách. Z tejto aplikácie sa inšpirovala aplikácia SEEK, ktorá upozorňuje turistov, kde nesmú vstupovať, jesť plody alebo si dávať pozor, zoznam organizmov v okolí a úlohou je vyjsť von a objavovať nové živočíchy a rastliny, odfotografovať ich a aplikácia vystaví sumár informácií. Pozná viac ako 30-tisíc druhov. Ā

Smartfónová aplikácia *VISITOR* z dielne odborníkov z Centra biológie rastlín a biodiverzity SAV vznikla koncom roka 2017 a slúži k výskumu invázií druhov rastlín a živočíchov. Úloha verejnosti spočíva v zasielaní informácií o výskyte vybraných nepôvodných druhov rastlín a živočíchov, na ktoré narazí pri prechádzkach a výletoch. Informácie sa ďalej predávajú samosprávam a Štátnej ochrane prírody. Aplikácia obsahuje tiež encyklopédiu monitorovaných druhov s obrázkami a stručnými popismi. zoznamu skúmaných druhov aj ich obrázky, aby sa v zozname ľahšie orientovalo.

6.8 WEB

Ako sme už spomenuli v úvode tejto kapitoly, turistiku mokrad'ových oblastí zatiaľ nemožno považovať za autonómnu produktovú triedu cestovného ruchu a z tohto dôvodu bude potrebné napojiť ju na existujúcu turistickú ponuku. Je namieste uvažovať o priebežne dopĺňanej webovej stránke, ktorá by zastrešovala a propagovala všetky slovenské mokrade z pohľadu turistických možností, vrátane prepojenia na jednotlivé regionálne weby spolupracujúcich subjektov (ubytovacie, stravovacie, kultúrne a rekreačné zariadenia v okolí mokradí). Webové sídlo by malo spĺňať požiadavky v oblasti obsahu (kvalita, atraktivita, aktuálnosť), dizajnu (multimedialita), jazyka (minimálne dve jazykové mutácie), pozície (vysokú pozíciu vo vyhľadávačoch zaručuje videoobsah), prepojenia na stránku príslušnej oblastnej organizácie i národného propagačného portálu cestovného ruchu Slovakia Travel a interaktivity (prepojenie so sociálnymi sieťami, prípadne on-line rezervačný systém ubytovania a pod.).

Návštevník webového sídla by mal získať ucelenú informáciu o možnostiach rekreácie (zoznam atraktivít, kalendár akcií; mapy cyklistických, peších a hipotrás; odkazy na weby príslušných TIC) a uspokojenia svojich potrieb počas pobytu v destinácii (okolité stravovacie a ubytovacie zariadenia). Treba sa vyhnúť statickému obsahu ponúkajúcemu len základné, zriedka menené informácie (logistické fakty, pravidlá, predpisy a pod.). Dynamický obsah predstavuje relevantné informácie (ceny za ubytovanie, vstupy do zariadení; miestne atraktivity, výnimočné miesta, dostupnosť infraštruktúrnych zariadení v okolí a pod.). Nadpisy by mali byť formulované pútavo, aby návštevníka webu motivovali rozkliknúť obsah.

Pri tvorbe a prevádzkovaní webových sídiel môžu byť užitočné poučenie z najčastejších chýb z praxe cestovného ruchu: Ak sa webová stránka načítava dlhšie ako 5 sekúnd, až 80 % používateľov sa na ňu nikdy nevráti a Google ju umiestni na nižších pozíciách. Vizualizácia je pritom kľúčovým faktorom návštevnosti: Až 95 % užívateľov uprednostňuje webové sídla vybavené kvalitnými fotografiami pred tými webovými sídlami, ktoré návštevníkov zahlcujú nadmierou textu. Treba mať tiež na pamäti, že destinácii dávajú „dušu“ ľudia a na nákupné správanie majú väčší vplyv fotografie, na ktorých sú zachytení turisti či rezidenti, než vyľudnené prírodné scenérie, hoci akokoľvek krásne. V ére mobilného webu má mimoriadny význam optimalizovanie webových sídiel pre mobilné a menšie výpočtové zariadenia (smartfóny a tablety).

Umiestnenie webového sídla vo vyhľadávači Google posúvajú vyššie videá 2. najväčšieho vyhľadávača na svete YouTube, preto je vhodné umiestňovať video obsah na webové sídlo. Pred oficiálnym obsahom distribútorov používatelia uprednostňujú tzv. *vlogy*, tzn. osobné príbehy o cestovaní.

Webové sídlo môžu ozvláštniť *virtuálne prehliadky*, ktoré dokážu sprostredkovať skúsenosť s prostredím „na vlastné oči“. Vynikajúcim príkladom tejto formy propagácie lokality je panoramatická prehliadka mesta Bratislavy¹⁴ (viac v podkapitole 7.4).

