



Správa o činnosti a hospodárení 2016

Klaster HOREHRONIE
združenie cestovného ruchu



Úvodné slovo predsedu predstavenstva

Vážené dámy a Vážení páni,

Klaster HOREHRONIE – združenie cestovného ruchu má za sebou šiesty rok pôsobenia v regióne Horehronie.

Rok 2016 bol zameraný na zvýšenie propagácie v zahraničí, uskutočnili sme niekoľko úspešných kampaní v Českej republike, Poľsku a Maďarsku. Propagácia cestovného ruchu na domácom trhu bola realizovaná tak ako po minulé roky. Práve zvýšenie aktivít na zahraničných trhoch sa stalo prioritou našej organizácie a v týchto aktivitách budeme pokračovať aj naďalej. Po druhýkrát sme sa stali organizátorom kultúrno-spoločenského podujatia Horehronský Gurmánfest, ktorý mal veľký úspech v predchádzajúcom roku a preto sme sa rozhodli podujatie rozšíriť na dvojdnové.

Oblasťná organizácia počas roka vykonávala aktivity spolu s Klastrom Horehronie, ktorý realizoval projekty Horehronie Region Card (HRC), Karta Horehronca, cyklopožičovňu. Podarilo sa nám zvýšiť efektivitu dopravy tourbusov a skibusov.

Po úspešnom roku nám ostali aj úlohy, ktoré doposiaľ nie sú zrealizované a budeme ich realizovať v nasledujúcich obdobiach. Je dôležité pochopiť, že cestovný ruch je pre región Horehronie strategickým hospodárskym odvetvím.

Ing. Ľuboš Ďurind'ák
predseda predstavenstva

OBSAH

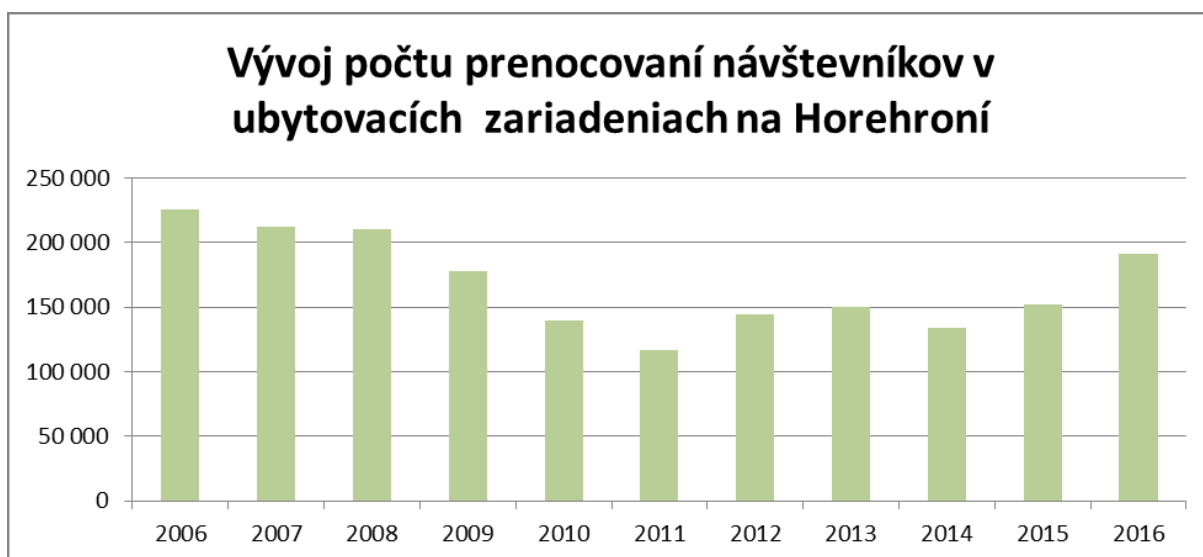
1 ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU - INDIKÁTORY ROZVOJA A IDENTIFIKÁCIA TRHU CESTOVNÉHO RUCHU V REGIÓNE	4
1.1 HOREHRONIE v štatistikách	4
2 ZÁKLADNÉ ÚDAJE O SPOLOČNOSTI	7
2.1 Schéma organizácie	7
2.2 Zakladajúci členovia	7
2.3 Aktuálny zoznam členov Klastra HOREHRONIE	8
2.4 Štruktúra členských subjektov	9
2.5 Predmet činnosti Klaster HOREHRONIE – združenie cestovného ruchu.....	10
2.6 Orgány Klastra HOREHRONIE	11
3 REALIZOVANÉ AKTIVITY KLAstra HOREHRONIE	13
3.1 Marketing a propagácia	13
3.2 Tvorba a podpora produktov CR.....	16
4 HOSPODÁRENIE KLAstra HOREHRONIE	17
4.1 Náklady a výnosy k 31.12.2016	17
4.2 Aktíva a pasíva k 31.12.2016	18
5 STRATEGICKÝ PLÁN NA ROK 2017	19
ZÁVER.....	21

1 ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU - INDIKÁTORY ROZVOJA A IDENTIFIKÁCIA TRHU CESTOVNÉHO RUCHU V REGIÓNE