Obrovskú výpovednú hodnotu má obsah generovaný užívateľmi (recenzie, ratingy) . Až 88 % turistov si pred rezerváciou pozrie recenzie a polovica priznáva, že sa rozhodujú na základe týchto recenzií. Vysvetlením je psychologický fenomén „social proof“ (potvrdenie treťou stranou), ktorý riadi rozhodnutia spotrebiteľov o nákupe služby / produktu na základe toho, ako sú s ním spokojní ostatní spotrebiteľia. Napr. keď človek prechádza okolo kaviarne,

¹⁴ <http://bratislava-city.pano3d.eu/>

ktorú nikdy nenavštívil, a vidí, že vo vnútri je živo a ľudia sa bavia, s vysokou pravdepodobnosťou si pomyslí, že v prevádzke ponúkajú kvalitné služby a bude naklonený k jej návšteve niekedy v budúcnosti. Naopak, ak prechádza v podvečerných hodinách okolo prázdneho pohostinstva, takmer s istotou si pomyslí, že v ňom nečapujú dobré pivo alebo ponúkajú nekvalitné služby a v budúcnosti sa pravdepodobne vyhne návšteve tejto prevádzky. Skrátka, pre váhajúceho zákazníka má väčšiu výpovednú hodnotu chvála z úst iného zákazníka ako zo strany poskytovateľa služby.

7 MOŽNOSTI FINANCOVANIA ROZVOJA TURISTICKÉHO POTENCIÁLU MOKRADÍ

„Ekológovia zmenili slovo džungľa na dažďový prales, pretože nikto by nedal peniaze na záchranu džungle. To isté platí pre močiare a mokrade.“

americký komik George Carlin

Ako už bolo spomenuté, mokrad'ová turistika na Slovensku sa neradí medzi populárne produktové skupiny. V otázke financovania je preto namieste technika preklápania negatív do pozitívnej roviny: nízke rozpočty na rozvoj mokrad'ového turizmu tlačia na efektívne využitie obmedzených prostriedkov. Vzhľadom na to, že limity podnecujú k maximálnym výkonom, vyberané budú len tie projekty, ktoré majú najväčší dosah na cieľové skupiny, bez zbytočnej byrokracie, s rýchlejšim obratom a bez zbytočného plánovania a stretnutí.

7.1 FONDY EÚ

Hlavné zdroje financovania mokrad'ových území predstavujú prostriedky Operačného programu Kvalita životného prostredia 2014 - 2020 v rámci prioritnej osi (výška alokovaných prostriedkov je 1 444,7 mil. eur), finančného nástroja LIFE a štátneho rozpočtu. O nič menej dôležitá je však pravidelná podpora od individuálnych darcov, sponzorské dary od miestnych firiem a samospráv, ktorá umožňuje pružne reagovať na nové situácie. Podpora samospráv prináša aj nefinančné výhody v podobe propagácie mokradí, podpory organizovaných podujatí, udržiavanie okolia mokradí a prevencie vandalizmu. Na implementáciu programu starostlivosti o mokrade bol prijatý Akčný plán pre mokrade na roky 2019 – 2021, schválený vládou SR v apríli 2020, s celkovým rozpočtom 45 mil. eur.

7.2 DOTAČNÝ MECHANIZMUS MINISTERSTVA DOPRAVY A VÝSTAVBY SR

Ministerstvo dopravy a výstavby SR podporuje trvalo udržateľné formy turizmu v súčinnosti s organizáciami cestovného ruchu na miestnej aj regionálnej úrovni. Dotačný mechanizmus organizácií cestovného ruchu predstavuje pre mokrad'ové územia možnosť financovania v rozmedzí oprávnených aktivít v zmysle § 29 ods. 10 Zákona o podpore cestovného ruchu, pričom pre potreby financovania turistiky mokrad'ových území sú vhodné najmä aktivity *Marketing a propagácia, Tvorba produktov v cestovnom ruchu, Podpora atraktivít danej lokality a Infraštruktúra cestovného ruchu*. Konkrétne príklady financovaných aktivít sú predmetom Prílohy č. 4.

V súčasnosti je aktívnych 7 krajských organizácií cestovného ruchu (Turizmus regiónu Bratislava, Krajská organizácia cestovného ruchu Severovýchod Slovenska, Košice Región Turizmus, Krajská organizácia cestovného ruchu Trenčín región, Banskobystrický kraj Turizmus, Žilinský turistický kraj, Trnavský kraj) a 35 oblastných organizácií cestovného ruchu:

1. OOCR Región Vysoké Tatry,
2. OOCR SEVERNÝ SPIŠ – PIENINY,
3. OOCR Košice Turizmus,
4. OOCR Dudince ,
5. OOCR REGIÓN HOREHRONIE,
6. OOCR „ŠARIŠ“ – BARDEJOV,
7. OOCR Región Gron ,
8. OOCR Trenčianske Teplice,
9. OOCR Región Horné Považie,
10. OOCR Trnava Tourism,
11. OOCR Rajecká dolina,
12. OOCR Horný Zemplín a Horný Šariš,
13. OOCR Turiec,
14. Nitrianska OCR,
15. Zemplínska OOCR,
16. OOCR Stredné Slovensko,
17. OOCR Malá Fatra,
18. OOCR Región Banská Štiavnica,
19. OOCR Vysoké Tatry - Podhorie ,
20. OCR Kysuce,

21. OOCR REZORT PIEŠŤANY,
22. OOCR REGION LIPTOV,
23. OOCR TURISTICKÝ NOVOHRAD A PODPOĽANIE,
24. OOCR Klaster Orava,
25. OOCR Región Horná Nitra-Bojnice,
26. OOCR TATRY - SPIŠ – PIENINY,
27. OOCR Región Senec,
28. OOCR Záhorie,
29. OOCR Malé Karpaty,
30. OOCR Slovenský raj & Spiš,
31. OOCR Tekov,
32. OOCR GEMER,
33. OOCR Región Šariš,
34. OOCR Žitný ostrov – Csallóköz,
35. Bratislavská organizácia cestovného ruchu.

Na rok 2021 je pre potreby dotačného mechanizmu zo štátneho rozpočtu vyčlenených 8,2 mil. eur.

8 PRÍPADOVÉ ŠTÚDIE

8.1 PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA 1: REVITALIZAČNÝ PROJEKT – „UKÁŽKOVÁ FARMA“ V ŠARDICIACH (ČESKÁ REPUBLIKA)



Nezáujem oslovených investorov nemusí byť prekážkou. V istom ohľade je dokonca výhodou.

Ekologickému farmárovi Petrovi Maradovi z Juhomoravského kraja sa s finančnou pomocou z fondov EÚ podarilo vybudovať tzv. Moravské Toskánsko, kde momentálne prekvitá fototurizmus. Farmár buduje mokrade, biokoridory a stromové aleje. K tejto myšlienke ho priviedla nepriaznivá klimatická situácia v kraji: suchá, privalové dažde, erózia pôdy a klesajúca biodiverzita; a taktiež nepriaznivá situácia ohľadom hospodárenia s krajinou (využívanie agrochémie a technických opatrení namiesto ekosystémových služieb založených na prirodzených funkciách krajiny). Na druhej strane sa krajina vyznačovala bohatým

druhovým zložením poľných vtákov, ktorí však postupne vymierali. Marada poznal vhodné miestne lokality na zadržanie vody v krajine, ale neexistovala tu vybudovaná nádrž. V r. 2005/2006 kúpil pôdu a využil programové obdobie 2007 – 2013 na budovanie mokradí, tóní a sadenie biokoridorov v miestach, ktoré boli z pohľadu potenciálu vody najvhodnejšie, tzn. v lokalitách s dráhami sústredeného odtoku vôd v obdobiach privalových dažďov. V úspešných projektoch pokračoval aj v programovom období 2014 – 2020. Základným princípom bolo prerušenie odvodnenia lokalít a zakladanie mokradí a tóní na obhospodarovateľných miestach, ktoré v súčasnosti efektívne akumulujú podzemnú vodu. Tá má schopnosť pozitívne ovplyvňovať klímu v období sucha. Dotáciami je možné tiež zatravnovať pozemky v okolí mokradí, čo má význam pri vytvorení plôch na zníženie kinetickej energie vody z okolitých pôdnych blokov do miesta zadržania. V okolí mokradí a tóní nasadil typické druhy ovocných drevín, ktoré slúžia ako nevyhnutná infraštruktúra slúžiaca ako zábrana pred zanesením ornice z okolia pri privalových zrážkach. Administratívne povinnosti spojené s touto činnosťou farmár zhodnotil ako primerané, pričom väčšie nároky sa kladú na vzdelanie, schopnosti a prax realizátora projektov. Výhodou je záujem zainteresovaných subjektov (spolky, hospodáriaci farmári) a možnosti spolupráce na projektoch. Marada konal vzhľadom na nezáujem miestnych subjektov samostatne, ale nepociťoval to ako nevýhodu, pretože podľa vlastných slov „ne strávil toľko času na rôznych prezentáciách a rokovaníach, nemusel byť zaťažovaný kolektívnymi rozhodnutiami“ a jeho aktivity „neboli podmienené schvaľovaním rôznych zastupiteľstiev a iných orgánov“¹⁵ a preto sa mu za krátky čas podarilo zrealizovať množstvo funkčných opatrení. Úspešnosť projektov má cezhraničný presah: o inšpekciu prejavili na základe pozitívnych referencií od vládnych aj mimovládnych inštitúcií záujem aj niekoľkí zahraniční účastníci. Získaný štatút „ukážková farma“ umožňuje získavanie prostriedkov z Ministerstva земдělství ČR na prezentovanie dobrej praxe poľnohospodárskeho hospodárenia. Prostriedky z eurofondov umožnili vybudovať, udržiavať a monitorovať opatrenia (dosádzanie stromov, zaistovanie potrebnej ochrany, prezentácie úspechov projektov). Na projekty sa podarilo získať milióny českých korún a revitalizačné opatrenia prospievajú nielen kraju, ale aj celému ekosystému. Do budúcnosti realizátori uvažujú o nových výsadbách, revitalizácii, nákupe susedných pozemkov v záujme vytvorenia rozsiahlejších biotopov na rozvoj existujúcich prvkov, ktoré nie sú obhospodarované ekologickým spôsobom; budovanie pozorovateľní na