1.1 HOREHRONIE v štatistikách

Horehronie je región s veľkým turistickým potenciálom, čoho dôkazom je pozitívny trend vývoja návštevnosti turistov. Vplyv destinačného manažmentu podnecuje záujem domácich aj zahraničných turistov v regióne, vďaka čomu bol zaznamenaný v roku 2016 oproti minulému roku nárast v počte prenocovaní o 17 %. Pozitívny trend bol zaznamenaný aj v oblasti poskytovaných služieb, ktorých kvalita z roka na rok rastie, vďaka čomu dochádza aj k zvyšovaniu počtu prenocovaní a dani z ubytovania a v neposlednom rade aj vo výške tržieb. Na grafe 1 je zobrazený počet prenocovaní návštevníkov v ubytovacích zariadeniach na Horehroní v období rokov 2006 až 2016. V roku 2016 sme zaznamenali nárast počtu prenocovaní približne o 25,9 % v porovnaní s predchádzajúcim rokom, čo považujeme za pozitívny trend vývoja a premietnutie práce aj klastra do žiaducich výsledkov.

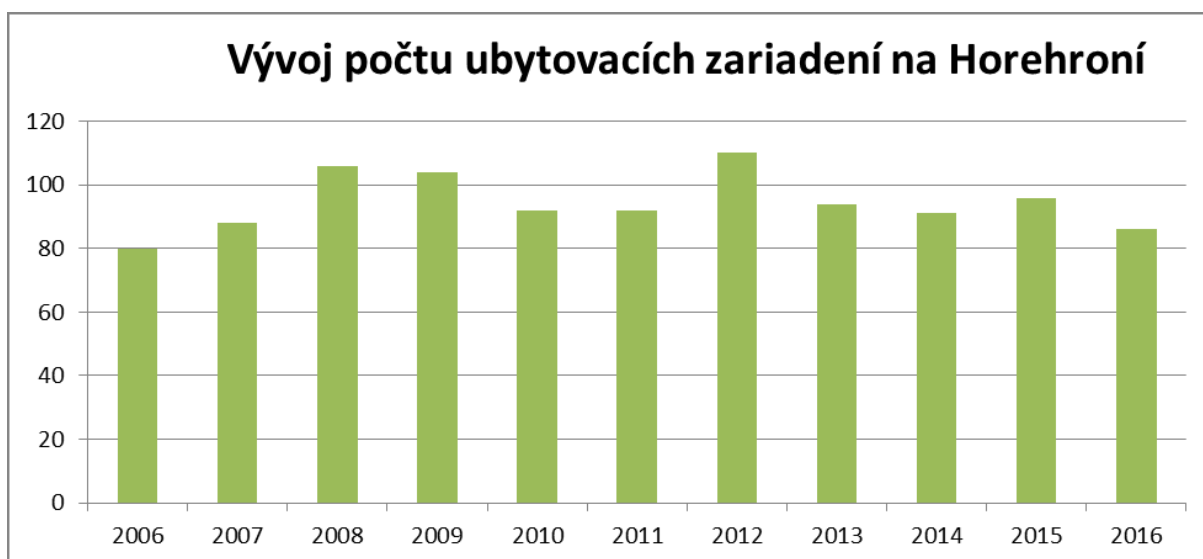
Graf 1 Vývoj počtu prenocovaní návštevníkov v ubytovacích zariadeniach



Prameň: Štatistický úrad SR

Graf 2 znázorňuje vývoj počtu ubytovacích zariadení na Horehroní. K 31.12.2016 evidujeme 86 ubytovacích zariadení v našom regióne. Oproti roku 2015 bol zaznamenaný pokles o 10 zariadení.

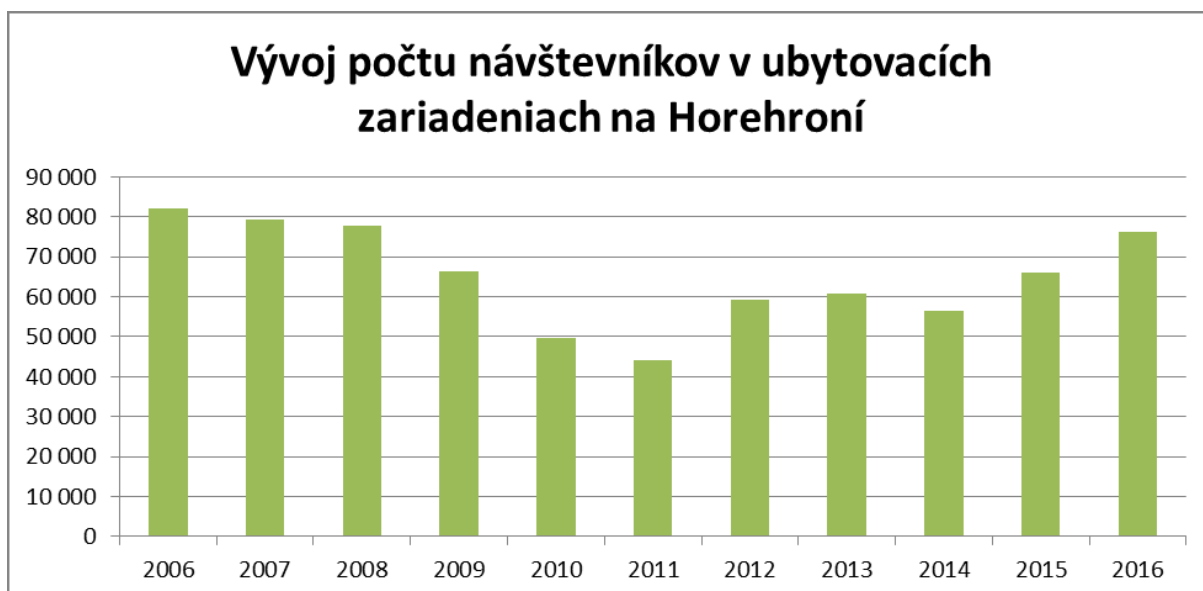
Graf 2 Vývoj počtu ubytovacích zariadení na Horehroní