¹⁵ ZICHOVÁ, K. *Český farmár: Európske dotácie pomáhajú pripraviť našu krajinu na klimatické zmeny*. In: *ekolist* [online]. 2020 [cit. 2020-04-07]. Dostupné na: <<https://euractiv.sk/section/ekonomika-a-euro/interview/cesky-farmar-europske-dotacie-pomahaju-pripravit-nasu-krajinu-na-klimaticke-zmeny/>>

environmentálne vzdelávania a chov včelstiev. Podľa slov Maradu negatívnou stránkou projektov boli sťažnosti na realizované aktivity, z ktorých sa niektoré riešili dokonca na ministerských úrovniach. Každopádne, zaujímavé vytvorené krajinné prvky tzv. Moravského Toskánska sú obľúbeným cieľom fototuristov nielen z Českej republiky, ale aj zo zahraničia.

8.2 PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA 2 – MOKRAĎOVÁ REZERVÁCIA SUNGHEI BULOH, (SINGAPURSKÁ REPUBLIKA)



*Úspešné destinácie sa nespoliehajú na to, že turista si ich nájde.
Úspešné destinácie turistom ponúkajú „návody na použitie“.*

Inšpiratívnym príkladom využitia turistických možností mokraďových území je rezervácia Sungei Buloh v Singapure, ktorá sa rozkladá na 202 hektároch a od septembrom do marca funguje ako miesto medzipristátia vtákov, o. i. aj vzácného druhu zlatý kulík, ktorý je známy schopnosťou lietať na neuveriteľne dlhé vzdialenosti (od Sibíri po Singapur). Do rezervácie patrí tiež idylický park Sembawang, ktorý je útočiskom rôznych druhov vtákov v bujnom prostredí. Po zadaní hesla do vyhľadávачa „Singapore tourist attractions“ vygeneruje takmer 53 miliónov výsledkov. Napriek tvrdej konkurencii sa rezervácia každoročne teší obrovskej obľúbenosti zo strany turistov. Detailne prepracované „user friendly“ webové sídlo rezervácie: <https://www.nparks.gov.sg/gardens-parks-and-nature/parks-and-nature-reserves/sungei-buloh-wetland-reserve> slúži ako podrobný „návod na použitie“ rezervácie. Turisti na ňom nájdu informácie (mapka rezervácie, otváracie hodiny, kontakty, dostupnosť, „čo robiť a nerobiť“ - vodenie domácich zvierat, bicyklovanie, púšťania dronov, fajčenia, vstupu počas búrok atď.) vrátane pokynov v prípade, že dôjde k stretu s „obyvateľmi“ rezervácie (krokodíly, netopiere, makaky, hady a i.). Rezervácia ponúka prehliadky so sprievodcom, workshopy pozorovania vtákov, možnosti pre fototurizmus a pozorovanie vtákov ďalekohľadmi. V pobrežných mokradiach rezervácie sa vypína sedempodlažná 20-metrová veža Jejawi, ktorá ponúka malebné výhľady na vtáčstvo v korunách stromov.

8.3 PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA 3 – PROJEKT „STAŇTE SE PATRONEM MOKŘADU JABLONNÉ“ (ČESKÁ REPUBLIKA)



Angažovanie laickej verejnosti do rozvoja mokradí nemusí mať len podobu dobrovoľníctva. Pomáhať sa dá aj „z obývačky“.

Mokrade Jablonné v Podještědí v severných Čechách sú od r. 2005 projektom najväčšej severočeskej neziskovej organizácie Čmelák – Společnost přátel přírody, ktorá sa zameriava na revitalizáciu Mokřady Jablonné. Toto územie bolo pôvodne zanedbanou plochou s nelegálnymi skládkami na periférii historického centra mesta. Vďaka niekoľkoročnej snahe neziskovej organizácie tu nielen našli útočisko chránené rastliny a živočíchy, ale stalo sa aj obľúbeným miestom oddychu turistov i miestnych obyvateľov. V súčasnosti tu možno nájsť sústavy tóní, drevené chodníky, lavičky, či náučné tabule. Hoci kľúčovú časť finančných prostriedkov zabezpečujú granty a dotácie (76%), do podpory mokradí sa ochotne zapájajú aj individuálni darcovia (dlhodobá 5%) a rôzni sponzori (dlhodobá 7%). „Patróni“ sa môžu rozhodnúť, či chcú mokrade financovať dlhodobá alebo venovať darčekový certifikát, ktorý z obdarovaného urobí „patróna“ mokradí a to 50, 25 alebo 10 m² mokrad'ového územia. Výťažok z predaja certifikátov (Príloha č. 2, Obr. 7) putuje na starostlivosť a rozvoj Mokřadů Jablonné, ktorá spočíva predovšetkým v kosení lúk, budovaní návštevníckej infraštruktúry (drevené chodníky, lavičky, móla), vytrhávaní buriny z tóní a rozširovaní územia o ďalšie pozemky. Tento spôsob podpory mokrad'ových území je obľúbený najmä medzi pohodlnými „eko-sympatizantmi“, ktorí na jednej strane nie sú ochotní osobne sa angažovať na úkor svojho voľného času v dobrovoľníckych akciách (výsadba stromčekov, stavanie zábran počas migrácie žiab a pod.), ale láka ich predstava byť nejakým užitočným prostredím, v ktorom žijú.

8.4 PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA 4 – ADOPCIE MOKRADÍ „ADOPT-A-WETLAND“ (USA)



*DNES nezainteresovaný pozorovateľ môže byť
ZAJTRA nadšený podporovateľ – kľúčové je
správne ho osloviť.*

Obyvatelia amerického štátu Delaware si môžu už viac než 30 rokov v rámci dobrovoľníckeho programu *Adopt-a-Wetland* (AAW) adoptovať mokrad', starať sa o ňu a skúmať ju. Program si kladie za cieľ vzdelávať rezidentov o dôležitosti mokrad'ových oblastí pre ľudí a všetko živé a zároveň pomáhať chrániť tieto zdroje. Korene iniciatívy siahajú do neskorých 80. rokov: chemička na dôchodku Dot White venujúca sa farmárčeniu sa prechádzala po svojom pozemku v Sussexe a rozmýšľala nad tým, ako by mohla zušľachtiť nielen svoje

pozemky a spodné vody, ale aj pozemky a spodné vody svojich susedov. S pomocou Oddelenia prírodných zdrojov a kontroly životného prostredia štátu Delaware (DNREC, Department of Natural Resources and Environmental Control) pani Whiteová vypracovala dobrovoľnícky program na podporu spravovania mokradí v štáte Delaware. Od skromných začiatkov v rybníku Laurel program vyrástol do 90 miest a 3 000 dobrovoľníkov. Program dodnes funguje pod chytlavým mottom „*Delaware's good nature depends on you!*“ (angl. - slovná hračka: „Dobrá nálada v Delaware závisí od vás!“ alebo „Dobrá príroda v Delaware závisí od vás!“).

8.5 PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA 5 –ZÁBAVNO-NÁUČNÝ CHODNÍK MACKA KUBÍKA V BACHLEDOVEJ DOLINE (SLOVENSKÁ REPUBLIKA)



Zamiešanie platených atrakcií do „bezplatného“ intera(tra)ktívneho prostredia zvyšuje schopnosť destinácie generovať zisk.

V r. 2014 bol verejnosti sprístupnený náučný chodník v Bachledovej doline. Je určený predovšetkým rodinám s deťmi a ponúka nielen zaujímavé informácie, ale aj hru a zábavu. Na začiatku chodníka deti dostanú herný plán. Ak odpovedia na otázky z herného plánu a vyriešia úlohy lesných hier, v infocentre na konci trasy dostanú sladkú odmenu. Chodník je rozdelený na dve časti. Prvou 300-metrov merajúcim úsekom sprevádza deti maskot Macko Kubík, ktorý deti zoznámi s miestnymi zvieratami, ktorých napodobeniny sú autenticky osadené do terénu. Trasu završuje vyhlídková veža s poslednou zastávkou venovanou orlovi skalnému. Druhá časť meria 6,5 km a vedie k Jezerskému jazeru. Počas putovania sa turisti oboznámia s vtákmi a zvieratami obývajúcimi okolie jazera. Na trase nechýbajú športové zastávky, na ktorých si malí turisti môžu otestovať svoju rovnováhu a kondičku. Tvorcovia chodníka mysleli aj na staršie deti, ktoré zaujme pátračská hra. Tá je zložená z desiatich stanovísk, ktoré deti musia odhaliť podľa GPS alebo kompasu. Ak správne rozlúšia indície od obyvateľov lesa, prídu na záhadu „Gorgyho elixíru života“. Medzi platené atrakcie patria napr. lanovka na vrcholovej stanici s veľkými trampolínami na poslednej stanici, Mini ZOO či najdlhšia bobová dráha v Tatrách s 15 zákrutami, a sú v prevádzke od mája do októbra.