Prameň: Štatistický úrad SR

Graf 3 znázorňuje aj napriek poklesu počtu ubytovacích zariadení, nárast v počte návštevníkov v zariadeniach na Horehroní o 15,70%.

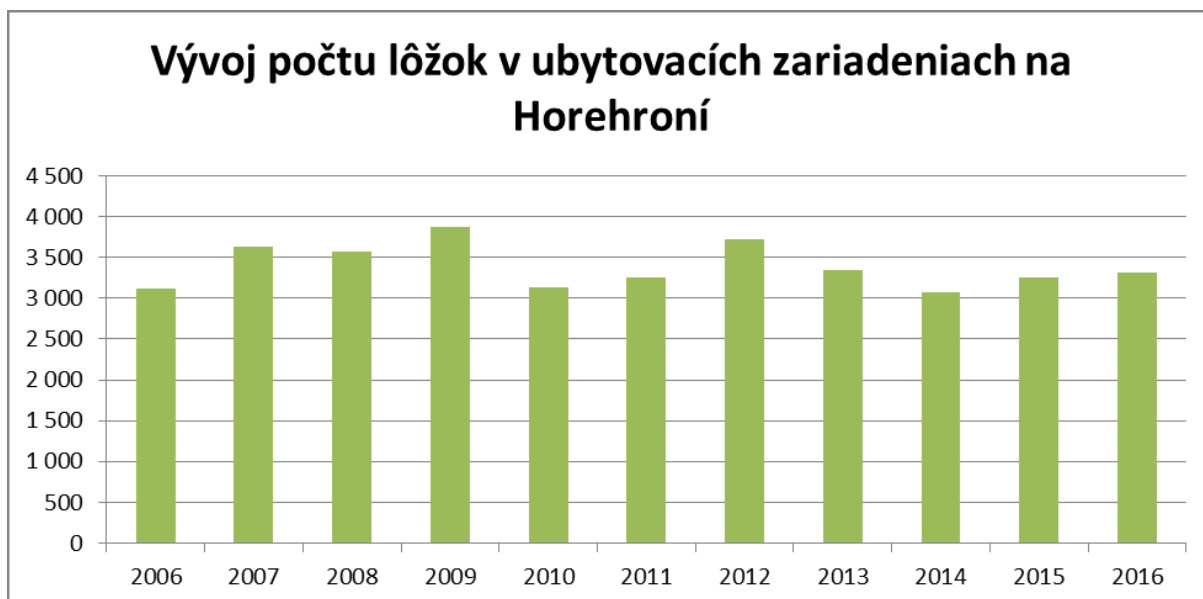
Graf 3 Vývoj počtu návštevníkov v ubytovacích zariadeniach na Horehroní



Prameň: Štatistický úrad SR

Graf 4 znázorňuje nadväzuje na predchádzajúci graf, keďže sa zvýšil počet návštevnosti turistov, zvýšil sa aj počet lôžok v existujúcich ubytovacích zariadeniach.

Graf 4 Vývoj počtu lôžok v ubytovacích zariadeniach na Horehroní



Prameň: Štatistický úrad SR

Nárast turistov, ktorí prejavili záujem o región Horehronie ovplyvnila aj vzniknutá situácia v zahraničí, čo zapríčinilo zvýšenie záujmu o domáce destinácie. Aj v nasledujúcom roku očakávame nárast turistov zo Slovenska aj z okolitých krajín. Horehronie tak momentálne súťaží najmä s ostatnými horskými destináciami Slovenska (Liptov, Malá Fatra, Orava...) za ktorými určite nezaostáva v ponuke prírodných krás a ďalších atraktivít ale musí pracovať na infraštruktúre, tvorbe produktov a ich propagácii.

Nadálej ostáva nedostatkom akákoľvek iniciatíva kontrolnej činnosti zo strany obcí a tak napriek plne vyťaženým kapacitám v sezóne, obce nedokážu vybrať relevantné poplatky za prenocovanie.