ZÁVER

Materiál predstavil mokradňové územia ako perspektívnu produktovú skupinu cestovného ruchu napĺňajúcu požiadavky trvalej udržateľnosti. O technických detailoch pri budovaní povedomia ako aj o spôsobe prezentácie súvisiacich turistických možností mokradí

podrobne informovala šiesta kapitola materiálu, ale pre subjekty propagujúce mokrad'ovú turistiku by malo byť kľúčové, že emócie sú rovnako účinné ako racionálny apel (obzvlášť vtedy, ak sa nedá oznámiť nič, čo by „prekričalo“ ostatné ponuky).

Veľkú službu pri tvorbe obrazu mokradí ako atraktívnych turistických cieľov môže urobiť fenomén príbehov. Tie sa môžu týkať nielen samotných mokradí, ale aj miestnych mostov, hradov, kaplniek a pod. - ozvláštnia ich a návštevníkov vtiahnu do histórie územia ako aktívneho účastníka.

Ideálnym subjektom riadenia a zároveň financovania turistiky mokrad'ových území sú organizácie cestovného ruchu, v územnej pôsobnosti ktorých sa mokrade nachádzajú (o to viac, že mokrad'ové územia zatiaľ nie sú na trhu cestovného ruchu dostatočne vyprofilované). Ako je zrejmé zo siedmej kapitoly materiálu, mokrad'ová turistika si zatiaľ nedokázala vy dobyť popularitu, ktorá by zodpovedala potenciálu tejto produktovej skupiny a preto prioritou blízkej budúcnosti je presvedčiť o tomto potenciáli prevádzkovateľov služieb cestovného ruchu a prepojiť mokrad'ovú turistiku na etablovanú ponuku cestovného ruchu.

Rozvoj mokrad'ovej turistiky budú v prvej etape iniciovať pravdepodobne nadšenci presvedčení o význame mokradí nielen pre cestovný ruch aj pre ich širšie prostredie, čo však, ako ukázali skúsenosti s budovaním „Ukážkovej farmy“ v Šardiciach (Prípadová štúdia 1) nemusí byť na škodu. Subjekty zabezpečujúce propagáciu turistického potenciálu mokradí budú vzhľadom na limitované finančné zdroje nútené cieľiť svoje marketingové aktivity len na relevantné cieľové skupiny, ktorými sú v tejto fáze fototuristi, školské skupiny, rodiny s deťmi. Nejde o bonitné cieľové skupiny a preto je potrebné dodať mokrad'ovej turistike ziskotvornú dimenziu napojením súvisiacich aktivít na miestne prevádzky cestovného ruchu - inšpiratívnym príkladom sú vandrovné knižky (s. 29), ktoré návštevníkov motivujú k výdavkom v zapojených prevádzkach. Rozvoj mokrad'ovej turistiky bude závislý aj od úrovne spolupráce prevádzok cestovného ruchu v destináciách – napr. lyžiarskym strediskám sa už roky osvedčuje spolupráca s ubytovacími zariadeniami začlenením skipassov alebo zliav na skipassy do ubytovacích balíkov. Táto prax môže poslúžiť ako inšpirácia pre subjekty z oblasti primárnej ponuky a supraštruktúry cestovného ruchu spojené s mokrad'ovou turistikou.

PRÍLOHA č. 1: SWOT analýza súčasného stavu a možností podpory mokradí zo strany sektora turizmu

<p style="text-align: center;">SILNÉ STRÁNKY</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. trvalá udržateľnosť turistických aktivít súvisiacich s mokraďami 2. pozitívne vplyvy na rozvoj marginalizovaných regiónov 3. pozitívny vplyv na vyváženosť rozvoja regiónov 4. pozitívny vplyv na rozvoj rekreácie a športu 5. možnosť rekreácie pre finančne slabšie skupiny 6. súvisiace turistické aktivity povzbudzujú spoluprácu medzi malými regionálnymi podnikateľmi 7. preklenutie sezónnosti 	<p style="text-align: center;">SLABÉ STRÁNKY</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. nízka miera povedomia o mokradiach 2. nedostatočne vybudovaná súvisiaca infra- a supraštruktúra cestovného ruchu 3. obmedzené možnosti previazanosti produktov cestovného ruchu spojených s mokraďami na ostatné produkty cestovného ruchu 4. množstvo lokalít neprístupných pre verejnosť a bez platenej sprievodcovskej služby 5. chýbajúca propagácia 6. nedostatočné informácie o hodnote mokraďových území
<p style="text-align: center;">PRÍLEŽITOSTI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. bohatý a rôznorodý prírodný potenciál SR 2. zvyšovanie teploty ovzdušia konkurenčných destinácií (najmä pohoria) v dôsledku klimatických zmien a naproti tomu efekt znižovania teploty ovzdušia mokraďami 3. vhodná interpretácia území schopná zo zdanlivo nezaujímavých lokalít vytvoriť turisticky atraktívny fenomén 4. rozvoj destinačného manažmentu 5. absencia komplexnej ponuky služieb v destináciách cestovného ruchu 	<p style="text-align: center;">OHROZENIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. nízky záujem zo strany návštevníkov 2. nízky záujem zo strany poskytovateľov služieb v cestovnom ruchu 3. vysušanie, zavážanie, vypaľovanie a snahy o zmenu využitia mokradí

PRÍLOHA č. 2: Obrazový materiál



Obrázok 1: Pred kostolom v prístavnom austrálskom meste Fremantle púta pozornosť turistov socha pouličného maliara, zachytávajúceho podobu kohokoľvek, kto sa posadí na pripravenú stoličku. Podobné interaktívne sochy postáv späťch s mokradami (napr. vodníci, vodné žienky, rusalky) môžu pomôcť pritiahnúť záujem turistov, ktorí si chcú osviežiť zbierku fotografií z turistiky.

Zdroj: albomadventures.com



Obrázok 2: Ostrov Norfolk vo Veľkej Británii ponúka 15 národných parkov a rozmanité formy života, ktoré sa najlepšie pozorujú z vodnej hladiny. Populárnou formou turistiky je prenájom obytných kajutových člnov na niekoľko dní. Menej odvážni návštevníci využívajú možnosť pobytu v hausbótoch.

Zdroj: coolplaces.co.uk



Obrázok 3: Na nórskech Lofotách sa od februára do apríla môžu turisti zúčastniť slávneho rybolovu tresiek Lofoty, v máji a júni možno loviť platesy; júl a august sú vhodné na lov 14-kilovej tresky tmavej. Na jeseň sú lofotské vody bohaté na halibuty.

Zdroj: thefield.co.uk



Obrázok 4: Prírodná rezervácia Audubon v americkom štáte Oregon je obľúbeným cieľom rodín s deťmi, najmä vďaka hojnému výskytu d'atlov. Na túto čoraz obľúbenejšiu turistickú aktivitu – birdwatching, je pritom potrebný len ďalekohľad. Zdroj: redtri.com



Obrázok 5: Na Štrbskom plese sa každoročne koná tradičné symbolické odomknutie hladiny Štrbského plesa, ktorým sa otvára letná turistická sezóna, najmä obľúbená letná atrakcia – člnkovanie (v r. 2008 sa obnovilo po 30-ročnej pauze). Zdroj: dromedar.zoznam.sk



Obrázok 6: Podujatím „Ako sa v minulosti pralo na rybníku“ obec Vyšná Myšľa priblížila mladým ľuďom zvyky predkov. Prameň, ktorý zásobuje močidlo, napája aj príslušnú mokraď, ktorá predstavuje jedno z posledných útočísk pre ohrozené populácie obojživelníkov Košickej kotliny (mlok dunajský, skokan zelený, rosnička).
Zdroj: vysnamysla.sk



Obrázok 7: Nezisková organizácia Čmelák zapája do financovania rozvoja mokřadů v Jablonné v severočeskom meste Podjěštědí aj širokú verejnosť. Individuálni darcovia si môžu kúpiť napr. aj takýto certifikát v hodnote 1 000,- CZK, ktorý platí po dobu jedného roka. Certifikáty sú dostupné v e-shope nadácie v elektronickej aj papierovej forme.
Zdroj: eshop.cmelak.cz



Obrázok 8: Foto turizmus napriek pribúdajúcej popularite zatiaľ nefiguruje v portfóliu žiadnej slovenskej cestovnej kancelárie. Dobrovoľný ochranca prírody Jaroslav Slašťan prežil 40 stretnutí s medveďom sprevádza turistov, ktorí si chcú bezpečne odfoťiť voľne žijúce šelmy. Tvrdí, že medveď je napriek všeobecnej predstave plaché zviera. Na Slovensku žije jediný a najrozšírenejší z ôsmich svetových druhov medveďa – medveď hnedý karpatský.
Zdroj: slovenka.zenskyweb.sk