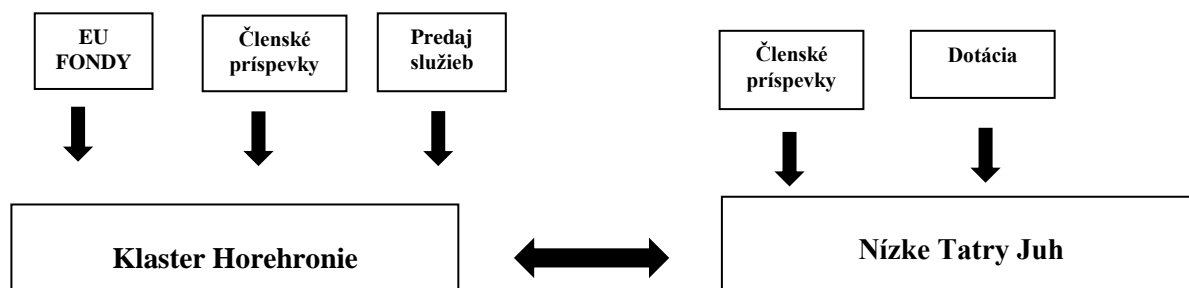
2 ZÁKLADNÉ ÚDAJE O SPOLOČNOSTI

Názov spoločnosti:	Klaster HOREHRONIE – združenie cestovného ruchu
Sídlo:	Mýto pod Ďumbierom 64, 976 44 Mýto pod Ďumbierom
Vznik:	Valné zhromaždenie, 06. 05. 2011

Klaster HOREHRONIE - združenie cestovného ruchu /ďalej len Klaster Horehronie/ je združením právnických osôb založené s víziou vybudovať z Horehronia európsky rozpoznateľnú destináciu cestovného ruchu a so strategickým cieľom zvýšenia návštevnosti regiónu Horehronie.

Región HOREHRONIE má dve spolupracujúce organizácie Klaster Horehronie a Oblastnú organizáciu cestovného ruchu Nízke Tatry Juh, ktoré majú prerozdelené činnosti. Klaster Horehronie zabezpečuje služby Horehronie Region Card a projekty financované z EU fondov a grantov. OOCR Nízke Tatry Juh vznikla podľa Zákona 91/2010 Z.Z. o podpore cestovného ruchu v marci 2012. Založenie OOCR Nízke Tatry Juh bola jedinečná príležitosť ako získať do regiónu viac financií na podporu rozvoja cestovného ruchu a pokračovať v aktivitách, ktoré rozbehol Klaster Horehronie. Obidve organizácie zastrešuje spoločný riaditeľ.

2.1 Schéma organizácie



2.2 Zakladajúci členovia

Klaster HOREHRONIE – združenie cestovného ruchu bolo oficiálne zaregistrované 06.05. 2011, kedy mu bolo pridelené IČO a bolo zapísané do registra záujmových združení právnických osôb. Klaster zakladalo osem členov:

- Mesto Brezno
- Obec Čierny Balog
- Obec Mýto pod Ďumbierom
- Hotel Partizán, s.r.o.
- Mýto ski centrum, a.s.
- ZCR Nízke Tatry juh
- Tále, a.s.
- Tatry mountain resorts, a.s.

2.3 Aktuálny zoznam členov Klastra HOREHRONIE

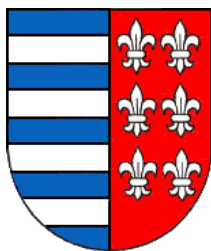
V priebehu minulých mesiacov a rokov sa počet aj štruktúra členov **Klastra HOREHRONIE** menila a vyvíjala. K dátumu 31.12.2016 mal Klaster HOREHRONIE 11 členov:

- Mesto Brezno
- Obec Čierny Balog
- Obec Mýto pod Ďumbierom
- Tále, a.s.
- Tatry mountain resorts, a.s.
- Hotel Partizán, s.r.o.
- Hotely a penzióny, a.s. /Wellness Hotel Bystrá/
- Mýto ski centrum, a.s
- Čiernohronska železnica
- Nízke Tatry Juh - ZCR
- Zbojská, s.r.o.

2.4 Štruktúra členských subjektov

K 31.12.2016 tvorilo Klaster HOREHRONIE – združenie cestovného ruchu 11 členov z toho dve mestá, päť obcí, tri podnikateľské subjekty a jedno združenie cestovného ruchu.

Mesto	Obec	Podnikateľský subjekt
Brezno	Obec Čierny Balog	Tále,a.s..
	Obec Mýto pod Ďumbierom	Tatry mountain resorts, a.s
		Hotel Partizán, s.r.o
		Mýto ski centrum, a.s
		ZCR Nízke Tatry Juh
		Hotely a penzióny, a.s.
		Zbojská, s.r.o.
		Čiernohronská železnica



Mesto Brezno



Obec Čierny Balog



Obec Mýto pod Ďumbierom



Tále, a.s.



Tatry mountain resorts, a.s.



Hotel Partizán, s.r.o.



Mýto ski centrum, a. s.



ZCR Nízke Tatry Juh



Hotely a penzióny, a.s.



Čiernohronská železnica



Zbojská, s.r.o

2.5 Predmet činnosti Klaster HOREHRONIE – združenie cestovného ruchu

Klaster HOREHRONIE je záujmové združenie právnických osôb, ktoré bolo založené podľa § 20f až 20j Občianskeho zákona. Združenie vykonáva predovšetkým tieto činnosti:

- a.) zastupovať a presadzovať záujmy svojich členov v rozsahu práv a povinností, združovať subjekty cestovného ruchu so záujmom o rozvoj cestovného ruchu v regióne Horehronia,
- b.) podporovať a usmerňovať efektívnu územnú organizáciu cestovného ruchu Horehronia,
- c.) zabezpečovať prenos skúseností, inovácií a know-how v cestovnom ruchu z krajín Európy,
- d.) budovať z Horehronia európsky rozpoznateľnú destináciu,
- e.) spracovať a realizovať koncepčný program rozvoja cestovného ruchu regiónu Horehronie,
- f.) koordinovať rozvojové zámery v cestovnom ruchu a investície do atrakcií,
- g.) budovať spoločný marketing cestovného ruchu a spoločnú ponuku produktov cestovného ruchu na úrovni regiónu,
- h.) zabezpečovať odborné analýzy a štúdie, sledovať štatistiky a vyhodnocovať trendy,
- i.) koordinovať spoločný postup v legislatívnych úpravách v oblasti cestovného ruchu alebo s vplyvom na cestovný ruch,
- j.) vytvárať odborné zázemie pre samosprávy a podnikateľov v cestovnom ruchu,
- k.) realizovať spoločné investičné a neinvestičné projekty a podporovať účasť na cezhraničných projektoch,
- l.) zvyšovať kvalitu ľudských zdrojov v cestovnom ruchu prostredníctvom koordinácie vzdelávacieho systému,
- m.) začleniť združenie do nadregionálnych štruktúr riadenia cestovného ruchu,
- n.) budovať pozitívnu mienku o cestovnom ruchu na Horehroní,
- o.) organizovať kultúrne a športové podujatia s cieľom zvyšovania návštevnosti regiónu,
- p.) sprostredkovateľská činnosť v oblasti služieb, obchodu a výroby,
- r.) kúpa tovaru na účely jeho predaja konečnému spotrebiteľovi (maloobchod) alebo iným prevádzkovateľom živnosti (veľkoobchod),
- s.) reklamné a marketingové služby,
- r.) organizovanie kultúrnych a iných spoločenských podujatí
- u.) služby súvisiace s počítačovým spracovaním údajov
- v.) činnosť podnikateľských, organizačných a ekonomických poradcov
- w.) prieskum trhu a verejnej mienky, vykonávanie mimoškolskej vzdelávacej činnosti
- x.) vydateľská činnosť
- y.) prevádzkovanie cestovnej agentúry

2.6 Orgány Klastra HOREHRONIE

Orgánmi združenia sú: členská schôdza, predstavenstvo, predseda predstavenstva, dozorná rada a výkonný riaditeľ.

Členská schôdza je najvyšším orgánom združenia. Tvoria ho riadni členovia združenia, ktorí konajú prostredníctvom štatutárnych orgánov alebo prostredníctvom osobitne splnomocnených osôb.

Predstavenstvo je výkonným orgánom združenia k 31.12.2016 malo 5 členov vrátane predsedu predstavenstva a podpredsedu predstavenstva.

Predseda predstavenstva je štatutárnym zástupcom združenia. Za svoju činnosť zodpovedá členskej schôdzi. Koná v mene združenia vždy minimálne s jedným podpredsedom predstavenstva.

Výkonný riaditeľ riadi činnosť združenia v zmysle pokynov predstavenstva.

<i>Meno a priezvisko</i>	<i>Nominácia za zakladajúceho člena</i>
Ing. Ľuboš Ďurindák – predseda	Tále, a.s.
JUDr. Tomáš Abel, PhD. – podpredseda	Mesto Brezno
Ing. František Budovec – podpredseda	Obec Čierny Balog
Ing. Michal Kič – člen	Hotel Partizán, s.r.o.
Ing. Ivan Temniak – člen	Tatry Mountain Resorts, a.s.

Dozorná rada je kontrolný orgán združenia. Má 3 členov vrátane predsedu dozornej rady a jedného podpredsedu dozornej rady. Všetci členovia dozornej rady sú volení Valným zhromaždením na volebné obdobie 2 rokov. Dozorná rada sa schádza najmenej 2-krát ročne.

Zloženie dozornej rady od 15. marca 2012 k 31.12.2016 bolo nasledovné:

<i>Meno a priezvisko</i>	<i>Nominácia za zakladajúceho člena</i>
Ing. Roman Švantner – predseda	Obec Mýto pod Ďumbierom
Bc. Ivan Temniak – podpredseda	Tatry Mountain Resorts, a.s.
Ing. Ivan Jorčík – člen	Klaster Horehronie

Správa o činnosti a hospodárení 2016

Tím Klastra HOREHRONIE

V klastri HOREHRONIE v roku 2016 bola mandátnou zmluvou zaviazaná jedna osoba – výkonný riaditeľ a pracovnou zmluvou dvaja zamestnanci do marca 2016 a následne jeden zamestnanec.

3 REALIZOVANÉ AKTIVITY KLASTRA HOREHRONIE

Financovanie Klastra HOREHRONIE je každoročne zabezpečované z členských príspevkov, ktoré sú určené na realizáciu predmetu organizácie ako aj na prevádzkové náklady. Významnou formou spolufinancovania realizovaných aktivít je úzka spolupráca s oblastnou organizáciou cestovného ruchu Nízke Tatry Juh a to formou čerpania účelovej dotácie na podporu rozvoja cestovného ruchu, o ktorú každoročne organizácia žiada na Ministerstve dopravy a výstavby Slovenskej republiky. Obe organizácie majú spoločný predmet záujmu, spoločné sídlo a personálne zastúpenie a rovnako i plán aktivít, ktorý vychádza rozdielne je len financovanie organizácií.