Obrázok 9: V Trenčíne na Štúrovom námestí rozveseľuje okoloidúcich vodník Valentín vykúkajúci zo studne, ktorý v pravidelných intervaloch vyplúva vodu. Podľa povesti sa sem vodník zatúlal z Moravy a zaľúbil sa do medovníkárky Anny, ktorá mu jeho lásku opätovovala. Obyvatelia mesta však ich láske nepriali a podpálili Anne dom. Pri hasení požiaru Valentín zahynul. Večer býva fontána skrášlená svetelnými efektmi. Pri výrobe fontány bola použitá technológia „jumpingov“, bežne používaná v arabských krajinách a Amerike, no tu prvýkrát v bývalom východnom bloku.
Zdroj: kamnavylet.sk



Obrázok 10: Dobrovoľníci z občianskeho združenia Pre prírodu prenášajú cez cestu na Skalke pri Trenčíne žaby počas ich každoročných migračných ťahov, ktoré by inak s najvyššou pravdepodobnosťou našli svoj koniec pod kolesami áut. Obojživelníky, ktoré patria k najohrozenejším druhom živočíchov doplácajú na svoju vernosť miestu, kde sa vyliahli z vajíčok a tieto miesta si potom v čase pohlavnej zrelosti volia za miesta párenia. Ak sa tieto miesta nachádzajú na frekventovaných cestných úsekoch, dochádza k ich hromadnému úhynu.

Zdroj: m.smedata.sk



Obrázok 11: Dobrovoľníci na Sigorode (vodná nádrž pri Prešove) usilovne pracujú na záchrane žiab stavením zábran ešte predtým, ako začínajú migrovať. Žaby zostávajú za zábranami z drevených dosiek a fólií, odkiaľ ich dobrovoľníci prenesú k vodnej ploche. Vodičov motorových vozidiel vyzývajú na spomalenie na úseku merajúcom približne kilometer značky osadené pri ceste.

Zdroj: Peter Basala, skolske.sk

PRÍLOHA č. 3: Predsudky a fakty o mokradiach

PRESDUDOK	SKUTOČNOSŤ
Mokrade sú pre človeka neužitočné.	Mokrade sú pre človeka nenahraditeľné: zabezpečujú množstvo a kvalitu vody. Viac ako 2/3 výlovu rýb na svete závisia od stavu mokraďových území. Umožňujú poľnohospodárske činnosti, pastvu, produkciu dreva, sú zdrojmi energie (rašelina, rastlinná hmota).
Mokraď je zapáchajúca vodná plocha, v ktorej sa ľahnu komáre.	V zdravých mokradiach majú larvy komárov dostatok predátorov a preto nemôže dôjsť k ich premnoženiu. Mokraďami sú rybníky, ryžové polia vytvorené človekom aj vodné plochy s trstinovými porastmi, nivy riek a pravidelne zaplavované lúky, ktoré zadržiavajú vodu, čím chránia pred povodňami.
Voda v mokradiach sa v lete prehrieva a kazí.	Tejto situácii možno predísť, ak sa na južný breh vysadia vyššie rastliny a vo vode rastliny s väčšími listami. Tým sa voda prirodzene zatieni a tým ju ochladíme.
Mokrade sú odolné voči vplyvom človeka.	Nelegálne skládky a chemikálie vypúšťané do vody dokážu mokrade nenávratne zničiť. Kultivácia pôdy, nadmerná exploatácia a odvodňovanie robia z mokradí jeden z najohrozenejších ekosystémov. DO roku 1900 zmizlo 64% svetových mokradí.

Zdroj: NAJMANOVÁ, D. – KURKOVÁ, A. – PAVELČÍK, P. – ŘEPÍK, M. *Mokřady Jablonné: dobrá praxe mokřadního praku ve městě*. Čmelák – společnost přátel přírody, 2016, https://www.csadvs.cz/?page_id=47

PRÍLOHA č. 4: Príklady oprávnených aktivít s možnosťou financovania z dotačného mechanizmu Ministerstva dopravy a výstavby SR

AKTIVITY	PODAKTIVITY
Marketing a propagácia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Účasť na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách ▪ Tvorba zvýhodnených regionálnych produktov ▪ Infocesty, fan- a press tripy ▪ Tvorba propagačných a informačných tlačovín okrem knižných publikácií
Tvorba a podpora udržateľných produktov v cestovnom ruchu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kultúrne podujatia, ktoré sú súčasťou produktu cestovného ruchu ▪ Gastronomické podujatia prezentujúce lokálnu originalitu ▪ Športové a interaktívne podujatia
Podpora atraktivít danej lokality	<ul style="list-style-type: none"> ▪ LEISURE – voľnočasové aktivity ako zabezpečenie aktívneho, plnohodnotného využitia voľného času počas pobytu v danom mieste, pre zadanú cieľovú skupinu: <ul style="list-style-type: none"> – Geografické – prírodné – Vedecko-vzdelávacie – Liečebno-ozdravovacie – Športové a interaktívne – MICE – stretnutia, incentíva, kongresy / konferencie, podujatia

Zdroj: MDV SR, odbor destinačného manažmentu