3.1 Marketing a propagácia

V roku 2016 boli sa realizovali podľa schváleného plánu štyri hlavné aktivity, v rámci plánovanej aktivity č. 1 „Marketing a propagácia“ a jej plánovaných podaktivít destinačný manažment zaviedol do praxe produkty, ktoré vytvorili štandard poskytovaných služieb v konkurenčných destináciách nielen na Slovensku. Úspech zaznamenáva aj postupná expanzia na poľskom trhu, kde aj v tomto prípade evidujeme zvyšujúci sa počet návštevníkov z tejto krajiny najmä počas zimnej sezóny. Medzi návštevníkov regiónu Horehronie neodmysliteľne patria český a maďarský turisti. Segmenty sú rozdelené v závislosti na sezónach, tzn. región je pre maďarskú klientelu lukratívnejší počas zimnej sezóny a pre českú klientelu počas letnej sezóny. Aj napriek priaznivému počtu zahraničných návštevníkov, si destinačný manažment kladie za cieľ rozšíriť túto klientelu.

Medzi hlavné produkty Klastra Horehronie patrí zľavová karta Horehronie Region Card, ktorá poskytuje viac ako 70 zliav výhradne pre ubytovaných hostí v regióne Horehronie. Klient si ju môže zakúpiť len v legálnom ubytovacom zariadení, čiže poskytuje nielen v súčasnosti štandardné služby (cyklobus, skibus, zľavy na služby), ale je i osvedčeným prostriedkom na zamedzenie „čierneho“ ubytovania. V systéme www.soreca.sk ubytovateľ registruje každú kartu na meno klienta, čo slúži k zberu informácií o návštevníkoch v regióne a poskytuje prieskum trhu, na ktorý sa môžeme orientovať. Prístup do systému má každá členská obec, čo slúži k overeniu legálneho ubytovania.

Správa o činnosti a hospodárení 2016

V uvedenej tabuľke 1 je počet turistov, ktorí si zakúpili a zaregistrovali Horehronie Region Card (HRC) v roku 2016 podľa štátnej príslušnosti a mesiaca. Najvyšší podiel v návštevnosti podľa štatistických výstupov www.soreca.sk tvoria domáci turisti až 90%, za nimi nasledujú turisti z Českej republiky, z Maďarska a Poľska. Sú to zahraničné trhy, na ktoré sme sa v marketingovej a mediálnej kampani orientovali, avšak naším cieľom je naďalej zvyšovať podiel zahraničných turistov.

Tabuľka 1 Základné štatistiky predaja podľa mesiacov a krajín hostí v roku 2016

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	
Slovensko	405	556	335	15	48	73	187	202	118	91	32	260	2322
Česká Republika	16	8	4	2		6	29	29	5			7	106
Nemecko							2						2
Rakúsko	4												4
Maďarsko	21	22	9									2	54
Rusko	7												7
Poľsko	17	25	3				1					11	57
Európa		6						2					8
ostatné	6	6	1					1					14
	476	623	352	17	48	79	219	234	123	91	32	280	2574

Prameň: www.soreca.sk

Podľa štatistických údajov uvedených v Tabuľke 2 môžeme konštatovať, že región Horehronie navštevuje najviac turistov vo vekových kategóriách 31 až 40 rokov a 41 až 50 rokov, a následne mládež vo veku 13 až 18 rokov. Silné zastúpenie majú aj deti do 12 rokov a to počas zimnej sezóny. Z čoho vyplýva, že silné zastúpenie majú návštevníci v produktívnom veku, rodiny s deťmi. Strategicky je veľmi dôležité pripravovať produkty, ktoré oslovia práve tieto tri vekové skupiny. Orientovať sa môžeme na zvýšenie návštevnosti vekových kategórií 19 – 30 rokov a seniorov, a to v období najmä mimo hlavnej sezóny, ale i počas letnej sezóny, ktorá za zimnou sezónou zaostáva.

Správa o činnosti a hospodárení 2016

Tabuľka 2 Štatistika predaja kariet podľa mesiacov a veku hostí

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	
0 - 12	81	129	36		2	1	14	15	1		1	36	316
13 - 18	69	84	61		1	2	6	11	1	1		81	317
19 - 25	32	29	9	3	7	6	11	12	17	8		9	143
26 - 30	29	26	19	1	4	8	11	14	13	9	5	17	156
31 - 40	119	173	82	2	10	16	69	72	41	33	6	67	690
41 - 50	105	133	77	4	11	27	48	55	33	15	10	34	552
51 - 60	27	36	57	2	8	13	37	35	10	16	7	23	271
61 - 70	11	10	9	5	5	6	20	18	6	8	2	12	112
71 -	3	3	2				3	2		1	1	1	16
SPOLU	476	623	352	17	48	79	219	234	123	91	32	280	2574

Prameň: www.soreca.sk

V tabuľke 3 sme uviedli vybrané ubytovacie zariadenia, ktorých predaj kariet je najvyšší. Zároveň nám z týchto údajov vyplýva, že počet predaja kariet nezávisí na počte lôžok v ubytovacom zariadení, ale samotnej atraktivite karty, pretože menšie ubytovacie zariadenia majú porovnateľný predaj kariet s najväčšími zariadeniami, preto si za našu úlohu kladieme prípravu nových zaujímavých produktov viazaných na kartu, čím zvýšime jej predaj.

Tabuľka 3 Štatistika predaj kariet podľa mesiacov a ubytovacích zariadení v roku 2016

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	
Hotel Bystrá	183	135	139		2	6	20	29	12	17	10	25	578
Hotel Stupka	47	85	72			9	64	54	31	1		146	509
Penzión Schweintaal	27	29	34	9	27	56	55	60	55	71	22		445
Hotel Partizán	43	134	25				22	32				83	339
Chata Zinka	21	49					10	20	13				113
Penzión Adika	10	51		2		2	4	13	4				86
Penzión Encián	20	24	8			2	8	7				4	73
Chata Limba	54												54
SPOLU	476	623	352	17	48	79	219	234	123	91	32	280	2574

Prameň: www.soreca.sk

3.2 Tvorba a podpora produktov CR

V rámci plánovanej aktivity č. 3 „Tvorba a podpora produktov CR“ sa stali Veľkonočné radosti pravidelným podujatím, na ktorého organizácii sa podieľa klaster organizačne aj personálne. Toto podujatie je jediným svojho druhu počas tohto obdobia a spestruje návštevníkom regiónu program práve počas Veľkonočných sviatkov spojených s prázdninami, kedy evidujeme vysoký počet turistov a zabezpečuje prílev aj nových turistov.

Ďalšími podujatiami v roku 2016, ktoré klaster podporil a zároveň organizoval boli netradičné eventy na lyžiarskych svahoch, Deň Zeme a úspešný Horehronský Gurmánfest, ktorý sa konal počas dvoch dní so zámerom zvýšenia prenocovania v regióne a navštívilo ho približne 5000 návštevníkov. V nasledujúcom období klaster Horehronie bude vzhľadom na personálnu aj finančnú náročnosť tohto projektu hľadať na jeho organizáciu partnerov.

Zároveň Klaster Horehronie kládol dôraz na nosný produkt letnej sezóny – elektrobicykle a naďalej prezentoval Horehronie ako E-bike región a prevádzkoval v roku 2016 požičovňu elektrobicyklov v Mýte pod Ďumbierom už tretí rok a nakoľko bol o tento produkt vysoký záujem, bude v projekte pokračovať.



4 HOSPODÁRENIE KLASTRA HOREHRONIE

Klaster HOREHRONIE vedie podvojnú účtovníctvo podľa Zákona č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov. Vo svojom účtovníctve vedie oddelene výnosy a náklady spojené s hlavnou činnosťou súvisiacou s rozvojom cestovného ruchu a výnosy a náklady na jej podnikateľskú činnosť.

4.1 Náklady a výnosy k 31.12.2016

Hospodársky výsledok k 31.12.2016	
	€
NÁKLADY	
Zásoby (nákup materiálu a tovaru)	6 416
Náklady na reprezentáciu	1 897
Služby	31241
Mzdy	3997
Odvody (sociálne a zdravotné poistenie)	1646
Dane a poplatky (preddavková daň)	303
Dary	50
Ostatné a iné náklady	383
Odpisy dlhodobého majetku	11864
Poskytnuté príspevky iným subjektom	2000
Spolu	59 797
VÝNOSY	
Členské príspevky	16 400
Tržby z predaja služieb	14 956
Tržby z predaja tovaru	2 372
Osobitné výnosy	13770
Iné výnosy	453
Spolu	47 951
Hospodársky výsledok	-11 846
Daň z príjmov	0

Správa o činnosti a hospodárení 2016

4.2 Aktíva a pasíva k 31.12.2016

Aktíva a pasíva k 31.12.2016	Aktíva	Pasíva	SPOLU k 31.12.2016
Súvaha k 31.12.2016			
Dlhodobý hmotný a nehmotný majetok	26 689		26 689
Pohľadávky	7 988		7 988
Pokladňa	0		0
Bankové účty	1 096		1 096
Náklady budúcich období	12 720		12 720
Majetok (aktíva) spolu	48 493		48 493
Vlastné zdroje		-54 194	-54 194
Cudzie zdroje (záväzky)		102 687	102 687
Výnosy budúcich období			
Záväzky (pasíva) spolu		48 493	48 493

5 STRATEGICKÝ PLÁN NA ROK 2017

- V súlade so Stanovami Klastra Horehronie – združenie cestovného ruchu a Oblastnej organizácie cestovného ruchu Nízke Tatry Juh, usudzujeme, že cieľom je združovať subjekty cestovného ruchu so záujmom o rozvoj cestovného ruchu v regióne Horehronie, preto za jednu z priorít považujeme osloviť o aktívnu spoluprácu aj doposiaľ alebo opätovne nezainteresované obce a podnikateľské subjekty. Čím viac aktívnych a skúsených subjektov sa pridá k chodu oboch organizácií tým kvalitnejšie a komplexnejšie budú služby a produkty ponúkajúce sa klientom prichádzajúcim na Horehronie. Subjekty musia vnímať členstvo ako konkurenčnú výhodu pred nečlenskými subjektmi a taktiež ako vynikajúcu cestu reklamy, propagácie a marketingu. Taktiež pocit spolupatričnosti členov môže pridať na efektívite a aktivite Klastra Horehronie a OOCR Nízke Tatry Juh kedy úspech týchto organizácií bude aj úspechom všetkých členov.
- Propagácia Klastra Horehronie aj OOCR Nízke Tatry Juh ako aj pred jej členmi ale taktiež aj nečlenmi. Pravidelné stretnutia a nepretržitá komunikácia a čo najdokonalejšia informovanosť všetkých subjektov môže zabezpečiť a vzbudiť záujem širokého okolia o členstvo či účasť na aktivitách, podujatiach či rôznych produktoch, ktoré budú výsledkom činnosti spomínaných organizácií. Ako uvádzajú stanovy je dôležité budovať pozitívnu mienku o cestovnom ruchu na Horehroní. Širšia spolupráca taktiež umožňuje prieskum trhu a verejnej mienky vo vyššej vypovedacej hodnote čo môže zabezpečiť orientáciu na aktivity a produkty, ktoré budú trhom požadované. Predmetom činnosti je v neposlednom rade organizovanie kultúrnych a iných spoločenských podujatí, ktoré taktiež musia vychádzať z potrieb trhu a v prípade rozšírenia členov môže dôjsť k zvýšeniu záujmu o tieto podujatia a taktiež ich propagácii verejnosti.
- Aktuálne je mobilná aplikácia dizajnovovo veľmi zaujímavá a jej myšlienka je naozaj výborná. Avšak v súčasnosti sú informácie v aplikácii neaktuálne a tým stráca svoju užitočnosť. Aplikáciu je nutné aktualizovať na dennodennej báze. Jej fungovanie si predstavujeme ako prostriedok komunikácie jednak členov Klastra a OOCR ale aj pre klientov. V aplikácii by boli uvedení všetci členovia Klastra aj s ponukou ich služieb.

Správa o činnosti a hospodárení 2016

- Dôležitou aktivitou je koordinovať rozvojové zámery v cestovnom ruchu a investície do atrakcií, ktoré prilákajú turistov z domáceho ale aj zahraničného trhu. Kvalita poskytovaných služieb a produktov sa skôr či neskôr odzrkadlí na návštevnosti nášho regiónu. V tomto prípade by sme prepojili a turistom priblížili aj podujatia a možnosti vyžitia v meste Brezno, ktoré je považované za centrum Horehronia – synagóga, výstavy, mestská veža a pod.
- Jedným z cieľov Klastra Horehronie a OOCR Nízke Tatry Juh je zvyšovať kvalitu ľudského kapitálu u našich občanov. Určite ako cestu k splneniu tohto cieľa vidíme spoluprácu so školami. V súčasnosti je trendom, že veľké a úspešné spoločnosti svoje inovovanie zakladajú na organizovaní podujatí, založených na prípadových štúdiách žiakov. Odborníci z praxe rozdelia študentov do tímov a priblížia im zadania, ktoré potrebujú inovatívne vyriešiť. Študenti počas niekoľkých hodín študujú predmetnú problematiku a na konci dňa každý tím prezentuje svoje riešenie. Riešenia prinášajú smart pohľad v oblasti cestovného ruchu. Jedným z možných ocenení môže byť aj stáž najlepšieho študenta.

ZÁVER

Región Horehronie realizoval aktivity pod spoločnou značkou Horehronie a jednotným vedením. Realizácia plánovaných aktivít výrazne prispela k zvyšovaniu atraktívnosti destinácie a nárastu vybranej dane. Zlepšili sme propagáciu značky Horehronie na domácom trhu v Poľsku, Českej republike a v Maďarsku.

Prostredníctvom pravidelného mediálneho servisu sme zlepšili povedomie o regióne, aktivitách a novinkách. Pokračujeme v tradícii spoločného otvorenia letnej a zimnej turistickej sezóny. Zvýšili sme atraktívnosť podujatí a ich propagáciu prostredníctvom PR a sociálnych sietí a mobilnej aplikácie.

Pokračovali sme v úspešnom projekte SKIBUS & CYKLOBUS, ktorý prepojil všetky najväčšie turistické centrá Horehronia. Projekt zabezpečil komfortnú dopravu klientov do lyžiarskych centier, čo prispelo k zlepšeniu obsadenosti ubytovacích zariadení v lokalitách vzdialenejších od lyžiarskych stredísk. Projekt bol pozitívne hodnotený zo strany turistov a ubytovateľov.

Horehronie pokračovalo na ceste premeny regiónu na cykloregión a ebikeregión. Otvorili sme novú E-bike požičovňu s 12timi elektrobicyklami a 4 horskými bicyklami. Ďalej sme pokračovali v realizácii projektu Horehronie Region Card a Karta Horehronca, poskytujeme každému klientovi, prostredníctvom ubytovacích zariadení, ktoré odvádzajú daň za ubytovanie. Do softvéru sme zapracovali regionálny register ubytovaní, vďaka ktorému majú mestské a obecné úrady prehľad o počte ubytovaní u jednotlivých ubytovateľov. Vďaka projektu Horehronie Region Card sa nám darí systematicky znižovať počet nelegálnych ubytovateľov a zvyšovať výšku vybranej dane z ubytovania (nárast vybranej dane v členských obciach o 27,56 % viac ako v minulom roku).

Všetky realizované aktivity výrazne prispeli posilňovaniu silných stránok, eliminácii slabých stránok destinácie, využívaniu príležitostí a k zvyšovaniu konkurencieschopnosti regiónu.

Mgr. Kristína Šajgalíková
výkonný riaditeľ